

RELATÓRIO DE

sustentabilidade

22



# sumário

<b>NOSSO CUIDADO VEM DE DENTRO PARA FORA.....</b>	<b>3</b>
<b>LUNELLI É GREAT PLACE TO WORK.....</b>	<b>4</b>
<b>MENSAGEM DO PRESIDENTE .....</b>	<b>5</b>
<b>2022 EM DESTAQUE.....</b>	<b>6</b>
<b>UMA HISTÓRIA COM PROPÓSITO .....</b>	<b>8</b>
LINHA DO TEMPO.....	10
OPERAÇÕES ESTRATÉGICAS.....	12
MODELO DE NEGÓCIO.....	15
NOSSAS MARCAS.....	16
RELAÇÃO DOS OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	26
ATUAÇÃO EM REDE.....	28
<b>GOVERNANÇA COM TRANSPARÊNCIA E ÉTICA .....</b>	<b>30</b>
ESTRUTURA DE GOVERNANÇA.....	32
GESTÃO DE RISCOS.....	34
SISTEMA DE ÉTICA E COMPLIANCE.....	38
DIÁLOGO COM A REDE DE RELACIONAMENTO.....	41
<b>AGENDA ESG NA LUNELLI.....</b>	<b>44</b>
GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE .....	45
<b>GERAÇÃO DE VALOR ECONÔMICO .....</b>	<b>48</b>
<b>GESTÃO FINANCEIRA .....</b>	<b>49</b>
VALOR ECONÔMICO GERADO E DISTRIBUÍDO.....	50
REDE DE VAREJO.....	51
<b>GERAÇÃO DE VALOR SOCIAL .....</b>	<b>57</b>
COLABORADORES .....	58
RESPEITO INSPIRA RESPEITO .....	61
QUEM CUIDA, VALORIZA.....	65
SAÚDE E SEGURANÇA.....	71
FORNECEDORES .....	75
COMUNIDADE.....	77
<b>GERAÇÃO DE VALOR AMBIENTAL .....</b>	<b>83</b>
OPERAÇÕES RESPONSÁVEIS.....	84
MODA CONSCIENTE.....	92
<b>PARA LER E ENTENDER O RELATÓRIO.....</b>	<b>96</b>
<b>SUMÁRIO GRI .....</b>	<b>98</b>

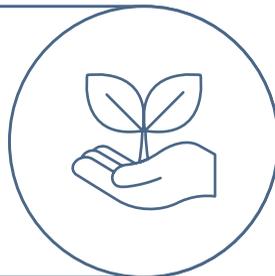
# Nosso cuidado vem de dentro para fora.

Uma semente, por menor que seja, já traz em seu DNA todo o potencial da planta que se tornará.

É dali, daquele pequeno grãozinho, que uma vez cuidado e tratado, germina a principal matéria-prima do nosso negócio.

Nesses mais de 40 anos de Lunelli a semente que germinou e sustentou o nosso desenvolvimento sempre foram as pessoas que estiveram e que estão ao nosso lado, que trazem em seu DNA um potencial incrível de criação, colaboração, dedicação, cuidado e geração de resultados.

**Só chegamos aonde chegamos porque sempre contamos com as melhores sementes.**



A partir da valorização de nossas raízes e dos valores sólidos é que podemos transformar o mundo ao nosso redor. Hoje somos uma família que cresceu valorizando a simplicidade, o entusiasmo e buscando o crescimento e o desenvolvimento de todos.

Juntos, a cada gesto, a cada ação, temos a certeza de que estamos semeando um futuro melhor.

**Somos a Lunelli, com muito prazer!**



Ana Luiza Busnardo, Comercial. Lunelli Têxtil - Jaraguá do Sul/SC

# Conquistamos o ranking de Grandes Empresas do GPTW.

Lunelli é Great Place To Work.

Olhares que transparecem o amor pelo que fazemos.

Mãos, que unidas, constroem uma história repleta de significados. Sorrisos que celebram cada uma das nossas conquistas, das mais simples às mais grandiosas.

Nos orgulhamos em fazer uma moda que inspira, abraça e acolhe, refletindo o nosso propósito da forma mais genuína, nos lembrando diariamente do porquê somos uma das melhores empresas para se trabalhar.

De dentro para fora cultivamos o respeito, a harmonia e nos comprometemos em sermos o que queremos para o mundo. O selo Great Place to Work é o que reflete todo esse empenho e dedicação em espalharmos o nosso propósito.

## Somos Lunelli, e conquistamos o ranking de Grandes Empresas do GPTW.

Pois o melhor lugar para se trabalhar é construído todos os dias e por todos nós!

Melhores Empresas para Trabalhar™ em Santa Catarina

Great Place To Work.

BRASIL 2022



# Mensagem do presidente

(GRI 102-14)

O ano de 2022 foi marcado por avanços em todos os pilares do ESG. Com mais de 4,6 mil colaboradores, em 14 unidades localizadas em três estados brasileiros e no Paraguai, evoluímos na gestão da Sustentabilidade, **investimos em tecnologias e melhorias de processos industriais e atingimos o faturamento de R\$ 1,5 bilhão.**

Reconhecemos e valorizamos todas as pessoas envolvidas em todos os processos e em 2022 alcançamos realizações que reforçam a missão de melhorar a vida das pessoas, como a certificação **Great Place to Work e o Ranking das 20 Melhores Empresas para se Trabalhar, na categoria Grandes Empresas de Santa Catarina.** Em 2022 também iniciamos o Projeto de Diversidade, com a estruturação do posicionamento de Diversidade e Inclusão, com a premissa da construção colaborativa e a representatividade de públicos identitários no processo.

Buscamos gerar impacto positivo no mundo, desenvolver e investir nas pessoas e comunidades, fortalecer nossos parceiros e a cadeia de valor. Em 2022, **investimos mais de R\$ 1,7 milhão através de doações e leis de incentivos fiscais,** para projetos que colaboram com a estratégia de sustentabilidade e de investimento social em todas as regiões em que estamos presentes. Nossa Visão reforça o compromisso em sermos reconhecidos como o

grupo têxtil mais respeitado e nesse sentido estamos trabalhando cada vez mais para fortalecer o pilar de Governança na Lunelli. Como forma de reconhecimento das boas iniciativas implementadas, fomos premiados pelo LIDE Santa Catarina, através do Prêmio Especial ESG, na categoria Governança.

Em 2022 encerro minhas atividades como Presidente da Lunelli e assumo como Presidente do Conselho Consultivo da empresa. Estive à frente da Lunelli como presidente desde 2009, período em que conquistamos e evoluímos muito. Inauguramos e expandimos nossos parques fabris, ampliamos nossa capacidade produtiva, investimos em tecnologia e inovação para eficiência e produtividade e ainda consolidamos as 8 marcas da Lunelli. Para 2023, nossa Vice-Presidente, **Viviane Cecilia Lunelli, assume a presidência da empresa.**

Continuaremos desenvolvendo um trabalho sério, com a gestão focada nas pessoas e com um forte olhar voltado para a sustentabilidade. Nossa meta será sempre buscar o crescimento sustentável, atendendo aos diversos interesses de toda a cadeia, de forma a gerar valor e relevância a uma sociedade mais justa, ambientalmente correta e economicamente equilibrada, a fim de manter a perenidade da companhia e atender aos preceitos de governança.

Celebramos o fechamento do ano de 2022 **distribuindo R\$20,4 milhões aos nossos colaboradores através do Programa de Conquista de Resultados e Prêmio de Produção,** reiterando a solidez e a sustentabilidade econômica da Lunelli.

Mais uma vez, agradecemos a todos os colaboradores, representantes franqueados, fornecedores, parceiros e clientes, comprometidos com essas conquistas e que reforçam nosso propósito de promover o sucesso dos nossos clientes através da felicidade e satisfação dos nossos colaboradores.

Dênis Luiz Lunelli, presidente da Lunelli





# 2022

## EM DESTAQUE

**1,5 bilhão**  
de faturamento

**20,4 milhões**  
milhões distribuídos no Programa Conquista  
de Resultados e Prêmio de Produção

**+14,3 mil**  
toneladas de malha produzidas no ano

**24,6 milhões**  
de peças produzidas por ano

# +8,7 milhões

de metros de malhas e tecidos estampados digitalmente

# 28 franquias

# 20 mil

clientes ativos

# 4,6 mil

68% mulheres  
32% homens

colaboradores

# +39 mil horas

de treinamentos entre Operacionais, Comportamentais, Desenvolvimento de Lideranças e Segurança do trabalho

# +4,5 mil horas

de treinamento focadas na liderança

# 298 colaboradores

beneficiados com bolsas de estudos

# R\$ 1,7 milhão

doados para a comunidade



Aumento de **5%** no envio de resíduos totais para Reciclagem



Redução de **3%** na geração total de resíduos para todas as unidades

# +2.000 toneladas

de resíduos têxteis enviados para reciclagem

# 86,7 litros

de água por Kg de malha produzida

# 1,7 kWh

de energia elétrica por Kg de malha produzida



# Uma história com propósito

A cada dia e, em toda tomada de decisão, honramos a nossa escolha de fazer moda com significado, uma moda que desenvolve pessoas, apoia a comunidade, fortalece empreendedores e leva o nosso melhor para quem decide vesti-la.

# Nossa essência em cada escolha

Nossa essência é o que nos move. A partir da valorização das nossas raízes e com valores sólidos, acreditamos que podemos transformar o mundo ao nosso redor. Com Simplicidade, Entusiasmo e Obsessão por resultado, nos desafiamos a cada dia para fazer melhor, gerar mais impactos positivos, desenvolver e valorizar as pessoas, além de crescer junto com as comunidades e com os nossos parceiros.

(GRI 102-16)

## MISSÃO

Melhorar a vida das  
pessoas através  
de oportunidades,  
produtos e serviços.

## VISÃO

Ser o mais  
respeitado Grupo  
Têxtil de Moda  
do país.

## VALORES

Entusiasmo;  
Simplicidade;  
Obsessão por  
resultado.

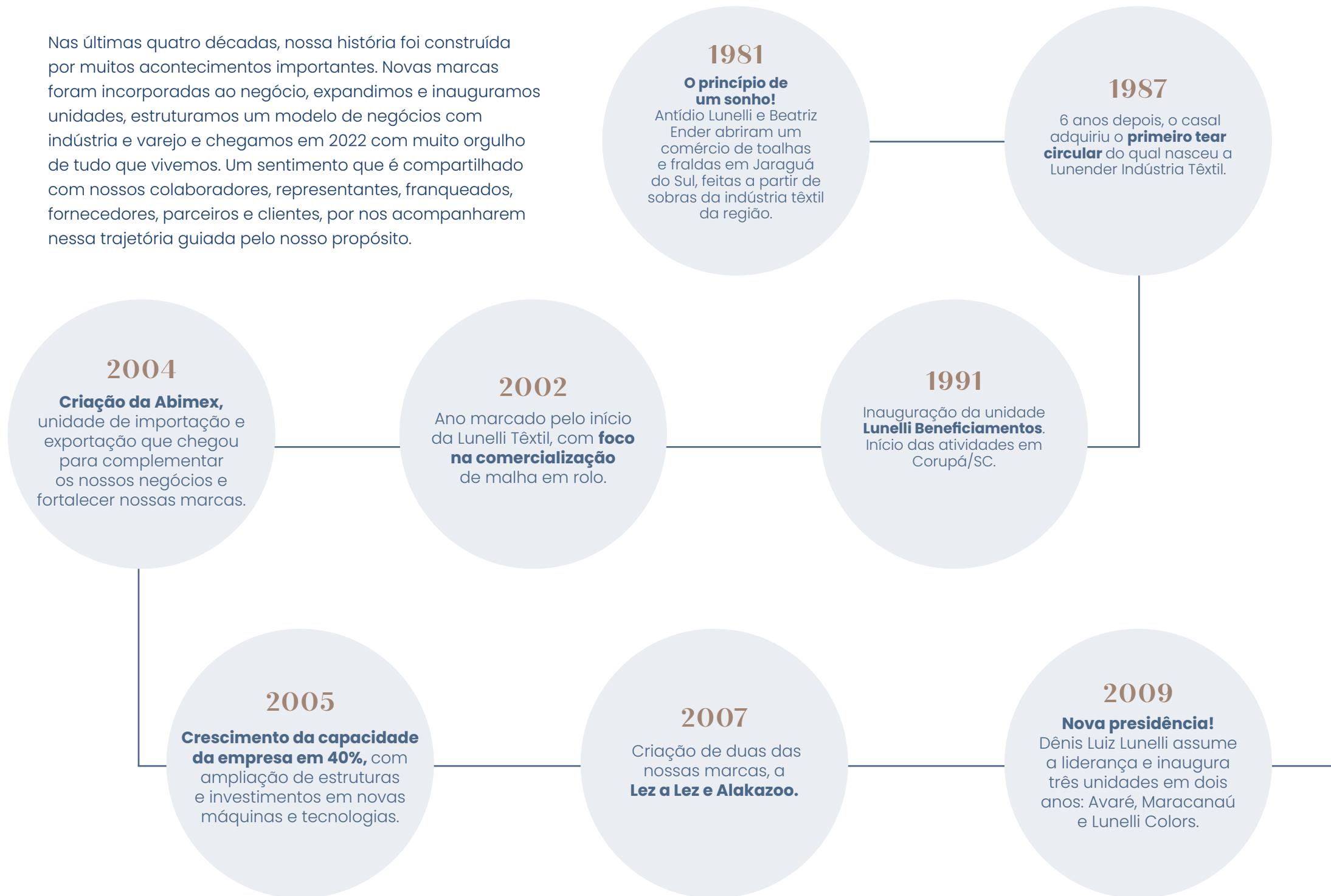
## PROPÓSITO

“Promover o sucesso dos nossos clientes através  
da felicidade e satisfação dos nossos colaboradores.”

Dênis Luiz Lunelli

# Linha do tempo

Nas últimas quatro décadas, nossa história foi construída por muitos acontecimentos importantes. Novas marcas foram incorporadas ao negócio, expandimos e inauguramos unidades, estruturamos um modelo de negócios com indústria e varejo e chegamos em 2022 com muito orgulho de tudo que vivemos. Um sentimento que é compartilhado com nossos colaboradores, representantes, franqueados, fornecedores, parceiros e clientes, por nos acompanharem nessa trajetória guiada pelo nosso propósito.



**2010**

**Inauguração do novo prédio administrativo, financeiro e de expedição,** a Lunelli Comercial em Guarimir. Somado a isso, houve a aquisição e instalação da automatização da expedição.

**2011**

**Lunender passa a ser exclusivamente o nome da marca feminina da empresa.** Também em 2011 foi criado o Conselho Consultivo da Lunelli.

**2012**

Criada a marca **Hangar 33.**

**2018**

**Ampliação do setor de camisaria** na Unidade Luiz Alves. No Ceará, nova ampliação da unidade de Maracanaú.

**2015**

Início das atividades operacionais no Paraguai. Para o varejo, é o início das **Franquias Lez a Lez.**

**2013**

**Expansão do parque fabril de Maracanaú, no Nordeste.** No negócio Malhas e Tecidos, iniciamos o investimento em Estamparia Digital.

**2019**

Expansão das atividades no Paraguai e **inauguração do Espaço Hangar 33** em Jaraguá do Sul.

**2021**

Comemoração dos **40 anos de Moda com Significado** e recorde de faturamento de R\$ 1,25 bilhão.

**2022**

Lunelli no Ranking entre as **20 Melhores Empresas para se Trabalhar**, na categoria Grandes Empresas do GPTW.

# Operações Estratégicas

(GRI 102-3 | 102-4)

Fazemos moda com significado quando valorizamos todas as etapas e pessoas dentro da indústria têxtil, quando estamos atentos às necessidades de cada cliente e nos impactos com cada ação. Com esse olhar, expandimos nossos negócios de forma consciente e com propósito. Nos últimos anos, ampliamos nossa presença com unidades industriais estratégicas no Brasil e no Paraguai.

O primeiro edifício de propriedade da Lunelli foi construído em 1985, em Jaraguá do Sul - SC. Hoje, a empresa possui unidades localizadas em Guaramirim, Jaraguá do Sul, Corupá, Luiz Alves, Massaranduba, Barra Velha, todas em Santa Catarina, uma unidade em Avaré, no estado de São Paulo e em Maracanaú, no Ceará, além da unidade no Paraguai, na cidade de Minga Guazú, somando 14 unidades.



