

Informe de Sostenibilidad 23



Resumen

1. Introducción	3	6. Social	59
a. Bienvenida.....	3	a. Colaboradores.....	60
b. Mensaje de la Presidencia	4	b. Salud, Felicidad y Bienestar	65
c. 2023 en el Punto de Mira	6	c. Valorización y Desarrollo.....	68
2. Moda con Significado	8	d. Entorno diverso y Seguro	72
a. Presentación Corporativa	9	e. Proveedores.....	78
b. Cronología	10	f. Participación Comunitaria.....	81
c. Nuestro Modelo de Negocio	12	7. Medio Ambiente	90
d. Nuestras Marcas.....	14	a. Moda Consciente.....	91
3. Visión de Sostenibilidad	24	b. Procesos Ecoeficientes	95
a. Temas Prioritarios.....	26	I. Agua	96
b. Relación con los ODS	28	II. Efluentes.....	97
c. Estrategia de Sostenibilidad.....	30	III. Energía.....	98
d. Cómo Generamos Valor	31	IV. Productos Químicos.....	100
4. Gobernanza	32	V. Residuos	101
a. Estructura de Gobierno.....	33	VI. Gases de Efecto Invernadero	102
b. Gestión de Riesgos	35	8. Resumen GRI	104
c. Cultura de Ética e Integridad.....	38	9. Informaciones Corporativas	113
d. Comunicación Consciente con las Partes Interesadas.....	41	10. Créditos	113
e. Participación en la Sociedad.....	50		
f. Certificaciones, Premios y Reconocimientos	51		
5. Económico	54		
a. Gestión Económica	55		
b. Valor Económico Generado y Distribuido	56		
c. Red Minorista y Franquicias	57		
d. Multimarcas y Representantes.....	57		
e. Omnichannel	58		

Introducción

Bienvenida

→ (2-3; 2-5; 2-14)

Por quinto año consecutivo, nos complace presentar el Informe anual de Sostenibilidad de Lunelli. Toda la información presentada en este informe corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023. Las mismas fueron elaboradas por la plataforma de sostenibilidad, bajo el liderazgo del área de Gobernanza Corporativa, Sostenibilidad y Auditoría y aprobado por la presidencia de Lunelli.

Reforzando una gestión transparente y sostenible, aquí encontrará información sobre la estrategia y los resultados de la empresa en los pilares EESG (Económico, Ecosistémico, Social y de Gobernanza) de acuerdo con las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI). Nos gustaría destacar que, aunque hemos seguido las estrictas normas establecidas por la GRI, hemos optado por no llevar a cabo una verificación externa del informe en este momento.

Creemos que divulgar esta información es importante para construir una relación de confianza con nuestros grupos de interés y valoramos la participación activa de todas las partes interesadas, por lo que los animamos a enviar cualquier pregunta o comentario sobre este documento a la dirección de correo electrónico sustentabilidade@lunelli.com.br

Estamos abiertos a diálogos que puedan enriquecer aún más nuestro enfoque sostenible.



Mensaje de la Presidencia → (2-22)

El año 2023 fue desafiante e importante para el progreso de Lunelli. Un año en el que asumí la presidencia de la empresa y en el que reforzamos el concepto de hacer moda con significado. Esta premisa nos permitió avanzar en todos los pilares de la sostenibilidad integrada al ESG.

En este informe, compartimos con nuestros grupos de interés los principales resultados de 2023, donde presentamos información sobre nuestro camino hacia el desarrollo sostenible, que se construye cada día, entre todos.

Con 4.762 colaboradores, 14 unidades, 38 tiendas y más de 21.000 clientes con nosotros, hemos alcanzado una facturación de 1.500 millones de reales. Un resultado fruto del trabajo conjunto, basado en nuestros valores de sencillez, entusiasmo y obsesión por los resultados.

Buscamos promover un impacto positivo en el mundo y para todos. En 2023, avanzamos en el tema de la diversidad y la inclusión con la campaña interna: “Respeto inspira respeto”. Esta campaña fue liderada por nuestros colaboradores, en representación de los temas de diversidad y de las localidades donde estamos presentes. Otro destaque del año fue la certificación, por tercer año consecutivo, por el “Great Place to Work (GPTW)”. Esto se traduce en que Lunelli es un “Excelente Lugar para Trabajar”. Del mismo modo mantuvimos la presencia, un año más, en el ranking de las 20 Mejores Empresas para Trabajar en Santa Catarina en la categoría: Grandes Empresas. En este sentido, es digno de destacar la sensación de los colaboradores de sentir “Orgullo” por trabajar aquí. Este aspecto obtuvo la puntuación más alta en la certificación, También avanzamos en los conceptos de credibilidad, respeto, imparcialidad y camaradería. Aspectos como la celebración de eventos especiales; la convivencia con la diversidad y la sensación de estar contribuyendo con la comunidad están entre los aspectos más destacados por

nuestros colaboradores. **Somos la única empresa del sector minorista de ropa y moda que figura en el ranking de Santa Catarina.** Este movimiento y los avances en el tema reafirman nuestro compromiso de seguir gestionando un ambiente de trabajo saludable y acogedor.

Con un enfoque sistémico, también buscamos promover un impacto positivo en las comunidades en las que tenemos presencia. En 2023, alcanzamos un total de R\$ 1,4 millones en donaciones a través de leyes de incentivo fiscal, para proyectos que colaboran con la estrategia de sostenibilidad e inversión social de Lunelli.

En 2023 también avanzamos en aspectos medioambientales. Dentro de las novedades el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero considerando los alcances 1, 2 y 3, la ampliación de la transición a la compra de energía renovable y la continuidad de nuestros esfuerzos hacia operaciones industriales ecoeficientes.

El año también estuvo marcado por los avances en la comunicación con nuestros stakeholders (grupos de interés). De ahí la organización del movimiento “Walk the Talk”. Por él celebramos 4 eventos en 4 estados diferentes, promoviendo debates para cada tema ESG con expertos y representantes de los temas, de forma presencial y con transmisiones en vivo a través de nuestros canales. El objetivo del movimiento tuvo como objetivo abrir el diálogo con nuestros proveedores, socios, representantes, franquiciados, clientes y con la comunidad en general sobre los temas de Gobernanza Corporativa, Medio Ambiente, Social Interno y Social Externo. Tuve la suerte de compartir el escenario con expertos y de aportar nuestros retos y logros a cada tema abordado. El proceso de comunicación y transparencia forma parte de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y refuerza nuestra relación con las partes interesadas de nuestro negocio.

También en 2023 formamos parte del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas como empresa signataria**, donde reafirmamos nuestro compromiso de apoyar y aplicar los Diez Principios de las Naciones Unidas relativos a los Derechos Humanos, la Lucha contra la Corrupción, los Trabajadores y el Medio Ambiente y de implicarnos y poner en marcha proyectos que promuevan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. En reconocimiento a nuestra jornada en aras de la sostenibilidad, fuimos invitados a participar en la COP28 (28ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático). Estuvimos presentes en dos paneles, compartiendo nuestros retos y nuestro compromiso de hacer una moda con significados que tenga un impacto positivo en el mundo y en todos. La invitación fue un motivo de orgullo para todos porque estamos construyendo y seguiremos avanzando hacia el desarrollo sostenible de nuestro negocio.

En Lunelli siempre hemos destacado la importancia del pilar económico para la sostenibilidad del negocio. Cerramos 2023 con la distribución de 15,3 millones de reales a nuestros colaboradores, a través del Programa de Obtención de Resultados y del Premio de Producción. La distribución contribuye a la sostenibilidad del negocio al compartir los resultados obtenidos a lo largo del año, reforzando la importancia del trabajo en equipo y de la comunicación transparente.

Nos comprometemos a tener siempre a las personas en el centro de nuestras decisiones, guiados por nuestro compromiso con la sostenibilidad, para atender mejor a nuestros clientes y presentar mejores productos y servicios. Por eso, quiero agradecer especialmente a todos nuestros colaboradores, representantes, franquiciados, proveedores, socios y clientes por su confianza. También espero que podamos celebrar juntos todos los logros y avances ahora compartidos que refuerzan nuestro propósito de promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad y la satisfacción de nuestros colaboradores.



Viviane Cecilia Lunelli, presidenta de Lunelli.

2023 en destaque



R\$ 1.500 millones

de reales de facturación.

14 mil

toneladas de tejidos producidos.

