

A woman with dark hair pulled back, wearing a light purple, sleeveless, draped dress, stands in a rugged, rocky landscape under a clear blue sky. She is looking towards the camera with a slight smile. Her hands are clasped in front of her. The background consists of large, reddish-brown rock formations.

INFORME DE
sostenibilidad
22



sumario

NUESTRO CUIDADO VIENE DE DENTRO HACIA FUERA	3
LUNELLI ES GREAT PLACE TO WORK	4
PALABRA DEL PRESIDENTE	5
2022 EN DESTAQUE	6
UNA HISTÓRIA CON PROPÓSITO	8
LÍNEA DEL TIEMPO	10
OPERACIONES ESTRATÉGICAS	12
MODELO DE NEGOCIO	15
NUESTRAS MARCAS	16
RELACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	26
ACTUACIÓN EN RED	28
GOBERNANZA CON TRANSPARENCIA Y ÉTICA	30
ESTRUCTURA DE GOBERNANZA	32
GESTIÓN DE RIESGOS	34
SISTEMA DE ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	38
DIÁLOGO CON LA RED DE RELACIONES	41
AGENDA ESG EN LUNELLI	44
GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD	45
GENERACIÓN DE VALOR ECONÓMICO	48
GESTIÓN FINANCIERA	49
VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO	50
RED DE COMERCIO AL POR MENOR	51
GENERACIÓN DE VALOR SOCIAL	57
COLABORADORES	58
RESPECTO INSPIRA RESPETO	61
A QUIÉN LE IMPORTA, VALORA	65
SALUD Y SEGURIDAD	71
PROVEEDORES	75
COMUNIDAD	77
GENERACIÓN DE VALOR AMBIENTAL	83
OPERACIONES RESPONSABLES	84
MODA CONSCIENTE	92
PARA LEER Y COMPRENDER EL INFORME	96
SUMARIO GRI	98

Nuestro cuidado viene de dentro hacia fuera.

Nuestro cuidado viene de dentro hacia fuera
Una semilla, por menor que sea, ya trae en su ADN todo el potencial de la planta que se tornará.

Es de ahí, de aquel pequeño granito, que una vez cuidado y tratado, germina la principal materia prima de nuestro negocio.

En esos 40 años de Lunelli la semilla que germinó y sostuvo nuestro desarrollo siempre fueron las personas que estuvieron y que están a nuestro lado, que traen en su ADN un potencial increíble de creación, colaboración, dedicación, cuidado y generación de resultados.

**Solo llegamos adonde
llegamos porque
siempre contamos con
las mejores semillas.**



A partir de la valorización de nuestras raíces y de los valores sólidos es que podemos transformar el mundo a nuestro alrededor. Hoy somos una familia que creció valorando la simplicidad, el entusiasmo y buscando el crecimiento y el desarrollo de todos.

Juntos, a cada gesto, a cada acción, tenemos la seguridad de que estamos sembrando un futuro mejor.

¡Somos Lunelli, con mucho gusto!



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

Conquistamos la clasificación de Grandes Empresas del GPTW.

Lunelli é Great Place To Work.

Miradas que se reflejan en el amor por lo que hacemos. Manos, que juntas, construyen una historia llena de significados. Sonrisas que celebran cada una de nuestras conquistas, desde las más sencillas hasta las más grandes. Nos enorgullecemos en hacer una moda que inspira, abraza y acoge, reflejando nuestro propósito de la manera más auténtica, recordándonos diariamente por qué somos una de las mejores empresas para trabajar.

De dentro hacia fuera cultivamos el respeto, la armonía y nos comprometemos a ser lo que queremos para el mundo. El sello Great Place to Work es lo que refleja todo ese compromiso y dedicación en la difusión de nuestro propósito.

Somos Lunelli, y conquistamos la clasificación de Grandes Empresas del GPTW.

¡Porque el mejor lugar para trabajar es construido todos los días y por todos nosotros!

Melhores Empresas para Trabalhar™ em Santa Catarina

Great Place To Work.

BRASIL 2022



Palabra del presidente

(GRI 102-14)

El año de 2022 fue marcado por avances en todos los pilares del ESG. Con más de 4.6 mil colaboradores, en 14 unidades ubicadas en tres estados brasileños y en Paraguay, hemos evolucionado en la gestión de sostenibilidad, **invertimos en tecnologías y mejoras en procesos industriales y llegamos a la marca de R\$ 1.5 miles de millones de facturación.**

Reconocemos y valoramos todas las personas involucradas en todos los procesos y en 2022 alcanzamos realizaciones que refuerzan la misión de mejorar la vida de las personas, con la certificación **Great Place to Work y la clasificación de las 20 mejores empresas para trabajar, en la categoría Grandes Empresas de Santa Catarina.** En 2022 también empezamos el Proyecto Diversidad, con la estructuración del posicionamiento de Diversidad e Inclusión, con la premisa de la construcción colaborativa y la representación de grupos identitarios en el proceso.

Buscamos generar impacto positivo en el mundo, desarrollar e invertir en personas y comunidades, reforzar nuestros colaboradores y la cadena de valor. En 2022, **invertimos más de R\$1.7 millones a través de donaciones y leyes de incentivos fiscales,** para proyectos que colaboren con la estrategia de sostenibilidad y de inversión social en todas las regiones en las que estamos presentes.

Nuestra visión refuerza nuestro compromiso de ser reconocidos como el grupo textil más respetado y, en este sentido, estamos trabajando cada vez más para reforzar el pilar de Gobernanza en Lunelli. En reconocimiento a las buenas iniciativas puestas en práctica, fuimos premiados por LIDE Santa Catarina a través del Premio Especial ESG, en la categoría Gobernanza.

En 2022 concluyo mis actividades como presidente de Lunelli y asumo el cargo de presidente del Consejo Asesor de la empresa. Estuve a cargo de Lunelli como presidente desde 2009, dónde conquistamos y evolucionamos mucho en este período. Inauguramos y ampliamos nuestros parques de fabricación, aumentamos nuestra capacidad productiva, invertimos en tecnología e innovación en aras de la eficiencia y productividad y aún consolidamos las 8 marcas de Lunelli. Para 2023, nuestra vicepresidenta, **Viviane Cecilia Lunelli, se hace cargo de la presidencia de la empresa.**

Seguiremos desarrollando un trabajo serio, con una gestión centrada en las personas y con una fuerte mirada a la sostenibilidad. Nuestro objetivo será siempre buscar el crecimiento sostenible, teniendo en cuenta los diversos intereses de toda la cadena, con el fin de generar valor y relevancia a una sociedad más justa, ambientalmente correcta y económicamente equilibrada, para mantener la perpetuidad de la

empresa y cumplir los preceptos de gobernanza.

Celebramos el cierre del año de 2022 **distribuyendo R\$20.4 millones a nuestros colaboradores, a través del Programa de Conquista de Resultados y Premio de Producción,** reiterando la solidez y la sostenibilidad económica de Lunelli.

Una vez más, queremos agradecer a todos los colaboradores, representantes de franquicia, proveedores, socios y clientes, comprometidos con esas conquistas y que refuerzan nuestro propósito de promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad y satisfacción de nuestros colaboradores.

Dênis Luiz Lunelli, presidente de Lunelli





2022

EN DESTAQUE

1,5 miles de millones
facturación

20,4 millones
distribuidos en el Programa Conquista
de Resultados y Premio de Producción

+14,3 mil
toneladas de tejido de punto
producidas en el año

24,6 millones
de piezas producidas en el año

+8,7 millones
de metros de tejido de punto y
telas estampadas digitalmente

28 franquicias

20 mil
clientes activos

4,6 mil 68% mujeres
32% hombres
colaboradores

+39 mil horas
de formación entre Operativa,
Comportamiento, Desarrollo del
Liderazgo y Seguridad en el Trabajo

+4,5 mil horas
de formación orientada al liderazgo

298 colaboradores
beneficiados con becas

R\$ 1,7 millón
donados para la comunidad

-  Aumento del **5%** del total
de residuos enviados a reciclaje.
-  Reducción del **3%** en generación de
residuos totales en todas las unidades.

+2.000 toneladas
de residuos textiles enviados a reciclaje

86,7 litros de agua por Kg de tejido
de punto producido

1,7 kWh de energía eléctrica por Kg
de tejido de punto producido



Una história con propósito

Cada día, elegimos hacer moda con sentido en todas nuestras decisiones, moda que desarrolla a las personas, apoya a la comunidad, refuerza emprendedores y aporta lo mejor de nosotros a quienes deciden vestirla.

Nuestra esencia em cada escoja

Nuestra esencia es lo que nos mueve. Valorando nuestras raíces y con valores sólidos, creemos que podemos transformar el mundo que nos rodea. Con sencillez, entusiasmo y obsesión por los resultados, nos desafiamos cada día a hacerlo mejor, a generar más impactos positivos, a desarrollar y valorar a las personas, crecer junto a las comunidades y con todos nuestros socios.

(GRI 102-16)

MISIÓN

Mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios.

VISIÓN

Ser el Grupo Textil de Moda más respetado del país.

VALORES

Entusiasmo;
Sencillez;
Obsesión
por resultados.

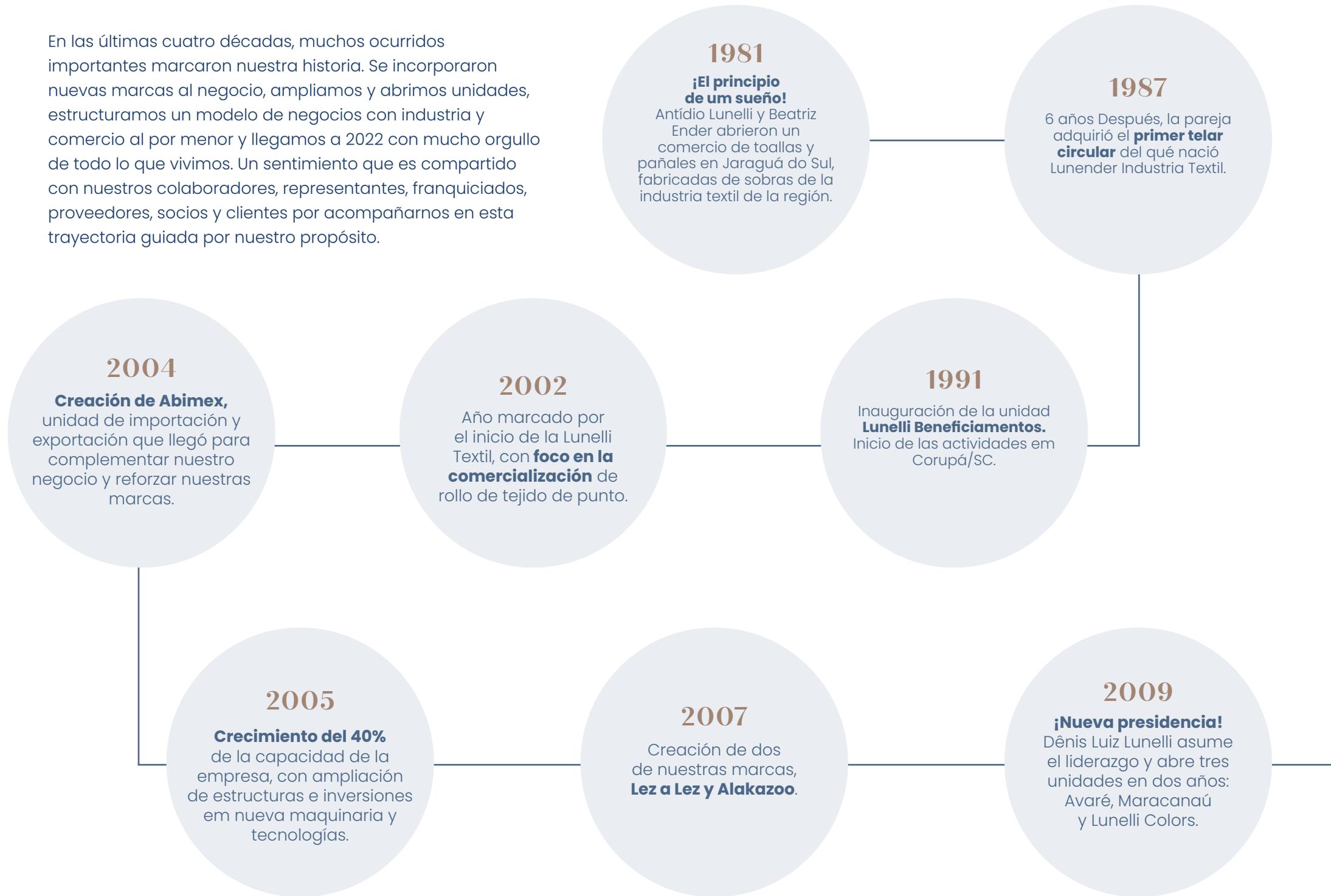
PROPÓSITO

“Promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad y satisfacción de nuestros colaboradores.”

Dênis Luiz Lunelli

Línea del tiempo

En las últimas cuatro décadas, muchos ocurridos importantes marcaron nuestra historia. Se incorporaron nuevas marcas al negocio, ampliamos y abrimos unidades, estructuramos un modelo de negocios con industria y comercio al por menor y llegamos a 2022 con mucho orgullo de todo lo que vivimos. Un sentimiento que es compartido con nuestros colaboradores, representantes, franquiciados, proveedores, socios y clientes por acompañarnos en esta trayectoria guiada por nuestro propósito.



2010

Inauguración del nuevo edificio administrativo, financiero y de expedición, el Lunelli Comercial en Guarimir. Además de la adquisición e instalación de la automatización de envío.

2011

Lunender pasa a ser exclusivamente el nombre de la marca femenina de la empresa. También en 2011, se creó el Consejo Asesor Lunelli.

2012

Creada la marca **Hangar 33.**

2018

Ampliación del sector de camisería en la Unidad Luiz Alves. En Ceará, nueva ampliación de la unidad de Maracanaú.

2015

Inicio de las actividades operacionales en Paraguay. Para el comercio al por menor, es el comienzo de las **Franquicias Lez a Lez.**

2013

Ampliación del parque fabril de Maracanaú, en el Nordeste. En el negocio Tejido de punto y Tejidos, empezamos a invertir en Estamparía Digital.

2019

Expansión de las actividades en Paraguay e **inauguración del Espacio Hangar 33** en Jaraguá do Sul.

2021

Conmemoración de los **40 años de Moda con Significado** y facturación récord de R\$ 1,25 miles de millones.

2022

Lunelli clasificada entre las **20 Mejores Empresas para trabajar**, en la categoría Grandes Empresas del GPTW.

Operaciones estratégicas

(GRI 102-3 | 102-4)

Hacemos moda con significado cuándo valoramos todas las fases y personas dentro de la industria textil, cuándo estamos atentos a las necesidades de cada cliente y el impacto en cada acción. Con esta perspectiva, ampliamos nuestros negocios de manera consciente y con propósito. Los últimos años, hemos ampliado nuestra presencia con unidades industriales estratégicas en Brasil y Paraguay. (GRI 102-1)

El primer edificio de Lunelli fue construido en 1985, en Jaraguá do Sul – SC. Hoy, la empresa posee unidades ubicadas en Guarapiranga, Jaraguá do Sul, Corupá, Luiz Alves, Massaranduba, Barra Velha, todas en Santa Catarina, una unidad en Avaré, en el estado de São Paulo y en Maracanaú, en Ceará, además de la unidad en Paraguay, en la ciudad de Minga Guazú, sumando 14 unidades.