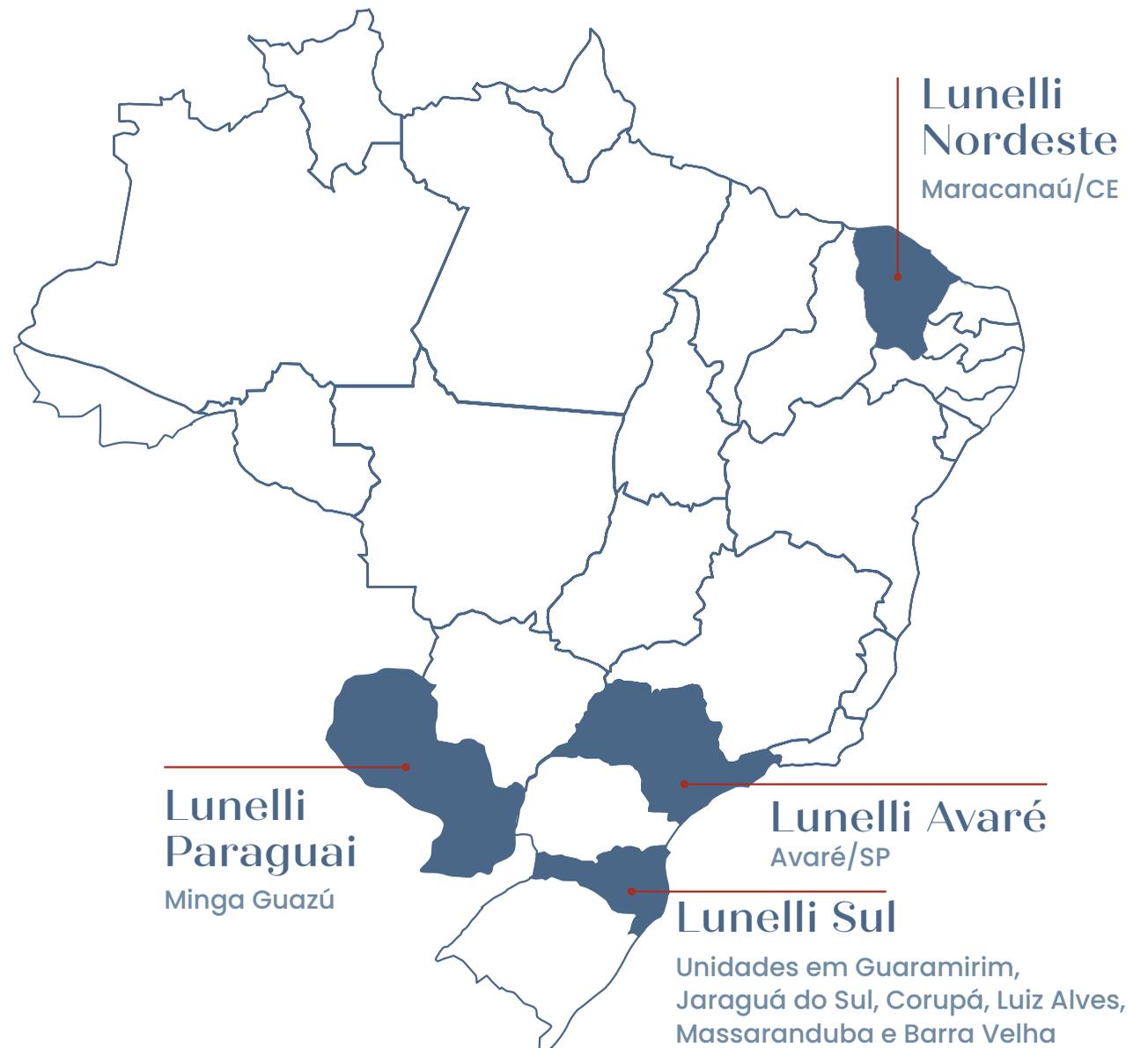
# Localização das operações

Desde a entrada do fio na malharia até a entrega da peça final, contamos com pessoas comprometidas em fazer moda com significado.

A estrutura industrial inclui processos de malharia e tecelagem, estamparia, beneficiamento em geral, confecção e acabamentos.

Uma estrutura que comporta a produção de mais de 15 mil toneladas de malha por ano, sendo 40% usado pelas marcas próprias da Lunelli.

**Por ano, são produzidas cerca de 24 milhões de peças.**







# Modelo de negócio

(GRI 102-2 | 102-6)

**Fazer moda com significado, com propósito está na nossa essência.**

Ela se traduz nas nossas escolhas, nas nossas marcas e no nosso olhar para toda a cadeia que impactamos. Atuamos com um amplo portfólio de marcas que levam funcionalidade e padrão de qualidade aos nossos clientes.

**Fazemos a gestão de marcas fortes, combinando tecnologia na produção e estratégias comerciais assertivas.**

Através da Lunelli, levamos soluções de malhas e tecidos para confecções a grandes varejistas nacionais. Com as marcas Lunender, Lez a Lez, Alakazoo, Hangar 33, Fico, Graphene e Vila Flor, nos conectamos com uma ampla rede de empreendedores varejistas multimarcas e franquias, em diversas cidades do país. Também atuamos no formato private label, com a confecção de peças para grandes marcas nacionais e internacionais.



# nossas marcas

# Lunelli

Marca que tem como foco a comercialização de malhas e tecidos diferenciados, estampas e tecidos de qualidade ímpar. Possui uma equipe de estilo focada em pesquisas para oferecer as principais tendências em bases, cores e estampas. Inspiradora e sustentável, a Lunelli Malhas e Tecidos surpreende a cada lançamento, marcando presença nas maiores e melhores criações.

[www.lunellimalhasetecidos.com.br](http://www.lunellimalhasetecidos.com.br)





# Lunender

Referência em moda feminina, a Lunender traz a cada coleção peças descomplicadas que reforçam o conceito de moda sem esforço e valorizam o visual moderno. Suas linhas, desenvolvidas para atender todas as mulheres de uma forma democrática, revelando um estilo surpreendente, elegante, confortável e inspirador.

[www.lunender.com](http://www.lunender.com)





Lunender  
mais mulher

Lunender  
**HITS**





# Lez<sup>a</sup>Lez

A Lez a Lez é uma marca de moda e cultura Urban Beach que expressa a força do equilíbrio entre a leveza da praia e a modernidade da cidade. Nosso compromisso é construir e comunicar moda com significado.

A fabricação do jeans da nossa linha Don't turn your back to the world passa por diversas etapas, da utilização de tecidos com base Eco Cycle, que possuem fibras de jeans reciclado na composição e economizam até 93% de água durante o acabamento, até o algodão com certificação BCI (Better Cotton Initiative). Além disso, nossos processos reduzem a geração de resíduos têxteis na natureza, com 100% de coleta do volume gerado. E nossas embalagens são biodegradáveis, diminuindo os impactos na natureza.

Buscar iniciativas sustentáveis alimentam a nossa essência. Um mundo melhor é possível e, através das nossas ações, podemos ajudar a preservá-lo.



[www.lezalez.com](http://www.lezalez.com)





# Alakazoo!

A Alakazoo faz moda para transformar a infância em um mundo mágico! Cada detalhe remete à beleza e à fantasia do universo infantil, proporcionando muita imaginação e fazendo entender que todas as pessoas são capazes de realizar pequenas mágicas para tornar o mundo um lugar melhor. Com inclusão e empatia, nós criamos um mundo cheio de oportunidades!

[www.alakazoo.com.br](http://www.alakazoo.com.br)





# 3|E

## HANGAR 33

A Hangar 33 traz o pensamento de fazer a moda ganhar asas. Uma marca que surgiu da paixão do seu idealizador, Dênis Luiz Lunelli, pelo universo da aviação.

Assim como o hangar é o templo de toda aeronave e um porto seguro para os aviadores, a marca proporciona esse laço de amizade e entusiasmo entre a moda masculina e os apaixonados pelo voo. A marca está presente nos principais eventos de aviação do Brasil, como o Campeonato Brasileiro de Acrobacia Aérea e o Cirrus Experience. Alguns dos destaques são o fornecimento dos uniformes da Esquadrilha da Fumaça e o Espaço Hangar 33 em Jaraguá do Sul/SC, primeira operação de varejo da marca.

[www.hangar33.com.br](http://www.hangar33.com.br)





 **FICO**

A Fico Surfwear nasceu da paixão pelo mar e pelas ondas do litoral Paulista. Raphael Levy, que passou a adolescência surfando nas praias do Guarujá, decidiu desenvolver algo que expressasse o seu amor pelo esporte. Em 1983, criou uma das marcas mais importantes do surfwear, 100% nacional. Em 2019, a Lunelli adquiriu a Fico.

[www.fico.clothing](http://www.fico.clothing)





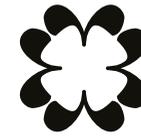
# GRAPHENE

A Graphene é uma marca fitness que representa inovação, leveza, durabilidade e exclusividade em cada detalhe, com peças de alta performance que aliam estilo e conforto em sua essência.

A poliamida está presente em todas as coleções da Graphene, garantindo qualidade, funcionalidade e longa duração para as peças.

[www.lunender.com/graphene-marcas](http://www.lunender.com/graphene-marcas)





# Vila flor

Autêntica e cheia de cor, a Vila Flor nasceu com o propósito de fazer moda de forma sustentável e democrática. Nosso conceito é, a partir de sobras de malhas e tecidos, desenvolver de forma sustentável produtos que abraçam as características de cada corpo, manequim e estilo. Além disso, o conforto rege todas as nossas coleções. Nossas modelagens atendem as diversas ocasiões e atividades do dia-a-dia. Acreditamos que a moda serve para expressar personalidade, que precisa ser fácil, leve e para todas.

[www.vilaflor.com.br](http://www.vilaflor.com.br)



# Relação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

## Os 17 Objetivos de Desenvolvimento

**Sustentável (ODS)**, além de identificarem o que precisamos alcançar até 2030 para criar o mundo sustentável que buscamos, oferecem uma oportunidade única para todos os setores, de se mobilizarem em busca de uma meta global comum: de erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que todas as pessoas usufruam de uma prosperidade compartilhada e sustentável.

Como parte desta chamada coletiva para a ação, as empresas agora contam com um novo ponto de referência para guiá-las em um mundo em constante mudança. Reconhecemos o risco de não abordar os problemas socioambientais do presente nos negócios e vemos como oportunidade essencial para repensar as abordagens das empresas à criação de valor sustentável e o alinhamento de nossa operação com os ODS.

## Conheça todos os 17 Objetivos:



**ODS 1 – ERRADICAÇÃO DA POBREZA**  
Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.



**ODS 2 – FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL**  
Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.



**ODS 3 – SAÚDE E BEM-ESTAR**  
Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades.



**ODS 4 – EDUCAÇÃO DE QUALIDADE**  
Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos.



**ODS 5 – IGUALDADE DE GÊNERO**  
Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.



**ODS 6 – ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO**  
Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todas e todos.



**ODS 7 – ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL**  
Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos.



**ODS 8 – TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO**  
Promover o crescimento econômico sustentável, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho decente para todas e todos.



**ODS 9 – INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA**  
Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.



**ODS 10 – REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES**  
Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.



**ODS 11 – CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS**  
Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.



**ODS 12 – CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS**  
Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.



**ODS 13 – AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA**  
Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.



**ODS 14 – VIDA NA ÁGUA**  
Conservar e promover o uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.



**ODS 15 – VIDA TERRESTRE**  
Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade.



**ODS 16 – PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES**  
Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.



**ODS 17 – PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO**  
Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Saiba mais em [www.pactoglobal.org.br/ods](http://www.pactoglobal.org.br/ods)

Com o objetivo de dar ênfase aos ODS que podemos potencializar nosso impacto positivo, realizamos uma análise de diversos fatores como o core do nosso negócio, localização das unidades, objetivos estratégicos, ideologia e engajamento de partes interessadas e **através da ferramenta SDG Action Manager definimos os ODS para priorizar nossos esforços**, que são:



### ODS 3 – SAÚDE E BEM-ESTAR

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir à promoção de Saúde e Bem-estar dos nossos colaboradores e comunidade, como práticas, benefícios e programas que auxiliam em uma vida saudável e promovem o bem-estar para todos, em qualquer idade;



### ODS 4 – EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir para promover a educação de qualidade, como aumentar o número de colaboradores treinados em desenvolvimento técnico e de capacitação básica, aumento do número de líderes com formação e desenvolvimento de capacidades, aumento da oferta e maior adesão às bolsas de estudos e oportunidades de desenvolvimento profissional para todos.



### ODS 5 – IGUALDADE DE GÊNERO

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir a promoção de igualdade de gênero, como aumentar a representação feminina em geral, em cargos gerenciais e na cadeia de abastecimento, realizar a gestão de reclamações relacionadas à discriminação de gênero e fornecer capacitação sobre a não discriminação.



### ODS 6 – ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir à preservação e uso consciente da água, inclusive fornecer acesso à água potável e ao saneamento em nossas operações, na comunidade e na cadeia de abastecimento, conduzir avaliações do risco hídrico e realizar a gestão de águas residuais e de substâncias químicas na operação.



### ODS 8 – TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

Destaca as principais práticas que podemos adotar para promover o trabalho decente e o crescimento econômico, incluindo o pagamento de um salário justo, a garantia de condições justas de trabalho em nossas operações e a disponibilização de oportunidades de desenvolvimento profissional.



### ODS 9 – INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir para promover a indústria, inovação e infraestrutura, incluindo construção de infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável, e fomentar a inovação.



### ODS 10 – REDUÇÃO DE DESIGUALDADES

Destaca as principais práticas que podemos adotar para promover a redução das desigualdades, incluindo o investimento social, benefícios e cuidado com as pessoas, a promoção de oportunidades igualitárias, o aumento da representatividade no quadro geral de colaboradores e lideranças, e empoderar e promover a inclusão social e econômica



### ODS 11 – CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir à promoção de comunidades sustentáveis, incluindo a promoção de práticas de urbanização inclusiva, a adoção de padrões de construção ecológica e redução do impacto ambiental negativo das cidades, prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros.



### ODS 12 – CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir à promoção do consumo e produção responsáveis, incluindo a adoção de princípios da economia circular, a avaliação do impacto dos fornecedores sobre o consumo de recursos e o estabelecimento e divulgação pública de metas de sustentabilidade.

# Atividade Conectada em Rede

(GRI 102-9 | 102-10)

A indústria têxtil conecta uma longa cadeia de empresas, desde a extração e produção das fibras, a transformação e produção de malhas e tecidos e, finalmente, a confecção e comercialização das roupas. As empresas da Lunelli estão presentes em elos importantes da cadeia, que vão da indústria ao varejo.



## Cadeia de Valor Lunelli



## Desafios da cadeia de suprimentos

Toda atividade econômica e industrial possui muitos desafios para a sustentabilidade, e com o setor têxtil não é diferente. **As indústrias geram impactos ambientais significativos como a poluição química, a perda de biodiversidade, uso excessivo de água e energia e geração de resíduos na produção e no pós-consumo.** Existem ainda as fragilidades e os riscos envolvidos com as relações de trabalho, sobretudo em processos de confecção terceirizada.

Frente a esses desafios **adotamos sistemas de gestão certificada e padrões que direcionam práticas de inovação, produção e de aquisição,** visando à redução dos impactos socioambientais negativos que estão presentes no nosso setor de atividade.

Em 2022 ainda sentimos a volatilidade de preços e momentos com risco de falta de matéria-prima. **O cuidado que tivemos em 2020 e 2021 se refletiu em relações mais próximas com os parceiros, facilitando negociações e garantindo a capacidade dessa rede de responder ao crescimento da demanda.** Também estabelecemos conexões com novos fornecedores nacionais, ampliando nosso impacto positivo e mantendo nossas condições de atendimento ao mercado em plena capacidade.



GOVERNANÇA COM

# transparência e ética

Aqui na Lunelli, fazer o certo e atuar de maneira íntegra é mais do que uma escolha, é o nosso jeito de fazer moda com significado. Diz respeito a como estabelecemos parcerias e garantimos negócios éticos em uma relação de ganha-ganha para todos.

# Estrutura de Governança

(GRI 102-5)

Somos uma organização de capital fechado com 3 sócios acionistas pertencentes à família fundadora da empresa. Definimos nossa Governança Corporativa através de um conjunto de mecanismos de monitoramento e controle que têm o objetivo de assegurar que as decisões do negócio sejam tomadas em linha com os objetivos de longo prazo da organização. As atividades de governança, conformidade e de gestão de riscos têm como referência as boas práticas de Governança Corporativa estabelecidas pelo IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.

Para fortalecer nosso sistema de governança, contamos com uma Política de Governança Corporativa e uma área responsável, Governança Corporativa, Sustentabilidade e Auditoria. A estrutura está baseada em um Conselho Consultivo formado por 4 conselheiros independentes e pelos acionistas, Diretor-Presidente, Vice-Presidente e uma estrutura de Diretorias que atuam na operação dos negócios. Em 2022, demos início ao processo de transição na Presidência, em que o acionista Dênis Luiz Lunelli assumiu como Presidente do Conselho Consultivo e a Vice-Presidente, Viviane Cecilia Lunelli, assumiu a Presidência da empresa oficialmente em 2023.

Para dar suporte a gestão, em 2022 contamos com um comitê, que é composto por no mínimo um conselheiro e possuem a função de assessorar do Conselho Consultivo, fomentando o atingimento dos objetivos estratégicos da empresa.