24,4 millones

de prendas de ropas producidas.

7,7 millones

de metros de tejidos estampados digitalmente.

38 tiendas

7 propias y 31 franquicias.

+ 21 mil

clientes activos.

4,8 mil

colaboradores,
68% mujeres y 32% hombres.

R\$ 15,3 millones

distribuidos en el Programa de Obtención de Resultados y el Premio a la Producción.

+ R\$ 2,8 millones

de reales invertidos en Formación y Desarrollo.

+ R\$ 470 mil

invertidos en becas de estudio.

R\$ 1,4 millones

de reales donados a la comunidad.

100%

de los colaboradores formados en el nuevo Código de Conducta.

Materias primas responsables

99%

algodón BCI y

100%

viscosa responsable.

+ 2.300 toneladas

de residuos textiles enviados a reciclaje.

12%

Reducción de los residuos enviados a los vertederos.



Nilza Terezinha Santoro Massagli - Costura - Lunelli Avaré

Moda con Significado



Presentación Institucional

Llevamos 42 años haciendo moda con significado.

Nuestro mayor compromiso es establecer relaciones responsables entre las personas y el medio ambiente. Miramos atrás con orgullo y recordamos todo lo que nos ha traído hasta aquí, seguros de que nuestras decisiones de hoy y nuestra visión de futuro nos llevarán a un crecimiento sostenible.

MISIÓN

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

VISIÓN

Ser el grupo textil de moda más respetado del país.

VALORES

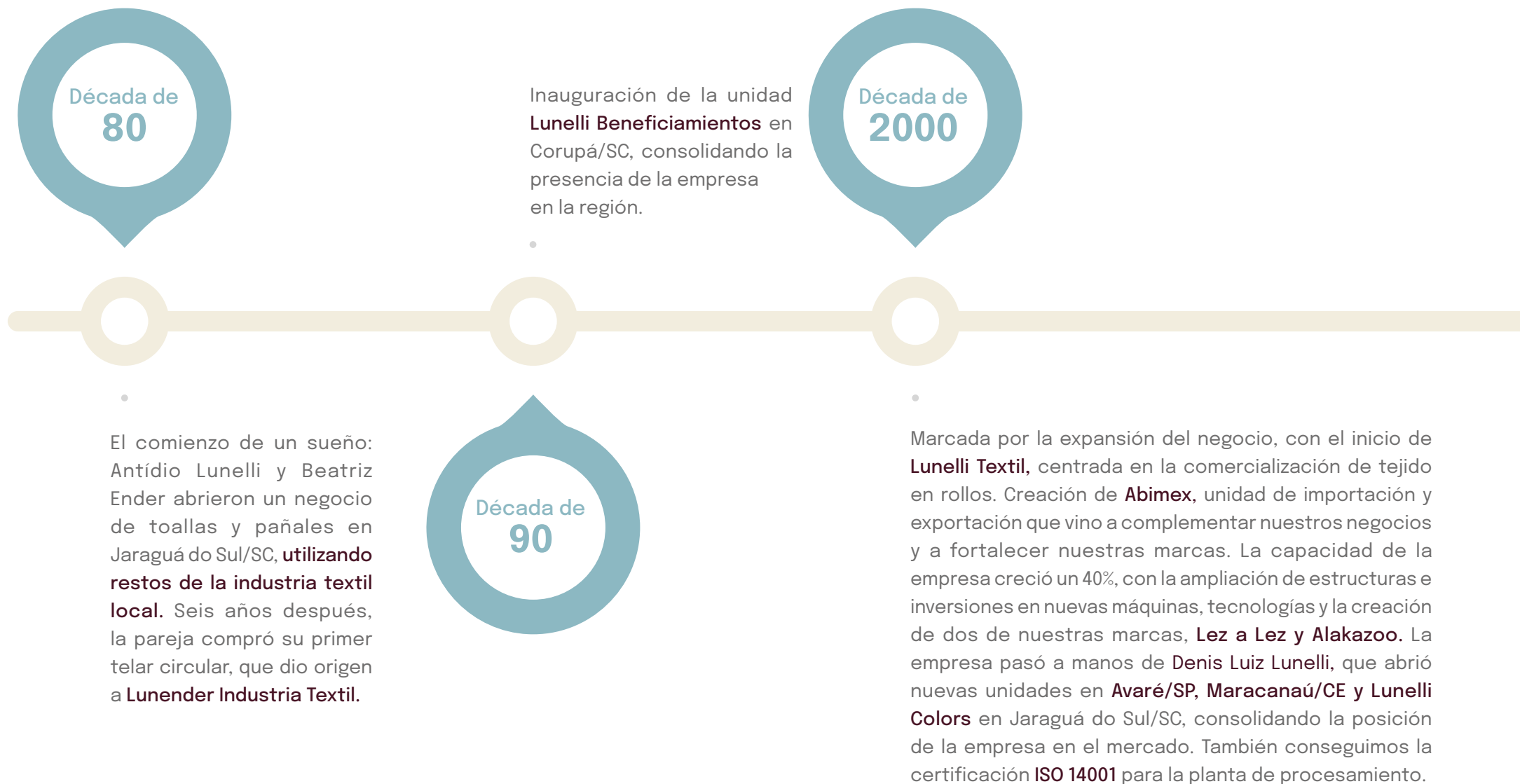
Entusiasmo;
Sencillez; Obsesión
por los resultados.

PROPÓSITO

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

Linea de tiempo

La trayectoria de Lunelli está marcada por décadas de dedicación, innovación y crecimiento, moldeando una historia.



Lunelli continuó expandiendo sus operaciones, inaugurando el nuevo edificio administrativo, financiero y de despacho, **Lunelli Comercial** en Guaramirim/SC, y además de esto, se adquirió e instaló la automatización de despacho. La marca **Lunender** pasó a ser exclusivamente el nombre de la marca femenina de la empresa, y en 2011 se creó el Consejo Consultivo Lunelli. La década estuvo marcada también por la creación de la marca **Hangar 33**, la expansión de las unidades de Luiz Alves/SC y Maracanaú/CE, el inicio de la inversión en impresión digital y la fundación de **Lunelli Paraguay**.

Década de
2020

Década de
2010

Celebramos **40 años de Moda con Significado**. Récord de facturación, reconocimiento como una de las 20 mejores empresas para trabajar en la categoría de Grandes Empresas del **GPTW** y la primera participación en la COP (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático) lo que refleja el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social. La sucesión en la presidencia, **Viviane Cecilia Lunelli** asumiendo el cargo marca una importante transición para la empresa. Además, la firma del **pacto mundial de la ONU** reafirma el compromiso de Lunelli con las prácticas sostenibles, allanando el camino para un futuro aún más prometedor.

Nuestro Modelo de Negocio → (2-1; 2-2; 2-6)

Desde que el hilo entra en la fábrica hasta que se entrega la prenda al consumidor final, contamos con personas comprometidas en hacer moda con significado.

La estructura industrial incluye procesos de fabricación de tejidos, su teñido, el estampado, el procesamiento general del tejido, la propia confección de prendas de ropa y el acabado. En 2023, la estructura era capaz de producir más de 14.000 toneladas de tejidos y 24,4 millones de prendas de ropa.