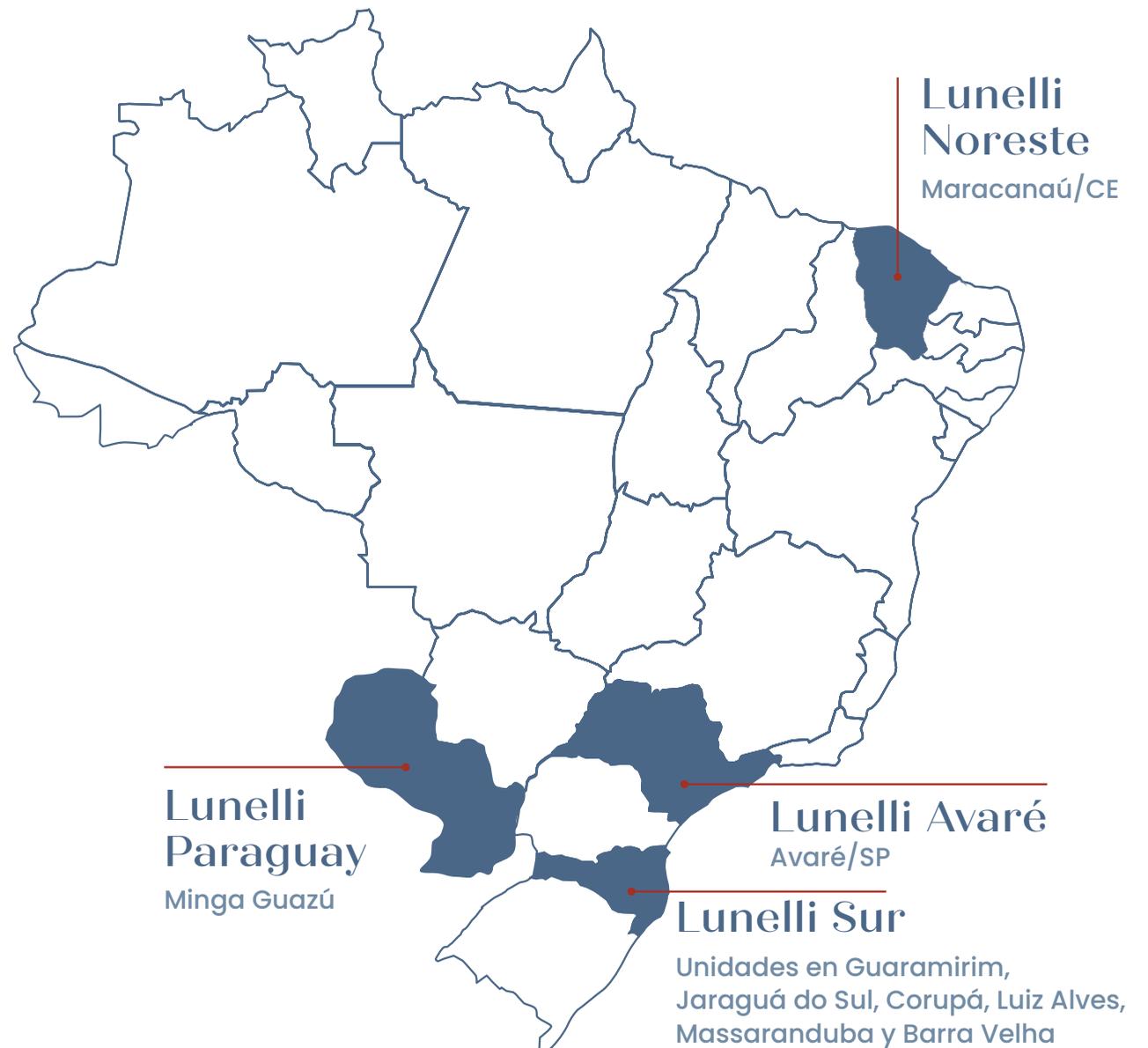
Ubicación de las operaciones

Desde la entrada del hilo en tejeduría hasta la entrega de la pieza final, contamos con personas comprometidas en hacer moda con significado.

La estructura industrial incluye procesos de tejidos de punto y tejido, estampación, procesamiento general, confección y acabado.

Una estructura que soporta la producción de más de 15 mil toneladas de tejido de punto al año, con un 40% usado por las marcas de Lunelli.

Al año, son producidas alrededor de 24 millones de piezas.







Modelo de negocio

(GRI 102-2 | 102-6)

Hacer moda con significado, con propósito está en nuestra esencia.

Traducida en nuestras escojas, en nuestras marcas y en nuestra perspectiva para toda la cadena que impactamos. Operamos con una amplia cartera de marcas que ofrecen a nuestros clientes funcionalidad y estándares de calidad.

Hacemos la gestión de marcas fuertes, combinando tecnología en la producción y estrategias comerciales asertivas.

través de la marca Lunelli, aportamos soluciones de tejidos de punto y tejidos para confecciones y grandes comercios al por menor nacionales. Con Lunender, Lez a Lez, Alakazoo, Hangar 33, Fico, Graphene y Vila Flor, nos conectamos con una amplia red de emprendedores de comercio al por menor multimarca y franquiciados, en diversas ciudades del país. También operamos en el formato private label, confeccionando piezas para grandes marcas nacionales e internacionales.



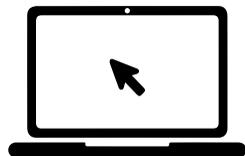
nuestras marcas

Lunelli

Marca que tiene como foco la comercialización de tejidos de punto y tejidos diferenciados, estampas y tejidos de calidad impar. Cuenta con un equipo de estilo centrado en la investigación para ofrecer las principales tendencias en bases, colores y estampados. Inspiradora y sustentable, a Lunelli Malhas y Tecidos sorprende a cada lanzamiento, haciendo sentir su presencia en las mayores y mejores creaciones.

www.lunellimalhasetecidos.com.br

Acceda a más información:





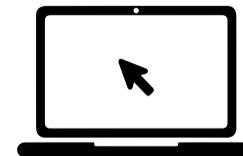
Lunender

Referencia en moda femenina, Lunender trae a cada colección piezas sencillas que refuerzan el concepto de moda sin esfuerzo y valoran el visual moderno.

Sus líneas, desarrolladas para adaptarse a todas las mujeres de manera democrática, revelando un estilo sorprendente, elegante, confortable e inspirador.

www.lunender.com

Acceda a más información:





Lunender
mais mulher

Lunender
HITS





Lez a Lez

Lez a Lez es una marca de moda y cultura Urban Beach que expresa la fuerza del equilibrio y la levedad entre la playa y la modernidad de la ciudad. Nuestro compromiso es construir y comunicar moda con significado.

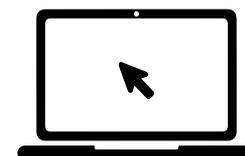
La fabricación de los vaqueros de nuestra línea Don't turn your back to the world pasa por varias etapas, desde la utilización de tejidos con base Eco Cycle, que incorporan fibras vaqueras recicladas en su composición y ahorran hasta un 93% de agua durante el acabado, hasta el algodón con certificación BCI (Better Cotton Initiative). Además, nuestros procesos reducen la generación de residuos textiles en la naturaleza, con una recogida del 100% del volumen generado. Nuestros envases son biodegradables, lo que disminuye los impactos en la naturaleza.

Buscar iniciativas sostenibles alimenta nuestra esencia. Un mundo mejor es posible y, con nuestras acciones, podemos ayudar a preservarlo.



www.lezalez.com

Acceda a más información:



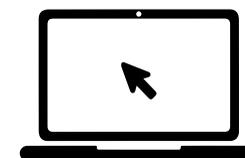


Alakazoo!

¡Alakazoo hace la moda para transformar la infancia en un mundo mágico! Cada detalle remite a la belleza y la fantasía del universo infantil, aportando mucha imaginación y haciendo comprender que todas las personas son capaces de realizar pequeñas mágicas para tornar el mundo un lugar mejor. Con inclusión y empatía, ¡creamos un mundo lleno de oportunidades!

www.alakazoo.com.br

Acceda a más información:





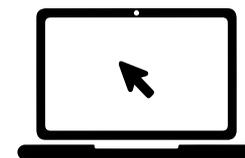
3|E

HANGAR 33

Hangar 33 trae el pensamiento de darle alas a la moda. Una marca nacida de la pasión de su idealizador, Dênis Luiz Lunelli, por la aviación. Así como el hangar es el templo de toda aeronave y puerto seguro para los aviadores, la marca proporciona ese lazo de amistad y entusiasmo entre la moda masculina y los aficionados al vuelo. La marca está presente en los principales eventos de Aviación en Brasil, como el Campeonato Brasileño de Acrobacia Aérea y el Cirrus Experience. Algunos destaques son el suministro de los uniformes de la Esquadrilha da Fumaça y el Espacio Hangar 33 en Jaraguá do Sul/SC, primera operación de comercio al por menor de la marca.

www.hangar33.com.br

Acceda a más información:

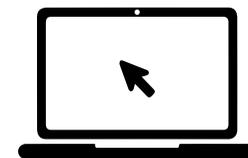




Fico Surfwear nació de la unión con el mar del litoral de São Paulo. Raphael Levy, Raphael Levy, que pasó la adolescencia surfando en las playas de Guarujá, decidió desarrollar una marca que expresase su amor por el deporte. En 1983, inició oficialmente la marca, 100% nacional. En 2019, Lulleli adquirió a Fico.

www.fico.clothing

Acceda a más información:





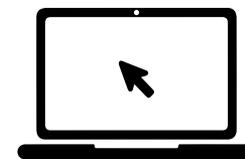
GRAPHENE

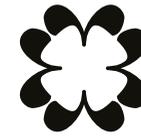
Graphene es una marca fitness que representa innovación, levedad, durabilidad y exclusividad en cada detalle, con prendas de alta performance que unen estilo y confort en su esencia.

La poliamida está presente en todas las colecciones de Graphene, garantizando calidad, funcionalidad y durabilidad a las prendas.

www.lunender.com/graphene-marcas

Acceda a más información:



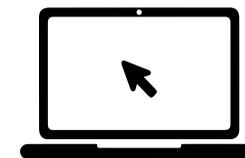


Vila flor

Auténtica y llena de color, Vila Flor nació con el propósito de hacer moda de manera sostenible y democrática. Nuestro concepto es, a partir de restos de tejidos de punto y tejido, desarrollar de forma sostenible productos que abarquen las características de cada cuerpo, maniquí y estilo. Además, la comodidad reina en todas nuestras colecciones. Nuestros modelos responden a las distintas ocasiones y actividades de la vida cotidiana. Creemos que la moda sirve para expresar la personalidad y que tiene que ser fácil, ligera y para todas.

www.vilaflor.com.br

Acceda a más información:



Relación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) buscan identificar las metas a ser alcanzadas hasta 2030 para la creación de un mundo sostenible. Además, ofrecen una oportunidad única para que todos los sectores se movilicen en busca de una meta común: erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar que todos usufructúen una prosperidad compartida y sostenible.

Como parte de este llamado colectivo para la acción, las empresas ahora cuentan con un nuevo punto de referencia para guiarlas en un mundo en constante transformación. Reconocemos el riesgo de no abordar, en los negocios, los problemas socioambientales del presente; por eso, vemos los objetivos como una oportunidad esencial para repensar los abordajes realizados, creando valor sostenible y alineado a nuestra operación con los ODS.

Conozca los 17 objetivos:



ODS 1 - FIN DE LA POBREZA
Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.



ODS 2 - HAMBRE ZERO
Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible.



ODS 3 - SALUD E BIENESTAR
Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades.



ODS 4 - EDUCACIÓN DE CALIDAD
Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos.



ODS 5 - IGUALDAD DE GÉNERO
Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.



ODS 6 - AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.



ODS 7 - ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE
Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos.



ODS 8 - TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.



ODS 9 - INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.



ODS 10 - REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos.



ODS 11 - CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.



ODS 12 - PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles.



ODS 13 - ACCIÓN POR EL CLIMA
Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.



ODS 14 - VIDA SUBMARINA
Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.



ODS 15 - VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES
Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica.



ODS 16 - PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.



ODS 17 - ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Sepa más en: www.pactoglobal.org.br/ods

Con el objetivo de potenciar nuestro impacto y dar énfasis a los ODS, realizamos un análisis con la herramienta SDG Action Manager de diversos factores como geografía, sector y compromiso de las partes interesadas. **A partir de ahí, definimos los ODS para priorizar nuestros esfuerzos** que son:



ODS 8 – TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir con el Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), incluyendo el pago de salarios dignos, la garantía de condiciones justas de trabajo en las operaciones y en la cadena de abastecimiento, y en la oferta de oportunidades de desarrollo profesional.



ODS 9 – INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir con la Industria, Innovación e Infraestructura (ODS 9), con la construcción de infraestructura resiliente, la promoción de una industrialización inclusiva y sostenible y el fomento de la innovación.



ODS 10 – REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para promover la Reducción de las Desigualdades (ODS 10) a través de la inversión social, beneficios y atención a las personas, la promoción de la igualdad de oportunidades, el aumento de la representatividad en la plantilla general de colaboradores y liderazgo, y la potenciación y promoción de la inclusión social y económica.



ODS 11 – CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir al desarrollo de Ciudades y Comunidades Sostenibles (ODS 11), incluyendo la promoción de prácticas de urbanización inclusiva, la adopción de estándares de construcción ecológica y reducción del impacto ambiental negativo en las ciudades, prestando especial atención a la calidad del aire y gestión de los residuos municipales.



ODS 12 – CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLES

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir al Consumo y Producción (ODS 12), como la adopción de principios de la economía circular, la evaluación del impacto de los proveedores sobre el consumo de recursos, y el establecimiento y divulgación de metas de sostenibilidad.



ODS 3 – SALUD Y BIENESTAR

Este módulo destaca prácticas que podemos adoptar para contribuir con la promoción de Salud y Bienestar (ODS 3) para nuestros colaboradores y la comunidad, las principales prácticas, beneficios y programas que contribuyan para una vida sana y promuevan el bienestar para todos, a todas las edades;



ODS 4 – EDUCACIÓN DE CALIDAD

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir para contribuir con la Educación de Calidad (ODS 4), como aumentar el número de colaboradores formados en desarrollo de competencias técnicas y básicas, incrementar el número de líderes con formación y capacitación, aumentar la oferta y mayor aprovechamiento de becas y oportunidades de desarrollo profesional para todos



ODS 5 – IGUALDAD DE GÉNERO

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir para la Igualdad de Género (ODS 5), como aumentar la representación femenina en la fuerza de trabajo (em cargos gerenciales y en la cadena de abastecimiento), realizar la gestión de reclamaciones relacionadas a la discriminación de género y capacitar sobre la no discriminación.



ODS 6 – AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO

Este módulo destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la conservación y uso consciente del agua, incluido el acceso al agua potable y al saneamiento (ODS 6) en las operaciones, comunidad y cadena de abastecimiento, conducir evaluaciones de riesgo hídrico y realizar la gestión de aguas residuales y de sustancias químicas.

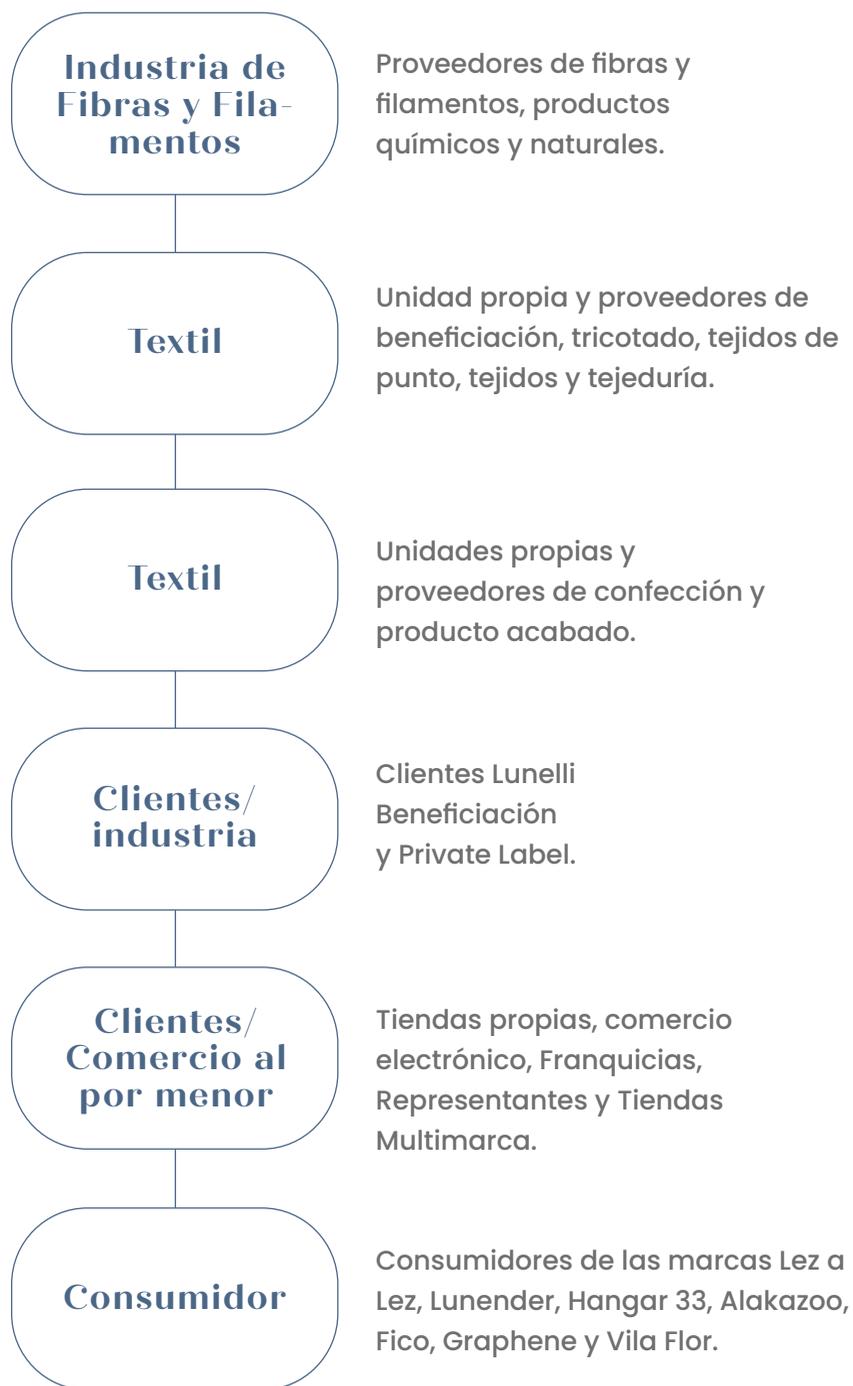
Actuación en Red

(GRI 102-9 | 102-10)

La industria textil conecta una larga cadena de empresas, desde la extracción y producción de fibras, transformación y producción de tejidos de punto y tejidos, hasta la confección y comercialización de las prendas. Presentes en los eslabones importantes de la cadena, las empresas Lunelli van desde la industria hasta el comercio al por menor.