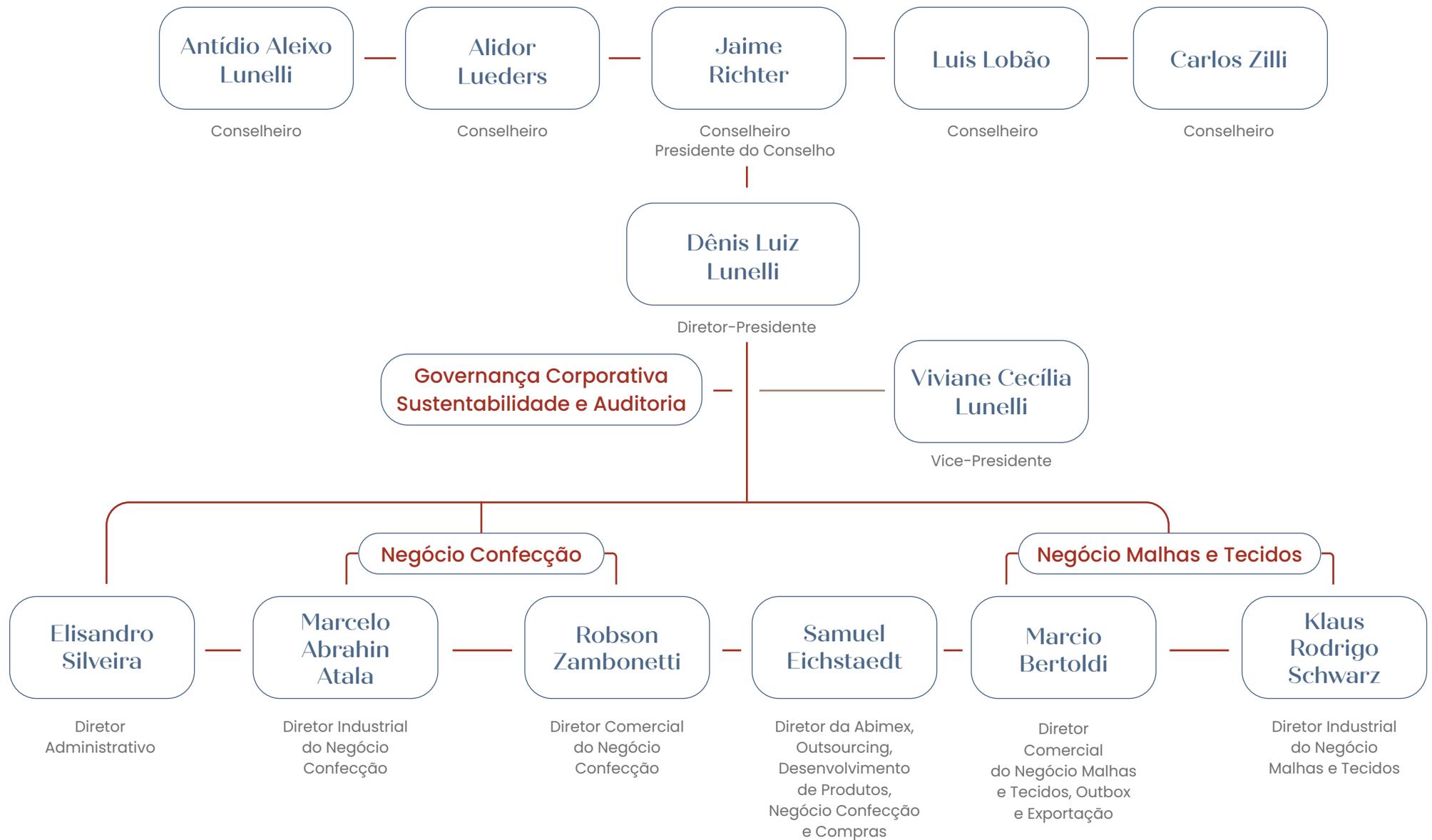
Contamos também com estruturas de Auditoria Interna e Externa, que têm a função executiva e de assessoramento, com subordinação à Presidência da Lunelli.

**Em 2022, buscamos complementar as atividades de auditoria interna com a contratação de 2.300 horas de Auditoria Externa, sendo 800 horas com foco em áreas operacionais e 1.500 horas direcionadas às demonstrações financeiras e fiscais.**

# Estrutura de Governança

(GRI 102-18)

## Conselho Consultivo e Presidência





Da esquerda para direita:

Samuel Eichstaedt, Marcio Bertoldi, Elisandro Silveira, Dênis Luiz Lunelli, Viviane Cecília Lunelli, Klaus Rodrigo Schwarz, Robson Zambonetti e Marcelo Abrahin Atala

Adotamos documentos importantes para a governança como o Estatuto Social, Regimento Interno, Código de Conduta, Plano de Negócios e Estratégia de Longo Prazo e Plano de Conquista de Resultados – PCR, além de uma série de políticas, como a Política de Sustentabilidade, Política de Compras, Política de Gerenciamento de Riscos e Crises, Política de Cadastro, Crédito e Cobrança e Política de Segurança da Informação.



# Gestão de riscos

(GRI 102-15)

A gestão de risco é umas das importantes frentes da Estrutura de Governança da Lunelli. A partir dessa análise, **antecipamos situações e transformamos desafios em oportunidades**. A política de Gerenciamento de Riscos e Crises é o nosso principal direcionador e tem a finalidade de assegurar o nível de governança desejado pela empresa através da adoção de linhas de defesa, definição de práticas e responsabilidades, além de planos de ação e contingência.

## Estrutura de Linhas de Defesas – Gestão de Riscos e Crises



# Mapa de riscos

Para garantir um olhar amplo, que contemple as nossas operações, processos e áreas, implementamos um Mapa de Riscos baseado em **quatro grandes frentes: riscos estratégicos, financeiros, operacionais e de conformidade**. A partir desse mapa, definimos estruturas, responsabilidades e procedimentos para atuação na gestão de riscos da organização.

## Estrutura de gerenciamento de riscos e crises



### Os principais riscos financeiros estão associados aos Ativos e Passivos Financeiros.

A área financeira é a principal responsável por monitorá-los e gerenciá-los de forma contínua. Em caso de riscos operacionais, realizamos avaliações periódicas nas principais unidades para identificar e analisar os riscos potenciais inerentes às instalações, atividade, estrutura protecional e demais procedimentos relacionados. Esse processo gera relatórios que apoiam a gestão e compilam sugestões de melhorias.

Para mitigar risco de não conformidade, **a Alta Administração da empresa é responsável por estabelecer as diretrizes, políticas e procedimentos relacionados às atividades consideradas de risco aos negócios, a fim de garantir a conformidade em todos os negócios da Lunelli**. Com isso, 100% das operações da empresa são avaliadas quanto ao risco de práticas de corrupção.

(GRI 205-1)

# Comissões de trabalho



Lucas Pompeu da Silva.  
Unidade Beneficiamentos - Corupá/SC

Para atuar frente aos riscos estratégicos, contamos com Comissões de Trabalho que têm como responsabilidade o auxílio no processo decisório através de proposições enviadas à aprovação da Diretoria, ampliando a gestão participativa. Em 2022, aconteceram 115 reuniões das comissões com 470 propostas analisadas, sendo destas 245 aprovadas pela Diretoria e Conselho, considerando as alçadas de aprovação.

As comissões são formadas por gestores, lideranças e colaboradores-chave e por pelo menos 1 diretor Sponsor, que atuam no incentivo à adoção das boas práticas de Governança e do Código de Conduta, disseminação da cultura corporativa e conscientização quanto à prevenção e ao combate à corrupção e ao suborno, conforme Lei Anticorrupção nº 12.846/13. (GRI 205-2)

## COMISSÕES INTERNAS DE TRABALHO

	ESTATÍSTICAS		
	2020	2021	2022
<b>QUANTIDADE DE REUNIÕES</b>	101	110	115
<b>QUANTIDADE DE PROPOSTAS</b>	321	386	470
<b>PROPOSTAS APROVADAS</b>	206	243	245
<b>PROPOSTAS REGISTRADAS</b>	104	107	195
<b>PROPOSTAS REPROVADAS</b>	11	13	26
<b>PROPOSTAS REAPRESENTADAS</b>	0	23	4

As 10 Comissões são compostas por 56 colaboradores, em sua maioria por lideranças e pelo gênero masculino, onde **63%** dos membros são homens e **82%** são lideranças.

#### MAPEAMENTO COMISSÕES DE TRABALHO - 2022

MULHER	21	<b>38%</b>
HOMEM	35	<b>62%</b>
TOTAL	56	<b>100%</b>
<hr/>		
LIDERANÇAS	46	<b>82%</b>
NAO LÍDERES	10	<b>18%</b>
TOTAL	56	<b>100%</b>

### Comissões de trabalho

- Compras e Desenvolvimento de Fornecedores;
- Controladoria e Finanças;
- Gestão de Pessoas;
- Layout e Investimentos – Confecções;
- Layout e Investimentos – Malhas e Tecidos;
- LunelliPrev
- Marcas e Canais;
- Proteção de Dados;
- TI- Tecnologia da Informação.
- Sustentabilidade

Em 2022, criamos a Comissão de Sustentabilidade, como forma de assessorar, articular e gerir a implementação da Política e do Plano de Sustentabilidade e dar agilidade às ações, iniciativas e projetos com conexão com o tema ESG.

Natasha Lohana Grandes, Marketing,  
Unidade Vestuário - Guaramirim/SC



# Sistema de ética e compliance

(GRI 102-16 | 102-17 | 419-1)

Nosso Código de Conduta é o principal documento que orienta colaboradores quanto aos valores e comportamentos fundamentais para a Lunelli, fortalecendo a nossa cultura na ética e integridade. O documento reflete a conduta que consideramos adequada e que deve ser observada e incorporada nas relações entre todos os stakeholders, sejam eles acionistas, lideranças, colaboradores, clientes, franqueados, fornecedores, prestadores de serviços, governo ou a sociedade em geral.

**Neste Código definimos o nosso posicionamento em relação a diversos temas; com a valorização da diversidade, por exemplo, não se permite nenhum tipo de discriminação, constrangimento ou violência verbal. No documento também reforçamos que nenhum tipo de corrupção será tolerado. A gestão e atualização do Código de Conduta da Lunelli são de responsabilidade da área de Governança Corporativa e Sustentabilidade, enquanto a aprovação é submetida à Diretoria e ao Conselho Consultivo da Lunelli.**

O documento é divulgado para colaboradores, que recebem acesso e treinamento do conteúdo no seu primeiro dia de trabalho. Em 2022, 100% dos novos colaboradores foram comunicados a respeito do

documento, que inclui instruções sobre práticas contra corrupção, discriminação ou qualquer outro comportamento de desrespeito, que não contribui para nosso ambiente de trabalho acolhedor e íntegro.

O Código de Conduta para colaboradores foi revisado em 2022, com o objetivo de atualizar e aprofundar temas relacionados a comportamento, condutas internas, diversidade e inclusão, respeito nas relações internas e externas, governança, segurança de informações, entre outros. O novo Código está organizado em 3 temas principais, que são: Meio Ambiente, Social e Governança. Além da estrutura ESG, o Código de Conduta apresenta quais ODS – ou Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU – estão vinculados a cada tema. Em 2023, o documento atualizado será distribuído a todos os colaboradores, com realização de treinamento e coleta de assinatura do Termo de Compromisso.

Para ampliar nosso impacto positivo na cadeia de valor, também desenvolvemos o Código de Conduta para Fornecedores. No documento, recomendamos que nossos fornecedores, prestadores de serviços, terceiros e parceiros em geral utilizem sua própria rede de fornecimento para difundir e consolidar os requisitos, parâmetros e boas práticas descritos neste Código de Conduta, de modo a ampliar seu alcance. O Código de Conduta de Fornecedores será comunicado e distribuído à cadeia de fornecimento durante o ano de 2023.



**Acesse o  
Código de Conduta  
no site ou  
pelo Qrcode:**



# Canal de ouvidoria

Em caso de dúvidas ou, ainda, ocorrendo situações em desacordo com o Código de Conduta orientamos nossos colaboradores e qualquer público de relacionamento a entrar em contato com a Ouvidoria pelo e-mail ou pelo telefone, canais de comunicação eletrônicos disponíveis 24h. Todos os relatos são investigados e recebem as devidas tratativas, sem necessidade de identificação.

## CANAL DE OUVIDORIA



**Ligações internas – ramal 7488**

**Ligações externas – +55 (47) 9090 3373- 7488**



**E-mail – [ouvidoria@lunelli.com.br](mailto:ouvidoria@lunelli.com.br)**

**Em 2022, registramos 75 relatos e 100% tiveram sua tratativa concluída. Não ocorreram registros de denúncias quanto às práticas de corrupção.**



# Segurança e proteção de dados

Pensando na segurança de dados, adotamos também uma Política de Segurança da Informação com objetivo de manter a confidencialidade, integridade e sigilo das informações sob nossa responsabilidade. Respeitamos a confidencialidade das informações estratégicas de nossos parceiros comerciais, fornecedores, clientes, consumidores e prestadores de serviços.

Em 2022, registramos 17 incidentes relacionados à política de segurança da informação – todas as demandas esclarecidas e tratadas.

No ano, não foram registradas queixas em relação à perda de dados de públicos de relacionamento da Lunelli. (GRI 418-1). Além dos registros, o setor de Tecnologia da Informação realiza o acompanhamento de atividades como Dupla Autenticação na conexão VPN, Atualizações de antivírus, Bloqueio controlado de dispositivos móveis, entre outros.



## Automatização de Contratos

A automatização de contratos, por meio do certificado digital em 2020 e da assinatura eletrônica em 2021, trouxe agilidade sem perder o controle e a conformidade.

O certificado digital é a identidade eletrônica de uma pessoa ou empresa, enquanto a assinatura eletrônica, via plataforma, é utilizada quando o usuário não possui o certificado digital pessoal.

Com a implantação da assinatura eletrônica também tivemos ganhos de redução de impacto ambiental, diante da desnecessidade de impressão de papel. Em 2022 deixamos de imprimir 14.944 páginas de papel, o que gerou as seguintes reduções:



**Redução de 115 kg de Papel utilizados**



**Redução de 17.484 litros de água**



**Redução de 1.670 kg de emissões de carbono equivalente**



**Preservação de 711 kg de Madeira**

O processo de assinatura digital é aplicado a todos os contratos, de Bolsa de Estudos para Colaboradores a Prestação de Serviços.

Esses números reforçam nosso compromisso em revisar e melhorar processos buscando a redução do impacto ambiental negativo.

# Diálogo com a rede de relacionamento

(GRI 102-40 | 102-41 | 102-42 | 102-43 | 102-44)

Para que tenhamos sucesso e relevância é preciso manter abertos os canais de diálogo e escuta com toda a nossa rede de relacionamentos. E a partir dessa escuta, aprimorar nossas práticas, programas, processos e decisões do negócio, promovendo um relacionamento responsável com todos os nossos públicos.

## Método de Engajamento com as Partes Interessadas

<b>PARTE INTERESSADA (D102-40)</b>	<b>Método de Engajamento (D102-43)</b>
<b>Colaboradores</b>	Pesquisa de clima, Canal de Ouvidoria, Comunicação interna, Redes sociais e outras mídias.
<b>Clientes e Consumidores</b>	Pesquisa de satisfação, SAC, Site, Mídias sociais.
<b>Representantes Comerciais</b>	Pesquisa interna, Comunicação com time comercial e marketing, Reuniões de Vendas, Mídias sociais.
<b>Franqueados</b>	Pesquisa interna, Comunicação com time comercial e marketing, Reuniões de Vendas, Mídias sociais.
<b>Varejistas</b>	Pesquisa interna, Comunicação com time comercial e marketing, Reuniões de Vendas, Mídias sociais.
<b>Fornecedores</b>	Comunicação com time de Compras, Site, Mídias sociais.
<b>Comunidade</b>	Mídias sociais e outras comunicações de imprensa.
<b>Órgãos reguladores</b>	Relatórios oficiais, Auditorias quando aplicável, Mídias sociais e outras comunicações de imprensa.

# Participação na sociedade

(GRI 102-12 | 102-13)

Mantemos relacionamento com entidades e associações de classes com o objetivo de debater propostas e assuntos que afetam as atividades desempenhadas pela Lunelli. Também estamos conectados com movimentos nacionais e mundiais que discutem questões relevantes à sustentabilidade.



**ACIJS – Associação Empresarial de Jaraguá do Sul**

Somos parceiros da ACIJS em eventos e em contribuições para a comunidade local;



**ABRH – Associação Brasileira de Recursos Humanos**

Participamos de fóruns e contribuimos em discussões relevantes para os temas de Gestão de Pessoas conduzidas pela ABRH;



**ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**

Em nossas escolhas na agenda ESG, buscamos estabelecer relações com os impactos positivos que podemos gerar para alcançarmos, enquanto sociedade, os objetivos definidos pela ONU;



**ACIAG – Associação Empresarial de Guarapirima**

Marcamos presença em fóruns e eventos promovidos pela instituição;



**ABVTEX – Associação Brasileira do Varejo Têxtil**

Acompanhamos as agendas promovidas pela instituição e somos certificados ABVTEX nas unidades de costura e malhas e tecidos da Lunelli;



**Sou de Algodão**

Somos apoiadores do movimento que é uma iniciativa da Abrapa (Associação Brasileira dos Produtores de Algodão) e tem o objetivo de fortalecer a cadeia do algodão brasileira;



**ACIAC – Associação Empresarial de Corupá**

A Lunelli é parceira da instituição em eventos e ações promovidas pela ACIAC;



**ABF – Associação Brasileira de Franchising**

Atuamos com modelo de franquias no nosso negócio e nos mantemos conectados com as tendências, oportunidade e desafios do setor através da ABF;



**ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção**

Integramos a Liga das Empresas Sustentáveis da ABIT. O projeto denominado The Brazilian Sustainable Fashion League (BSFL) consolida uma liga de empresas participantes do Programa de Internacionalização da Indústria Têxtil e de Moda Brasileira – Texbrasil.