Nuestros productos también se pueden encontrar en:


21,5 mil
clientes

31
franquicias

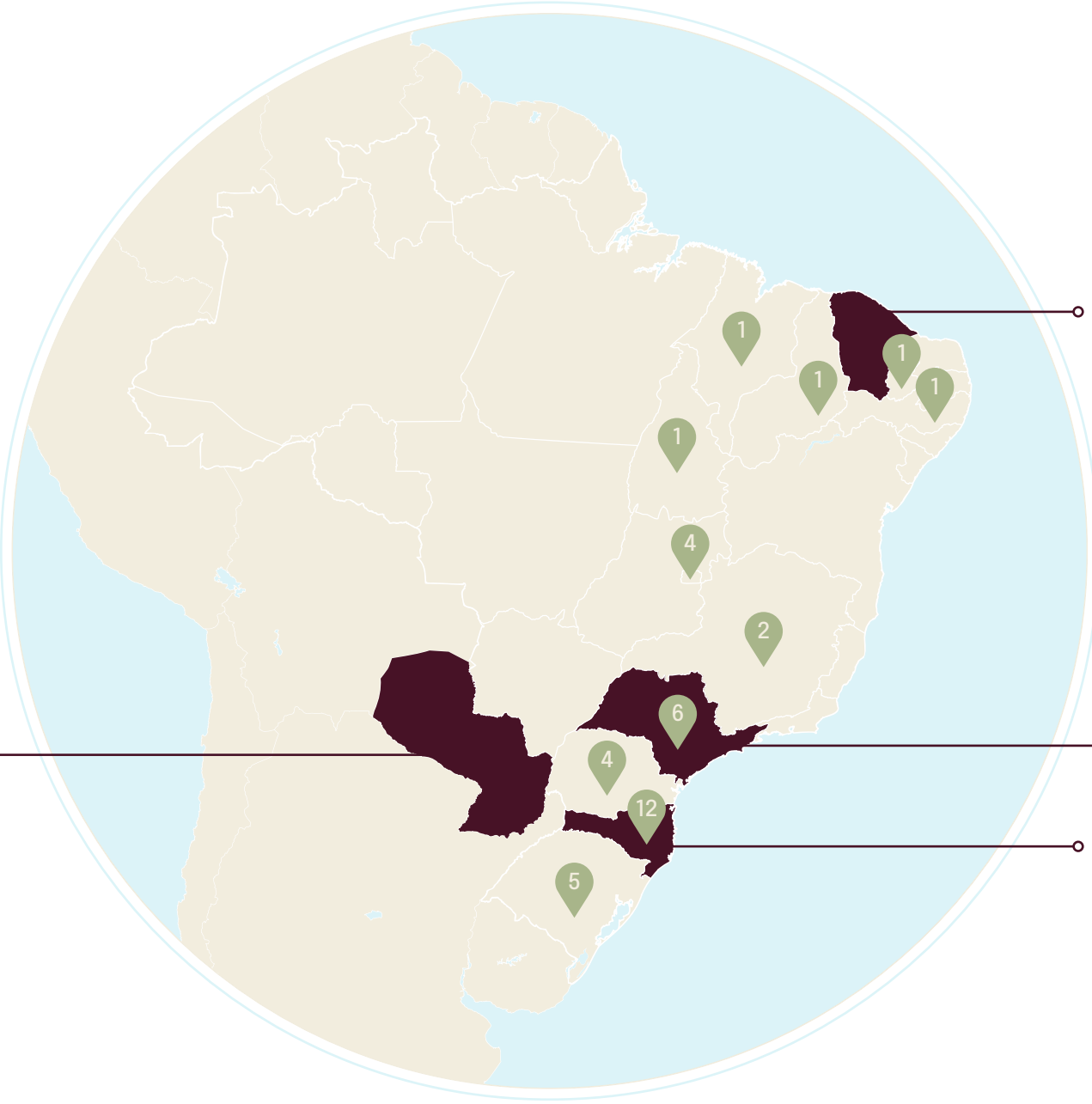
07
tiendas propias






tiendas

DF	-	4
MA	-	1
MG	-	2
PB	-	1
PE	-	1
PI	-	1
PR	-	4
RS	-	5
SC	-	12
SP	-	6
TO	-	1



Ceará
Maracanaú

São Paulo
Avaré
São Paulo

Paraguay
Minga Guazú

Santa Catarina
Guaramirim
Jaraguá do Sul
Corupá
Luiz Alves
Barra Velha
Massaranduba



Nuestras Marcas



Hoy, con 42 años de historia, Lunelli gestiona grandes marcas: En Lunelli Mallas y Tejidos, aportamos soluciones a la confección a grandes empresas minoristas nacionales. Con las marcas Lunender, Lez a Lez, Alakazoo, Hangar 33, Fico, Graphene y Vila Flor, conectamos con una amplia red de empresarios minoristas multimarcas y franquicias en diversas ciudades del país.

También trabajamos en el formato de private label, confeccionando prendas para grandes marcas nacionales e internacionales.

Hacemos moda con significado, gestionando marcas fuertes, combinando tecnología en la producción y ofreciendo soluciones para el mercado brasileño de la moda.

Lunelli

Marca centrada en la comercialización de tejidos diferenciados, estampados y tejidos de calidad inigualable. Cuenta con un equipo de estilo centrado en la investigación para ofrecer las principales tendencias en bases, colores y estampados. Inspiradora y sostenible, Lunelli Mallas e Tejidos sorprende con cada lanzamiento, presentando las mayores y mejores creaciones.

www.lunellimalhasetecidos.com.br
@lunellitextil



Lunender

Lunender es una invitación para que cada mujer vuelva a mirar lo mejor de sí misma: su auténtica belleza. Colecciones cómodas y sofisticadas para todas las ocasiones. Sus líneas, desarrolladas para atender a todas las mujeres de forma democrática, revelan un estilo sorprendente, elegante, cómodo e inspirador.

www.lunender.com
@lunenderoficial



Colección Despertar Alto Verano 23-24



Lunender
mais mulher

Lunender
HITS



Lez^aLez

Lez a Lez es una marca de moda Urban Beach para mujeres de espíritu joven, sofisticadas, modernas y bien femeninas, que les permite explorar sus diferentes ocasiones de uso, ligera y equilibrada, mezclando la sobriedad de los colores básicos y estampados auténticos, siendo naturalmente sensual.

Nuestro compromiso es construir y comunicar moda con significado. La fabricación de los jeans de nuestra línea Don't Turn Your Back To The World pasa por varias etapas, desde el uso de tejidos con base Eco Cycle, que poseen fibras de jeans reciclados en su composición y ahorran hasta un 93% de agua durante el acabado, hasta el algodón certificado BCI (Better Cotton Initiative).

Además, nuestros procesos reducen la generación de residuos textiles en la naturaleza, con una recogida del 100% del volumen generado. Y nuestros envases son biodegradables, lo que reduce el impacto en la naturaleza. Perseguir iniciativas sostenibles está en el centro de lo que hacemos. Un mundo mejor es posible y con nuestras acciones podemos ayudar a preservarlo.

www.lezalez.com
@lezalez



Colección Florestar Primavera Verano 23

Vila flor

Auténtica y llena de color, Vila Flor nació con el propósito de hacer moda de forma sostenible y democrática. Nuestro concepto es utilizar excedentes de tejidos para desarrollar de forma sostenible productos que se adapten a las características de cada cuerpo, talla y estilo. Además, la comodidad rige todas nuestras colecciones. Nuestros modelos se adaptan a diferentes ocasiones y actividades cotidianas. Creemos que la moda consiste en expresar la personalidad, que tiene que ser fácil, ligera y para todos.

www.vilaflor.com.br
@modavilaflor



GRAPHENE

Graphene es una marca de fitness que representa innovación, ligereza, durabilidad y exclusividad encada detalle, con prendas de alto rendimiento que combinan estilo y comodidad en su esencia. La poliamida está presente en todas las colecciones de Graphene, garantizando calidad, funcionalidad y prendas duraderas. Sus productos con protección UV+ fueron la gran novedad en 2023.

www.lunender.com/graphene-marcas
@graphene.fitness





HANGAR 33

Hangar 33 se presenta con la idea de colocar “alas” a la moda. Una marca que surgió de la pasión de su creador, Dênis Luiz Lunelli, por el universo de la aviación. Al igual que el hangar es el templo de todo avión y un puerto seguro para los aviadores, la marca proporciona este vínculo de amistad y entusiasmo entre la moda masculina y los entusiastas del vuelo. La marca está presente en los principales eventos de aviación de Brasil como el Campeonato Brasileño de Acrobacia Aérea y el Cirrus Experience. Algunos de los destaques son el suministro de los uniformes a los pilotos del “Escuadrón de aviones acrobáticos”. El espacio Hangar 33 en Jaraguá do Sul es la primera operación minorista de la marca.

www.hangar33.com.br
@hangar_33



Colección Legend Primavera Verano 23



Fico Surfwear nació de la pasión por el mar y las olas del litoral paulista. Raphael Levy, que pasó su adolescencia surfeando en las playas de Guarujá, decidió desarrollar algo que expresara su amor por este deporte. En 1983, creó una de las marcas más importantes de ropa de surf, 100% nacional. En 2019, Lunelli adquirió Fico. Desde entonces forma parte de la empresa.

www.fico.clothing
@ficosurfwear



Alakazoo!