Cadena de Valor Lunelli



Retos en la cadena de suministro

Toda actividad económica e industrial tiene muchos retos para la sostenibilidad y en el sector textil no es diferente. **Están en la lista impactos significativos acerca de los cambios climáticos, contaminación química, pérdida de biodiversidad, uso excesivo de agua y energía y generación de desechos en la producción y en el post consumo.** Hace aún las fragilidades y los riesgos sobre las relaciones de trabajo, sobre todo en procesos de confección tercerizada.

Ante estos retos **participamos de organizaciones, adoptamos sistemas de gestión certificada y estándares que direccionan prácticas de innovación, producción y de adquisición** dirigidas a la reducción de los impactos socio ambientales negativos que están presentes en nuestro sector de actividad.

En 2022 aún sentimos la volatilidad de precios y momentos con riesgo de falta de stock. **El cuidado que tuvimos en 2020 y 2021 se reflejó en una proximidad más grande con los colaboradores, tornando fácil las negociaciones y garantizando la capacidad de esa red de responder al crecimiento de la demanda.** También establecimos conexiones con nuevos proveedores nacionales, ampliando nuestro impacto positivo y manteniendo nuestras condiciones de atendimento al mercado a pleno rendimiento.



GOBERNANZA CON

transparencia e ética

Aquí em Lunelli, hacer lo correcto y actuar con integridad es más que una escoja, es nuestra manera de hacer moda con significado. Tiene que ver con como establecemos colaboraciones y garantizamos negocios éticos en una relación en la que todos ganamos.

Estructura de Gobernanza

(GRI 102-5)

Somos una organización de capital cerrado con 3 socios accionistas pertenecientes a la familia fundadora de la empresa. Definimos nuestra Gobernanza Corporativa a través de un conjunto de mecanismos de monitoreo y control que tienen el objetivo de asegurar que las decisiones de negocio sean tomadas en línea con los objetivos de largo plazo de la organización. Las actividades de gobernanza, conformidad y de gestión de riesgos tienen como referencia a las buenas prácticas de Gobernanza Corporativa establecidas por el IBGC – Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa

Para fortalecer nuestro sistema de gobernanza, contamos con una Política de Gobernanza Corporativa y un área responsable, Gobernanza Corporativa, Sostenibilidad y Auditoría. La estructura de gobernanza está basada en un Consejo Asesor formado por 4 consejeros independientes y por los accionistas, director-presidente, vicepresidente y una estructura de directivos que actúan en la operación de los negocios. En 2022, iniciamos el proceso de transición en la presidencia, dónde el accionista Dênis Luiz Lunelli asume como presidente del Consejo Asesor y la vicepresidente, Viviane Cecilia Lunelli, asume la presidencia de la empresa oficialmente en 2023.

Para apoyar la gestión, en 2022 contamos con un comité, compuesto al mínimo por un consejero y tiene la función de asesorar al Consejo Asesor, promoviendo el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Contamos también con estructuras de Auditoría Interna y Externa, con funciones ejecutivas y consultivas, subordinadas a la presidencia Lunelli.

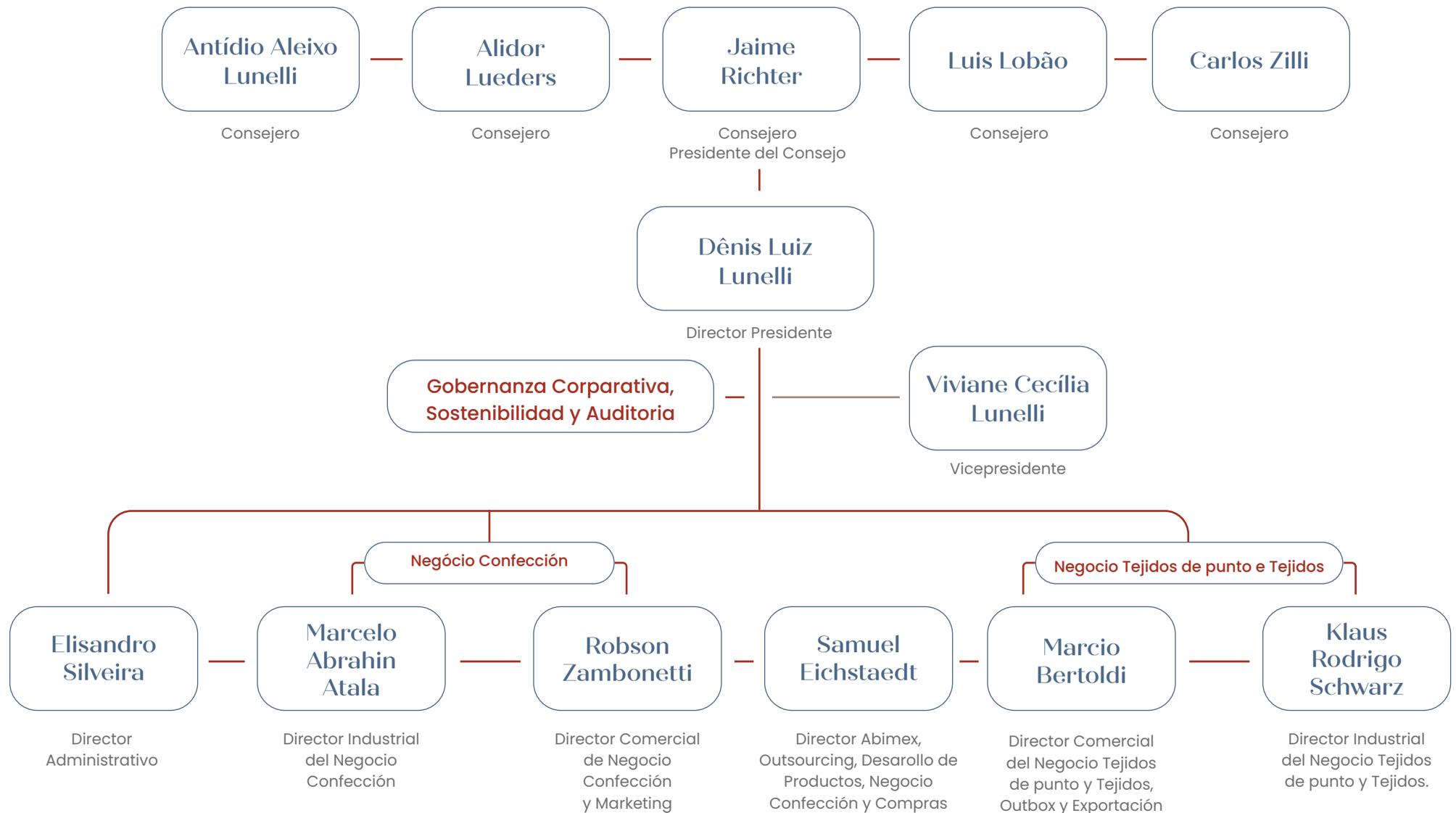
En 2022, buscamos complementar las actividades de auditoría interna contratando 2.300 horas de Auditoría Externa, de las cuales 800 horas enfocadas en las áreas operacionales y 1.500 horas dirigidas a los demostrativos financieros y fiscales.



Estructura de Gobernanza

(GRI 102-18)

Consejo Asesor y Presidencia





De izquierda a derecha:

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

Hemos adoptado documentos importantes para la gobernanza como el Estatuto Social, Estatuto Interno, Código de Conduita, Plan de Negocios y Estrategia de Largo Plazo y Plan de Conquista de Resultados – PCR, así como una serie de políticas, como la Política de Sostenibilidad, Política de Compras, Política de Gestión de Riesgos y Crisis, Política de Registro, Crédito y Cobranza y Política de Seguridad de la Información.

Gestión de riesgos

(GRI 102-15)

La gestión de riesgos es una de las frentes importantes de la Estructura de Gobernanza de Lunelli. Basándonos en este análisis, **nos anticipamos de situaciones y transformamos los retos en oportunidades.** La política de Administración de Riesgos y Crisis es nuestro principal direccionador y tiene el objetivo de asegurar el cumplimiento del nivel de gobernanza deseado por la empresa a través de la adopción de líneas de defensa, definición de prácticas y responsabilidades, planes de acción y de contingencia.

Estructura de Líneas de Defensas – Gestión de Riesgos y Crisis:



Mapa de riesgos

Para garantizar una mirada amplia, abarcando nuestras operaciones, procesos y áreas, hemos implementado un Mapa de Riesgos basado en **4 grandes frentes: riesgos estratégicos, financieros, operacionales y de conformidad.**

Con este mapa, definimos estructuras, responsabilidades y procedimientos para la actuación en la gestión de riesgos de la organización.

Estructura de gestión de riesgos y crisis



Los principales riesgos financieros están asociados a los Activos y Pasivos Financieros.

El área financiera es la responsable principal por monitorear y gerenciar estos riesgos de forma continuada. En el caso de los riesgos operacionales, realizamos evaluaciones periódicas en las principales unidades para identificar y analizar los riesgos potenciales inherentes a las instalaciones, actividad, estructura de protección y a los procedimientos relacionados. Ese proceso genera informes que apoyan la gestión y recopilan sugerencias de mejora.

Para atenuar riesgo de incumplimiento, **la Alta Dirección de la empresa es responsable por establecer las directrices, políticas y procedimientos relacionados a las actividades consideradas de riesgo a los negocios con el objetivo de garantizar el cumplimiento en todos nuestros negocios Lunelli.** Se evalúa el riesgo de práctica de corrupción en el 100% de las operaciones de la empresa.

(GRI 205-1)

Comisiones de trabajo



Lucas Pompeu da Silva.
Unidad Beneficiamiento - Corupá/SC

Para actuar frente a los riesgos estratégicos, contamos con Comisiones de Trabajo que tienen la responsabilidad en auxiliar en el proceso decisorio por medio de proposiciones enviadas al Consejo para aprobación, ampliando la gestión participativa. En 2022, hubo 115 reuniones de las comisiones, con 470 propuestas evaluadas, de las cuales 245 aprobadas por el Directivo y por el Consejo, considerando los ámbitos de aprobación.

Las comisiones son formados por gestores, liderazgos, colaboradores clave y por lo menos un director Patrocinador, actuando en el incentivo a la adopción de buenas prácticas de Gobernanza y Código de Ética, difusión de la cultura corporativa y concienciación cuanto a la prevención y al combate a la corrupción y al soborno, según la Ley Anticorrupción nº 12.846/13. (GRI 205-2)

COMISIONES INTERNAS DE TRABAJO

	ESTADÍSTICA		
	2020	2021	2022
CANTIDAD DE REUNIONES	101	110	115
CANTIDAD DE PROPUESTAS	321	386	470
PROPUESTAS APROBADAS	206	243	245
PROPUESTAS REGISTRADAS	104	107	195
PROPOSTAS REPROVADAS	11	13	26
PROPUESTAS REENVIADAS	0	23	4

Las 10 Comisiones son compuestas por 56 colaboradores, en su mayoría liderazgos y hombres, dónde el **63%** de los integrantes son hombres y **82%** liderazgos.

MAPEO DE COMISIONES DE TRABAJO - 2022

MUJER	21	38%
HOMBRE	35	62%
TOTAL	56	100%
LIDERAZGOS	46	82%
NO LIDERES	10	18%
TOTAL	56	100%

COMISIONES DE TRABAJO

Compras y Desarrollo de Proveedores;
 Control y Finanzas;
 Gestión de Personas;
 Diseño e inversiones – Confecciones;
 Diseño e inversiones – Tejidos de punto y tejidos;
 LunelliPrev;
 Marcas y Canales;
 Protección de Datos;
 TI - Tecnología de la Información;
 Sostenibilidad.

Em 2022, creamos la Comisión de Sostenibilidad, como forma de asesorar, articular y gestionar la implementación de la Política y del Plan de Sostenibilidad, además de dar agilidad a las acciones, iniciativas y proyectos con conexión al tema ESG.

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



Sistema de ética y cumplimiento

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

Nuestro Código de Conducta es el principal documento que orienta a los colaboradores sobre los valores y comportamientos fundamentales para Lunelli y refuerza nuestra cultura de ética e integridad. El documento refleja la conducta que consideramos adecuada y que debe ser observada e incorporada en las relaciones entre todas las partes interesadas, ya sean accionistas, liderazgos, colaboradores, clientes, franquiciados, proveedores, prestadores de servicios, gobierno y sociedad en general.

En este Código, definimos nuestro posicionamiento relacionado a diversos temas, como la valoración de la diversidad, no permitiendo ningún tipo de discriminación, incomodidad o violencia verbal. También reforzamos que ningún tipo de corrupción será tolerado. El área de Gobernanza Corporativa y Sostenibilidad tiene como responsabilidad la actualización y gestión del Código de Conducta Lunelli, sometiéndolo a la aprobación del Directivo y del Consejo Asesor de Lunelli.

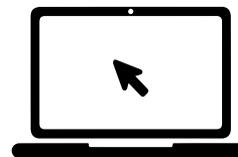
Se difunde el documento entre los colaboradores, que reciben acceso y formación sobre su contenido en su primer día de trabajo. En 2022, un 100% de los nuevos colaboradores fueron informados sobre el documento, que incluye instrucciones acerca de prácticas

contra corrupción, discriminación o cualquier otro comportamiento irrespetuoso, que no contribuya a nuestro ambiente de trabajo acogedor e íntegro.

El Código de Conducta para los colaboradores fue revisado en 2022, con el objetivo de actualizar y profundizar los temas relacionados al comportamiento, conductas internas, diversidad e inclusión, respeto en relaciones internas y externas, gobernanza, seguridad de informaciones, entre otros. El nuevo Código está organizado en tres temas principales, que son: Medio Ambiente, Social y Gobernanza. Además de la estructura ESG, el Código de Conducta presenta cuales son los ODS u Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU se vinculan a cada tema. Se difundirá el documento actualizado entre todos los colaboradores, con formación y recogida de firmas del Término de Compromiso.

Para ampliar nuestro impacto positivo en la cadena de valor, también desarrollamos el Código de Conducta para los Proveedores. En el documento, se recomienda a los proveedores, prestadores de servicios, terceros y socios en general utilicen de su propia red de suministro para difundir y consolidar los requisitos, parámetros y buenas prácticas descritos en este Código de Conducta con el fin de ampliar su alcance. El Código de Conducta de los Proveedores será comunicado y distribuido a la cadena de suministro durante el año de 2023.

Acceda al Código de Conducta:





Canal ombudsman

En caso de dudas o situaciones en desacuerdo con el Código, aconsejamos a nuestros colaboradores y a cualquier parte interesada que se pongan en contacto con el Ombudsman por correo electrónico o teléfono, canales de comunicación electrónicos disponibles 24h, en los que no hay necesidad de identificación. Todos los reportes se investigan y se tratan adecuadamente.

CANAL OMBUDSMAN



Llamadas internas – ramal 7488

Llamadas externas – +55 (47) 9090 3373- 7488



Correo electrónico – ouvidoria@lunelli.com.br

En 2022, registramos 75 denuncias y el 100% se concluyó. Durante el año, no hubo denuncias de prácticas de corrupción.



Seguridad y protección de datos

Pensando en la protección de datos, adoptamos también una Política de Seguridad de la Información con objetivo de mantener la confidencialidad e integridad de las informaciones bajo nuestra responsabilidad. Respetamos la confidencialidad de las informaciones estratégicas de nuestros socios comerciales, proveedores, clientes, consumidores y prestadores de servicios.

En 2022, registramos 17 incidentes relacionados a la política de seguridad de Información y una queja relacionada a la violación de la privacidad de los clientes, todos los cuales fueron aclaradas y resueltos.

En el año, ninguna queja fue hecha acerca de pérdida de datos de los grupos de interés de Lunelli. (GRI 418-1). Además de los registros, el sector de Tecnología de la Información monitorea las actividades como doble autenticación en la conexión VPN, actualización de antivirus, bloqueo controlado de dispositivos móviles, entre otras.



AUTOMATIZACIÓN DE CONTRATOS

La adopción de la firma mediante el certificado digital en 2020, y la firma electrónica a través de un portal en 2021, aportó agilidad sin pérdidas en el control y conformidad para los contratos.

El certificado digital es la identidad electrónica de una persona o empresa. Ya la firma electrónica, vía plataforma, es utilizada, cuando el usuario no dispone de un certificado digital personal.

Con la implantación de la firma electrónica, también tuvimos ganancias en la reducción de impacto ambiental, ya que no es más necesaria la impresión en papel. En 2022 dejamos de imprimir 14.944 páginas de papel, lo que generó reducciones en:



Reducción de 115 Kg de Papel utilizados



Reducción de 17.484 litros de agua



Reducción de 1.670 Kg de emisiones equivalentes de carbono



Preservación de 711 Kg de Madera

El proceso de firma electrónica se aplica a todos los contratos, desde las becas para colaboradores hasta Prestación de Servicios.