**ACIA – Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Avaré**

Somos parceiros da ACIA em eventos e em contribuições para a comunidade local;



**BCI – Better Cotton Initiative**

Apoiamos a iniciativa global e buscamos incorporar a certificação BCI da cadeia de algodão como um critério de compras;



# Prêmios e Reconhecimentos



Delton Batista, Presidente LIDE SC  
e Dênis Luiz Lunelli.

## PREMIAÇÕES

Ranking GPTW – 20 Melhores empresas para se trabalhar em Santa Catarina – Categoria Grandes Empresas

Prêmio LIDE (Grupo de Líderes Empresariais de Santa Catarina) – Prêmio Especial ESG recebido pela Lunelli, para categoria Governança, como reconhecimento das boas iniciativas implementadas.

Prêmio EMPRESA COMPLETA, EMPRESA QUE INCLUI. Governo do Ceará homenageia a Lunelli Têxtil Nordeste na 12ª edição do prêmio em reconhecimento à inclusão de profissionais com deficiência em 2022.

Prêmio ABF Franquia Internacioanal 2022.

Prêmio ABF Excelência em Franchising 2022.

Prêmio ABF Destaque Franchising Sustentabilidade 2022, através do projeto “Uso de plástico para embalagem biodegradável e compostável”.

## RECONHECIMENTOS

Jaraguá do Sul – EMPRESA CIDADÃ – Contribuição de oportunizar a inserção de adolescentes do “Programa Novos Caminhos” no mercado do trabalho.

Jaraguá do Sul – PRÊMIO EU VOLUNTÁRIO – Participação de programas de voluntariado do município de Jaraguá do Sul.

Maracanaú – Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente – CMDCA reconhece e agradece a contribuição ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Maracanaú.

Maracanaú – Projeto PAZ NO LAR reconhece e agradece a Lunelli pelo apoio e trabalho realizado.

Paraguai – Reconhecimento pela inscrição da Lunelli Industria Têxtil Paraguai S.A. junto a CNV (Comissão Nacional de Valores do Paraguai) como empresa emissora de ações e títulos e valores mobiliários naquele mercado de capitais.



Sempre estivemos comprometidos em estabelecer relações responsáveis entre pessoas e com o meio ambiente. Olhamos para o passado com orgulho de tudo que nos trouxe até aqui, certos de que nossas escolhas de hoje e nossa visão de futuro nos levarão a um crescimento sustentável.

# Agenda ESG na Lunelli

# Gestão da sustentabilidade

(GRI 103-1 | 103-2 | 103-3)

Fazemos moda com significado e com o objetivo de promover impacto positivo no mundo e principalmente nas pessoas conectadas a nós. Para isso, em 2022 demos passos importantes na integração de uma agenda ESG estruturada ao negócio, com a continuidade do Plano de Sustentabilidade, cumprimento do Objetivo Estratégico estabelecido e ações realizadas para compor a Jornada da Sustentabilidade.

Os temas materiais utilizados para nortear as ações prioritárias foram mapeados em 2021, pelo processo de Matriz de Materialidade, que analisou cenários externos, políticas e diretrizes internas, consulta com lideranças da organização e uma pesquisa online com stakeholders relevantes para a organização. A referida pesquisa teve a participação de 112 respondentes; entre eles, fornecedores, representantes comerciais, colaboradores, comunidade e clientes. Em 2023, iremos atualizar a Matriz de Materialidade, com uma nova dinâmica de envolvimento de todos os stakeholders mapeados. (GRI 102-40 | 102-42 | 102-43)

**A partir desse processo conhecemos e reconhecemos os impactos gerados pelas nossas operações, chegando à priorização de 18 aspectos considerados de alta relevância e que representam as expectativas dos nossos públicos de relacionamento.**

## TEMAS MATERIAIS

(GRI 102-44 | 102-47)

### AMBIENTAL

- Materiais
- Resíduos
  - Água
  - Efluentes
- Produtos Químicos
- Gases Efeito Estufa

### SOCIAL

- Relações de trabalho
- Saúde e segurança
  - Treinamento
  - Diversidade
- Comunicação e consciência com os públicos de relacionamento
  - Envolvimento com a comunidade

### GOVERNANÇA

- Ética e Integridade
  - Anticorrupção
- Leis e Regulamentações
- Direitos Humanos e Impacto - Ambiental na Cadeia de Suprimentos
- Diálogo com partes interessadas
- Inovação sustentável

# Plataforma de Sustentabilidade Lunelli



Com a priorização de temas, definimos em 2021 e demos continuidade em 2022 à Plataforma de Sustentabilidade, que inclui uma Política Corporativa, Estratégia de Sustentabilidade, Plano de Ação e Relatório de Sustentabilidade. Essa plataforma consolida nossa visão sobre o tema, nossos compromissos, metas, indicadores e iniciativas, além de um sistema de monitoramento e métodos de gestão da agenda ESG na Organização.

Para compreender nosso ponto de partida e as metas de avanço nos temas materiais, mapeamos nosso nível de maturidade em cada aspecto. A mencionada ação nos possibilitou definir, de forma consciente e consistente, a escala de evolução do nosso posicionamento e da proposta de valor em sustentabilidade que queremos incorporar ao negócio até 2026.

## Posicionamento:

# 2021

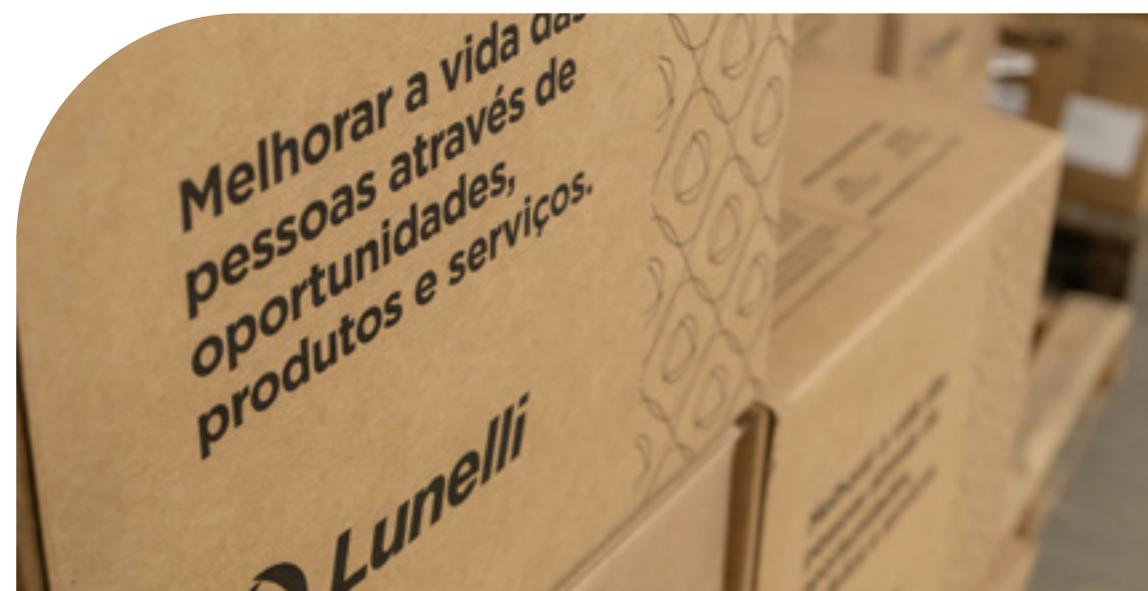


# 2026

- 1 Conformidade Legal e mitigação de riscos.
- 2 Eficiência operacional e engajamento de stakeholders.
- 3 Inovação em produtos e serviços para a sustentabilidade.

## VISÃO DE SUSTENTABILIDADE:

Fazer moda com significado que promova impacto positivo no mundo e para todos.



# Iniciativas para a Sustentabilidade

## INTEGRAR A SUSTENTABILIDADE NA ESTRATÉGIA, GESTÃO E CULTURA

Aprimorar a gestão de risco e compliance

Promover um ambiente diverso e seguro

Reduzir impactos ambientais da operação

Aprimorar a gestão do investimento Social

Desenvolver produtos sustentáveis

## EDUCAR PARA A SUSTENTABILIDADE

## ENGAJAR OS PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO

**Um passo importante para fortalecer a gestão da agenda ESG foi a incorporação de metas relacionadas aos aspectos de sustentabilidade no Programa de Conquistas de Resultados em 2022 para projetos e áreas estratégicas para a Jornada da Sustentabilidade.**

Estamos certos que a jornada é contínua e temos muitas oportunidades para fortalecer nosso impacto positivo no mundo. Queremos melhorar a vida das pessoas através de oportunidades, produtos e serviços, buscando reduzir e mitigar os impactos negativos das nossas atividades, promovendo o bem social, cultural, ambiental e econômico e fazendo uma moda que leve significado para a vida de quem escolhe vesti-la.

A photograph of two men in a clothing store. The man on the left is wearing a black button-down shirt and has a watch on his left wrist. The man on the right is wearing a light-colored short-sleeved shirt and is holding a pair of dark pants on a hanger. They are both looking at the pants. The background shows a brick wall and racks of clothing. A neon sign in the background reads "FEITO PARA VOAR".

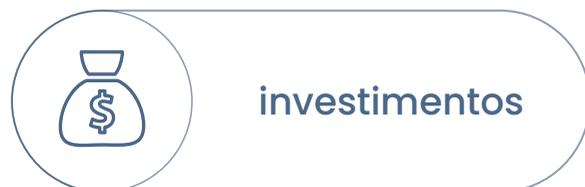
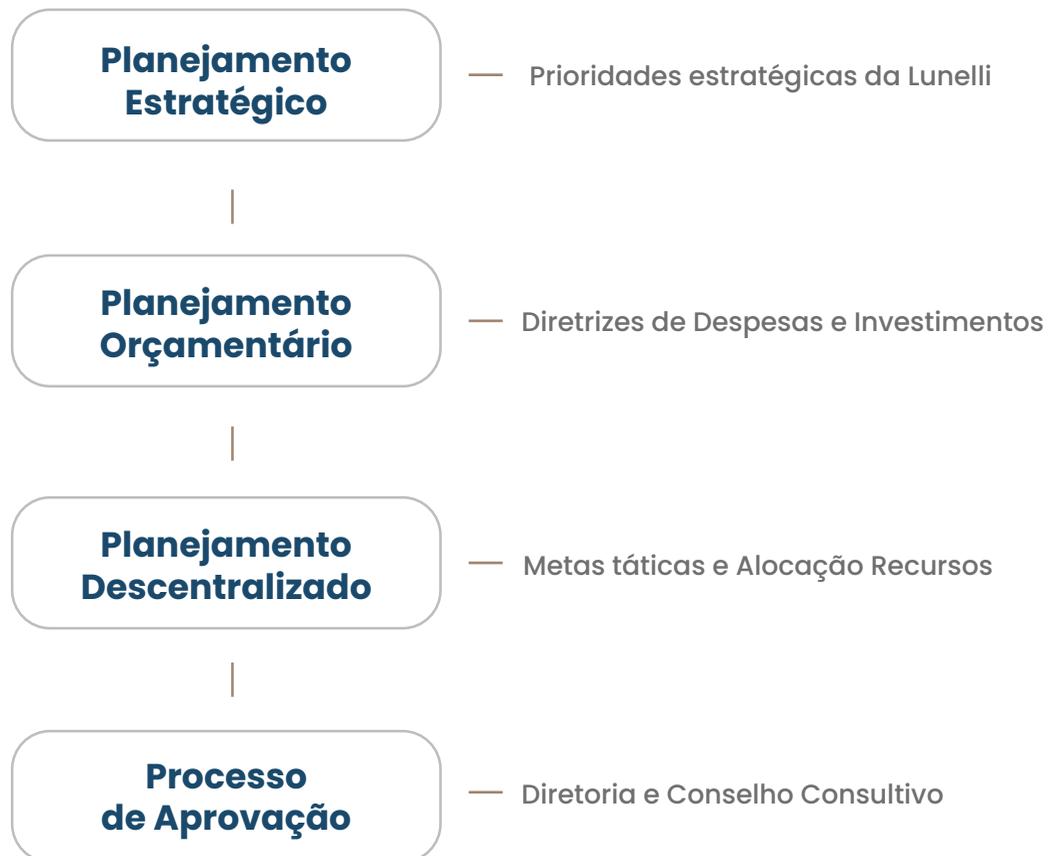
Nosso desempenho econômico é resultado de uma gestão financeira sólida e da conexão de respeito e cuidado que promovemos com todas as pessoas da nossa rede.

GERAÇÃO DE VALOR

# econômico

# Gestão Financeira

A Gestão Financeira da Lunelli é realizada a partir de quatro macro etapas, que desdobram diretrizes e ações com o objetivo de garantir que os nossos recursos tenham a melhor aplicação, consolidando o propósito da organização.



investimentos

No ano também investimos na expansão e melhoria das nossas estruturas, somando, em 2022, R\$ 22,4 milhões destinados em investimentos nas áreas industriais, administrativas e infraestrutura de TI.

(GRI 203-1)

## DESEMPENHO financeiro

(GRI 201-1)

Alcançamos a marca de **R\$ 1,5 bilhão em faturamento, com o incremento de 22,5%** em relação a 2021. Um recorde que foi possível a partir do planejamento estratégico, da execução orçamentária criteriosa e do entusiasmo e obsessão por resultado, cultivados por nossos times. Em 2022, o nosso negócio segue resiliente e com crescimento, apresentando bons resultados ao longo do ano.



# Valor econômico gerado e distribuído

GRI 201-1)

Somos uma indústria consolidada há décadas, atuamos com marcas fortes e também estamos presentes no varejo. Desenvolvemos negócios sólidos, com resultados prósperos, que crescem a cada ano e geram riquezas para todos os nossos públicos de relacionamento. A Demonstração de Valor Adicionado apresentado engloba todas as operações da Lunelli.

## Valor econômico direto gerado e distribuído\* (GRI 201-1)

<b>CONSOLIDADO LUNELLI</b>		
<b>Demonstração do Valor Acionado - Gerencial</b>		
<b>CONSOLIDADO</b>		
	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ACIONADO</b>	100,0%	100,0%
<b>Pessoal</b>	37,7%	36,2%
<b>Impostos, taxas e contribuições</b>	19,4%	18,2%
<b>Remuneração de capitais de terceiros</b>	13,3%	22,4%
<b>Remuneração de capitais próprios</b>	29,6%	23,2%

\*O quadro não inclui as ações sociais, que tiveram curadoria e acompanhamento do time interno, com investimento de mais de R\$ 1,7 milhão.

# Rede de varejo

Com o nosso modelo de negócios, conectamos a plataforma de varejo, responsável por levar as nossas marcas e produtos até o consumidor final, a uma rede de empreendedores, varejistas multimarcas, representantes e franqueados. São empreendedores que, como nós, desenvolvem negócios que geram emprego, renda e movimentam as economias locais. Em 2022, todos os canais apresentaram crescimento.



**20 mil**  
clientes multimarcas



**27,2%**  
em vendas

**35 lojas**  
próprias e franquias



**23,1%**  
em faturamento



**17%**  
em SSS (Same Store Sales)

**E-commerce**



**28,5%**  
em faturamento  
para lojas próprias



**15,4%**  
em faturamento  
para Market place

**Programa UNE**



**39,7%**  
em faturamento

**Exportação**



**48,6%**  
em faturamento

# Franqueados

Atuamos com o modelo de franquias na marca Lez a Lez. São 28 lojas conduzidas por franqueados parceiros em estados como Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Ceará, e também em Brasília, no Distrito Federal. Para garantir uma relação alinhada aos valores da Lunelli, adotamos um manual de normas e procedimentos de lojas, além de treinamentos de gestão de pessoas, de gestão processos e de gestão comercial para os franqueados e seus times.

## Reconhecimento

Além de ser reconhecida, pela quarta vez consecutiva, com o selo Excelência de Franchising, a Lez a Lez foi consagrada com o prêmio Destaque Franchising Sustentabilidade, em razão do projeto “Uso de plástico para embalagem biodegradável e compostável”. A iniciativa consiste na substituição de todo plástico comum das embalagens de produtos por plástico biodegradável e compostável, desenvolvido a partir de biomassa, com aplicação de agente acelerador da biodegradabilidade.



**Desde 2018, a Lez a Lez, que já foi também reconhecida pelo Guia de Franquias da Pequenas Empresas & Grandes Negócios, é contemplada com o selo de excelência da ABF.**

O resultado é fruto de uma política de franquia consistente e transparente, cujo principal objetivo é promover o sucesso dos franqueados, compartilhando conquistas e resultados positivos ano a ano.