¡Alakazoo hace moda para transformar la infancia en un mundo mágico! Cada detalle evoca la belleza y la fantasía del universo infantil, dando rienda suelta a la imaginación y haciendo que la gente se dé cuenta de que todos somos capaces de realizar pequeños actos mágicos para hacer del mundo un lugar mejor. Con inclusión y empatía, creamos un mundo lleno de oportunidades.

www.alakazoo.com.br
@instalakazoo





Camila Pereira - Control de Calidad; Gisele Lourenço Costa - Costura; Rodolfo Paes - PCP; Rafael Rinaldi Valeriano - IT. - Lunelli Avaré

Visión de la Sostenibilidad

Hacer moda con significado que tenga un impacto positivo en el mundo y para todos.

En Lunelli, orientamos nuestra estrategia de sostenibilidad en torno al concepto de desarrollo sostenible y los principios ESG, donde buscamos promover un equilibrio entre los pilares Económico, Ambiental y Social, incluyendo la Gobernanza como un pilar importante y estructurante.

Basándonos en el concepto de hacer Moda con significado y en la ideología de Lunelli, trabajamos internamente como EESG.

E

Económico

Generación de empleo y renta, sostenibilidad financiera de la empresa, distribución de resultados y generación de valor.

E

Medio ambiental

Cuidado que presta la empresa a los recursos y productos/servicios para reducir el impacto medioambiental.

S

Social

Las relaciones humanas de la empresa dentro y fuera con los colaboradores, la comunidad, los clientes, los proveedores y los socios en general.

G

Gobernanza

Buenas prácticas de gestión organizativa (políticas, procesos, cultura, etc.), integridad, transparencia, equidad, responsabilidad y sostenibilidad.

Temas Prioritarios → (3-1)

En 2023, realizamos un proceso de actualización de la Matriz de Materialidad, como parte del movimiento de mejora continua, que acompañó la revisión y actualización del plan de sostenibilidad con visión 2024-2028, siguiendo las siguientes etapas:

- 1** Analizar documentos internos y externos, así como análisis de mercado, informes sectoriales y estrategias ESG para actualizar la lista de temas potenciales;
- 2** Realización de un proceso de escucha, con entrevistas a las partes interesadas (stakeholders), líderes internos y encuestas a través de formularios en línea a las partes interesadas externas;
- 3** Analizar los resultados recogidos y revisar los temas materiales del ciclo anterior para compararlos, comprobar los avances y las actualizaciones;
- 4** Estructurar la Matriz de Materialidad actualizada e inicio del movimiento de comunicación con los stakeholders (partes interesadas).

A partir de la recopilación de temas materiales relacionados, los organizamos según su relevancia en una matriz de materialidad, la cual presentó los temas con mayor prominencia e impacto potencial sobre Lunelli, a los grupos de interés y al medio ambiente. La lista de temas materiales se incorporó a la estrategia de sostenibilidad, en consonancia con los ejes, iniciativas y compromisos actualizados, además de orientar la selección de los contenidos GRI que se incluirán en este informe.

La actualización de la Matriz de Materialidad también dio lugar a una estrategia para llevar a cabo el movimiento de comunicación con las partes interesadas denominado “Walk The Talk”, cuyo objetivo era abrir el diálogo con las partes interesadas. Para más detalles sobre cómo se llevó a cabo el movimiento en 2023, véase la página 42.

La revisión de la materialidad mejora nuestra comprensión de la dinámica empresarial, lo que nos permite tomar decisiones informadas y estratégicas en nuestro compromiso permanente con la sostenibilidad. Nos dedicamos a incorporar estos conocimientos a nuestra estrategia empresarial, promoviendo un impacto positivo y duradero para todas las partes interesadas.

Lista De Temas Materiales → (3-2)

Eje 1: Garantizar una gobernanza sólida y sostenible

- Ética e integridad;
- Cumplimiento y lucha contra la corrupción;
- Gestión de las partes interesadas (Stakeholders);
- Privacidad del cliente y seguridad de los datos personales.



Eje 2: Garantizar el cuidado y la valoración de las personas en la cadena de valor

- Salud, bienestar y seguridad de los trabajadores;
- Desarrollo de las personas;
- Diversidad e inclusión;
- Los derechos humanos;



Eje 3: Promover operaciones ecoeficientes y responsables

- Eficiencia energética;
- Agua;
- Gestión de productos químicos;
- Clima y emisiones de GEI;
- Gestión de residuos;
- Cadena de suministro con menor impacto social y medioambiental;
- Rastreabilidad de la cadena de valor.



Eje 4: Innovación en materiales y productos sostenibles

- Fuentes y materiales responsables;
- Envases con menos impacto;
- Economía circular;
- Moda responsable



Eje 5: Implicar a la red para una cultura de la moda significativa

- Comunicación responsable con las partes interesadas;
- Atraer al público interno y externo;
- Proyectos e inversiones sociales.



Relación con ODS



En 2023 nos convertimos en signatarios del Pacto Mundial de la ONU, una iniciativa de las Naciones Unidas (ONU) que invita a las empresas a adoptar principios universales en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Al unir fuerzas con el Pacto Mundial, Lunelli establece una valiosa conexión con una comunidad mundial de innovadores y defensores de la sostenibilidad.

Este es otro paso importante para reforzar nuestro compromiso permanente de hacer moda con un significado que tenga un impacto positivo en el mundo y en todos. Creemos que cada acción cuenta, y juntos podemos construir un futuro cada vez más responsable.

Hemos alineado nuestro negocio con los ODS y priorizamos 09 Objetivos para dirigir nuestros esfuerzos y acciones e impulsar nuestro impacto positivo.





ODS 3 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a promover la salud y el bienestar de nuestros colaboradores y de la comunidad, como prácticas, beneficios y programas que apoyan una vida sana y promueven el bienestar para todos, a cualquier edad;



ODS 4 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para ayudar a promover una educación de calidad, como el aumento del número de colaboradores formados en el desarrollo de habilidades técnicas y básicas, el aumento del número de líderes con formación y desarrollo de habilidades, el aumento de la oferta y una mayor adhesión a becas de estudio y oportunidades de desarrollo profesional para todos.



ODS 5 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para ayudar a promover la igualdad de género, como aumentar la representación femenina en general, en puestos directivos y en la cadena de suministro, gestionar las quejas relacionadas con la discriminación de género e impartir formación sobre la no discriminación.



ODS 6 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la preservación y el uso consciente del agua, incluido el acceso al agua potable y el saneamiento en nuestras operaciones, la comunidad y la cadena de suministro, la realización de evaluaciones de riesgos hídricos y la gestión de aguas residuales y productos químicos en la operación.



ODS 8 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para promover el trabajo digno y el crecimiento económico, como pagar un salario justo, garantizar unas condiciones de trabajo justas en nuestras operaciones y ofrecer oportunidades de desarrollo profesional.



ODS 9 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la promoción de la industria, la innovación y las infraestructuras, incluida la construcción de infraestructuras resilientes, la promoción de una industrialización inclusiva y sostenible y el fomento de la innovación.



ODS 10 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para promover la reducción de las desigualdades, incluida la inversión social, los beneficios y el cuidado de las personas, la promoción de la igualdad de oportunidades, el aumento de la representación en la mano de obra en general y en el liderazgo, y el empoderamiento y la promoción de la inclusión social y económica.



ODS 12 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para ayudar a promover el consumo y la producción responsables, incluida la adopción de principios de economía circular, la evaluación del impacto de los proveedores en el consumo de recursos y el establecimiento y la divulgación pública de objetivos de sostenibilidad.



ODS 13 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar contra el cambio climático global y sus impactos. Además de reforzar la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y las catástrofes naturales, integrar las medidas contra el cambio climático en las políticas, las estrategias y la planificación, mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en materia de mitigación del cambio climático, adaptación, reducción del impacto y alerta temprana, e identificar y gestionar los riesgos empresariales.

En 2023, después de la revisión de la alineación del negocio a los ODS, realizamos la inclusión del ODS 13 como prioritario al negocio, alineando nuestras acciones para la descarbonización en la moda.

Estrategia de Sostenibilidad → (3-3)

Hacemos moda con significado para influir positivamente en el mundo y especialmente en las personas vinculadas a nosotros.

Organizamos y dirigimos nuestras acciones a través de la Plataforma de Sostenibilidad, compuesta por la Política de Sostenibilidad, el Plan de Sostenibilidad, la Estrategia de Sostenibilidad y la Materialidad. Esta estructura orienta la estrategia de desarrollo sostenible de Lunelli.