Estos números refuerzan nuestro compromiso de revisar y mejorar los procesos, buscando la reducción del impacto ambiental negativo.

Diálogo con la red de relaciones

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

Para tener éxito y ser relevantes, es necesario mantener canales de diálogos y escucha abiertos a toda nuestra red de relaciones. Con base en esa escucha, perfeccionar nuestras prácticas, programas, procesos y decisiones empresariales, promoviendo una relación responsable con todas las partes interesadas.

Método de participación de las partes interesadas

PARTE INTERESSADA (D102-40)	MÉTODO DE PARTICIPACIÓN (D102-43)
Colaboradores	Encuesta de clima, Canal de Ombudsman, Comunicación interna, Redes sociales y otras.
Clientes y consumidores	Estudio de satisfacción, SAC, sitios web y redes sociales.
Representantes Comerciales	Encuesta interna, Comunicación con el equipo comercial y marketing, Reuniones de Ventas, Redes sociales.
Franquiciados	Encuesta interna, Comunicación con el equipo comercial y marketing, Reuniones de Ventas, Redes sociales.
Minoristas	Encuesta interna, Comunicación con el equipo comercial y marketing, Reuniones de Ventas, Redes sociales.
Proveedores	Comunicación con el equipo de Compras, sitios web y redes sociales.
Comunidad	Redes Sociales y otras comunicaciones de prensa.
Instituciones Regulatoras	Informes oficiales, Auditorías cuando proceda, Redes sociales y otras comunicaciones de prensa.

Participación en la sociedad

(GRI 102-12 | 102-13)

Mantenemos relaciones con entidades y asociaciones de categorías para discutir propuestas y temas que afectan las actividades desarrolladas por Lunelli. También estamos conectados a movimientos nacionales y globales que discuten temas relevantes a la sostenibilidad.



ACIJS - Associação Empresarial de Jaraguá do Sul

Somos colaboradores de ACIJS en eventos y contribuciones a la comunidad local;



ABRH - Associação Brasileira de Recursos Humanos

Participamos de foros y contribuimos a los debates pertinentes a los temas de Gestión de Personas dirigidos por la ABRH;



ODS - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

En nuestras elecciones en la agenda ESG, buscamos establecer relaciones con los impactos positivos que podemos generar para alcanzar, como sociedad, los objetivos definidos por la ONU;



ACIAG - Associação Empresarial de Guarani

Estamos presentes en foros y eventos promovidos por la institución;



ABVTEX - Associação Brasileira do Varejo Têxtil

Seguimos las agendas promovidas por la institución y contamos con la certificación ABVTEX en las unidades de cosido y Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos de Lunelli;



Sou de Algodão

Apoyamos el movimiento que es una iniciativa de Abrapa (Asociación Brasileña de los Productores de Algodón) y se propone a reforzar la cadena de algodón brasileña;



ACIAC - Associação Empresarial de Curitiba

Lunelli es asociada de la institución en eventos y acciones promocionadas por ACIAC;



ABF - Associação Brasileira de Franchising

Operamos con el modelo de franquicia en nuestro negocio y nos mantenemos conectados con las tendencias, oportunidades y retos del sector por medio de la ABF;



ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção | Formamos parte de la Liga de Empresas Sostenibles de la ABIT. El proyecto denominado The Brazilian Sustainable Fashion League (BSFL) consolida una alianza de empresas participantes en el Programa de Internacionalización de la Industria Textil y de la Moda Brasileña - Texbrasil



ACIA - Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Avaré

Colaboramos con la ACIA en eventos y en contribuciones para la comunidad local;



BCI - Better Cotton Initiative

Apoyamos la iniciativa global y tratamos de incorporar la certificación BCI de la cadena de algodón como un criterio de compra;



Premios e Reconocimientos



Delton Batista, Presidente LIDE SC
y Dênis Luiz Lunelli.

PREMIACIONES

Clasificación GPTW – 20 Mejores empresas para trabajar en Santa Catarina – Categoría Grandes Empresas

Premio LIDE (Grupo de Líderes Empresariales de Santa Catarina) – Premio Especial ESG recibido por Lunelli, en la categoría Gobernanza, como reconocimiento de las buenas iniciativas aplicadas.

Premio EMRSA QUE INCLUYE. Gobierno de Ceará homenajea Lunelli Textil Nordeste en la 12ª edición del premio en reconocimiento a inclusión de profesionales con discapacidad en 2022.

Premio ABF Franquicia Internacional 2022.

Premio ABF a la Excelencia en Franquicia 2022

Premio ABF Destaque Franquicia Sostenibilidad 2022, a través del proyecto “Uso de plástico para envases biodegradables y compostables”

RECONOCIMIENTOS

Jaraguá do Sul – EMPRESA CIUDADANA – Contribución para posibilitar la inserción laboral de los adolescentes del “Programa Caminos”

Jaraguá do Sul – PREMIO AL VOLUNTARIADO – Participación de programas de voluntariado del municipio de Jaraguá do Sul.

Maracanaú – Consejo Municipal de los Derechos de los Niños y Adolescentes – CMDCA – reconoce y agradece a la contribución al Fondo Municipal de los Derechos del Niño y del Adolescente de Maracanaú.

Maracanaú – Proyecto PAZ EN EL HOGAR reconoce a Lunelli por el apoyo y trabajo realizado.

Paraguay – Reconocimiento por el registro de Luneli Industrial Textil Paraguay S.A. en la CNV (Comisión Nacional de Valores de Paraguay) como una empresa que emite acciones y bonus y valores mobiliarios en aquel mercado de capitales.



Siempre estuvimos comprometidos a establecer relaciones responsables entre personas y el medio ambiente. Miramos al pasado con orgullo de todo lo que nos ha traído hasta aquí, seguros que nuestras decisiones de hoy y nuestra visión de futuro nos llevarán a un crecimiento sostenible.

Agenda ESG en Lunelli

Gestión de la sostenibilidad

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

Hacemos moda con significado y con el objetivo de promocionar el impacto positivo en el mundo, especialmente a las personas vinculadas a nosotros. Para eso, en 2022 dimos pasos importantes hacia la integración de una agenda ESG estructurada al negocio, con la continuidad del Plan de Sostenibilidad, el cumplimiento del Objetivo Estratégico establecido y las acciones emprendidas para conformar el Viaje a la Sostenibilidad.

Se hizo el mapeo en 2021 de los temas materiales utilizados para orientar las acciones, por el proceso de Matriz de Materialidad, en lo cual fueron analizados escenarios externos, políticas y directrices internas, consulta a liderazgos de la organización. Una encuesta en línea fue conducida con los stakeholders relevantes para la organización, que contó con 112 respuestas, entre ellos, proveedores, representantes comerciales, colaboradores, comunidad y clientes. En 2023, vamos a actualizar la Matriz de Materialidad, con una dinámica nueva de involucración de todas las partes interesadas identificadas. (GRI 102-40 | 102-42 | 102-43)

A través de este proceso conocimos y reconocimos los impactos generados por nuestras operaciones, llegando a la priorización de 18 aspectos considerados de alta relevancia y que representan las expectativas de nuestros grupos de interés.

TEMAS MATERIALES

(GRI 102-44 | 102-47)

AMBIENTAL

- Materiales
- Residuos
- Agua
- Vertidos
- Productos Químicos
- Gases de Efecto Invernadero

SOCIAL

- Relaciones de Trabajo
- Salud y seguridad
- Formación
- Diversidad
- Comunicación y conciencia con los públicos de relación
- Participación en la comunidad

GOVERNANÇA

- Ética e Integridad
- Anticorrupción
- Leyes y Normativas
- Derechos Humanos e Impacto Ambiental en la Cadena de Suministro
- Diálogo con las partes interesadas
- Innovación sostenible

Plataforma de Sustentabilidad Lunelli



Con la priorización de temas, definimos en 2021 y continuamos en 2022 nuestra **Plataforma de Sostenibilidad** que incluye una Política Corporativa, Estrategia de Sostenibilidad, Plan de Acción e Informe de Sostenibilidad. Esta plataforma consolida nuestra visión en el tema, así como nuestros compromisos, objetivos, indicadores e iniciativas, además de un sistema de monitoreo y métodos de gestión de la agenda ESG en la Organización.

Para comprender nuestro punto de partida y objetivos para avanzar en los temas materiales, hicimos el mapeo de nuestro nivel de madurez en cada aspecto. Esta acción nos permitió definir de forma consciente y coherente la escala de evolución de nuestro posicionamiento y la propuesta de valor de sostenibilidad que queremos incorporar al negocio de aquí a 2026.

Posicionamiento:

2021

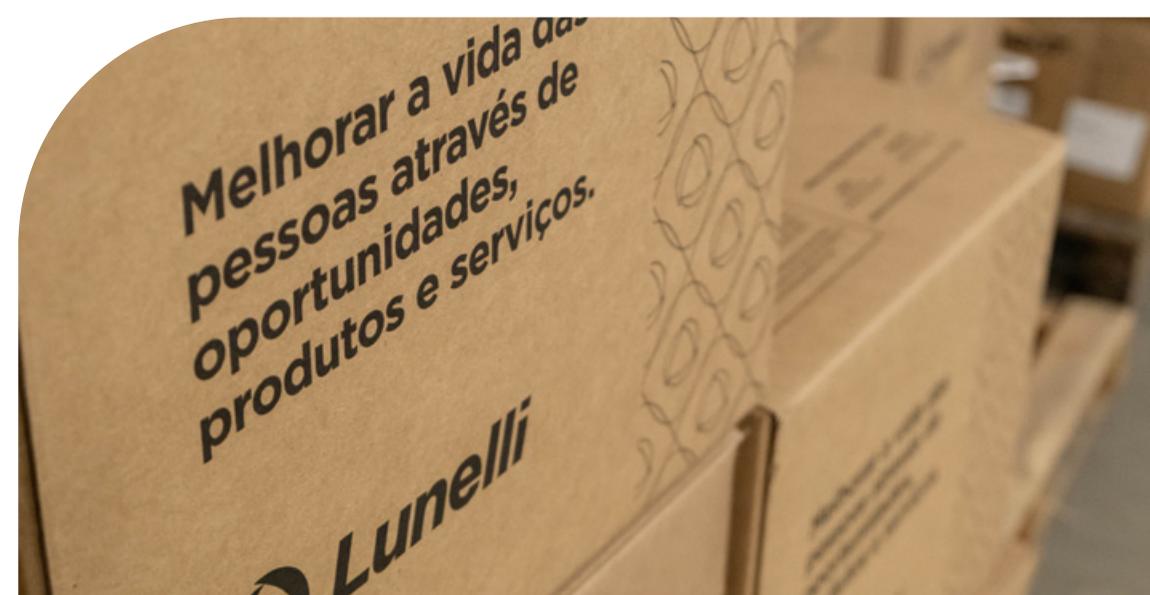


2026

- 1** Cumplimiento de la legislación y mitigación de riesgos.
- 2** Eficacia operativa y compromiso de los stakeholders.
- 3** Innovación en productos y servicios para la sostenibilidad.

VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD:

Hacer moda con significado promoviendo impacto positivo en el mundo y para todos.



Iniciativas para la Sostenibilidad:

INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRATEGIA, GESTIÓN Y CULTURA

Mejorar la gestión de riesgo y el cumplimiento de la Normativa

Promover un entorno diverso y de seguridad

Reducir impactos ambientales de la operación

Mejorar la gestión de la inversión Social

Desarrollar productos sostenibles

EDUCAR PARA LA SOSTENIBILIDAD

INVOLUCRAR A LOS PÚBLICOS DE LAS RELACIONES

Un paso importante para reforzar la gestión de la agenda ESG fue la inclusión de objetivos relacionados a los aspectos de sostenibilidad en el Programa de Consecución de Resultados en 2022 para proyectos y áreas estratégicas del Viaje a la Sostenibilidad.

Estamos seguros de que el viaje es continuo y tenemos muchas oportunidades para reforzar nuestro impacto positivo en el mundo. Queremos mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios, tratando de reducir y mitigar los impactos negativos de nuestras actividades, promocionando el bien social, cultural, ambiental y económico, haciendo una moda que aporte significado a la vida de quienes elija vestirla.

A photograph of two men in a clothing store. The man on the left is wearing a black button-down shirt and is looking at a pair of black pants held by the man on the right. The man on the right is wearing a light-colored short-sleeved shirt and is holding the pants on a hanger. In the background, there are racks of clothing and a neon sign that says "FEITO PARA VOAR".

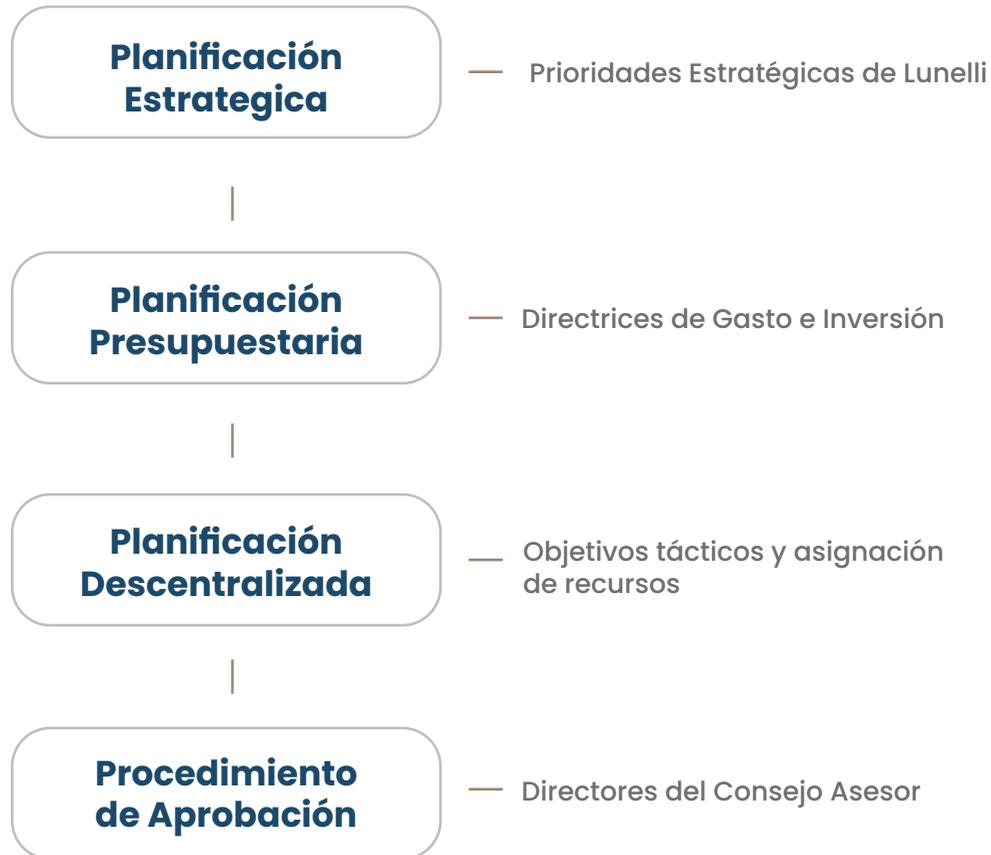
Nuestros resultados económicos son fruto de sólida una gestión financiera y de la conexión de respeto y atención que fomentamos con todas las personas de nuestra red.

GENERACIÓN DE VALOR

económico

Gestión financiera

La Gestión Financiera de Lunelli se realiza con base en cuatro macro etapas que despliegan directrices y acciones con el objetivo de garantizar que nuestros recursos tengan la mejor aplicación para consolidar el propósito de la organización.



RENDIMIENTO financiero

(GRI 201-1)

Hemos alcanzado la marca de **R\$ 1,5 miles de millones en facturación, con un aumento del 22,5%** respecto a 2021. Un récord que ha sido posible gracias a la planificación estratégica, la ejecución presupuestaria criteriosa y del entusiasmo y obsesión por resultados, cultivados por nuestros equipos. En 2022, nuestro negocio sigue resiliente y creciendo, presentando buenos resultados durante el año.



Durante el año también invertimos en la expansión y mejoría de nuestra estructura, totalizando R\$22.4 millones en 2022 para inversiones en las áreas industriales, administrativas y de infraestructura de TI.

(GRI 203-1)



Valor económico generado y distribuido

Somos un sector consolidado hace décadas, actuamos con marcas fuertes y estamos presentes en el comercio minorista. Desarrollamos negocios sólidos, con resultados prósperos, que crecen a cada año y generan riquezas para todos nuestros interesados. La Declaración de Valor Añadido presentado incluye todas las operaciones Lunelli.