# Clientes multimarcas e representantes

A atuação com o varejo multimarca – lojistas que atuam com diversos produtos incluindo as marcas da Lunelli – nos permite uma maior capilaridade. Nossos representantes comerciais são um elo importante na relação com esses clientes.

Nossa área comercial se mantém próxima para construir vínculos de

confiança com clientes e representantes, ampliando a atuação em novos mercados, com produtos assertivos e competitivos. Buscamos estabelecer relações com parceiros alinhados aos nossos valores e que também tenham como premissa a entrega de qualidade e preço justo para o consumidor.



# Comunicação com Representantes e Franqueados

Em 2022 realizamos reuniões de vendas em formato híbrido, com encontros presenciais e digitais para transmitir o universo das marcas, repassar informações da coleção e mantê-los conectados com a Lunelli.

Homenageamos os nossos representantes com mais tempo de empresa, reforçando a nossa ideologia e cuidado com as pessoas.soas.

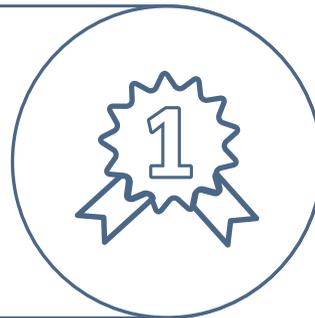


# Omnichannel

2022 foi um ano de grandes conquistas para o e-commerce. Migramos todos os nossos sites para uma plataforma que proporcionou melhora nos processos internos, além da possibilidade de habilitar as ferramentas de omnichannel em lojas próprias físicas e franquias.

Nosso canal de atendimento aos consumidores online também foi premiado ao final de 2021 com o selo RA1000, uma grande conquista que somente empresas que têm excelência no atendimento e na resolução de problemas para os consumidores online conseguem conquistar. Durante o ano de 2022, mantivemos esse padrão.

**A partir da conquista do selo RA1000, fomos indicados também para o prêmio de melhor e-commerce nas categorias moda e fabricantes.**



No canal B2C (E-commerce Próprio) superamos a meta estabelecida, fazendo com que o ano fechasse com um crescimento de 28,5% em relação a 2021.

## PROGRAMA UNE

Para conectar cada vez mais nossos públicos e ampliar a capilaridade nas nossas marcas, **em 2022 evoluímos com o programa UNE, uma plataforma de negócios online da Lunelli.** Com um modelo baseado no formato social selling, a plataforma promove benefícios para quem participa e potencializa a divulgação dos produtos das nossas marcas, fortalecendo-se como um canal de vendas da empresa. **Em 2022, o Programa atingiu um crescimento de 39,7% sobre 2021.**

# Transformação digital

---

Além das implementações de melhorias e migrações de plataforma de e-commerce para as marcas, realizamos a alteração do sistema de faturamento da expedição, gerando mais rapidez e confiança no processo. Realizamos migração dos PDVs das lojas próprias, como parte da preparação das mudanças que serão realizadas para implementação do Omnichannel

Em 2022 também iniciamos projetos de inclusão dos nossos produtos em marketplaces, que, em 2023, serão continuados buscando sempre o posicionamento estratégico das marcas no online.



A close-up portrait of a young man with short brown hair, a nose ring, and black earlobes. He has a wide, friendly smile showing his teeth. He has a large, intricate black tattoo on his neck and upper chest. The background is a soft, out-of-focus purple and green.

Possuímos como guia diário para os passos do negócio o nosso constante olhar para desenvolver pessoas e gerar legado a partir dos nossos relacionamentos. São 41 anos de atividade no mercado da moda e, desde o início, um ponto importante que sempre permeou o nosso DNA de cuidado com a rede de pessoas é com quem compartilhamos valores: colaboradores, fornecedores, varejistas e a comunidade.

GERAÇÃO DE

# valor social

Jonatan Jean Colaço.  
Unidade Beneficiamentos - Corupá/SC

# Colaboradores

Produzir moda com significado é muito mais do que confeccionar roupas. É também, ao longo do processo, oferecer aos colaboradores um ambiente de trabalho seguro, com respeito às relações de trabalho, para estimular o bem-estar e a evolução de toda a equipe.

Os nossos profissionais têm, em sua essência, um potencial de criação, colaboração, dedicação, cuidados e geração de resultados. Só chegamos aonde chegamos graças às pessoas. Somos uma família que cresceu nos últimos anos, sempre valorizando a simplicidade, o entusiasmo e promovendo espaços que potencializam o crescimento e o desenvolvimento de todos.



## PERFIL DOS COLABORADORES

Fechamos o ano de 2022 com 4.591 colaboradores distribuídos no quadro funcional, sendo que destes 32% são homens e 68% mulheres, com 57% das pessoas na faixa etária entre 30 a 50 anos, tendo 100% em regime de contrato permanente em tempo integral.

### Colaboradores por País e contrato (GRI 102-7 | 102-8)

	2020	2021	2022
<b>TOTAL DE COLABORADORES</b>	4.054	4.453	4.591
<b>Número de colaboradores no Brasil</b>	3.840	4.219	4.329
<b>Número de colaboradores no Paraguai</b>	214	234	262
<b>Percentual de colaboradores no Brasil</b>	95%	95%	94%
<b>Percentual de colaboradores no Paraguai</b>	5%	5%	6%
<b>Número de estagiários</b>	4	9	4
<b>Número de jovens aprendizes</b>	31	56	62



Kelma. Unidade Nordeste - Maracanaú-CE



Colaboradores por função (GRI 405-1)

	2020		2021		2022	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
<b>TOTAL COLABORADORES</b>	32%	68%	32%	68%	32%	68%
<b>DIRETORIA</b>	86%	14%	88%	12%	88%	12%
<b>GERÊNCIA</b>	69%	31%	66%	34%	72%	28%
<b>SUPERVISÃO / COORDENAÇÃO</b>	73%	27%	75%	25%	76%	24%
<b>ESPECIALISTAS</b>	53%	47%	49%	51%	49%	51%
<b>COLABORADORES</b>	31%	69%	30%	70%	31%	69%

Colaboradores por faixa etária, função e gênero (GRI 405-1)

		2020				2021				2022			
		até 21 anos	22-29 anos	30-49 anos	mais 50 anos	até 21 anos	22-29 anos	30-49 anos	mais 50 anos	até 21 anos	22-29 anos	30-49 anos	mais 50 anos
<b>TOTAL COLABORADORES</b>	<b>Homens</b>	4%	10%	16%	2%	4%	9%	16%	2%	4%	9%	16%	3%
	<b>Mulheres</b>	5%	17%	41%	5%	7%	16%	41%	5%	7%	15%	40%	6%
<b>DIRETORIA</b>	<b>Homens</b>	0%	0%	72%	14%	0%	0%	75%	13%	0%	0%	75%	13%
	<b>Mulheres</b>	0%	0%	14%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	12%	0%
<b>GERÊNCIA</b>	<b>Homens</b>	0%	7%	56%	7%	0%	3%	56%	7%	0%	3%	63%	6%
	<b>Mulheres</b>	3%	3%	24%	0%	0%	10%	24%	0%	0%	6%	19%	3%
<b>SUPERVISÃO / COORDENAÇÃO</b>	<b>Homens</b>	0%	0%	68%	5%	0%	0%	70%	5%	0%	0%	70%	4%
	<b>Mulheres</b>	0%	0%	27%	0%	0%	0%	20%	5%	0%	0%	22%	4%
<b>ESPECIALISTAS</b>	<b>Homens</b>	0%	8%	41%	4%	0%	5%	40%	5%	0%	4%	40%	4%
	<b>Mulheres</b>	0%	3%	41%	3%	0%	5%	43%	2%	0%	4%	45%	3%
<b>TOTAL</b>		9%	27%	57	7%	11%	26%	56%	7%	11%	24%	57%	8%

# Relações de trabalho

(GRI 102-41)

A Lunelli segue a Legislação Trabalhista sempre visando ser justa com o colaborador, respeitando seus direitos. Buscamos manter uma relação próxima aos sindicatos, sejam eles patronais ou laborais. Participamos ativamente das negociações coletivas e nos colocamos sempre à disposição para atender e entender qualquer demanda que possa ser gerada. Todos os colaboradores são abrangidos por negociação coletiva dos sindicatos do setor. Nas unidades do Paraguai isto ocorre de forma pontual através de acordos estabelecidos diretamente com os órgãos governamentais, devido à inexistência dos sindicatos laborais. (GRI 102-41)

A gestão de pessoas é orientada pelo objetivo estratégico de “atrair, reter e desenvolver competências necessárias para o crescimento”, assim como por políticas e padronização dos processos, a fim de assegurar o tratamento de forma igualitária a todos os colaboradores.



Viviane Jordan, Estamparia.  
Unidade Vestuário - Guaramirim/SC

# O respeito nos une e a diferença nos engrandece

(GRI 405)

Estamos comprometidos em tornar nosso ambiente de trabalho cada vez mais inclusivo, respeitando a diversidade e promovendo condições de equidades para todos os nossos colaboradores.

Em 2022, investimos no projeto de Diversidade para estruturação do posicionamento de Diversidade e Inclusão, com a premissa de realizar a construção de forma colaborativa e com representatividade dos públicos identitários no processo.

Durante o ano, realizamos diversas ações para definição da diretriz e do plano de diversidade e inclusão. Realizamos a escuta ativa de colaboradores, que trouxeram seus sentimentos, percepções e recomendações para tornar a empresa cada vez mais inclusiva. Para assegurar representatividade, foram ouvidas individualmente pessoas com deficiência auditiva, com suporte de intérprete de Libras, deficiência física e intelectual. Também ouvimos pessoas LGBTQIAP+, pessoas dos gêneros feminino e masculino, pessoas com diversidade racial e étnica e pessoas com 50+ e 60+.

O processo de escuta foi essencial para a construção das ações mapeadas para a Política de Diversidade. As pessoas ouvidas formam o Grupo de Trabalho “Respeito Inspira Respeito” junto a outros profissionais de áreas estratégicas da empresa, como Gestão de Pessoas e todas as áreas de apoio para Recrutamento e Seleção, Treinamento e Desenvolvimento, Saúde e Segurança, Sustentabilidade e Lideranças.

Também realizamos Workshop de sensibilização, capacitação e escuta com diretores e gerentes, Workshop e pesquisa com time de Gestão de Pessoas de todas as unidades da empresa e reuniões e entrevistas com profissionais de áreas estratégicas. Ao final, realizamos reuniões de apresentação dos dados e validação das próximas ações junto à Diretoria e ao Conselho Consultivo da empresa.

E ainda, elaboramos a campanha interna **RESPEITO INSPIRA RESPEITO**, que será lançada e divulgada internamente em 2023, com colaboradores representando cada tema trabalhado. Com a campanha, reforçamos o compromisso de defender o RESPEITO acima de qualquer circunstância e em todas as nossas relações.

## RESPEITO INSPIRA RESPEITO



# Respeito inspira respeito

Somos iguais, mesmo diferentes.

As diferenças nos tornam mais conectados e mais fortes.

Nós reconhecemos as diferenças, não como forma de distinção, mas como uma força transformadora, que gera crescimento e conexão.

Nós respeitamos todos por igual, porque acreditamos que respeito é sinônimo de empatia e que inspira respeito

**Nós acreditamos que a diversidade une e que o respeito transforma tudo ao nosso redor. Nós acreditamos que reconhecer a diversidade é nos conectar com o futuro.**

A diversidade nos torna únicos

Na Lunelli, o respeito nos une e a diferença nos engrandece!



Isabel Eccel Gogola, Corte e Andressa Rocha da Silva,  
Loja de Colaboradores. Unidade Vestuário - Guaramirim/SC

**Em 2023, daremos continuidade ao projeto buscando a evolução contínua dos aspectos de diversidade nas relações de trabalho, a fim de garantir um ambiente íntegro, positivo e que favoreça o desenvolvimento de todas as pessoas, independente de gênero, raça, idade, orientação sexual ou qualquer outra característica.**



Cicero Alves Vasconcelos, Costura.  
Unidade Nordeste - Maracanaú/CE



# Certificação ABVTEX

(GRI 412-1)

Somos certificados pela ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil) nas nossas unidades de confecção e malhas e tecidos e adotamos as premissas da certificação nas demais unidades da Lunelli. O selo foi criado em 2010 com classificação Ouro, Prata e Bronze e só é oferecido às indústrias que cumprem critérios como ambiente de trabalho higiênico e seguro, pagamento de horas extras em conformidade com convenção coletiva, recolhimento de FGTS e INSS, não ocorrência de trabalho infantil, forçado ou escravo, cumprimento de leis ambientais, entre outros temas relacionados à cadeia da moda.



# Gestão voltada para as pessoas

Comemoramos pelo segundo ano consecutivo, a conquista do selo Great Place To Work, um reconhecimento internacional que pontua as melhores empresas para se trabalhar. Além da certificação, entramos para o seleto ranking das 20 Melhores Empresas para se Trabalhar, na categoria Grandes Empresas de Santa Catarina.

Agora, estar no ranking das melhores entre as maiores empresas, representa uma realização ainda mais significativa para todos e celebra a sequência de conquistas, que são resultado de ações efetivas de uma gestão com foco nas pessoas.



O programa avalia, através de ferramenta on-line de pesquisa e diagnóstico, o clima organizacional das corporações, incluindo temas como credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem.

As respostas dos colaboradores evidenciaram pontos como o forte sentimento de orgulho, alta confiança na Alta Liderança, colaboradores que valorizam o crescimento profissional e equilíbrio entre vida pessoal e profissional, além de um ambiente de trabalho muito elogiado. Esse processo de consulta aos colaboradores nos permitiu identificar pontos de atenção em temas que estão sendo desenvolvidos pela Gestão de Pessoas e lideranças.

Na Lunelli, o cuidado vem de dentro para fora, por isso, acredita-se que quando a empresa cuida dos colaboradores, os times cuidam dos clientes, e os clientes cuidam da viabilidade do negócio, formando um ciclo virtuoso.



Acesse o vídeo no Qrcode



Melhores Empresas para Trabalhar<sup>™</sup>  
em Santa Catarina

Great Place To Work.

BRASIL 2022

## COMUNICAÇÃO ABERTA E TRANSPARENTE

Através da nossa comunicação com colaboradores, reforçamos nossa cultura e criamos ambientes mais inclusivos e colaborativos. Para garantir que todos os colaboradores estejam conectados com a Lunelli, divulgamos nossas informações, oportunidades, normas e orientações por meio dos seguintes canais:

- **Reuniões periódicas;**
- **Murais Físicos;**
- **E-mail;**
- **WhatsApp;**
- **Comunicação com Lideranças.**

Também adotamos uma comunicação clara e efetiva sobre qualquer mudança na empresa, respeitando prazos mínimos de adaptação dos nossos colaboradores. (GRI 402-1)

# Quem cuida, valoriza.

(GRI 401-2)

Contribuindo com a nossa missão de “Melhorar a vida das pessoas através de oportunidades, produtos e serviços”, em 2022 investimos e mantivemos diversos benefícios para nossos colaboradores. Entre eles destacamos:

- Eventos corporativos para celebrar 534 colaboradores que completaram entre 5, 10, 15, 20, 25 e 30 anos com a Lunelli;
- O Day Off no aniversário, onde o colaborador ganha um dia de folga no mês do seu aniversário;
- Participação de Resultados e Prêmio de Produção;
- Alimentação;
- Assistência Médica e Social;
- Capacitação e Desenvolvimento;
- Previdência Privada
- Comemorações em datas especiais;

Loja do Colaborador. Para aproximar cada vez mais nossas marcas dos nossos colaboradores, mantemos lojas físicas nas unidades de Guaramirim/SC e Maracanaú/CE e também a loja online, onde são comercializados produtos das marcas da Lunelli com uma política de preços especiais para o colaborador.



# Programa de conquista de resultados e prêmio de produção



Valorizamos nossos colaboradores através do **Programa de Conquista de Resultados (PCR) e do Prêmio de Produção**. O primeiro é pago em parcela única para os colaboradores de algumas unidades, enquanto o segundo é distribuído mensalmente às demais unidades. Os programas são baseados em pilares estratégicos que se mantêm alinhados com as diretrizes do planejamento orçamentário e têm o objetivo de compartilhar resultados obtidos ao longo do ano.



Em 2022, através dos programas, compartilhamos R\$ 20,4 milhões com nossos times.



# LunelliPrev

LunelliPrev é um plano de previdência complementar disponível para os colaboradores das unidades do Brasil. O programa reforça nossos valores e o olhar atento para cuidar de nossas pessoas.

Os participantes do plano realizam contribuições mensais, com valor conforme sua escolha, que é descontado na sua folha de pagamento. A Lunelli também realiza contribuições para o plano, como forma de auxiliar e motivar os participantes para a formação de sua poupança previdenciária. Os valores aportados pela empresa são divididos entre os participantes seguindo critérios igualitários.