Definimos 5 ejes que guían la estrategia y 8 iniciativas que dirigen y abordan las acciones por macro temas.

A partir de la estructura de ejes e iniciativas, definimos nuestros compromisos internos y revisamos la alineación del negocio con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Hacer moda con significado que tenga un impacto positivo en el mundo y para todos.



Hemos identificado los Ejes de la Estrategia de Sostenibilidad utilizando los símbolos que figuran a continuación en todo el documento para facilitar la lectura y relacionar la estrategia con cada tema tratado.



¿Cómo Generamos Valor? → (2-24; 3-3)

Eje	ODS	Tema Material	Valor para el negocio.	Límite interno o externo
 <p>EJE 1</p> <p>Eje 1: Garantizar una gobernanza integral y sostenible</p>		<p>Ética e integridad;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compliance y combate la corrupción; - Gestión de stakeholders; - Privacidad del cliente & Seguridad de datos personales 	<p>Garantizar la integridad de la empresa y preservar la reputación de la marca y la imagen institucional. Gestionar los riesgos económicos y socioambientales de la organización y de la cadena de valor, así como garantizar el cumplimiento de la legislación vigente</p>	Interno y externo
 <p>EJE 2</p> <p>Eje 2: Asegurar el cuidado y valoración de las personas en la cadena de valor.</p>	    	<ul style="list-style-type: none"> - Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores; - Desarrollo de las personas; - Diversidad e inclusión; - Derechos Humanos. 	<p>Ofrecer un entorno de trabajo seguro y saludable, respetando plenamente los derechos humanos. Promover la diversidad y la inclusión basadas en el respeto, al tiempo que proporcionamos desarrollo, formación y valoramos a nuestros colaboradores, con el objetivo de atraer y retener talento comprometido con una moda con significado.</p>	Interno
 <p>EJE 3</p> <p>Eje 3: Promover operaciones eficientes desde el punto de vista ecológico y responsables</p>	       	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia energética; - Agua; - Gestión química; - Clima y emisiones de gases de efecto invernadero (GEE); - gestión de residuos; - red de suministro de menor impacto socioambiental; - Seguimiento de la cadena de valor. 	<p>Adoptar un enfoque responsable del uso de los recursos y desarrollar soluciones de ecoeficiencia. Gestionar el consumo y los impactos sociales y medioambientales generados. Fomentar una cadena de suministro acorde con los compromisos de sostenibilidad, garantizando la integridad de la información en los procesos y productos desarrollados.</p>	Interno y externo
 <p>EJE 4</p> <p>Eje 4: Innovar en materiales y productos sostenibles</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes y materiales responsables; - Envases de menor impacto; - Moda Circular 	<p>Promover el uso responsable de los recursos naturales en colaboración con la cadena de producción para minimizar el impacto medioambiental. Estimular la economía circular y aumentar la vida útil de los materiales.</p>	Interno y externo
 <p>EJE 5</p> <p>Engajar a red de relacionamiento para a cultura da moda com significado</p>	   	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación con stakeholders - Marketing responsable; - Proyectos e inversiones sociales 	<p>Involucrar, entrenar y comunicar estratégicamente para reforzar la visión institucional de la moda con significado. Actuar en sinergia con las marcas y la imagen institucional, así como divulgar para la red de relaciones. Contribuir a un impacto positivo en las comunidades y promover el desarrollo a través de la inversión social.</p>	Interno y externo



Gobernanza



La integridad y la transparencia son la base de nuestra forma de trabajar. Para Lunelli, hacer moda va más allá de las prendas que creamos, se trata de cultivar el significado en cada paso del proceso. Damos prioridad a las relaciones que fomentan un entorno de colaboración y prosperidad mutua, dejando un impacto positivo en todos los implicados.

Estructura de la Gobernanza → (2-1; 2-9; 2-10; 2-11; 2-12; 2-13; 2-17)

Lunelli es una organización privada con tres accionistas pertenecientes a la familia fundadora de la empresa. El 10 de enero de 2023, en una ceremonia formal, anunciamos a la nueva presidenta, Viviane Cecilia Lunelli, como sucesora de su hermano Dênis Luiz Lunelli, que pasó a presidir el Consejo Consultivo de la empresa. Esta nueva gestión pretende reforzar la cultura de la empresa orientada a las personas, buscando siempre un crecimiento sostenible que responda a los intereses de toda la cadena de valor Lunelli.

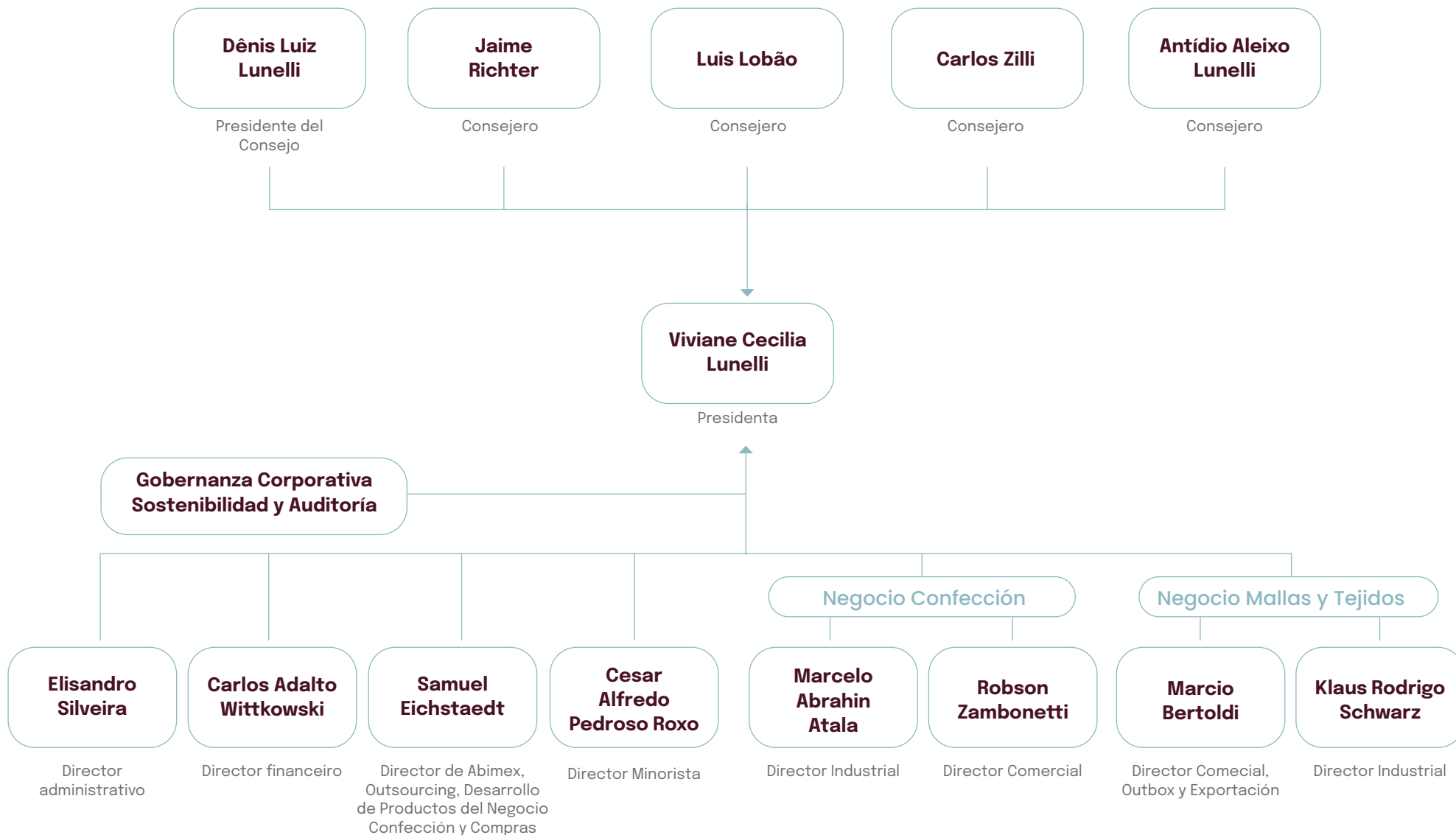
El Consejo es responsable de la dirección general de los negocios de la empresa, definiendo su misión, objetivos y directrices, así como los planes, programas y proyectos estratégicos y de inversión. Supervisa la aplicación de la política de gestión de riesgos, crea comités, controla el rendimiento de la empresa, del propio Consejo y del Comité Ejecutivo. La relación entre los ejecutivos y otras partes interesadas, así como otros deberes, se definen en los estatutos de la empresa y en las políticas y procedimientos internos. Además de presidir las reuniones, el presidente del consejo es responsable de organizar y coordinar las actividades del Consejo y garantizar que sean compatibles con los intereses de la empresa, sus accionistas y otras partes interesadas.