GRI 201-1)

Valor económico directo generado y distribuido* (GRI 201-1)

CONSOLIDADO LUNELLI		
DECLARACIÓN DE VALOR AÑADIDO - Gerencial		
CONSOLIDADO		
	2021	2022
DECLARACIÓN DE VALOR AÑADIDO	100,0%	100,0%
PERSONAL	37,7%	36,2%
Impuestos, tasas y contribuciones	19,4%	18,2%
Remuneración del capital de terceros	13,3%	22,4%
Remuneración del capital propio	29,6%	23,2%

* La tabla no incluye las acciones sociales, comisariadas y supervisadas por el equipo interno, con inversión superior a R\$1.7 millón.

Red de comercio al por menor

A través de nuestro modelo de negocios, conectamos una red de emprendedores minoristas multi marcas, representantes y franquiciados, que integran nuestra plataforma de comercio al por menor, por la cual hacemos llegar a nuestras marcas y productos hasta el consumidor final. Son emprendedores que, como nosotros, desarrollan negocios que generan empleo, renta y mueven las economías locales. En 2022 todos los canales presentaron crecimiento.



20 mil
clientes multimarca



27,2%
en ventas

35 tiendas
propias y franquicias



23,1%
en facturación



17%
en SSS (Same Store Sales)

E-commerce



28,5%
en facturación
para tiendas propias



15,4%
en facturación para
Marketplace

Programa UNE



39,7%
en facturación

Exportación



48,6%
en facturación

Franquiciados

Actuamos con el modelo de franquicias en la marca Lez a Lez. Son 28 tiendas conducidas por colaboradores franquiciados en estados como Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia y Ceará, así como en Brasília, en el Distrito Federal. Para garantizar una relación alineada a los valores de Lunelli, hemos adoptado un manual de normas y procedimientos de tiendas, además de formación en gestión de personas, procesos y comercial para los franquiciados y sus equipos.

Reconocimiento

Además del reconocimiento, por cuarta vez consecutiva, con el sello Excelencia de Franquicia, Lez a Lez recibió el premio Destaque Franquicia Sostenibilidad, por su proyecto "Uso del plástico para envases biodegradables y compostables". La iniciativa consiste en la sustitución de todo el plástico común de los envases de productos por plástico biodegradable y compostable, desarrollado a partir de biomasa, con la aplicación de un agente acelerador de la biodegradabilidad.



Desde 2018, Lez a Lez, que también ha sido reconocida por la Guía de Franquicias de Pequeñas Empresas & Grandes Negocios, cuenta con el sello de excelencia de la ABF.

El resultado es fruto de una política de franquicia coherente y transparente, cuyo objetivo principal es promocionar el éxito de los franquiciados, compartiendo logros y resultados positivos año tras año.

Cientes multimarca y representantes

La actuación con el comercio al por menor multimarca - comerciantes que actúan con diversos productos incluyendo las marcas de Lunelli - nos permite una mayor capilaridad. Nuestros representantes comerciales son el eslabón importante en la relación con esos clientes.

Nuestra área comercial se mantiene cercana para construir vínculos

de confianza con clientes y representantes, también ampliar nuestra actuación en nuevos mercados, con productos asertivos y competitivos. Buscamos establecer relaciones con socios que estén alineados con nuestros valores y cuya premisa sea también entregar calidad y precio justo al consumidor.



Comunicación con Representantes Franquiciados

En 2022 realizamos reuniones de ventas en un formato híbrido, con encuentros presenciales y digitales para transmitir el universo de las marcas, pasar información sobre la colección y mantenerles conectados con Lunelli.

Rendimos homenaje a nuestros representantes que llevan más tiempo en la empresa, lo que refuerza nuestra ideología y atención a las personas.

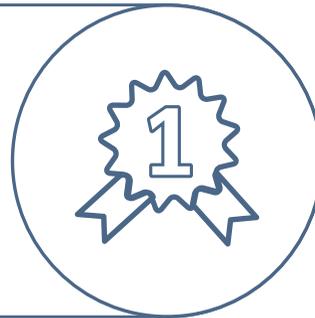


Omnichannel

2022 fue un año de grandes logros para el comercio electrónico. Trasladando todos nuestros sitios web a una plataforma, que nos ha proporcionado mejoras en los procesos internos y la posibilidad de habilitar herramientas de omnichannel en nuestras propias tiendas físicas y franquicias.

Nuestro canal de atención al cliente en línea también fue premiado con el sello RA1000 a finales de 2021, un gran logro que solo pueden alcanzar las empresas que tienen excelencia en la atención al cliente y la resolución de problemas para los consumidores en línea, y mantuvimos este estándar a lo largo de 2022.

Con el logro del sello RA1000, fuimos nominados también al premio de mejor comercio electrónico en las categorías de moda y fabricantes.



En el canal B2C (comercio electrónico propio), superamos el objetivo establecido, cerrando el año con un crecimiento del 28,5% respecto a 2021.

PROGRAMA UNE

Para conectar cada vez más a nuestros públicos y ampliar la capilaridad de nuestras marcas,

en 2022 evolucionamos con el programa UNE, una plataforma de negocios en línea de Lunelli.

Con un modelo basado en el formato de social selling, la plataforma promueve beneficios a quién participa y refuerza la divulgación de los productos de nuestras marcas, fortaleciéndose como canal de ventas de la empresa.

En 2022, el Programa alcanzó un crecimiento del 39,7% respecto a 2021.

Transformación digital

Además de la implantación de mejoras y migraciones de plataformas de comercio electrónico para las marcas, alteramos el sistema de facturación de envío, generando un proceso más rápido y de confianza. Migramos los puntos de venta (PDVs) de las tiendas propias, como parte de la preparación para los cambios que se realizarán para la implementación de Omnichannel.

En 2022 continuamos con la estrategia de incluir nuestros productos en nuevos marketplaces de moda y en 2023 se continuará con esta labor, buscando siempre el posicionamiento estratégico de las marcas online.



A close-up portrait of a young man with short brown hair, a nose ring, and black earlobes. He has a friendly smile and a tattoo on his neck. The background is a soft-focus outdoor setting with greenery.

Tenemos como guía diario para los pasos empresariales nuestra búsqueda constante para desarrollar personas y generar legado a partir de nuestras relaciones. Actuamos en el mercado de la moda hace 41 años y, desde el principio, un punto importante que siempre ha permeado nuestro ADN de atención con la red de personas es con quien compartimos valores: colaboradores, proveedores, comerciantes minoristas y la comunidad.

GENERACIÓN DE valor social

Jonatan Jean Colaço.
Unidade Beneficiamentos - Corupá/SC

Colaboradores

Producir moda con significado es mucho más que hacer ropas. También es, a lo largo del proceso, ofrecer a los colaboradores un entorno de trabajo con seguridad, respetuoso a las relaciones laborales, favoreciendo el bienestar y la evolución de todo el equipo.

Nuestros profesionales tienen, en su esencia, potencial para creación, colaboración, dedicación, cuidados y generación de resultados. Solo hemos llegado donde estamos gracias a las personas. Somos una familia que creció en los últimos años, valorando siempre la sencillez, el entusiasmo y promoviendo espacios que potencializan en crecimiento y desarrollo de todos.



PERFIL DE LOS COLABORADORES

Cerramos el año de 2022 con 4.591 colaboradores, de los cuales 32% son hombre y 68% mujeres, con un 57% de las personas en edades comprendidas entre 30 a 50 años, y el 100% con contratos indefinidos a tiempo completo.

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

	2020	2021	2022
TOTAL DE COLABORADORES	4.054	4.453	4.591
Número de colaboradores en Brasil	3.840	4.219	4.329
Número de colaboradores en Paraguay	214	234	262
Porcentaje de colaboradores en Brasil	95%	95%	94%
Porcentaje de colaboradores en Paraguay	5%	5%	6%
Número de personas en prácticas	4	9	4
Número de jóvenes aprendices	31	56	62



Kelma. Unidade Noreste - Maracanaú-CE



Colaboradores por función (GRI 405-1)

	2020		2021		2022	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
TOTAL COLABORADORES	32%	68%	32%	68%	32%	68%
JUNTA DIRECTIVA	86%	14%	88%	12%	88%	12%
GERENCIA	69%	31%	66%	34%	72%	28%
SUPERVISIÓN / COORDINACIÓN	73%	27%	75%	25%	76%	24%
ESPECIALISTAS	53%	47%	49%	51%	49%	51%
COLABORADORES	31%	69%	30%	70%	31%	69%

Colaboradores por grupo de edad, función y género (GRI 405-1)

		2020				2021				2022			
		Hasta 21 años	22-29 años	30-49 años	Mayores de 50 años	Hasta 21 años	22-29 años	30-49 años	Mayores de 50 años	Hasta 21 años	22-29 años	30-49 años	Mayores de 50 años
TOTAL COLABORADORES	Hombres	4%	10%	16%	2%	4%	9%	16%	2%	4%	9%	16%	3%
	Mujeres	5%	17%	41%	5%	7%	16%	41%	5%	7%	15%	40%	6%
JUNTA DIRECTIVA	Hombres	0%	0%	72%	14%	0%	0%	75%	13%	0%	0%	75%	13%
	Mujeres	0%	0%	14%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	12%	0%
GERENCIA	Hombres	0%	7%	56%	7%	0%	3%	56%	7%	0%	3%	63%	6%
	Mujeres	3%	3%	24%	0%	0%	10%	24%	0%	0%	6%	19%	3%
SUPERVISIÓN / COORDINACIÓN	Hombres	0%	0%	68%	5%	0%	0%	70%	5%	0%	0%	70%	4%
	Mujeres	0%	0%	27%	0%	0%	0%	20%	5%	0%	0%	22%	4%
ESPECIALISTAS	Hombres	0%	8%	41%	4%	0%	5%	40%	5%	0%	4%	40%	4%
	Mujeres	0%	3%	41%	3%	0%	5%	43%	2%	0%	4%	45%	3%
TOTAL		9%	27%	57	7%	11%	26%	56%	7%	11%	24%	57%	8%

Relaciones de trabajo

(GRI 102-41)

Lunelli sigue la Legislación Laboral buscando siempre ser justa con el colaborador, respetando sus derechos. Buscamos mantener una estrecha relación con los sindicatos, sean de empleadores o de empleados. Participamos activamente de las negociaciones colectivas y nos ponemos siempre disponibles para atender y entender cualquier demanda que se genere. Todos los colaboradores están amparados por negociación colectiva de los sindicatos del sector. En las unidades de Paraguay, eso ocurre de manera puntual a través de acuerdos establecidos directamente con las instituciones gubernamentales, debido a la inexistencia de los sindicatos. (GRI 102-41)

La Gestión de personas se guía por el objetivo estratégico “atraer, retener y desarrollar capacidades necesarias para el crecimiento”, así como por políticas y estandarización de los procesos para garantizar la igualdad en el tratamiento a todos los colaboradores.



Viviane Jordan, Estampado.
Unidad Vestuário - Guaramirim/SC

El respeto nos une y la diferencia nos ennoblece

(GRI 405)

Nos comprometemos a que nuestro entorno de trabajo sea cada vez más inclusivo, respetando la diversidad y promoviendo condiciones iguales a todos nuestros colaboradores.

En 2022, invertimos en el proyecto de Diversidad para la estructurar el posicionamiento de Diversidad e Inclusión, con la premisa de realizar la construcción de manera colaborativa y con representatividad de los grupos de identidad en el proceso.

A lo largo del año, llevamos a cabo varias acciones para definir la directriz y el plan de diversidad e inclusión. Escuchamos activamente a los colaboradores que han aportado sus sentimientos, percepciones y recomendaciones para hacer la empresa cada vez más inclusiva. Para garantizar la representatividad, escuchamos individualmente personas con discapacidad auditiva, con apoyo de un intérprete de Libras, discapacidad física e intelectual. También oímos personas LGBTQIAP+, personas de ambos sexos, personas con diversidad racial y étnica, y mayores de 50 y 60 años.

El proceso de escucha fue esencial para la construcción de las acciones del mapeo para la Política de Diversidad. Las personas escuchadas forman el Grupo de Trabajo “Respeto Inspira Respeto” junto a otros profesionales de áreas estratégicas de la empresa, como Gestión de Personas y todas las áreas de apoyo a la Contratación y Selección, Formación y Desarrollo, Salud y Seguridad, Sostenibilidad y Liderazgos.

Hicimos también Taller de concienciación, capacitación y escucha con directores y gerentes, Taller e investigación con el equipo de Gestión de Personas de todas las unidades de la empresa y reuniones y entrevistas con profesionales de áreas estratégicas y reuniones de presentación de datos y validación de las próximas acciones junto al Directivo y al Consejo Asesor de la empresa.

Además, realizamos la campaña interna **RESPETO INSPIRA RESPETO** con colaboradores representando cada tema trabajado, lanzada y divulgada internamente en 2023. Con la campaña, reforzamos el compromiso en defender el RESPETO ante cualquier circunstancia y nuestras relaciones.

RESPETO INSPIRA RESPETO



Respeto inspira respeto

Somos todos iguales, aunque diferentes. Las diferencias nos hacen más unidos y más fuertes. Reconocemos las diferencias, no como una forma de distinción, sino como una fuerza transformadora, que genera crecimiento y conexión.

Respetamos todos igualmente, porque creemos que el respeto es sinónimo de empatía y que respeto inspira respeto.

Creemos que la diversidad une y que el respeto transforma todo a nuestro alrededor. Creemos que reconocer la diversidad es conectarnos con el futuro.

La diversidad nos hace únicos.

Em Lunelli, ¡el respeto nos une y la diferencia nos hace grandes!



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

En 2023, daremos continuidad al proyecto, buscando siempre la evolución continuada de los aspectos de diversidad en las relaciones de trabajo para garantizar un entorno íntegro, positivo y que favorezca el desarrollo de todas las personas, independientemente de su género, raza, edad, orientación sexual u otra característica cualquiera.



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

Certificación ABVTEX

(GRI 412-1)



Estamos certificados por ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil - Asociación Brasileña del Comercio al por menor Textil) en nuestras unidades de Confección y tejidos de puntos y tejidos y hemos adoptados las premisas de la certificación en las demás unidades de Lunelli. En 2010 se creó el sello con clasificación Oro, Plata y Bronce, y sólo lo ofrecen a las industrias que cumplen con los criterios: entorno de trabajo higiénico y con seguridad, pago de horas extras de acuerdo con el convenio colectivo, recaudación de FGTS e INSS, no ocurrencia de trabajo infantil, forzado o esclavo, cumplimiento de las leyes ambientales, entre otros temas relacionados a la cadena de la moda

Gestión del personal

Por segundo año consecutivo, conmemoramos la conquista del sello Great Place To Work, reconocimiento internacional que clasifica las mejores empresas para trabajar. Además de la certificación, entramos en el selecto listado de las 20 Mejores Empresas para Trabajar, en la categoría Grandes Empresas de Santa Catarina.

Ahora, estar en el listado de las mejores entre las empresas más grandes, representa un logro aún más significativo para todos y celebra la secuencia de conquistas, resultados de acciones efectivas de una gestión centrada en las personas.

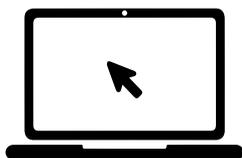


El programa evalúa, a través de herramienta en línea de búsqueda y diagnóstico, el clima organizacional de las corporaciones, incluyendo temas como credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

Las respuestas de los colaboradores han destacado puntos como el fuerte sentimiento de orgullo, elevada confianza en la Alta Dirección, colaboradores que valoran el crecimiento profesional y la conciliación de la vida laboral y familiar, además de un entorno de trabajo muy elogiado. Ese proceso de consulta con los colaboradores nos permitió identificar puntos de atención en temas que son desarrollados por la Gestión de Personas y liderazgo.

En Lunelli, el cuidado viene de dentro hacia fuera, por eso, se cree que cuando la empre cuida de los colaboradores, los equipos cuidan de los clientes, y los clientes cuidan de la viabilidad del negocio, formando un ciclo virtuoso.

Acceda a más información:



Melhores
Empresas para
Trabalhar™
em Santa Catarina

Great
Place
To
Work.

BRASIL
2022

COMUNICACIÓN ABIERTA Y TRANSPARENTE

Por medio de nuestra comunicación con los colaboradores, reforzamos nuestra cultura y creamos entornos más inclusivos y colaborativos. Para garantizar que todos los colaboradores estén conectados a Lunelli, divulgamos nuestras informaciones, oportunidades, normas y directrices a través de los siguientes canales:

- **Reuniones regulares;**
- **Murales Físicos;**
- **Correo Electrónico;**
- **WhatsApp;**
- **Comunicación con Liderazgos.**

También hemos adoptados una comunicación clara y efectiva acerca de cualquier cambio en la empresa, respetando los plazos mínimos para que nuestros colaboradores se adapten. (GRI 402-1)

A quién le importa, valora.