O valor do benefício futuro de cada participante será resultado da capitalização das contribuições do participante e da empresa pela rentabilidade do plano, e o plano está estruturado de forma que esteja em permanente equilíbrio atuarial.

O plano é administrado por uma entidade de previdência complementar especializada na administração de planos de aposentadoria desde 1987.

Dada a relevância do tema, a Lunelli participa da governança deste parceiro. São ocupados por colaboradores e dirigentes da Lunelli, postos no Conselho de Patrocinadores, no Conselho Deliberativo, no Conselho Fiscal, no Comitê de Investimentos e no Comitê de Ética e Conduta. Estes são os órgãos responsáveis por estabelecer diretrizes e normas, fiscalizar e avaliar as operações da entidade.

**Em 2022, o plano contou com 3.669 participantes, com índice de adesão de 87,6%, um incremento de 4,6 p.p. em relação ao exercício anterior e com patrimônio total de R\$19,6 milhões.**

**LunelliPrev**  
A Previdência Privada da Lunelli



## PERFIL DOS CONTRIBUINTES

até 21 anos	22-29 anos	30-49 anos	mais 50 anos
10%	23%	58%	9%

A segurança financeira e o olhar para o planejamento financeiro, seja ele interno ou para a vida pessoal, está sempre em pauta. Acreditamos que temos um papel fundamental para influenciar positivamente nossos colaboradores e parceiros em geral.

Buscamos participar e levantar o tema de diferentes formas e com diversos stakeholders, como a realização de palestras sobre educação previdenciária para representantes comerciais nas reuniões de vendas das nossas marcas, assim como reuniões online para as lideranças para apresentação dos resultados do programa e para treinamento sobre o tema Finanças Comportamentais. Além de campanhas internas de engajamento e sensibilização.



# Desenvolvimento das pessoas

(GRI 404-2)

As pessoas que se conectam com a Lunelli encontram aqui uma oportunidade de evoluir e crescer. Promovemos cursos específicos para o desenvolvimento dos colaboradores de acordo com as necessidades e estratégias da organização, contemplando todas as unidades da Lunelli. Também apoiamos o desenvolvimento das pessoas com bolsas de estudos para cursos técnicos, graduação, pós-graduação e cursos de idiomas. **A iniciativa, que é direcionada pela Política de Concessão de Bolsas de Estudos, beneficiou 298 colaboradores, representando um investimento próximo a**

**R\$ 345 mil para a Lunelli** e proporcionando crescimento pessoal e profissional para as nossas pessoas.

Durante o ano de 2022 foram realizados treinamentos relacionados a atividades Operacionais, Comportamentais, Desenvolvimento de Lideranças, Segurança do Trabalho e através das formações pelo **Centro de Treinamento Abílio Lunelli, totalizando mais de 39 mil horas, com um investimento de R\$1,9 milhão.**

categoria	carga horária
Operacionais	6.846
Comportamentais	13.719
Centro de Treinamento Abílio Lunelli	7.271
Desenvolvimento de Lideranças	4.562
Segurança do Trabalho	7.457
<b>TOTAL DE COLABORADORES</b>	<b>39.855</b>

# Centro de treinamento Abílio Lunelli

Nos 7 anos de sua existência, o Centro de Treinamentos Abílio Lunelli atua na formação dos nossos colaboradores, com cursos ministrados em sua maioria pelo próprio time da Lunelli, potencializando um espaço de troca e crescimento mútuo.

O Centro de Treinamento tem o compromisso de compartilhar conhecimentos e boas práticas em prol de ensinamentos que agreguem valor à vida das pessoas, possibilitando aos colaboradores capacitações de caráter técnico e desenvolvimento de soft skills. Além da possibilidade de inspirar nossos alunos à busca contínua de desenvolvimento pessoal e qualificação profissional.

No ano de 2022 foram abertas 8 novas turmas do curso de Operador de Produção para as áreas de Costura, Malharia, Corte e Produto Acabado e Tinturaria, oportunizando aprendizado a 190 colaboradores.



CENTRO DE TREINAMENTO  
**Abílio Lunelli**



Formatura CT Abílio Lunelli.  
Unidade Nordeste - Maracanaú/CE

# Desenvolvimento de lideranças

Focado no desenvolvimento técnico e comportamental dos líderes, o programa de formação proporciona desenvolvimento contínuo dos gestores para atuarem na gestão do negócio, gestão de pessoas e em suas competências pessoais. No ano de 2022 foram abertas 5 novas turmas com a participação de 115 líderes ou potenciais lideranças.

## PROGRAMAS INOVAÇÃO E BOAS PRÁTICAS

Buscamos promover espaços para que nossos colaboradores se envolvam no desenvolvimento da empresa, compartilhando suas próprias ideias para melhoria de processos, porque acreditamos que esse movimento também contribui para o desenvolvimento individual.



### O PNI - Programa de Novas Ideias

É um programa formado por equipes de trabalho de diversos setores e presente nos três estados sendo eles (Santa Catarina, São Paulo e Ceará), tem sua existência desde 2007 e é uma importante ferramenta para melhorias dos processos e redução de custos, ganhos de produtividade, inovação e desenvolvimento dos colaboradores. O programa conta com 73 equipes de PNI, 365 colaboradores, 1245 ideias com um retorno de R\$ 3,8 milhões em 2022.



### O Programa SOL (Segurança, Organização e Limpeza)

É uma ferramenta utilizada para a conscientização e desenvolvimento de hábitos e atitudes dos colaboradores para melhorar o ambiente de trabalho, a qualidade dos produtos e serviços e, principalmente, a qualidade de vida das pessoas. O programa conta com 220 consultores.



Premiação Mostra PNI.  
Unidade Beneficiamentos - Corupá/SC



# Saúde e segurança no trabalho

(GRI 403-1 | 403-2 | 403-3 | 403-4 | 403-7)

Cuidar do bem-estar de nossas pessoas é uma premissa que nos direciona a cada dia. Através de diversas iniciativas, **buscamos promover o bem-estar, a segurança e a saúde de cada colaborador que faz parte da família Lunelli. Mantemos um sistema de saúde e segurança implementado em todas as unidades e lojas próprias da Lunelli**, que é conduzido por uma equipe técnica formada por médicos, enfermeiros do trabalho, engenheiros e técnicos de segurança. (GRI 403-8)

O sistema é formado por um mapeamento de riscos em saúde e segurança do trabalho que nos apoia na identificação e classificação de riscos – e, por consequência, nas áreas e unidades que demandam maiores cuidados para mitigação e promoção de ambientes seguros, de acordo com as normas regulamentadoras.



**Ferramentas importantes na promoção da saúde e segurança são as análises ergonômicas, o fornecimento de EPI's, a atuação da CIPA e da Brigada de Emergência. A CIPA é responsável por realizar inspeções setoriais de segurança**, visando à melhoria no ambiente de trabalho no que se refere à saúde e ao bem-estar dos colaboradores, além de promover campanhas e sensibilizações sobre segurança nos setores.



**A Brigada de Emergência conta com 430 colaboradores voluntários cobrindo todas as unidades, onde são treinados e capacitados para lidar com situações como combate a incêndio, acidentes de trabalho e vazamento de produtos químicos.** Todas as unidades também possuem sistema de proteção e combate a sinistros (saídas de emergência, extintores, hidrantes, luzes de emergência e pontos seguros) conforme previsto no PPCI – Projeto Preventivo de Combate a Incêndio – aprovado pelo Corpo de Bombeiros.

Os acidentes que ocorrem na Lunelli são registrados e gerenciados de duas formas: acidentes típicos, relacionados à atividade desenvolvida, e acidentes de trajeto, relacionados ao deslocamento do colaborador no trajeto casa-trabalho/trabalho-casa. Em ambos os casos, essas ocorrências são registradas e gerenciadas via plano de ações para evitar ou minimizar os riscos de reincidências. **Em 2022, os principais riscos e causas registradas foram relacionados a cortes superficiais e/ou pequenas perfurações, geralmente nos membros superiores.**

# Atendimento ambulatorial

Em 2022, foram realizados 16.933 atendimentos ambulatoriais em todas as unidades e regiões. Os atendimentos são distribuídos por tipo: Admissional, Periódico, Retorno ao trabalho, Consulta médica, Mudança de função e Demissional. Os atendimentos admissionais representam 36% do total realizado, seguido por consultas médicas e periódicos.

## SEGURANÇA PARA TERCEIROS

Para garantir condições seguras, mantemos um processo de monitoramento e acompanhamento de todos os fornecedores e terceiros que são contratados para realizar algum serviço nas nossas unidades.

Aplicamos as diretrizes da **Política de Segurança de Terceiros da Lunelli** e conforme o tipo de risco, **a atividade só poderá ser iniciada após a emissão de APR – Análise Preliminar de Riscos – e de PT – Permissão para Trabalho – documentos fornecidos pelo time Segurança do Trabalho**, monitorados através de uma plataforma de controle e gestão de documentos.

Cleiciane Ramos Sá, Costura.  
Unidade Nordeste – Maracanaú/CE

# Educação para a saúde e segurança



(GRI 403-5)

Entendemos que a segurança também depende do comportamento individual. Por isso, investimos em ações de treinamentos e sensibilizações dos colaboradores para ampliar o seu olhar de cuidado. Os Diálogos de Segurança são conversas curtas com os times que acontecem mensalmente, além de comunicações em nossos canais internos.

Outro movimento importante para sensibilizar e levar informação aos colaboradores são os exercícios de abandono de área geral. Conforme determinação da Instrução Normativa do Corpo de Bombeiros, cada unidade realiza 02 exercícios de abandono de área geral por ano, sendo um por semestre. Esses treinos servem como oportunidades para reforçar informações relevantes e comportamentos seguros que devem ser adotados em caso de situações emergenciais.

Além disso, ao receberem seus equipamentos de proteção individual, os colaboradores são treinados quanto à sua correta utilização. **Também são aplicados treinamentos específicos, em linha com as NRs 10, 11 e 35 para colaboradores que exercem atividades envolvendo altura, eletricidade e movimentação de materiais, com o uso de transpaleteiras ou empilhadeiras.**

Periodicamente realizamos treinamentos com os profissionais que operam máquinas e equipamentos sobre as medidas preventivas que devem adotar para uma operação segura. Todos os novos colaboradores acessam conteúdos e orientações para um comportamento seguro e saudável em sua integração. **Em 2022, registramos 7.457 horas de capacitações envolvendo temas de saúde e segurança.**



# Saúde e bem-estar

GRI 403-6)



Através do programa Viva Você promovemos o acesso a práticas e atendimentos que auxiliam na saúde e no bem-estar, como aulas de yoga, atendimento com nutricionista, psicólogo, grupos de corrida e fisioterapia.

Em 2022, tivemos **120 colaboradores participantes do Grupo de Corrida e 252 no Grupo de Yoga. Foram realizados 1.465 atendimentos com Fisioterapeuta e 502 atendimentos com Psicólogo.**

Outros benefícios de saúde oferecidos pela Lunelli incluem o plano de saúde, médico e dentista nas unidades, plano odontológico, ginástica laboral e alimentação balanceada nos restaurantes.

A ginástica laboral é realizada em parceria com uma empresa especializada, atendendo todas as unidades e os setores produtivos. Em 2022, realizamos **7.140 aulas de ginástica laboral**. Nesse momento de pausa, aproveitamos para repassar informações sobre saúde e bem-estar.

Disponibilizamos alimentação preparada com cuidado e carinho. Em nossas unidades, a refeição é elaborada com acompanhamento de nutricionistas e seguindo o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT). **Em 2022, foram servidas 862.402 refeições.**



Aula de Yoga,  
Unidade Avaré/SP

# Fornecedores

(GRI 102-9)

Buscamos manter uma atuação próxima à rede de parceiros de maneira a influenciar condutas responsáveis no processo de aquisição e fabricação. Para isso, adotamos uma gestão estratégica da cadeia de suprimento, apoiada em uma Política de Compras que norteia nossa atuação nos processos de negociação e contratação de fornecedores. Atualmente, dividimos nossos parceiros em dois grandes grupos, os nacionais e internacionais, e em subgrupos, como **Fios, Malhas e Tecidos, Facções terceiras, Químicos e auxiliares, Aviamentos, Embalagens, Sourcing e Prestadores de serviço.**

O relacionamento com nossos fornecedores internacionais é conduzido pela unidade especializada em importações. Buscamos soluções de produtos e matérias-primas em linha com os nossos valores e compromissos socioambientais.



# Homologação de parceiros

(GRI 308-1 | 412-1 | 414-1)

Atuamos em prol de uma cadeia da moda justa e responsável. Por isso, estamos buscando evoluções nos nossos processos de homologação e rastreabilidade da cadeia. Sabemos que, como um elo forte nessa rede, temos um papel importante de influência na adoção de boas condutas, que respeitem as legislações ambientais e sociais vigentes e contribuam para a construção de ambientes seguros, livres de trabalho forçado, análogo a escravo ou infantil.

No processo de homologação de fornecedores para a Unidade de Beneficiamento Lunelli, adotamos critérios específicos para o fornecimento de químicos. Essa categoria de parceiros é considerada crítica sob o ponto de vista social e ambiental, sendo que 100% desses fornecedores são monitorados via documentação para assegurar o cumprimento de normas e leis nacionais. (GRI 308-2)

Adotamos contratos com os fornecedores de prestação de serviços – documentos que estabelecem cláusulas determinando o cumprimento de leis relacionadas a relações de trabalho e impacto ambiental.

Para as confecções, que realizam etapas do processo de produção, efetuamos auditorias presenciais com verificações dos requisitos de qualidade e das boas práticas socioambientais adotadas pelo fornecedor.

Para confecções nos apoiamos nas demandas geradas no modelo private label, sendo 100% certificadas ABVTEX.

Também estamos cada vez mais atentos a parceiros que, como nós, buscam por soluções com menor impacto ambiental. Em 2022, 85% das boninas de fio utilizadas foram recicladas e 100% dos tubos de PVC que dão suporte ao rolo de malha foram reciclados ou reutilizados.

**No ano também adquirimos fios para produção de malha com certificação BCI – Better Cotton Initiative – um volume equivalente a 100% do total comprado em 2022.**

A BCI é uma iniciativa que certifica práticas sociais e ambientais justas e responsáveis na cadeia do algodão. **Para viscose, 94% do volume compra possui certificação de boas práticas socioambientais.**

Para ampliar nosso impacto positivo na cadeia de valor, também desenvolvemos o Código de Conduta para Fornecedores em 2022. No documento, recomendamos que nossos fornecedores, prestadores de serviços, terceiros e parceiros em geral utilizem sua própria rede de fornecimento para difundir e consolidar os requisitos, parâmetros e boas práticas.

**O Código está organizado em 3 temas principais, que são: Meio Ambiente, Social e Governança. Além da estrutura ESG, Código de Conduta para Fornecedores e Parceiros em geral apresenta quais ODS ou Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU, estão vinculados com cada tema. O documento será comunicado e distribuído à cadeia de fornecimento durante o ano de 2023.**

Essa evolução trará melhorias ao nosso processo de homologação de parceiros, com foco em estabelecer vínculos fortes e valorizar empreendedores da cadeia da moda que compartilham dos nossos valores.

# Comunidade

(GRI 413-1)

Melhorar a vida das pessoas faz parte da nossa missão e vivenciamos isso através dos vínculos que estabelecemos nas regiões próximas às nossas operações. Levamos a nossa cultura do cuidado de dentro para fora através de apoios, doações e ações de voluntariado em projetos que contribuem para o desenvolvimento das comunidades.

A estratégia de investimentos está focada em iniciativas que fortaleçam os temas educação, cidadania e ecologia, com trabalhos voltados à formação individual, cuidados com a primeira infância e valorização da cultura local e do meio ambiente.

## INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE

Em 2022 doamos mais de R\$ 1,7 milhão para projetos e instituições, sendo R\$ 927 mil em ações diretas e R\$ 818 mil em aportes via leis de incentivo.



## DESTAQUES DO INVESTIMENTO SOCIAL

### PRESERVAR É AMAR PROJETO ENTRELAÇOS



O Entrelaços foi a realização de uma mostra itinerante do espetáculo "A Princesa Margarida - um musical brincante" da Cia de teatro Metamorphose, de contação de histórias e ludicidade nas escolas municipais para alunos do Fundamental I do 1º ao 5º ano de Guaramirim, Corupá e Luiz Alves. Foram atendidas mais de 25 escolas de maio a agosto, com apresentações semanais, tendo mais de **3.500 alunos envolvidos**.





## OUTUBRO ROSA

Realizamos a doação de mais de 70 exames de mamografia para colaboradoras da unidade Nordeste, em Maracanaú/CE. A doação foi direcionada às colaboradoras com 40 anos ou mais, para incentivar a realização do exame e conscientização em relação ao Outubro Rosa.

O apoio à realização de exames para colaboradoras e para a comunidade vem sendo realizada desde 2019, em que foram doados 200 exames para a região de Guaramirim e Jaraguá do Sul, contemplando colaboradoras e comunidade através da Rede Feminina. Em 2021, realizamos a doação de 100 exames para colaboradoras da unidade de Avaré/SP e a Secretaria Municipal de Saúde do município recebeu o equivalente a 200 exames para comunidade. O apoio em 2022 para a unidade e colaboradoras da unidade de Maracanaú/CE reforçou o compromisso com a causa e cuidado com a saúde da mulher.