Definimos nuestra Gobernanza Corporativa con la ayuda de un conjunto de mecanismos de supervisión y control destinados a garantizar que las decisiones empresariales se tomen en consonancia con los objetivos a largo plazo de la organización. Las actividades de gobernanza, cumplimiento y gestión de riesgos se rigen por los principios de gobernanza establecidos en el Código de Mejores Prácticas de Gobernanza Corporativa: Integridad, Transparencia, Equidad, Responsabilidad y Sostenibilidad, establecido por el Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC).



Viviane Cecilia Lunelli y Dênis Luiz Lunelli

Con vistas a desarrollar el conocimiento de las cuestiones de sostenibilidad y ESG, en 2023 el Consejo incluyó periódicamente la agenda de sostenibilidad como tema de debate. Evaluó y orientó sobre cuestiones relacionadas con el área, como la revisión de la planificación de la sostenibilidad, la realización de inventarios de emisiones de gases de efecto invernadero y el seguimiento de las certificaciones. El Consejo también promovió la adhesión al Pacto Mundial de la ONU, el movimiento “Walk the Talk” y otros programas y proyectos de sostenibilidad.



Para gestionar el negocio, el Consejo de Administración está compuesto por 8 directores y 1 directora-presidente, segmentados en unidades de negocio y áreas de gestión.

En 2023, se crearon dos Consejos para complementar la estructura. Nombramos a Carlos Adalto Wittkowski Director Financiero y a César Alfredo Pedroso Roxo Director Comercial y de Marketing.

Para reforzar nuestra estructura de gobierno, contamos con una Política de Gobernanza Corporativa, así como con un área responsable denominada Gobernanza Corporativa, Sostenibilidad y Auditoría. También hemos adoptado importantes documentos de gobernanza, como los Estatutos, el Reglamento Interno, el Código de Conducta para colaboradores y proveedores, el Plan de Negocio y la Estrategia a Largo Plazo y el Plan de Consecución de Resultados - PCR, así como políticas y procedimientos para cada área.

Gestión de Riesgos → (2-25; 205-1)

Para Lunelli, la gestión de riesgos es uno de los frentes importantes de la Estructura de Gobierno. Este análisis nos permite no sólo mitigar los posibles impactos, sino también convertir los desafíos en oportunidades. La política de Gestión de Riesgos y Crisis es nuestro principal motor y tiene como objetivo garantizar el nivel de gobernanza deseado por la empresa, adoptando líneas de defensa, definiendo prácticas y responsabilidades, así como planes de acción y contingencia.

Estructura de las Líneas de Defensa - Gestión de Riesgos y Crisis:





Las auditorías internas y externas tienen una función ejecutiva y consultiva, subordinada a la presidencia. Terminamos el 2023 con 2.300 horas de auditoría externa contratadas, de las cuales 800 horas se centraron en áreas operativas y 1.500 horas en estados financieros y fiscales.

Para complementar la gestión de riesgos, se elaboró un mapa de riesgos que ofrece una amplia visión de nuestras operaciones, procesos y áreas. Esta herramienta nos permite identificar y gestionar los distintos tipos de riesgos que pueden afectar el desempeño del negocio y se basa en cuatro frentes: riesgos estratégicos, financieros, operativos y de conformidad.



El alineamiento de nuestras prácticas de gestión de riesgos con la información contenida en el mapa de riesgos contribuye a la toma de decisiones..

Para mitigar los riesgos de cumplimiento, la alta dirección de la empresa es responsable de establecer directrices, políticas y procedimientos relacionados con las actividades identificadas como riesgos empresariales, con el fin de garantizar el cumplimiento en todos los negocios de Lunelli.

Los principales riesgos financieros están asociados a los Activos y Pasivos Financieros. El departamento financiero es el principal responsable de supervisarlos y gestionarlos de forma permanente. En el caso de los riesgos operativos, realizamos evaluaciones periódicas en las principales unidades para identificar y analizar los riesgos potenciales inherentes a las instalaciones, a la actividad, a la estructura de protección y otros procedimientos relacionados. Este proceso genera informes que sirven de apoyo a la gestión y recopilan sugerencias de mejora.



Para mitigar los riesgos estratégicos y apoyar la gestión compartida, contamos con Comités de Trabajo, cuyo objetivo es ayudar en el proceso de toma de decisiones a través de propuestas que se envían al Consejo de Administración para su aprobación. En 2023, contamos con 9 comités de trabajo y 411 propuestas presentadas.

- Marcas y canales;;
- Gestión de personas;
- Control y Finanzas;
- TI - Tecnología de la información;
- Layout de inversiones - Confecciones.
- Layout de inversiones - Tejidos
- LunelliPrev;
- Compras y desarrollo de proveedores;
- Sostenibilidad.

A lo largo del año, el Comité de Protección de Datos se integró a la Comisión de TI debido a la sinergia de los contenidos presentados y a la similitud de sus cometidos.

Los comités están dirigidos por 01 director responsable e integrados por un 01 coordinador y un máximo de 07 colaboradores que ocupan cargos de liderazgo o son colaboradores-claves con funciones y responsabilidades específicas.

En total, los comités fueron integrados por 53 colaboradores, el 85% de los cuales ocupan cargos de liderazgo.

Comisiones de trabajo - Perfil del empleado			
	2021	2022	2023
Categoría funcional			
Liderazgo	81%	82%	85%
No líderes	19%	18%	15%
Total	100%	100%	100%
Género			
Mujer	39%	38%	40%
Hombre	61%	62%	60%
Total	100%	100%	100%

La duración media de la participación de los miembros del comité es de 3,2 años.

Comisiones de Trabajo - Estadísticas			
	2021	2022	2023
Número de reuniones	110	115	92
Número de propuestas	386	470	411
Propuestas aprobadas	243	245	235
Propuestas registradas	107	195	151
Propuestas rechazadas	13	26	18

Además de los comités de 2023, mantuvimos operativo el Comité de Gestión de Personas, compuesto por un miembro del Consejo y otros miembros en puestos de liderazgo. El Comité estaba formado por un 67% de mujeres.

Cultura De Ética e Integridad

Código de conducta → (2-23; 205-2)

El Código de Conducta de Lunelli se elaboró sobre la base de nuestra ideología, valores y principios. El documento guía nuestra conducta profesional y establece las normas y actitudes que se consideran adecuadas para promover un excelente lugar de trabajo.

Realizamos una revisión del documento que buscó profundizar temas relacionados con comportamiento, conducta interna, diversidad e inclusión, respeto en las relaciones internas y externas, gobernanza, seguridad de la información, entre otros. Además de reforzar e incentivar el uso del canal de la oidoría para denunciar cualquier violación al Código de Conducta..

El nuevo Código está organizado en 3 temas principales: Medio Ambiente, Social y Gobernanza. Estos son los 3 pilares del término “ESG” para la sostenibilidad de nuestro negocio. Además de esta estructura, el Código de Conducta presenta qué ODS u Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU están vinculados a cada tema.

Creemos que todos somos responsables de mantener las normas y mejorar nuestros procesos, esforzándonos por conseguir un negocio más sostenible y ético para las personas y el planeta.

Para 2023 hemos fijado y cumplido el objetivo de formar al 100% de los colaboradores en el nuevo Código de Conducta.

El proceso de formación del nuevo Código de Conducta fue conducido por las áreas de Gobernanza Corporativa, Sostenibilidad y Auditoría, Jurídica y Gestión de Personas. En la primera fase, el 100% de los líderes fueron entrenados personalmente sobre el documento. En la segunda fase, el 100% de los colaboradores fueron entrenados por sus líderes y recibieron el nuevo código para firmarlo.