(GRI 401-2)

Contribuyendo a nuestra misión de “Mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios”, en 2022 invertimos y mantuvimos varias ventajas para nuestros colaboradores, entre ellas:

- Actos corporativos para celebrar los 534 colaboradores que cumplieron 5, 10, 15, 20, 25 y 30 años con Lunelli;
- El Día Libre en el cumpleaños, dónde el colaborador gana un día de descanso en el mes de su cumpleaños.
- Participação de Resultados y Premio a la Producción;
- Alimentación;
- Asistencia Médica y Social;
- Formación y Desarrollo;
- Pensiones Privada;
- Conmemoraciones em fechas especiales;

Tienda del Colaborador: Para acercar cada vez más nuestras marcas a nuestros colaboradores, mantenemos tiendas físicas en las unidades de Guaramirim/SC y Maracanaú/CE, así como la tienda electrónica, dónde los productos de las marcas Lunelli comercializados con precios especiales a los colaboradores.



Programa de logro de resultados y premio de producción



Valoramos nuestros colaboradores mediante el **Programa de Logro de Resultados (PLR)** y el **Premio de Producción**. El primero se abona en un solo pago a los empleados de algunas unidades, mientras el segundo es distribuido mensualmente a las demás unidades. Los programas se basan en pilares estratégicos que mantienen la coherencia con las directrices de la planificación presupuestaria y tienen como objetivo compartir resultados obtenidos durante el año, reforzar la importancia del trabajo en equipo y generar una comunicación transparente.



En 2022, por medio de los programas, compartimos R\$ 20.4 millones de reales con nuestros equipos.



LunelliPrev

LunelliPrev es un plan cerrado de pensión complementario disponible para los colaboradores de las unidades de Brasil. El programa refuerza nuestros valores e interés por cuidar a nuestra gente.

Los participantes del plan realizan contribuciones mensuales, con valor según su elección que se descuenta de su nómina de pago. Lunelli también realiza aportaciones en el plan, como forma de ayudar y motivar a los participantes a constituir sus ahorros para la pensión. Los valores aportados por la empresa se reparten entre los participantes según criterios de igualdad.

El valor del beneficio futuro de cada participante va a ser el resultado de la capitalización de las contribuciones del participante y de la empresa por la rentabilidad del plan, el mismo se estructura de forma a estar en equilibrio actuarial permanente.

El plan está gestionado por una entidad de pensiones complementarias especializada en la administración de planes de jubilación desde 1987.

Dada la relevancia del tema, Lunelli participa en la gobernanza de este socio. Colaboradores y gestores de Lunelli ocupan cargos en el Consejo de Patrocinadores, en el Consejo Deliberativo, en el Consejo Fiscal, en el Comité de Inversiones y en el Comité de Ética y Conducta. Estos son los responsables en establecer directrices y normas, supervisar y evaluar las operaciones de la entidad.

En 2022, el plan contaba con 3.669 participantes, con una tasa de adhesión del 87.6%, un aumento de 4,6 p.p. con relación al año anterior y un patrimonio total de R\$ 19,6 millones.

LunelliPrev

A Previdência Privada da Lunelli



PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

Hasta 21 años	22-29 años	30-49 años	Mayores de 50 años
10%	23%	58%	9%

La seguridad financiera y la atención a la planificación financiera, sea en el trabajo o en la vida personal, están siempre a la orden del día. Creemos que tenemos una función clave para influir positivamente nuestros colaboradores y socios en general.

Tratamos de participar y plantear el tema de diferentes maneras y con diferentes stakeholders, como la realización de conferencias sobre la educación acerca de pensiones para los representantes comerciales en las reuniones de ventas de nuestras marcas, así como reuniones en línea para que los líderes presenten los resultados del programa y para la formación sobre el tema de las Finanzas del Comportamiento. Además de campañas internas de compromiso y concienciación.



Desarrollo de las personas

(GRI 404-2)

Las personas que se vinculan a Lunelli encuentran aquí una oportunidad para evolucionar y crecer. Promovemos cursos específicos para el desarrollo de los colaboradores de acuerdo con las necesidades y estrategias de organización, contemplando todas las unidades de Lunelli. También apoyamos el desarrollo de las personas con becas para cursos técnicos, grados, posgrados y cursos de idiomas. **La iniciativa, dirigida por la Política de Concesión de becas, benefició a 298 colaboradores, lo que representa una**

inversión cerca a R\$ 345 mil reales para Lunelli, proporcionando un crecimiento personal y profesional a nuestra gente.

Durante el año de 2022 se realizaron formaciones relacionados a actividades Operacionales, Comportamentales, Desarrollo de Liderazgos, Seguridad del Trabajo y a través de las formaciones por el **Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli, con más de 39 mil horas y inversión de R\$ 1.9 millones de reales.**

categoria	carga de trabajo
Operacionales	6.846
Comportamentales	13.719
Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli	7.271
Desarrollo de Liderazgos	4.562
Seguridade del Trabajo	7.457
TOTAL DE HORAS	39.855

Centro de entrenamiento Abílio Lunelli

En los 7 años de su existencia, el Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli actúa en la formación de nuestros colaboradores, con cursos que se imparten en su mayoría por el propio equipo de Lunelli, potencializando un espacio de intercambio y crecimiento mutuo.

El Centro de Entrenamiento tiene como compromiso compartir conocimientos y buenas prácticas para ofrecer lecciones que aporten valor a la vida de las personas, proporcionando a los colaboradores formaciones técnicas y el desarrollo de habilidades interpersonales. Además de la posibilidad de inspirar nuestros alumnos a la búsqueda continua del desarrollo personal y calificación profesional.

En el año de 2022 se han abierto 8 nuevas clases del curso Operador de Producción para las áreas de Cosido, Tejido, Corte, Producto Acabado y Tinte, ofreciendo oportunidades de aprendizaje a 190 colaboradores.



CENTRO DE TREINAMENTO
Abilio Lunelli



Formatura CT Abílio Lunelli.
Unidad Noreste - Maracanaú/CE

Desarrollo de liderazgos

Centrado en el desarrollo técnico y comportamental de los líderes, el programa de formación ofrece un desarrollo continuado para que los gestores actúen en la gestión del negocio, gestión de personas y sus competencias personales. En el año de 2022 se han abierto 5 nuevas clases con la participación de 115 líderes o líderes potenciales.



PROGRAMAS INNOVACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS

Buscamos promover espacios para que nuestros colaboradores se involucren en el desarrollo de la empresa, compartiendo sus propias ideas para mejoría de procesos, porque creemos que ese movimiento también contribuye para el desarrollo individual.



Premiação Mostra PNI.
Unidad Beneficiamientos - Corupá/SC



O PNI - El Programa de Nuevas Ideas

Es un programa formado por equipos de trabajo de diversos sectores y presente en tres estados (Santa Catarina, São Paulo e Ceará). Existe desde 2007 y es una importante herramienta para mejorías de los procesos y reducción de costes, aumento de productividad, innovación y desarrollo de los colaboradores. El programa cuenta con 73 equipos del PNI, 365 colaboradores, 1245 ideas con un rendimiento de R\$ 3.8 millones en 2022.



El Programa SOL (Seguridad, Organización y Limpieza)

es una herramienta para la concienciación y desarrollo de buenos hábitos y actitudes de nuestros colaboradores para mejorar el entorno de trabajo, la calidad de los productos y servicios y, principalmente, la calidad de vida de las personas. El programa cuenta con 220 consultores.



Salud y seguridad en el trabajo

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

Cuidar del bienestar de nuestras gente es una premisa que nos guía a cada día. A través de diversas iniciativas, **buscamos promover el bienestar, la seguridad y la salud de cada colaborador que hace parte de la familia Lunelli**. Mantenemos un sistema de salud y seguridad implementado en todas las unidades y tiendas propias de Lunelli, que es conducido por un equipo técnica formada por médicos, enfermeros del trabajo, ingenieros y técnicos de seguridad. (GRI 403-8)

El sistema es formado través un mapeo de riesgos en salud y seguridad del trabajo que nos apoya en la identificación y clasificación de riesgos y consecuentemente, las áreas y unidades que demandan mayor cuidado para mitigación y promoción de ambientes con seguridad, de acuerdo con las normas reglamentarias.



Herramientas importantes en la promoción de salud y seguridad son los análisis ergonómicos, el suministro de EPI's (Equipos de Protección Individual), la actuación de CIPA y de la Brigada de Emergencia. CIPA es la responsable en inspeccionar los sectores de seguridad, buscando siempre una mejoría en el entorno de trabajo, en relación a la salud y bienestar de los colaboradores, además de promocionar campañas y difusión acerca de seguridad en los sectores.



La Brigada de Emergencia tiene 430 colaboradores voluntarios que cubren todas las unidades, dónde se les forma y capacita para hacer frente a situaciones como la extinción de incendios, accidentes en el trabajo y derrame de productos químicos. Todas las unidades también poseen sistemas de protección y contra incendios (salidas de emergencia, extintores, hidrantes, luces de emergencia y zonas de seguridad) conforme a lo dispuesto en PPCI – Proyecto de extinción preventiva de incendios (Projeto Preventivo de Combate a Incêndio) – aprobado por el cuerpo de Bomberos.

Los accidentes que ocurren en Lunelli se registran y gerencian de dos maneras: accidentes habituales, relacionados a actividad desarrollada; y accidentes de trayecto, relacionados al desplazamiento del colaborador en el trayecto casa-trabajo/trabajo-casa. En los dos casos, esas ocurrencias se registran y gerencian tras planes de acción para evitar o minimizar los riesgos de reincidencia. **En 2022, los principales riesgos y causas registradas estaban relacionados con cortes superficiales y/o pequeñas perforaciones, generalmente en las extremidades superiores.**

Asistencia ambulatoria

En 2022, se realizaron 16.933 servicios ambulatorios en todas las unidades y regiones. Los servicios son distribuidos en: Ingreso, Periódico, Vuelta al trabajo, Consulta médica, Cambio de función y Baja. Los Ingreso representan 36% del total, seguidos de las consultas médicas y periódicos.

SEGURIDAD PARA TERCEROS

Para garantizar condiciones de seguridad, mantenemos un proceso de monitoreo y seguimiento de todos los proveedores y terceros que se contratan para realización de servicios en nuestras unidades.

Aplicamos las directrices de **Política de Seguridad de Terceros de Lunelli**, y según el tipo de riesgo, **la actividad solamente podrá iniciarse después de emitir el APR – Análisis Previa de Riesgos – y de PT – Permiso de Trabajo – documentos facilitados por el equipo de Seguridad del Trabajo**, supervisados a través de una plataforma de control y gestión de documentos.

Cleiciane Ramos Sá, Costura.
Unidad Noreste – Maracanaú/CE

Educación para la salud y seguridad



(GRI 403-5)

Comprendemos que la seguridad depende también del comportamiento individual, por eso invertimos en acciones de formación y concienciación para que los colaboradores amplíen su visión de cuidado. Los Diálogos de Seguridad con conversaciones cortas con los equipos y ocurren mensualmente, además de la comunicación en nuestros canales internos.

Otro movimiento importante para concienciar y llevar la información a los colaboradores son los ejercicios de abandono del área general. Según determina la Instrucción Normativa del Cuerpo de Bomberos, cada unidad realiza 02 ejercicios de abandono al año, uno por semestre. Estos simulacros son una oportunidad para reforzar la información relevante y el comportamiento seguro que se debe adoptar en caso de situaciones de emergencia.

Además, cuando los colaboradores reciben sus equipos de protección individual, reciben formación sobre su uso correcto. **También se lleva a cabo una formación específica, de acuerdo con las NR 10, 11 y 35, para los colaboradores que realizan actividades en alturas, con electricidad y manipulación de materiales, utilizando transpaletas o carretillas elevadoras.**

Periódicamente formamos a los profesionales que manejan maquinaria y equipos sobre las medidas preventivas que deben adoptar para un funcionamiento sin riesgos. Todos los nuevos colaboradores tienen acceso a contenidos y orientaciones para un comportamiento con seguridad y sano durante su integración. **En 2022, registramos 7.457 horas de formaciones con los temas de salud y seguridad.**



Salud y bienestar

GRI 403-6)



A través del programa Viva Usted promovemos el acceso a prácticas y servicios que ayudan a la salud y el bienestar, como clases de yoga, nutricionista, psicólogo, grupos de running y fisioterapia.

En 2022, 120 colaboradores hicieron parte del Grupo de Running y 252 en el Yoga. Se realizaron 1.465 consultas con Fisioterapeuta y 502 con Psicólogo.

Otros beneficios de salud ofrecidos por Lunelli son el plan de salud, médico y dentista en las unidades, plan dental, gimnasia laboral y una dieta equilibrada en los restaurantes.

La gimnasia laboral se realiza junto a una empresa especializada, al servicio de todas las unidades y sectores productivos. En 2022, realizamos **7.140 clases de gimnasia laboral**. Durante esta pausa aprovechamos para transmitir informaciones sobre salud y bienestar.

Ofrecemos alimentación hecha con cuidado y cariño. En nuestras unidades, la comida es preparada bajo la supervisión de nutricionistas y según el Programa de Alimentación del Trabajador (PAT). **En 2022, se sirvieron 862.402 comidas.**



Clase de yoga, Unidade Avaré/SP

Proveedores

(GRI 102-9)

Tratamos de mantener una estrecha relación a nuestra red de socios para influir en la conducta responsable en el proceso de adquisición y fabricación. Para eso, adoptamos una gestión estratégica de la cadena de suministro, basada en una Política de Compras que guía nuestra actuación en los procesos de negociación y contratación de proveedores. Actualmente, repartimos nuestros socios entre dos grupos: nacionales e internacionales y en subgrupos: **Hilos, Tejidos de Punto y Tejidos, Químicos y auxiliares, Materiales de acabado, Envasados, Suministro y Proveedores de servicio.**

La relación con nuestros proveedores internacionales se conduce por medio de la unidad especializada en importaciones. Buscamos soluciones de productos y materias primas coherentes con nuestros valores y compromisos socioambientales.



Aprobación de socios

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

Trabajamos por una cadena de moda justa y responsable. Por eso, buscamos evolucionar en nuestros procesos de aprobación y trazabilidad de la cadena. Sabemos que, como eslabón fuerte en esta red, tenemos un papel importante de influencia en la adopción de una buena conducta, que respeten las legislaciones ambientales y sociales vigentes y contribuyan para la construcción de entornos con seguridad, libres de trabajo forzoso, esclavo o infantil.

En el proceso de aprobación de proveedores, adoptamos criterios específicos para el suministro de químicos. Se considera esa categoría de socios crítica desde el punto de vista social y medioambiental, y el 100% de estos proveedores son supervisados mediante documentación para garantizar el cumplimiento de las normas y leyes nacionales. (GRI 308-2)

Adoptamos contratos con los proveedores de servicio, documentos que establecen cláusulas que determinan el cumplimiento de leyes relacionadas a las relaciones laborales y el impacto medioambiental. Para los confeccionistas, responsables por el proceso

de producción, realizamos auditorías presenciales para verificar los requisitos de calidad y buena práctica socioambientales adoptadas por el proveedor. Para los fabricantes de ropa, nos basamos en las exigencias generadas en el modelo de marca blanca, el 100% de las cuales están certificadas por ABVTEX.

También estamos cada vez más atentos a los socios que, como nosotros, buscan soluciones con menor impacto ambiental. En 2022, se recicló el 85% de los tapones de hilo utilizados y se recicló o reutilizó el 100% de los tubos de PVC que soportan el rollo tejido.

En el año, también adquirimos hilos para la producción de tejidos de punto con certificación BCI – Better Cotton Initiative – un volumen equivalente a 100% del total comprado en 2022. La BCI es una iniciativa de certificación de las prácticas sociales y medioambientales justas y responsables en la cadena de algodón. **Para viscosa, 94% del volumen de compra tiene la certificación de buenas prácticas socioambientales.**

Para aumentar nuestro impacto positivo en la cadena de valor, también desarrollamos el Código de Conducta para Proveedores en 2022. En el documento, se recomienda que nuestros proveedores, prestadores de servicio, terceros y socios en general utilicen su propia red de suministro para difundir y consolidar los requisitos, parámetros y buenas prácticas.

El Código se divide en 3 temas principales: Medio Ambiente, Social y Gobernanza. Además de la estructura ESG el Código de Conducta para Proveedores y socios en general presenta cuales ODS, u Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, se vinculan a cada tema. El documento se comunicará y distribuirá a la cadena de suministro durante 2023.

Esa evolución aportará mejoras para nuestro proceso de aprobación de socios, centrándose en establecer vínculos sólidos y valorar a los empresarios de la cadena de moda que comparten nuestros valores.

Comunidad

(GRI 413-1)

Mejorar la vida de las personas haz parte de nuestra misión y lo experimentamos a través de los vínculos que establecemos en las regiones cercanas a nuestras operaciones. Llevamos nuestra cultura del cuidado desde dentro hacia fuera mediante apoyos, proyectos, donaciones y acciones de voluntariado en proyectos que contribuyen para el desarrollo de las comunidades.

La estrategia de Inversiones se centra en iniciativas que refuerzan los temas educación, ciudadanía y ecología, con trabajos centrados a la formación individual, atención a la primera infancia y valoración de la cultural local y medio ambiente.

INVERSIONES EN LA COMUNIDAD

En 2022 donamos más de R\$1.7 millones a proyectos e instituciones, de los cuales R\$ 927 mil en acciones directas y R\$ 818 mil en aportes tras leyes de incentivo.