Ainda no mês de Outubro Rosa, a Lez a Lez - nossa marca de moda feminina Urban Beach - lançou a campanha aMAR-se, convidando a cantora Amanda Coronha para interpretar uma música feita especialmente para a ocasião, falando sobre a força do amor próprio. Para conectar o conceito da campanha com a essência da marca, a artista plástica Juliana Tang criou uma tela retratando o mar em tons de rosa.

## HOSPITAL SÃO JOSÉ

Com foco no apoio ao atendimento à saúde, realizamos a doação de R\$500.000,00 para o Hospital São José de Jaraguá do Sul, como apoio à Fase 4 do Plano Diretor.



Marcio Bertoldi, Diretor Comercial e Maurício J. Souto-Maior, Diretor Geral do Hospital São José de Jaraguá do Sul.



## EMPRESA AMIGA DOS BOMBEIROS



A Lunelli sempre apoiou entidades de atendimento à comunidade, como o Corpo de Bombeiros. Em 2022, mantivemos o apoio em diversas localidades, como investimento para aquisição de equipamentos e estrutura para melhor atender a comunidade em Santa Catarina, através do programa Empresa Amiga dos Bombeiros Voluntários. Além disso, concretizamos o apoio para aquisição de um caminhão de combate para a cidade de Minga Guazú, no Paraguai.

## INSTITUTO BRAUDEL

O incentivo à leitura e ao desenvolvimento faz parte do nosso compromisso social, de dentro para fora. Através do Instituto Braudel, realizamos o Círculo de Leitura, com 02 grupos de colaboradores na Unidade Nordeste, localizada em Maracanaú/CE. Nos encontros, foram realizadas a leitura e discussão dos textos em grupo, promovendo a reflexão e o desenvolvimento.



# Projetos incentivados apoiados pela Lunelli

## REGIÃO SUL

- **Lei de Incentivo à Cultura | R\$ 75 mil:** Projeto We Light Floripa e Livro O Jeans do Brasil;
- **Lei de Incentivo ao Esporte | R\$ 18,7 mil:** Selete Esporte Clube, Selete Saúde e Associação de Surf Praias de Itajaí - Down Festival;
- **Fundo da Infância e Adolescência - FIA | R\$ 18,7 mil:** Hospital Nossa Senhora da Conceição de Tubarão e APAE de Jaraguá do Sul;
- **Fundo dos Direitos da Pessoa Idosa | R\$ 18,7 mil:** Hospital São José - Projeto 60+.

## REGIÃO NORDESTE

- **Lei de Incentivo à Cultura | R\$ 345,6 mil:** Territórios da Leitura e Festival Internacional de Música Instrumental do Ceará;
- **Lei de Incentivo ao Esporte | R\$ 86,4 mil:** Escolinha de Triathlon de Maracanaú, Escolinha de Triathlon de Fortaleza e Escolinha de Futebol Menina Olímpica;
- **Fundo da Infância e Adolescência - FIA | R\$ 86,4 mil:** Fundação Terra;
- **Fundo dos Direitos da Pessoa Idosa | R\$ 86,4 mil:** Instituto IDEAR com projeto Chá Tecnológico e Instituto Casa Sábios.



Lizete Arenhart Caleffi, Costura.  
Unidade Vestuário - Guarimir/SC



# Programa de voluntariado Bem do Nosso Jeito

Uma das ações que marca todos os anos o voluntariado da empresa é a arrecadação de cestas especiais de Natal. Além dos itens básicos de uma cesta básica, incluímos também chocolate, balas e itens de higiene pessoal como papel higiênico, creme dental e sabonete.

A iniciativa aconteceu em todas as unidades do Brasil e Paraguai, somando 600 cestas – 156% a mais que em 2021. Com isso, foram totalizadas 7,9 toneladas de alimentos, em um aumento de 172% do volume arrecadado em 2021.

A arrecadação foi entregue pelos voluntários a associações e instituições com atuação nas comunidades locais.

Além da ação tradicional, os voluntários também participaram de ações pontuais, como pedágios para arrecadação de recursos, campanha de agasalhos e outras ações de apoio promovidas pela empresa e pelo Núcleo de Voluntariado Corporativo da ACIJS.



## MODA PARA TODOS – ALAKAZOO

Estamos unidos por uma linguagem universal: o sorriso! A Alakazoo lançou o movimento Moda para Todos, através de **pijamas inclusivos que estimulam os sentidos**, com aplicações e texturas para o desenvolvimento motor e da criatividade para todas as crianças.

Criamos um livro infantil contando a história de Zoo, um cachorrinho cadeirante que encontra um lugar mágico, onde tudo é possível e diferente. Essa linda história está disponível em versão digital e o audiobook, você pode acessar com o QR CODE ou no link [alakazoo.com.br/modaparatodos](http://alakazoo.com.br/modaparatodos)

Também **doamos 5 mil livros ilustrados e em braile** para instituições que apoiam a causa da Pessoa com Deficiência visual.



## DESFILE MODA EFICIENTE

**A Lunelli apoia movimentos e iniciativas** que têm como **foco o ser humano e as comunidades em geral.**

Estivemos presente no Moda Eficiente, um desfile de moda adaptado para Pessoas com Deficiência (PcD).

O projeto, desenvolvido junto à Secretaria Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência, contou com **aprendizes da Lunelli que confeccionaram as roupas usadas no evento.**





Reconhecemos nosso papel na construção de um mundo melhor e estamos na busca por ampliar soluções na produção e na inovação de produtos que reduzam os potenciais impactos sobre o meio ambiente.

GERAÇÃO DE VALOR

# ambiental

Vanderlei de Almeida, Utilidades.  
Unidade Beneficiamentos - Corupá/SC

# Operações responsáveis

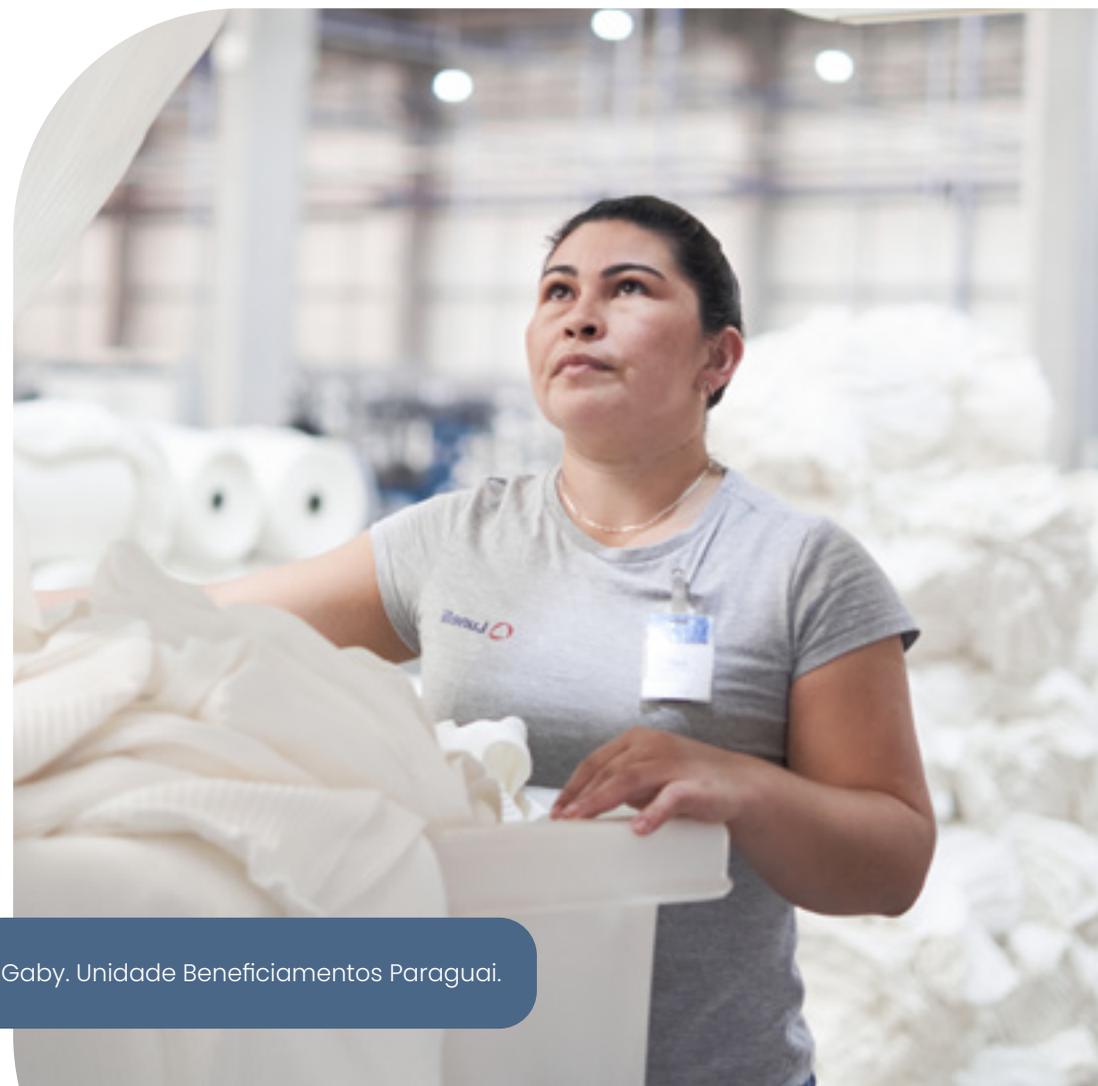
(GRI 102-11)

Através das nossas operações, temos a responsabilidade e a oportunidade de reduzir impactos ambientais negativos e integrar melhorias em máquinas, processos, tecnologias, consolidando uma estratégia voltada a promover ciclos mais inteligentes no uso de recursos naturais. **O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) da Lunelli concentra maior atuação nas unidades com processos de beneficiamento de malha e tecidos, como tingimento e lavanderias, onde também estão concentrados os maiores riscos e impactos ambientais.**

Os indicadores ambientais são monitorados mensalmente e a partir desse controle, são definidos planos de ação para correções e melhorias, sempre que necessário. Também atuamos com análises de riscos e auditorias internas e externas para aprimorar processos e garantir confiabilidade das informações. Nas demais unidades da Lunelli, aplicamos controles ambientais, como de energia consumida, água captada e resíduos gerados.

Outra frente que apoia a Gestão Ambiental é o sistema Lean, que tem como principal objetivo criar uma cultura organizacional com foco na redução dos desperdícios e despesas desnecessária, maximizando recursos. A equipe Lean é formada por colaboradores convidados e multi-setoriais que atuam como coordenadores de projetos formando equipes temporárias para a implantação dos projetos nas áreas produtivas. **No ano de 2022 tivemos um ganho de R\$ 1,9 milhão em retornos e 20 projetos implantados.**

As principais iniciativas da empresa estão relacionadas ao uso de tecnologias para redução de consumo de água, tratamento de efluentes de acordo com normas vigentes, economia de energia, separação, reutilização e destinação correta de resíduos, além da redução de desperdícios. Ao longo do ano não registramos nenhuma irregularidade ou sanção ambiental significativa. Para 2023, vamos ampliar o monitoramento de emissões de gases efeito estufa emitidos em nossas operações e avaliar uma estratégia para compensação. (GRI 307-1)



# Materiais

(GRI 301)

Monitoramos o volume dos principais materiais que consumimos nas unidades de confecção com o propósito de apoiar esse olhar para a redução de desperdícios e melhor uso de todos os recursos. Estamos buscando soluções para ampliar nosso portfólio de materiais provenientes de reciclagem nos próximos anos, garantindo a nossa qualidade com menor impacto ambiental.

O reaproveitamento de materiais, no entanto, tem sido um ponto de maior atenção para a Lunelli. Em 2022, enviamos 2.045 toneladas de resíduos têxteis para reciclagem. Parte desses materiais foram reciclados no programa Moda Circular, onde são transformados em fios novamente e voltam ao processo produtivo. Uma iniciativa que impulsiona o nosso movimento em direção à economia circular.

Um processo semelhante já é realizado há muitos anos na Lunelli com os resíduos plásticos, que são coletados por empresa parceira, processados, transformados em polietileno e reintegrados na fabricação de embalagem plástica que protegem os rolos de malhas da Lunelli. Assim como, buscamos reutilizar e consumir bobinas plásticas recicladas e tubos de PVC, que dão suporte ao rolo de malha.



# Água

(GRI 303-1 | 303-3 | 303-5)

O ciclo da água na indústria têxtil é de extrema importância para a sustentabilidade na moda. Aqui na Lunelli controlamos e gerenciamos a captação, o uso no processo e o descarte do efluente gerado, buscando sempre a redução do consumo e a ecoeficiência.

Os processos de beneficiamento, tinturaria e estamparia são os maiores consumidores de água dentro do nosso ciclo de produção. Por isso, **adotamos nesses processos um olhar especial para a redução de consumo.**

Na unidade de Beneficiamentos a principal fonte de captação de água é o Ribeirão Grande do Norte. **Em 2022, registramos um consumo de 86,7 Litros/Kg de malha produzida. Nas demais unidades, o recurso é usado de forma doméstica, como em banheiros e restaurantes.** (GRI 303-4)

## Consumo de água de abastecimento e captação (megalitros) (GRI 303-3)

	2020	2021	2022
<b>Água de abastecimento e captação – Negócio Confecção</b>	20,10	21,30	43,86*
<b>Água de abastecimento e captação – Negócio Malhas e Tecidos</b>	772,90	944,50	1.244,84

\*Consumo de água considerando captação por água de poço, não inclusa no monitoramento dos anos anteriores.

## Captação total de água por fonte (megalitros)

	2022
<b>Captação – Negócio Confecção</b>	43,86
Consumo total de água de abastecimento de concessionárias	20,54
Consumo total de água captada	0,00
Consumo total de água poço	14,98
<b>Captação – Negócio Malhas e Tecidos</b>	1.244,84
Consumo total de água de abastecimento de concessionárias (litros)	11,66
Consumo total de água captada	1.233,17
Consumo total de água poço	0,00

Cuidar da água, é cuidar do futuro. Por isso investimos em nossos processos com ciclos mais produtivos e ecoeficientes. **Somos a maior Estamparia Digital do Brasil, com 8,7 milhões de metros de malhas e tecidos estampados digitalmente, com processo de menor impacto para o meio ambiente com a redução do uso de água em 15% em comparação a estamparia rotativa.**

# Efluentes

(GRI 303-2 | 303-4)

Na unidade de Beneficiamentos, adotamos um sistema de tratamento biológico e físico-químico para 100% dos efluentes gerados na planta, atendendo a todos os padrões e legislações vigentes. O sistema tem capacidade de tratamento de 200 m<sup>3</sup> de efluentes por hora.

**Em 2022, registramos uma geração de efluentes de 72,4 Litros de efluente/Kg de malha produzida, um reflexo da maior captação de água decorrente de aumentos de produção.**

Além de seguir padrões de qualidade e as regulamentações locais no processo de descarte, adotamos a prática de captação de água para o processo em ponto após o descarte do efluente, diminuindo o impacto ambiental no corpo hídrico.

## Geração de efluentes (megalitros) (GRI 303-4)

	2020	2021	2022
<b>Efluentes - Negócio Confecção</b>	1,23	1,74	2,55
<b>Efluentes - Negócio Malhas e Tecidos</b>	746,78	925,88	1.039,98



# Resíduos



(GRI 306-1 | 306-2)

Evoluímos nossa gestão de resíduos através do PGRS-Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos para 100% das nossas unidades, garantindo a correta separação e destinação de todos os resíduos que geramos. Em 2022, reduzimos em 3% a geração de resíduos totais para todas as unidades e aumentamos em 5% o envio de resíduos para Reciclagem.

## Geração de resíduos (toneladas) (GRI 306-3 | 306-4 | 306-5)

	2020	2021	2022	
<b>Resíduos NÃO perigosos</b>	<b>TOTAL RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b>	<b>6.838,70</b>	<b>9.358,59</b>	<b>9.138,65</b>
	<b>Reciclagem* - Negócio Malhas e Tecidos</b>	992,85	1.129,52	1.172,84
	<b>Reciclagem* - Negócio Confecção</b>	1287,88	1764,972	1.104,04
	<b>TOTAL ENVIADO PARA RECICLAGEM</b>	<b>2.280,73</b>	<b>2.894,50</b>	<b>3.026,83</b>
	<b>Aterro Industrial** - Negócio Malhas e Tecidos</b>	2.761,20	3.582,84	2.706,50
	<b>Aterro Industrial** - Negócio Confecção</b>	315,72	340,56	627,95
	<b>TOTAL ENVIADO PARA ATERRO</b>	<b>3.076,92</b>	<b>3.923,40</b>	<b>3.334,45</b>
	<b>TOTAL ENVIADO PARA OUTROS DESTINOS (coprocessamento, tratamento térmico, incineração)</b>	<b>1.481,06</b>	<b>2.540,69</b>	<b>2.777,37</b>
<b>Resíduos perigosos</b>	<b>TOTAL RESÍDUOS PERIGOSOS</b>	<b>236,88</b>	<b>363,61</b>	<b>333,19</b>
	<b>Aterro Industrial** - Negócio Malhas e Tecidos</b>	134,41	241,04	280,89
	<b>Aterro Industrial** - Negócio Confecção</b>	36,49	60,60	37,25
	<b>TOTAL ENVIADO PARA ATERRO</b>	<b>170,90</b>	<b>301,64</b>	<b>318,14</b>
	<b>TOTAL ENVIADO PARA OUTROS DESTINOS (coprocessamento, tratamento térmico, incineração)</b>	<b>65,98</b>	<b>61,97</b>	<b>15,05</b>
<b>TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS*** (toneladas)</b>		<b>7.075,58</b>	<b>9.722,20</b>	<b>9.471,84</b>

\*Os reciclados compreendem principalmente resíduos têxteis, plásticos e papel/papelão.