Para ampliar nuestro impacto positivo en la cadena de valor, también hemos desarrollado el **Código de Conducta para Proveedores**. Recomendamos a nuestros proveedores, prestadores de servicios, terceros y socios en general que utilicen 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. Lunelli anima a sus proveedores a promover la adopción de un código de conducta dentro de su propia red de suministro. En 2023 realizamos un mapeo de todos los grupos de interés con los que se comunicará el Código de Conducta para Proveedores y Prestadores de Servicios, así como la adaptación de los contratos y el sistema de envío del mismo. La comunicación y el compromiso de la red de proveedores, prestadores de servicios, franquiciados y socios en general se pospuso a 2024 debido a los mapeos realizados en el año del informe.

Queremos predicar con el ejemplo y, junto con nuestros colaboradores, representantes, clientes, franquiciados, proveedores y todas las partes interesadas, tenemos una gran capacidad para ser protagonistas y transformar el mundo que nos rodea.

Política de seguridad de la Información

La seguridad de la información es un pilar fundamental en nuestra empresa, reflejo directo de nuestro compromiso con la integridad y fiabilidad de toda la información bajo nuestra responsabilidad. Esta premisa está firmemente establecida en nuestro Código de Conducta, una guía aplicable a todos los colaboradores que recoge los principios éticos y las responsabilidades que rigen nuestro entorno de trabajo.

Paralelamente a este enfoque está nuestra Política de Seguridad de la Información, un documento estratégico destinado a establecer directrices para la gestión eficaz de la seguridad de la información. Esta política está diseñada para preservar la confidencialidad y el secreto de los datos que manejamos, reforzando nuestro compromiso de proteger la información confidencial de clientes, socios y de la propia empresa.

Comunicamos la Política de Seguridad de la Información a todos los colaboradores, reforzando la concienciación y la importancia atribuida a esta cuestión crucial para nuestra empresa.

Al analizar los resultados de 2023, registramos un total de 10 incidentes relacionados con la política de seguridad de la información. Pudimos observar una reducción significativa del 41% en comparación con el año anterior, lo que demuestra la eficacia de las medidas aplicadas y el compromiso constante de nuestro equipo por seguir las mejores prácticas de seguridad de la información

Este escenario positivo es el resultado de un esfuerzo colectivo por mantener un entorno seguro y fiable para todos los implicados, y refuerza nuestro compromiso de mejorar constantemente nuestros protocolos de seguridad.

Anticorrupción

En Lunelli, prohibimos cualquier acto o práctica que pueda caracterizar la corrupción, directa o indirectamente, de acuerdo con la Ley Anticorrupción n° 12.846/2013. Todos los colaboradores, al realizar actividades comerciales y rutinarias, deben cumplir o hacer cumplir esta disposición legal.

No aceptamos actitudes y acciones que impliquen pagar y/o recibir beneficios indebidos (regalos, favores, préstamos, contribuciones, servicios especiales) o que caractericen el soborno, la corrupción, las comisiones ilegales o el intercambio de favores con funcionarios públicos para obtener cualquier favor o privilegio de agentes gubernamentales.

Todas las directrices se refuerzan en nuestro Código de Conducta, en el que animamos a denunciar cualquier práctica que caracterice la corrupción a través del Canal de oidoría.

Automatización de contratos

La importancia de la seguridad de la información es fundamental en el contexto de los avances tecnológicos que estamos experimentando. Teniendo esto en cuenta, en 2020 automatizamos los contratos utilizando certificados digitales y firmas electrónicas, lo que agiliza el proceso y reduce el impacto medioambiental. Con la implantación, en 2023 conseguimos generar los siguientes impactos:

Reducción de 2.681 kg de emisiones de carbono;
Conservación de 28.074 litros de agua;
Conservación de 1.142 kg de madera;
Eliminación de 185 kg de residuos;
Conservación de 7 árboles.

El proceso de automatización se está aplicando a todos los contratos de la empresa, ahorrando un total de **13.529 páginas de papel.**

DEFENSORÍA → (2-26; 406-1)

En nuestra búsqueda constante de transparencia y ética, valoramos la participación activa de todos los colaboradores y miembros de la comunidad para garantizar que estamos alineados con los principios establecidos en nuestro Código de Conducta. Para facilitar la comunicación de dudas o denuncias de acciones que puedan estar en desacuerdo con estos principios, hemos puesto a disposición defensoría accesibles a los colaboradores y al público en general, a través de canales de comunicación, correo electrónico o teléfono, las 24 horas del día, sin necesidad de identificarse.

Entendemos que la contribución de todos es esencial para reforzar la integridad y la cultura ética en nuestra organización. Por ello, todas las denuncias recibidas son tratadas con la máxima seriedad y confidencialidad. Nuestro equipo jurídico se encarga de realizar las investigaciones, garantizando un análisis imparcial y riguroso de cada situación denunciada.

Si la persona que ha realizado la consulta ha optado por identificarse, nos comprometemos a facilitar una posición definitiva en un plazo de 5 días hábiles a partir de la presentación de la denuncia. Valoramos la importancia del tiempo y de una respuesta eficaz para quienes deciden aportar información relevante para mejorar nuestro entorno de trabajo.

En situaciones que implican acusaciones probadas, tomamos las medidas apropiadas según la gravedad del incidente. Este compromiso refleja nuestro esfuerzo constante por mantener un entorno seguro, ético y justo para todos los implicados en nuestra comunidad.

Animamos a todos a que se sientan libres de utilizar los canales de defensoría reforzando nuestro compromiso de construir un entorno de trabajo que valore la integridad y el respeto mutuo.

DEFENSORÍA



Llamadas internas | Extensión 7488

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



Correo electrónico | ouvidoria@lunelli.com.br

Además, los colaboradores pueden utilizar este canal para pedir ayuda en asuntos personales como violencia doméstica, abusos varios, dificultades económicas y otros.

En 2023, Lunelli llevó a cabo intensamente diversas acciones destinadas a divulgar el canal y a sensibilizar y combatir cualquier tipo de incumplimiento. Esto se tradujo en un aumento significativo del número de denuncias, que ascendieron a 134, de las cuales el 69% se refieren al tema Personas, el 30% al tema Patrimonial e Institucional y el 1% al tema Jurídico y Otros. Todos los informes se tramitaron y finalizaron de conformidad con el procedimiento.

Comunicación Consciente con Las Partes Interesadas



→ (2-29)



Para comunicarnos de forma consciente y responsable con las partes interesadas de la empresa, actualizamos nuestro mapa de partes interesadas. Para cada parte interesada, definimos las mejores formas de comunicación para la sostenibilidad.

Walk the talk

Como parte de la estrategia de sostenibilidad, en 2023 iniciamos Walk the Talk, un movimiento de comunicación con las partes interesadas y los socios empresariales, promoviendo diálogos y debates sobre los temas que componen el EESG (Económico, Ambiental, Social y de Gobernanza).

El movimiento tiene como objetivo invitar a los stakeholders (partes interesadas) de nuestro negocio a participar en diálogos para promover acciones y asociaciones en pro de una cadena de valor de la moda orientada hacia un impacto positivo.

Walk the Talk se creó como estrategia de respuesta a la actualización de la matriz de materialidad de Lunelli y se realiza en diferentes formatos.

En 2023 se celebraron 4 actos presenciales y con transmisiones en vivo a través de nuestros canales audiovisuales, en los que compartimos conocimientos, experiencias e inspiraciones con diversos socios.



1° - Gobernanza

Jaraguá do Sul/SC:
Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC), Martinelli Auditores y Capricórnio Têxtil.

2° - Medio Ambiente

São Paulo/SP:
Asociación Brasileña de la Industria Textil (ABIT), Lavandería Cristal y Grupo EuroFios.



3° - Social Externo

Maracanaú/CE:
Vicunha, BG Soluções Sociais y Grupo Mulheres do Brasil.



4° - Social Interno

Curitiba/PR:
Asociación Brasileña de Recursos Humanos de Paraná (ABRH-PR) y el Congreso de la Felicidad.



COP 28

Lunelli fue invitada a participar en la COP 28, la 28ª edición de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, el mayor acontecimiento mundial sobre clima y sostenibilidad.

En el evento compartimos nuestra jornada de sostenibilidad, reforzando nuestro compromiso con un enfoque responsable de la producción textil. La participación tuvo lugar en dos paneles, “Dar forma a un futuro sostenible: crear una industria de la moda y la belleza sostenible” e “Historias de éxito sobre gobernanza y desafíos ESG”. Bajo la visión central de “Hacer moda con significado que tenga un impacto positivo en el mundo y para todos”, se destacaron los avances significativos de Lunelli en las prácticas ESG.