HECHOS DESTACADOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL

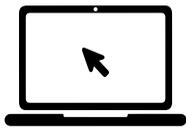
PRESERVAR ES AMAR – PROYECTO “ENTRELAÇOS”



El “Entrelaços” fue la realización de una muestra itinerante del espectáculo “A Princesa Margarida - um musical brincante” de la Cia de teatro Metamorfose, de cuentacuentos y lúdica en las escuelas municipales para alumnos de 1º a 5º de Primaria de Guaramirim/SC, Corupá/SC y Luiz Alves/SC, dónde se atendió más de 25 escuelas desde el Mayo hasta Agosto, con presentaciones semanales, y más de **3.500 alumnos involucrados**.



Acceda a más información:





OCTUBRE ROSA

Donamos más de 70 exámenes de mamografía a las colaboradoras de la unidad Noreste, en Maracanaú/CE. La donación de estos exámenes se direccionó a las colaboradoras mayores de 40 años, para incentivar la realización del examen y concienciación con respecto al Octubre Rosa.

El apoyo a la realización de exámenes para las colaboradoras y la comunidad se ha llevado a cabo desde 2019, dónde se donaron 200 exámenes para la región de Guarimirim/SC y Jaraguá do Sul/SC, beneficiando a las colaboradores y comunidad por medio de la Red Femenina. En 2021, realizamos la donación de 100 exámenes para las colaboradoras de la unidad de Avaré/SP y la Secretaría Municipal de Salud del municipio recibió el equivalente a 200 exámenes para la comunidad. El apoyo en 2022 para la unidad y colaboradora de la unidad de Maracanaú/CE reforzó el compromiso con la causa y la atención a la salud de las mujeres.

Aún en el Octubre Rosa, Lez a Lez – nuestra marca de moda femenina Urban Beach – lanzó la campaña aMAR-se, invitando a la cantante Amanda Coronha a interpretar una canción hecha especialmente para la ocasión, en la que habla de la fuerza del amor propio. Para conectar el concepto de la campaña con la esencia de la marca, la artista Juliana Tang creó un lienzo que representa el mar en tonos rosas.

HOSPITAL SÃO JOSÉ

Centrados en apoyar la asistencia sanitaria, donamos R\$500.000,00 para el Hospital São José de Jaraguá do Sul/SC, como apoyo a la Fase 4 del Plan Director.



Marcio Bertoldi, Director Comercial y Maurício J. Souto-Maior, Director General del Hospital São José de Jaraguá do Sul.



EMPRESA AMIGA DE LOS BOMBEROS

Lunelli siempre apoyó entidades de ayuda a la comunidad, como el Cuerpo de Bomberos. En 2022, mantuvimos el apoyo en diversas ubicaciones, con inversiones para la adquisición de aparatos y mejora de estructura para un mejor servicio a la comunidad en Santa Catarina, mediante el programa Empresa Amiga del Bomberos Voluntarios, así como el apoyo a la compra de un camión de combate para la ciudad de Minga Guazú, en Paraguay.

INSTITUTO BRAUDEL

El fomento a la lectura y al desarrollo hacen parte de nuestro compromiso social, de dentro hacia fuera. Por medio del Instituto Braudel, realizamos el Círculo de Lectura, con 02 grupos de colaboradores en la Unidad Noreste, ubicada en Maracanaú/CE. En los encuentros, se realizaron lecturas y debates de los textos en grupo, promocionando la reflexión y el desarrollo.



Proyectos apoyados por Lunelli

REGIÓN SUR

- **Ley de Incentivo a la Cultura | R\$ 75 mil:** Proyecto We Light Floripa y libro "O Jeans do Brasil";
- **Ley de Incentivo al Deporte | R\$ 18,7 mil:** Seletto Esporte Clube, Seletto Saúde y Associação de Surf Praias de Itajaí - Down Festival;
- **Fondo de la Infancia y Adolescencia - FIA | R\$ 18,7 mil:** Hospital Nossa Senhora da Conceição de Tubarão y APAE de Jaraguá do Sul;
- **Fondo de los Derechos de la Persona Idosa | R\$ 18,7 mil:** Hospital São José - Proyecto 60+.

REGIÓN NORESTE

- **Ley de Incentivo a la Cultura | R\$ 345,6 mil:** Territorios de Lectura y Festival Internacional de Música Instrumental de Ceará;
- **Ley de Incentivo al Deporte | R\$ 86,4 mil:** Escolinha de Triathlon de Maracanaú, Escolinha de Triathlon de Fortaleza y Escolinha de Futebol Menina Olímpica;
- **Fondo de la Infancia y Adolescencia - FIA | R\$ 86,4 mil:** Fundación Terra;
- **Fondo de los Derechos de la Persona Idosa | R\$ 86,4 mil:** Instituto IDEAR con proyecto Chá Tecnológico e Instituto Casa Sábios.



Lizete Arenhart Caleffi, Costura.
Unidad Vestuario - Guaramirim/SC



Programa de voluntariado Bem do Nosso Jeito

A NUESTRA MANERA

Una de las acciones que marca todos los años el voluntariado de la empresa es la recogida de cestas especiales de Navidad. Además de los artículos básicos de una cesta básica, incluimos también chocolate, golosinas y artículos de higiene personal como papel higiénico, pasta dentífrica y jabón.

La iniciativa ocurrió en todas las unidades de Brasil y Paraguay, sumando 600 cestas, 156% más que en 2021. Con un total de 7.9 toneladas de alimentos, un aumento de 172% del volumen recogido en 2021.

Los voluntarios entregaron la recogida a asociaciones e instituciones que actúan en las comunidades locales.

Además de la acción tradicional, los voluntarios también participaron de acciones específicas, como peajes para recaudar fondos, campañas de ropa de abrigo y otras acciones de apoyo promovidas por la empresa y el **Centro de Voluntariado Corporativo de la ACIJS**.



MODA PARA TODOS – ALAKAZOO

Estamos unidos por un lenguaje universal: ¡la sonrisa! Alakazoo lanzó el movimiento Moda para Todos, a través de **pijamas inclusivos que estimulan los sentidos**, con aplicaciones y texturas para el desarrollo motriz y creativo de todos los niños.

Creamos un libro infantil contando la historia de Zoo, un perrito en silla de ruedas que encuentra un lugar mágico, dónde todo es posible y diferente. Esa linda historia está disponible en versión digital y en audiobook, se puede acceder a la historia por el código QR o con el enlace alakazoo.com.br/modaparatodos

También **donamos 5 mil libros ilustrados y en braille** para instrucciones que apoyan la causa de los Discapacitados Visuales.



Acceda a más información:



DESFILE MODA EFICIENTE

Lunelli apoya movimientos e iniciativas centradas en el ser humano y las comunidades en general.

Estuvimos presentes en el Moda Eficiente, un desfile de moda adaptado para Personas con Discapacidad (PcD).

El proyecto, desarrollado junto a la Secretaría Especial de los Derechos de la Persona con Discapacidad, contó con **aprendices de Lunelli que confeccionaron ropas usadas en el evento.**





Reconocemos nuestro papel en la construcción de un mundo mejor y buscamos ampliar soluciones en la producción e innovación de productos que reduzcan los potenciales impactos sobre el medio ambiente.

GENERACIÓN DE VALOR ambiental

Vanderlei de Almeida, Utilidad.
Unidad Beneficiamientos - Corupá/SC

Operaciones responsables

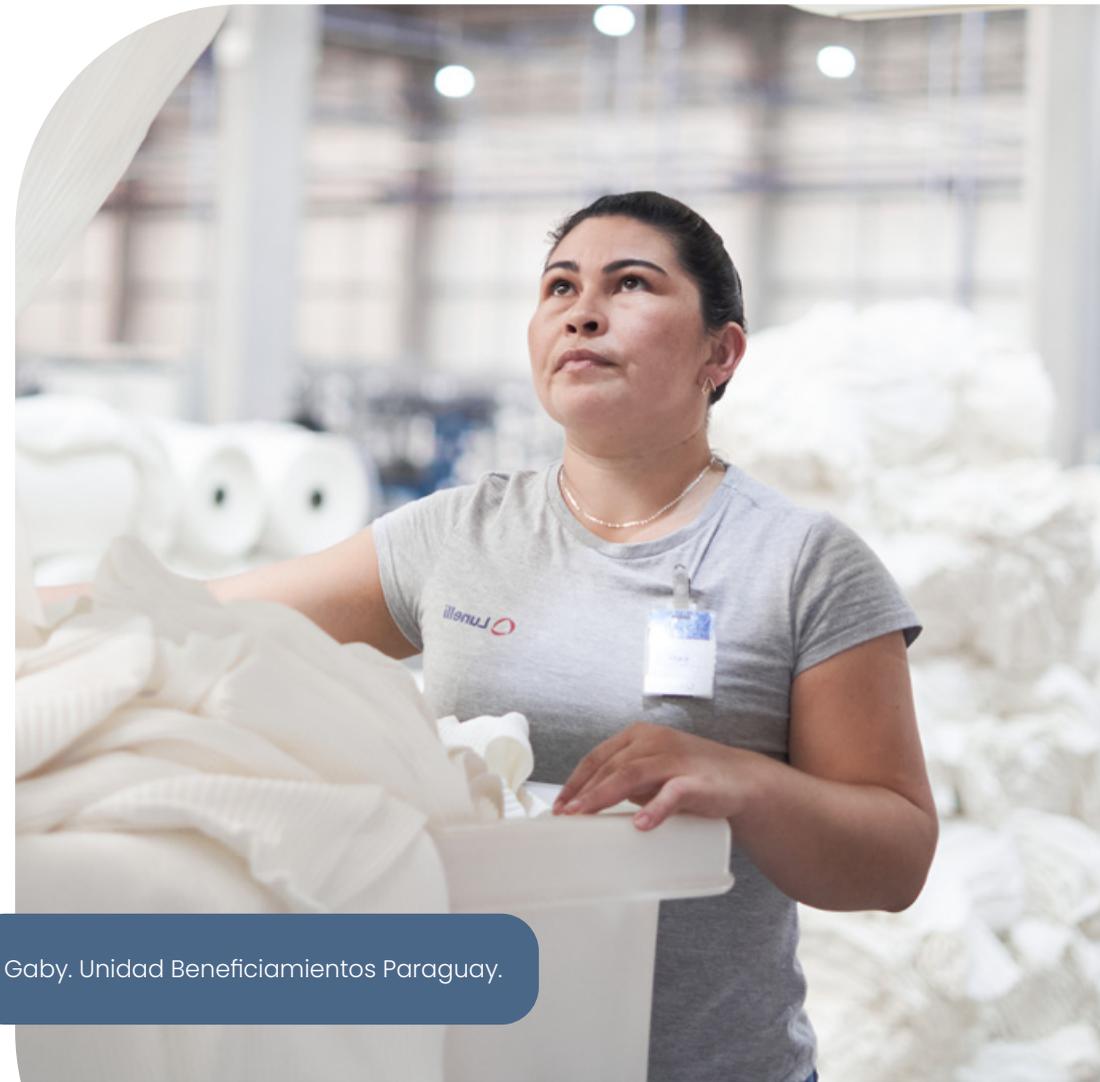
(GRI 102-11)

A través de nuestras operaciones, tenemos la responsabilidad y la oportunidad de reducir los impactos ambientales negativos e integrar mejoras en maquinaria, procesos, tecnologías, consolidando una estrategia para promover ciclos más inteligentes en el uso de los recursos naturales. **El Sistema de Gestión Ambiental (SGA) de Lunelli concentra una mayor actividad en unidades con procesos de beneficio de tejidos de puntos y tejidos, como teñido y lavandería, dónde también se concentran los mayores riesgos de impactos ambientales.**

Los indicadores ambientales son monitoreados mensualmente y partiendo de este control, se definen planes de acción para correcciones y mejoras, siempre que haga necesidad. También actuamos con análisis de riesgo y auditorías internas y externas para mejorar los procesos y garantizar la fiabilidad de las informaciones. En las demás unidades de Lunelli, aplicamos controles ambientales, como de energía consumida, captación de agua y residuos generados.

Otro frente que apoya la Gestión Ambiental es el sistema Lean, que tiene como principal objetivo crear una cultura de organización enfocada en la reducción de los desperdicios y dispendios innecesarios, maximizando recursos. El equipo Lean es formada por colaboradores invitados y multisectoriales que actúan como coordinadores de proyectos formando equipos temporarios para la implantación de los proyectos en las áreas productivas. En el año de 2022 ganamos R\$ 1.9 millones en retornos y 20 proyectos ejecutados.

Las principales iniciativas de la empresa están relacionadas al uso de tecnologías para la reducción del consumo de agua, tratamiento de vertidos según las normas vigentes, economía de energía, separación, reutilización y destinación correcta de residuos, además de la reducción de desperdicios. A lo largo del año no registramos ninguna irregularidad o sanción medioambiental significativa. Para 2023, vamos a ampliar el monitoreo de las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones y evaluar una estrategia de compensación. (GRI 307-1)



Materiales

(GRI 301)

Supervisamos el volumen de los principales materiales que consumimos en las unidades de confección para apoyar esa mirada a la reducción de despilfarros y mejor uso de todos los recursos. Buscamos soluciones para ampliar nuestra cartera de materiales provenientes de reciclaje en los próximos años, garantizando nuestra calidad con menor impacto ambiental.

La reutilización de materiales ha sido un punto de gran atención para Lunelli. En 2022, enviamos 2.045 toneladas de residuos textiles para reciclaje. Parte de estos materiales se reciclaron en el programa Moda Circular, dónde son transformados en hilos otra vez y vuelven al proceso productivo. Una iniciativa que impulsa nuestro movimiento hacia la economía circular.

Un proceso similar se realiza hace muchos años en Lunelli con los residuos plásticos, recogidos por una empresa socia, procesados, transformados en polietileno y reintegrado en la fabricación de envases de plástico que protegen los rollos de tejidos de punto de Lunelli. Buscamos así reutilizar y consumir carretes de plástico reciclado y tubos de PVC, que soportan el rollo tejido de punto.



Agua

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

El ciclo del agua en la industria textil es muy importante para la sostenibilidad en la moda. Aquí en Lunelli, controlamos y gestionamos la captación, el uso en el proceso y el vertido de aguas residuales, buscando siempre la reducción del consumo y la ecoeficiencia.

Los procesos de beneficiamiento, tinte y estampado son los cuales más consumen agua dentro de nuestro ciclo de producción. Por eso, **adoptamos en estos procesos especial atención para la reducción del consumo.**

En la unidad de Beneficiamiento, la principal fuente de captación de agua es el Ribeirão Grande do Norte. **En 2022, registramos un consumo de 86.7 Litros/Kg en el tejido de punto producido. En las demás unidades, el recurso se utiliza a nivel doméstico, como en baños y restaurantes.**

(GRI 303-4)

Consumo de agua de abastecimiento y captación (mega litros) (GRI 303-3)

	2020	2021	2022
Agua de abastecimiento y captación – Confección	20,10	21,30	43,86*
Agua de abastecimiento y captación – Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	772,90	944,50	1.244,84

*Consumo de agua considerando la captación por agua de pozo, no incluidos en el seguimiento de años anteriores.

Captación total de agua por fuente (mega litros)

	2022
Captación – Confección	43,86
Consumo total de agua de abastecimiento de concesionarios	20,54
Consumo total de agua captada	0,00
Consumo total de agua de pozo	14,98
Captación – Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	1.244,84
Consumo total de agua de abastecimiento de concesionarios (litros)	11,66
Consumo total de agua captada	1.233,17
Consumo total de agua de pozo	0,00

Cuidar del agua es cuidar del futuro. Por eso invertimos en nuestros procesos con ciclos más productivos y ecoeficientes. **Somos el más grande Estampado Digital de Brasil, con 8.7 millones de metros de tejidos de punto y tejidos estampados digitalmente, con proceso de menor impacto para el medio ambiente con la reducción del uso del agua en un 15% comparado al estampado rotativo.**

Vertidos

(GRI 303-2 | 303-4)

En la unidad de Beneficiamiento, adoptamos un sistema de tratamiento biológico y fisicoquímico para un 100% de los vertidos generados en la planta, cumpliendo todas las normas y legislación vigentes. El sistema tiene capacidad de tratamiento de 200 m3 de vertido por hora.

En 2022, registramos una generación de vertidos de 72.4 Litros de efluentes/Kg en el tejido de punto producido, reflejando una captación de agua más grande como consecuencia del aumento de la producción.

Además de seguir las normas de calidad y la normativa local en el proceso de vertido de efluente, reduciendo el impacto ambiental en el cuerpo de agua.

Generación de vertidos (mega litros) (GRI 303-4)

	2020	2021	2022
Vertidos - Confección	1,23	1,74	2,55
Vertidos - Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	746,78	925,88	1.039,98



Residuos



(GRI 306-1 | 306-2)

Hemos evolucionado nuestra gestión de residuos a través del PGRS – Plan de Gestión de los Residuos Sólidos – para el 100% de nuestras unidades, garantizando la separación y destinación correcta de todos los residuos generados. En 2022, reducimos en un 3% la generación de residuos totales para todas las unidades y aumentamos el 5% del envío de residuos para el reciclaje.