\*\*São encaminhados para aterro industrial resíduos como lodo, cinzas, orgânicos e contaminados.

\*\*\*Total de resíduos gerados, considerando resíduos não perigosos totais e perigosos totais, além dos apresentados de forma estratificada como Reciclagem e Aterro Industrial, como coprocessamento, incineração e tratamento térmico. Todos os resíduos são destinados para disposição final fora das unidades da Lunelli.

Por entender nossa responsabilidade pelas embalagens usadas para proteção e envio dos produtos ao consumidor, e que acabam sendo descartadas, mantivemos uma parceria para a compensação desses resíduos. Através desse modelo, promovemos o investimento em cooperativas para potencializar processos de reciclagem.

Em 2022, ampliamos nosso olhar para a economia circular da roupa, oferecendo pontos de descarte e de coleta para consumidores, em algumas de nossas lojas. Realizamos uma parceria com a TROC, empresa do Grupo Arezzo & CO que atua para ressignificar a cultura de consumo e gerar impacto positivo, fomentando a Moda Circular, promovendo a compra e a venda de roupas e acessórios usados em ótimo estado. Com uma curadoria inteligente e responsável, a seleção da plataforma é especializada em peças secondhand de qualidade e de marcas de moda premium e luxo. A parceria foi realizada com lojas próprias da marca Lez a Lez com o objetivo de garantir uma destinação inteligente às peças com menor impacto ambiental no pós-consumo.

# TROC





# Energia

A matriz energética da Lunelli é formada principalmente por energia elétrica adquirida pelo mercado livre, gás natural, usado em máquinas e cavaco de madeira reflorestada, destinado para as caldeiras. Contamos também com uma iniciativa de captação de energia solar na Unidade onde está concentrada a estrutura de importação. Em 2022, o percentual de geração média foi de 23% do consumo total.

O maior consumo de energia se concentra na Unidade Beneficiamentos, por isso buscamos otimizar processos com maior foco nessa planta. Os trocadores de calor são sistemas importante para ampliar a eficiência energética do processo produtivo. A iniciativa promove o reaproveitamento dos efluentes que saem aquecidos dos processos de tingimento como fonte de calor para a água que entra no mesmo processo, através de trocadores de calor. Este processo reduz a demanda por outros combustíveis, que seriam necessários para o aquecimento da água usada.

Nos últimos anos potencializamos a eficiência e produtividade de máquinas de acabamento, em termos de ajuste e secagem de malha.

## Consumo de energia (GRI 302-1)

### Negócio Malhas e Tecidos

	2020	2021	2022
<b>Energia elétrica (kW.h)</b>	15.420.135	18.467.127	25.054.025*
<b>Cavaco (m³)</b>	57.377,00	74.691,00	88.348,30
<b>Quilos de cavaco considerando densidade 0,350 (kg/m³)</b>	20.081,95	26.141,85	30.921,80
<b>Gás natural (Nm³)</b>	4.229.626,00	5.077.445,00	4.655.910,00

### Negócio Confecção

	2020	2021	2022
<b>Energia elétrica adquirida (kWh)</b>	7.070.047	8.306.979	6.190.336*
<b>Combustíveis fósseis - óleo diesel (litros)</b>	20.150	25.000	26.000
<b>Gás Natural (m³)</b>	61.366	90.994	80.496

Para melhorar a eficiência em iluminação, realizamos a troca de lâmpadas de vapor metálico e vapor de sódio de 400W para LED de 03 unidades. O consumo energético e geração de calor das lâmpadas era superior em relação as lâmpadas de LED que, além de garantir uma melhor iluminação, também reduziram o consumo total de energia elétrica.



## ILUMINAÇÃO NATURAL

Para reduzir o consumo de energia elétrica contamos com um sistema de iluminação natural com telhas translúcidas. São no total de 94 Domus instalados, somando uma área total de 286,23m² de iluminação natural. Gerando cerca de 3.594 Lux ou o equivalente a 1.061,04 Watts.

# Moda consciente



Adotamos práticas de menor impacto ambiental para produtos com parceiros e iniciativas positivas.



## ALGODÃO RECICLADO

Menor impacto do início ao fim

Uma iniciativa importante, que consolida nosso movimento em direção a negócios cada vez mais sustentáveis é o movimento Moda Circular com produtos feitos a partir de fibras têxteis recicladas.

A produção das peças começa pela coleta dos resíduos têxteis que é realizada por uma empresa parceira especializada, que separa o material conforme a cor e aplica os processos de desfibragem e cardagem. O resultado é uma fibra pronta para fiação. O material volta para o processo de produção: tecelagem, lavanderia, corte, molde e confecção. Na etapa de lavanderia adotamos tecnologias que garantem a redução de até 80% no consumo de água comparado ao processo convencional.

No ano de 2022, foram enviadas mais de 2.045 toneladas de resíduos têxteis para parceiro que realiza o processo de desfibragem, incentivando a economia circular.

**incluindo nas suas coleções peças feitas com 69% de algodão reciclado na composição.**

## ALGODÃO RESPONSÁVEL | Menor impacto do início ao fim

A BCI – Better Cotton Initiative é uma associação sem fins lucrativos que existe para tornar a produção global do algodão melhor para quem o produz, para o meio ambiente onde é produzido e para o futuro do setor. Movidos pela missão de melhorar a vida das pessoas por meio de oportunidades, produtos e serviços, a Lunelli se uniu à BCI e ao movimento brasileiro Sou de Algodão para produzir peças cada vez mais sustentáveis, que vão ao encontro dos valores da empresa.



## ALGODÃO COLORIDO | Menor impacto desde a origem

A malha Algodão Natural Colors é confeccionada com fios de algodão que são cultivados coloridos, e quando misturados com as fibras cruas, criam diferentes tonalidades de tons terrosos. O formato de cultivo reduz o uso de corantes e químicos em processos de tingimento, que deixam de ser aplicado.

## COLEÇÃO COLORS | Ecoeficiência

As camisetas da linha Colors passam por um processo de tingimento em lavanderia, sob demanda do pedido realizado. Reduzimos o consumo de corantes, sais, ácidos e auxiliares presentes no processo de tingimento, contribuindo ecologicamente em toda cadeia têxtil.



## **ECODENIM | Reduzimos o consumo de água**

No processo convencional de acabamento na etapa de lavanderia de uma calça jeans, utilizava-se 25 litros de água. Atualmente, com a adoção de tecnologias inovadoras são necessários apenas 250 ml, ou seja, 1 copo de água gerando uma redução de até 99% de consumo. Além disso, usamos ozônio, produtos biodegradáveis, biopolimento e reutilizamos a água envolvida neste processo.

Também aplicamos laser para fazer os efeitos de “desgastes” do jeans, substituindo processo de lavanderia com água e produzindo uma peça com técnicas mais limpas e livres de produtos químicos.



## **ECOVERO | Fibra de viscose mais sustentável**

Somos a primeira empresa do Brasil a usar a fibra de viscose LENZING™ ECOVERO™, que é desenvolvida seguindo rígidos padrões ambientais que garantem uma produção responsável. A madeira e a celulose são de manejo sustentável e florestas certificadas e o consumo de água é 50% menor em comparação com a viscose convencional.

Através de QRCode é possível monitorar desde a produção até o destino da fibra, certificando que todas as etapas estão alinhadas às normas de sustentabilidade da Lenzing.

## **SACOLA BIODEGRADÁVEL | Embalagens com menor impacto**

Na marca Lez a Lez adotamos embalagens desenvolvidas a partir da reação química de álcool polivinílico e amido vegetal. O material é resistente para o armazenamento e proteção da peça, assegurando menor impacto no pós-consumo: dissolve em água quente ou pode ser aplicado em processo de compostagem. Com uma pegada de impacto menor, 1 kg do material sequestra a emissão de 2 a 6 kg de CO<sup>2</sup> enquanto matéria prima.



# Ø ZDHC

## ZDHC I Menos químicos perigosos

Em 2019, implementamos o ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). O programa visa zerar o uso de químicos perigosos na indústria têxtil em processos como tingimento, acabamento e estamparia. Realizamos várias adequações, como a troca de produtos utilizados por alternativas livres das substâncias listadas no programa na etapa do Beneficiamento. Finalizamos o ano de 2022 com 53,5% dos produtos químicos adequados ao ZDHC, atingindo a meta de 40% de adequação. Para 2023, iremos manter o programa e avançar na adequações junto aos nossos fornecedores e parceiros.



## SOMOS APOIADORES DA MODA BRASILEIRA

A Lunelli faz tudo com o coração, desde as suas criações até o incentivo de novos talentos. Através de apoios e patrocínios a novos estilistas que fazem parte de projetos e eventos como São Paulo Fashion Week e London Fashion Week, a Lunelli ajuda a aproximá-los do mercado da moda.



## SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL CERTIFICADO I Processo certificado

A Lunelli é certificada desde 2006 na norma NBR ISO 14001:2015 pela certificadora internacional BRTÜV. O Sistema de Gestão Ambiental possui uma função importante: promoção dos impactos ambientais positivos e, por consequência, a redução e mitigação dos impactos ambientais negativos do processo produtivo.

## APOIO DENIM CITY I Parcerias de impacto

A Lunelli é parceira do DENIM CITY que tem a proposta de conectar diversos pontos da cadeia produtiva do jeans e criar um hub de iniciativas de inovação, sustentabilidade e tecnologia.





PARA LER E ENTENDER

# O relatório

# Relatório

Este é o quarto Relatório Anual de Sustentabilidade da Lunelli, importante documento para comunicação com nossos stakeholders e um reforço na evolução da transparência e na forma de relatar nossos resultados. Esta é a segunda edição com a integração às normas GRI Standards, na opção Essencial, metodologia reconhecida mundialmente e que apoia empresas na melhor escolha e definição do escopo das informações apresentadas. (GRI 102-54)

Este relatório compreende as principais conquistas, resultados e perspectivas futuras relacionadas aos temas prioritários definidos na Matriz de Materialidade da empresa, bem como informações relevantes sobre a história, modelo de gestão e negócio e desempenho financeiro da organização, sem verificação externa independente. **O relato inclui as informações de todas as operações e unidades da Lunelli de 01 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2022.** (GRI 102-45 | 102-46 | 102-50 | 102-56).

Os nossos relatórios são publicados anualmente, com edição anterior lançada em 2022 e estão disponíveis para acesso público no site [www.lunelli.com.br](http://www.lunelli.com.br), no menu "Sustentabilidade". (GRI 102-51 | 102-52)

Tem feedbacks, dúvidas ou sugestões sobre este relatório? Encaminhe-nos através da área de contato do nosso site ou através do e-mail [sustentabilidade@lunelli.com.br](mailto:sustentabilidade@lunelli.com.br). (GRI 102-53)

**[Clique aqui e acesse os outros relatórios da Lunelli](#)**



# Sumário GRI

(GRI 102-55)

GRI	DESCRIÇÃO	OBSERVAÇÕES
102-1	Nome da organização	Página 03
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	Página 15
102-3	Localização da sede da organização	Página 12
102-4	Local de operações	Página 12
102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	Página 31
102-6	Mercados atendidos	Página 15
102-7	Porte da organização	Página 14, 48
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Página 58
102-9	Cadeia de fornecedores	Página 28, 29, 75
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Página 28 e 29
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	Página 84
102-12	Iniciativas externas	Página 42
102-13	Participação em associações	Página 42
102-14	Declaração do mais alto executivo	Página 05
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Página 34
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	Página 09 e 38
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes à ética	Página 38

<b>102-18</b>	Estrutura de governança	<b>Página 32</b>
<b>102-40</b>	Lista de grupos de stakeholders	<b>Página 41, 45</b>
<b>102-41</b>	Acordos de negociação coletiva	<b>Página 41, 60</b>
<b>102-42</b>	Identificação e seleção de stakeholders	<b>Página 41, 45</b>
<b>102-43</b>	Abordagem para engajamento de stakeholders	<b>Página 41, 45</b>
<b>102-44</b>	Principais preocupações e tópicos levantados	<b>Página 45</b>
<b>102-45</b>	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	<b>Página 97</b>
<b>102-46</b>	Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	<b>Página 97</b>
<b>102-47</b>	Lista de tópicos materiais	<b>Página 45</b>
<b>102-50</b>	Período Coberto pelo Relatório	<b>Página 97</b>
<b>102-51</b>	Data do relatório anterior mais recente ou informar que é o primeiro	<b>Página 97</b>
<b>102-52</b>	Ciclo de emissões de relatórios	<b>Página 97</b>
<b>102-53</b>	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	<b>Página 97</b>
<b>102-54</b>	Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI	<b>Página 97</b>
<b>102-55</b>	Sumário de Conteúdo GRI	<b>Página 98</b>
<b>102-56</b>	Verificação externa	<b>Página 97</b>
<b>103-1</b>	Explicação do tópico material e seu Limite	<b>Página 45</b>
<b>103-2</b>	Forma de gestão e seus componentes	<b>Página 45</b>
<b>103-3</b>	Avaliação da forma de gestão	<b>Página 45</b>
<b>201-1</b>	Valor econômico direto gerado e distribuído	<b>Página 48, 49, 50</b>
<b>203-1</b>	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	<b>Página 49</b>
<b>205-1</b>	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	<b>Página 35</b>
<b>205-2</b>	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	<b>Página 36</b>

<b>301</b>	Materiais utilizados	<b>Página 85</b>
<b>302-1</b>	Consumo de energia dentro da organização	<b>Página 91</b>
<b>303-1</b>	Interações com a água como um recurso compartilhado	<b>Página 86</b>
<b>303-2</b>	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	<b>Página 87</b>
<b>303-3</b>	Captação de água	<b>Página 86</b>
<b>303-4</b>	Descarte de água	<b>Página 87</b>
<b>303-5</b>	Consumo de água	<b>Página 86</b>
<b>306-1</b>	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	<b>Página 88</b>
<b>306-2</b>	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	<b>Página 88</b>
<b>306-3</b>	Resíduos Gerados	<b>Página 88</b>
<b>306-4</b>	Resíduos não destinados para disposição final	<b>Página 88</b>
<b>306-5</b>	Resíduos destinados para disposição final	<b>Página 88</b>
<b>307-1</b>	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	<b>Página 84</b>
<b>308-1</b>	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	<b>Página 76</b>
<b>401-2</b>	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral	<b>Página 65</b>
<b>402-1</b>	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	<b>Página 64</b>
<b>403-1</b>	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	<b>Página 71</b>
<b>403-2</b>	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	<b>Página 71</b>
<b>403-3</b>	Serviços de saúde do trabalho	<b>Página 71</b>
<b>403-4</b>	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação referentes a saúde e segurança do trabalho	<b>Página 71</b>
<b>403-5</b>	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	<b>Página 73</b>
<b>403-6</b>	Promoção da saúde do trabalhador	<b>Página 74</b>
<b>403-7</b>	Prevenção/mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho vinculados com relações de negócios	<b>Página 71</b>

<b>403-8</b>	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	<b>Página 71</b>
<b>404-2</b>	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	<b>Página 68, 69, 70</b>
<b>405-1</b>	Diversidade em órgãos de governança e empregados	<b>Página 59 e 61</b>
<b>412-1</b>	Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos	<b>Página 63, 76</b>
<b>413-1</b>	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	<b>Página 77</b>
<b>414-1</b>	Operações submetidas a avaliações de critérios sociais ou de impacto social	<b>Página 76</b>
<b>418-1</b>	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	<b>Página 40</b>
<b>419-1</b>	Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica	<b>Página 38</b>

#### **Coordenação geral e Redação**

Lunelli – Área de Governança Corporativa,  
Sustentabilidade e Auditoria.

#### **Levantamento de informações**

Agradecemos a todos os colaboradores  
que se envolveram na elaboração  
do Relatório de Sustentabilidade 2022.

#### **Identidade Visual e diagramação**

Rafael Schunck

#### **Banco de imagens**

Acervo Lunelli

Lunelli

Rua Athanásio Rosa, 833

Guaramirim - SC - Brasil

CEP 89270-000

Tel: (47) 3373-7000 Fax: (47) 3373-7001

Export: +55 (47) 3373-7000