Generación de residuos (toneladas) (GRI 306-3 | 306-4 | 306-5)

	2020	2021	2022
Residuos NO peligrosos			
TOTAL RESIDUOS NO PELIGROSOS	6.838,70	9.358,59	9.138,65
Reciclaje* - Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	992,85	1.129,52	1.172,84
Reciclaje* - Confección	1287,88	1764,972	1.104,04
TOTAL ENVIADO PARA RECICLAJE	2.280,73	2.894,50	3.026,83
Vertedero industrial** - Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	2.761,20	3.582,84	2.706,50
Vertedero industrial** - Confección	315,72	340,56	627,95
TOTAL ENVIADO PARA EL VERTEDERO	3.076,92	3.923,40	3.334,45
TOTAL ENVIADO PARA OTROS DESTINOS (coprocesado, tratamiento térmico, incineración)	1.481,06	2.540,69	2.777,37
Residuos peligrosos			
TOTAL RESIDUOS PELIGROSOS	236,88	363,61	333,19
Vertedero industrial** - Negocio de Tejidos de Punto y Tejidos	134,41	241,04	280,89
Vertedero industrial** - Confección	36,49	60,60	37,25
TOTAL ENVIADO PARA EL VERTEDERO	170,90	301,64	318,14
TOTAL ENVIADO PARA OTROS DESTINOS (coprocesado, tratamiento térmico, incineración)	65,98	61,97	15,05
TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS*** (toneladas)	7.075,58	9.722,20	9.471,84

* Los residuos reciclados son principalmente textiles, plásticos y papel/cartón.

**Se envían al vertedero industrial residuos como lodos, cenizas, orgánicos y contaminados

***Total de residuos generados, considerando residuos no peligrosos totales y peligrosos totales, además de los presentados de forma estratificada como Reciclaje y Vertido Industrial, como coprocesado, incineración y tratamiento térmico.

Todos los residuos se destinan a la disposición final fuera de las unidades de Lunelli

Comprendiendo nuestra responsabilidad por los envases usados para la protección y envío de los productos al consumidor, que son desechadas, mantuvimos una sociedad para la compensación de estos residuos. Por medio de este modelo, promocionamos la inversión en cooperativas para mejorar procesos de reciclaje.

En 2022, ampliamos nuestra visión sobre la economía circular de la ropa, ofreciendo puntos de desecho y de recogida para consumidores, en algunas de nuestras tiendas. Hemos realizado una sociedad con la TROC, empresa del Grupo Arezzo & CO atua, para resignificar la cultura de consumo y generar un impacto positivo, como fomento a la Moda Circular, promocionando la compra y venta de ropas y accesorios usados en buen estado. La selección de la plataforma, inteligente y responsable está especializada en piezas de segunda mano de calidad de marcas de moda premium y de lujo. La sociedad se realizó con tiendas propias de la marca Lez a Lez con el objetivo de garantizar una disposición inteligente de las prendas con menor impacto ambiental posconsumo.

TROC





Energía

La matriz energética de Lunelli está formada principalmente por energía eléctrica adquirida en el mercado libre, gas natural, utilizado en maquinarias y astillas de madera reforestada, destinada a las calderas. También contamos con una iniciativa de captación de energía solar en la Unidad dónde se concentra la estructura de importación. En 2022, el porcentaje de generación media fue el 23% del consumo total de la misma unidad.

El mayor consumo de energía se concentra en la Unidad Beneficiamiento, por eso tratamos de optimizar procesos con mayor enfoque en esa planta. Los intercambiadores de calor son sistemas importantes para aumentar la eficiencia energética del proceso productivo. La iniciativa promueve la reutilización de los efluentes vertidos calentados del proceso de tinturaría como fuente de calor para el agua que entra en el mismo proceso, a través de intercambiadores de calor. Este proceso reduce la demanda por otros combustibles, que serían necesarios para calentar el agua utilizada.

En los últimos años mejoramos la eficacia y productividad de maquinarias de acabado, en términos de ajuste y secado de tejido de punto.

Consumo de energía (GRI 302-1)

Negocio de Tejidos de Puntos y Tejidos

	2020	2021	2022
Energía eléctrica (kWh)	15.420.135	18.467.127	25.054.025*
Astilla (m³)	57.377,00	74.691,00	88.348,30
Kilos de astilla considerando densidad 0,350 (kg/m³)	20.081,95	26.141,85	30.921,80
Gas natural (Nm³)	4.229.626,00	5.077.445,00	4.655.910,00

Confección

	2020	2021	2022
Energía eléctrica adquirida (kWh)	7.070.047	8.306.979	6.190.336*
Combustibles fósiles – gasóleo (litros)	20.150	25.000	26.000
Gas Natural (m³)	61.366	90.994	80.496

Para mejorar la eficiencia de la iluminación, hemos realizado el cambio de lámparas de vapor metálico y vapor de sodio de 400 W para LED en 03 unidades. El consumo de energía y generación de calor de las lámparas erra mayor en comparación a las lámparas de LED que, además de garantizar mejor iluminación, también redujeron el consumo total de energía eléctrica.



ILUMINACIÓN NATURAL

Para reducir el consumo de energía eléctrica contamos con un sistema de iluminación natural con tejas translúcidas. Con un total de 94 Domus instalados, sumando un área total de 286,23m² de iluminación natural. Generando cerca de 3.594 Lux o el equivalente a 1.061,04 Watts.

Moda consciente



Adoptamos prácticas de menor impacto ambiental para productos con socios y iniciativas positivas.



ALGODÓN RECICLADO

Menor impacto desde el principio hasta el final
Una iniciativa importante, que consolida nuestro movimiento en dirección a negocios cada vez más sostenibles es el movimiento Moda Circular con productos hechos a partir de fibras textiles recicladas.

La producción de las piezas comienza por la colecta de los desechos textiles que es realizada por una empresa asociada especializada, que separa el material según el color y aplica los procesos de desfibrado y cardado. El resultado es una fibra lista para hilatura. El material vuelve para el proceso de producción: tejido, lavandería, corte, molde y confección. En la etapa de lavandería adoptamos tecnologías que garantizan la reducción de hasta un 80% en el consumo de agua comparado al proceso convencional.

En el año de 2022, fueron enviadas más de 2.045 toneladas de desechos textiles para al asociado que realiza el proceso de desfibrado, incentivando la economía circular.

Incluyendo en sus colecciones prendas hechas con 69% de algodón reciclado en la composición.

ALGODÓN RESPONSABLE | Menor impacto desde el principio hasta el final

La BCI – Better Cotton Initiative – es una asociación sin fines lucrativos cuyo objetivo es mejorar la producción de algodón para quienes los producen, para el medio ambiente y para el futuro del sector. Movidos por la misión de mejorar la vida de las personas mediante oportunidades, productos y servicios, Lunelli se unió a la BCI y al movimiento Soy de Algodón para producir prendas cada vez más sostenibles, que cumplen los valores de la empresa.



ALGODÓN DE COLOR | Menor impacto desde el origen

El tejido de punto Algodón Natural Colors es confeccionado con hilos de algodón cultivados coloreados, y cuando mezclados con las fibras crudas, crean diferentes matices de tonos tierra. El formato de cultivo reduce el uso de colorantes y químicos en procesos de teñido, que ya no se aplican.

COLECCIÓN COLORS | Ecoeficiencia

Las camisetas Colors se someten a un proceso de teñido en lavandería, por encargo. O sea, las camisetas son confeccionadas “en blanco” y reciben los colores del pedido. Evitamos eventuales excedentes y también reducimos el consumo de colorantes, sales, ácidos y auxiliares presentes en el proceso de teñido, contribuyendo ecológicamente a toda la cadena textil



ECODENIM | Reducimos el consumo de agua

En el proceso convencional de acabado en la etapa de lavandería de un pantalón vaquero, se utilizaban 25 litros de agua. Actualmente, con la adopción de tecnologías innovadoras son necesarios solamente 250 ml, es decir, 1 vaso de agua generando una reducción de hasta un 99% de consumo. Además de eso, usamos ozono, productos biodegradables, bio pulimento y reutilizamos el agua de este proceso

También aplicamos laser para hacer los efectos de “desgastes” de los vaqueros, sustituyendo el proceso de lavandería con agua y produciendo una prenda con técnicas más limpias y libres de productos químicos.



BOLSA BIODEGRADABLE | Envases de menor impacto

En la marca Lez a Lez adoptamos envases desarrollados a partir de la reacción química del alcohol polivinílico y el almidón vegetal. El material es resistente para el almacenamiento y protección de la prenda, garantizando un menor impacto posconsumo: se disuelve en agua caliente o se puede aplicar en el proceso de compostaje. Con una huella de impacto menor, 1 kg del material secuestra la emisión de 2 a 6 kg de CO² como materia prima.

ECOVERO | Fibra de viscosa más sostenible

Somos la primera empresa de Brasil a usar la fibra de viscosa LENZING™ ECOVERO™, desarrollada siguiendo rígidos estándares ambientales que garantizan una producción responsable. La madera y la celulosa provienen de forestas gestionadas de forma sostenible y certificada, y el consumo de agua es un 50% menor en comparación con la viscosa convencional.

A través de Código QR es posible realizar un seguimiento desde la producción hasta el destino de la fibra, certificando que todas las etapas se ajustan a las normas de sostenibilidad de Lenzing.



Ø ZDHC

ZDHC I Menos químicos peligrosos

En 2019, implementamos ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). El programa se propone eliminar el uso de químicos peligrosos en la industria textil en procesos como teñido, acabado y estamparía. Hemos llevado a cabo diversos ajustes, como el cambio de productos utilizados por alternativas libres de las sustancias incluidas en el programa en la etapa de Beneficiamiento. Terminamos el año 2022 con un 53,5% de productos químicos conformes con la ZDHC, alcanzando el objetivo del 40% de conformidad. Para 2023, vamos a mantener el programa y avanzaremos con nuestros proveedores y socios.



APOYAMOS LA MODA BRASILEÑA

Lunelli hace todo con el corazón, desde sus creaciones hasta el incentivo de nuevos talentos. A través de apoyos y patrocinio a nuevos estilistas que hacen parte de proyectos y eventos como São Paulo Fashion Week y London Fashion Week, Lunelli les ayuda a acercarse al mercado de la moda.



SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL CERTIFICADO I Proceso certificado

Lunelli es certificada desde 2006 en la norma NBR ISO 14001:2015 por la certificadora internacional BRTÜV. El Sistema de Gestión Ambiental tiene una función importante: la promoción de impactos ambientales positivos y, en consecuencia, la reducción y mitigación de los impactos ambientales negativos del proceso de producción.

APOYO DENIN CITY I Asociaciones de impacto

Lunelli es asociada del DENIN CITY que propone conectar diversos puntos de la cadena productiva de vaqueros y crear un hub de iniciativas de innovación, sostenibilidad y tecnología.



Informe

Este es el cuarto Informe Anual de Sostenibilidad de Lunelli, importante documento para la comunicación con nuestros stakeholders y un refuerzo en la evolución de la transparencia y en la forma de comunicar nuestros resultados. Esta es la segunda edición con integración a las normas GRI Standards, en la opción Esencial, metodología mundialmente reconocida que apoya a las empresas en la mejor escoga y definición del alcance de las informaciones presentadas. (GRI 102-54)

Este informe comprende los principales logros, resultados y perspectivas futuras relacionadas a los temas prioritarios definidos en la Matriz de Materialidad de la empresa, así como informaciones relevantes sobre la, le gestión y modelo de negocio y resultados financieros de la organización, sin verificación externa independiente. El informe incluye las informaciones de todas **las operaciones y unidades de Lunelli del 01 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022**. (GRI 102-45 | 102-46 | 102-50 | 102-56)

Nuestros informes se publican anualmente, con la edición anterior lanzada en 2022, y están disponibles para acceso público en el sitio web www.lunelli.com.br, en el menú "Sustentabilidad". (GRI 102-51 | 102-52)

¿Tiene comentarios, dudas o sugerencias sobre este informe? Háganoslas llegar a través del área de contacto de nuestro sitio web o por correo electrónico a sustentabilidade@lunelli.com.br. (GRI 102-53)

Pulse aquí para acceder a otros informes de Lunelli



Sumário GRI

(GRI 102-55)

GRI	DESCRIÇÃO	OBSERVAÇÕES
102-1	Nombre de la organización	Página 03
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Página 15
102-3	Ubicación de la sede de la organización	Página 12
102-4	Local de operaciones	Página 12
102-5	Tipo de propiedad y forma jurídica	Página 31
102-6	Mercados atendidos	Página 15
102-7	Tamaño de la organización	Página 14, 48
102-8	Informaciones sobre los empleados y otros trabajadores	Página 58
102-9	Cadena de suministro	Página 28, 29, 75
102-10	Cambios significativos em la organización y su cadena de suministros	Página 28 e 29
102-11	Principio o enfoque de precaución	Página 84
102-12	Iniciativas externas	Página 42
102-13	Participación em asociaciones	Página 42
102-14	Declaración del más alto ejecutivo	Página 05
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Página 34
102-16	Valores, principios, normas y códigos de conducta	Página 09 e 38
102-17	Mecanismos para orientaciones e inquietudes éticas	Página 38

102-18	Estructura de gobernanza	Página 32
102-40	Listado de grupos de stakeholders	Página 41, 45
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Página 41, 60
102-42	Identificación y selección de stakeholders	Página 41, 45
102-43	Enfoque de la participación de stakeholders	Página 41, 45
102-44	Principales preocupaciones y temas planteados	Página 45
102-45	Entidades incluidas en los balances financieros consolidados	Página 97
102-46	Definición del contenido del informe y límite de los temas	Página 97
102-47	Listado de temas materiales	Página 45
102-50	Período Abarcado por el Informe	Página 97
102-51	Fecha del informe anterior más reciente o indicar que es el primero	Página 97
102-52	Ciclo de informes	Página 97
102-53	Contacto para preguntas sobre el informe	Página 97
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con Standards GRI	Página 97
102-55	Sumario de Contenido GRI	Página 98
102-56	Verificación externa	Página 97
103-1	Explicación del tema material y su límite	Página 45
103-2	Forma de gestión y sus componentes	Página 45
103-3	Evaluación de la forma de gestión	Página 45
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Página 48, 49, 50
203-1	Inversiones en infraestructura y apoyo a servicios	Página 49
205-1	Operaciones evaluadas relación a riesgos relacionados a la corrupción	Página 35
205-2	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de lucha contra la corrupción	Página 36

301	Materiales utilizados	Página 85
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Página 91
303-1	Interacciones con el agua como un recurso compartido	Página 86
303-2	Gestión de impactos relacionados al vertido de agua	Página 87
303-3	Captación de agua	Página 86
303-4	Vertido de agua	Página 87
303-5	Consumo de agua	Página 86
306-1	Generación de desechos e impactos significativos relacionados con los desechos	Página 88
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados a desechos	Página 88
306-3	Desechos Generados	Página 88
306-4	Desechos no destinados para la disposición final	Página 88
306-5	Desechos destinados para la disposición final	Página 88
307-1	No conformidad con las leyes y reglamentos ambientales	Página 84
308-1	Nuevos proveedores seleccionados según criterios ambientales	Página 76
401-2	Beneficios ofrecidos a colaboradores en tiempo integral	Página 65
402-1	Plazo mínimo de preaviso para cambios operativos	Página 64
403-1	Sistema de gestión de salud y seguridad del trabajo	Página 71
403-2	Identificación de riesgos, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Página 71
403-3	Servicios de salud en el trabajo	Página 71
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación referente a salud y seguridad en el trabajo	Página 71
403-5	Capacitación de trabajadores en salud y seguridad em el trabajo	Página 73
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Página 74
403-7	Prevención/mitigación de impactos de salud y seguridad en el trabajo vinculada a las relaciones de negocios	Página 71

403-8	Trabajadores amparados por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Página 71
404-2	Programas para la mejora de las competencias de los empleados y ayuda a la transición profesional	Página 68, 69, 70
405-1	Diversidad en sectores de gobernanza y empleados	Página 59 e 61
412-1	Operaciones sujetas a evaluaciones de derechos humanos o de impacto en los derechos humanos	Página 63, 76
413-1	Operaciones con compromiso, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo de las comunidades locales	Página 77
414-1	Operaciones sujetas a evaluaciones de criterios sociales o de impacto social	Página 76
418-1	Quejas comprobadas relativas a violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	Página 40
419-1	No conformidad con leyes y reglamentos en el área socioeconómica	Página 38

Coordinación general y Redacción

Lunelli – Área de Gobernanza Corporativa,
Sostenibilidad y Auditoría.

Obtención de informaciones

Damos las gracias a todos los colaboradores
que han participado en la elaboración
del Informe de Sostenibilidad 2022.

Identidad visual y Diseño

Rafael Schunck

Fotografía

Acervo Lunelli

Lunelli

Calle Athanásio Rosa, 833 - 89270-000

Guaramirim - SC - Brasil

Tel: (47) 3373-7000

Fax: (47) 3373-7001

Export: +55 (47) 3373-7000