La moda que creamos tiene el potencial de influir positivamente en todas las partes interesadas, impulsando la innovación y adoptando prácticas responsables en cada etapa de nuestra cadena de valor. Estamos encantados de haber sido invitados a compartir con la comunidad mundial el compromiso de Lunelli de crear moda con significado.



Crédito de la imagen: Vista general de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático COP28 en Expo City Dubai el 12 de diciembre de 2023, en Dubai, Emiratos Árabes Unidos. (Foto de COP28 / Christopher Pike)



Café con Esencia

Hemos iniciado un nuevo movimiento interno, “Café con Esencia”, un momento muy especial en el que los colaboradores pueden inscribirse para hacer preguntas o sugerencias al presidente.

En 2023, se realizaron ediciones en las unidades Lunelli Nordeste en Maracanaú/CE y Lunelli Avaré/SP. En 2024, continuaremos el movimiento.

Congreso Internacional de la Felicidad

En 2023, fuimos invitados a participar activamente en el VI Congreso Internacional de la Felicidad en Curitiba/PR.

La participación de Lunelli en el evento es una expresión de nuestro compromiso de cultivar el bienestar y la alegría dentro de la empresa. Esta colaboración refleja nuestro objetivo de ir más allá de la moda, para contribuir a construir un mundo más feliz. Durante dos días compartimos conocimientos y ampliamos nuestros horizontes y percepciones sobre el tema

Los más de 2.500 asistentes al VI Congreso Internacional de la Felicidad dejaron un poco de sí mismos y se llevaron a casa un nuevo propósito: elegir el lado bueno de la vida.

Ser feliz siempre será una búsqueda constante y en Lunelli creemos que debe ser un objetivo colectivo, económico, científico y social.



ONDM

“Oportunidades que transforman vidas. Quien cuida, le da valor”

Lunelli Mallas y Tejidos, marca de Lunelli, estuvo presente en ONDM - El Negocio de la Moda, realizada en Balneário Camboriú/SC, la mayor feria de la industria de confección y textil de Brasil. Además de presentar la colección para el negocio de tejidos, participamos en un panel de discusión sobre “Oportunidades que transforman vidas. Quién cuida, le da valor”, junto con Marcella Kanner (Instituto Riachuelo) y con la mediación de Rita de Cássia Conti (Mensajeiros dos Sonhos, FIESC, ABIT).



Visita Méx

Tuvimos el honor de recibir la visita de MEX Brasil - Espaço Mulheres Executivas, para conocer a Lunelli y acoger la reunión mensual del grupo. MEX Brasil se fundó en 2006 con el compromiso de promover la participación femenina en el entorno empresarial.

Este movimiento se ha fortalecido y consolidado a lo largo de los años, impulsando una Alianza Empresarial para el Desarrollo de la Mujer, que se reúne mensualmente con la participación de mujeres ejecutivas y empresarias en puestos directivos de pequeñas, medianas y grandes empresas.

Visita de la Policía Militar

Tuvimos el orgullo de recibir la visita de los oficiales del 14° Batallón de Policía Militar de Santa Catarina, para ver nuestro proceso de producción, instalaciones y una oportunidad inspiradora para compartir conocimientos.

La búsqueda de la excelencia nos unió, reforzando nuestro compromiso de mejorar el servicio policial en colaboración con el sector privado y la sociedad. Juntos, estamos construyendo un futuro más seguro y colaborativo.



Visita Técnica con FIESC y ACIC (Asociación Empresarial de Criciúma)

Tuvimos el placer de recibir a empresarios de la región de Criciúma en una Misión Empresarial con la FIESC (Federación de Industrias del Estado de Santa Catarina) sobre el tema “ESG, Tecnología e Innovación” en nuestra unidad de Lunelli Vestuario, en Guaramirim/SC. La misión también visitó otras empresas de la región, como WEG, BOLD, el Centro de Innovación de Jaraguá do Sul “Novale Hub” y el Instituto SENAI de Tecnología de Movilidad Eléctrica y Energías Renovables. Durante la visita, tuvimos la oportunidad de presentar Lunelli y cómo alineamos nuestro negocio con nuestra estrategia de sostenibilidad.

Nos sentimos muy honrados de recibirles en esta Misión y felices de compartir nuestra visión de la Sostenibilidad y la historia de Lunelli.

Conexión ODS

Tuvimos el placer de participar en el evento CONEXÃO ODS en Aquiraz/CE. El evento, organizado por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Brasil y “Somos Um”, reunió a 56 panelistas y contó con más de 800 participantes presenciales. Destacó por ser el más amplio jamás celebrado en la región, ofreciendo debates cruciales para impulsar un futuro más sostenible en el nordeste de Brasil.

Los tres días estuvieron repletos de actividades, participaciones muy especiales de Cacika Irê - la primera secretaria de Pueblos Indígenas de la historia de Ceará, Eduardo Lyra - Fundador y CEO de Gerando Falcões, y el lanzamiento de la edición portuguesa del libro del profesor y Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus. También hubo visitas a las comunidades de Bom Jardim, Inferninho, Iprede, Jenipapo - Kanindé, Poço da Draga, y la emocionante ceremonia de entrega de premios del Desafío Innovación con Impacto.



Crédito: Fotógrafo Eri Nunes

Fico

Festival Fico De Surf Y Limpieza De Playas

El festival es una experiencia llena de atracciones musicales, arte y deportes extremos que promete gravar buenos recuerdos con amigos y familiares.

Durante el evento, organizamos una acción dedicada a preservar el medio marino y promover un estilo de vida colectivo consciente y sostenible. Junto con una empresa asociada, organizamos una campaña de limpieza de playas y bancos de arena. Un total de 3.561 residuos fueron retirados del medio ambiente durante esta acción llevada a cabo por 25 voluntarios.

Para contribuir a la preservación de la biodiversidad local, FICO también plantó 40 posturas de árboles autóctonos de la región en el municipio de Itajaí/SC.

Los resultados cualitativos destacan el impacto positivo en la comunidad, la concienciación medioambiental y la promoción de la salud.



Lunelli Mallas y Tejidos

Apoyo a los diseñadores de moda y a la SPFW

Comprometida con hacer moda con significado, Lunelli estuvo una vez más presente en el mayor evento de moda de Brasil y América Latina, la São Paulo Fashion Week (SPFW), con la participación de cinco diseñadores. Demostrando su apoyo a la moda brasileña y su compromiso con la inclusión, la representatividad y la sostenibilidad en la moda.

Patrocinamos y apoyamos las presentaciones de Santa Resistencia, Martins, Tá Studios, Naya Violeta y LED_CD.

TÁ Studios

Una marca slow fashion de sastrería ligera y estilo costero, creada y dirigida por Gi Caldas, que utiliza tejidos sostenibles, protección UV y fibras biodegradables, en línea con los valores sostenibles de Lunelli.

Martins

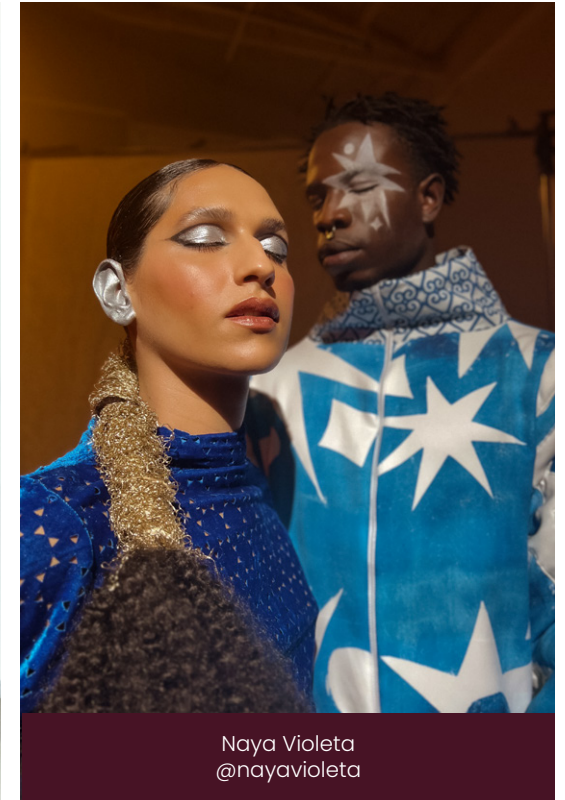
Socio de Lunelli desde hace años, que presenta una propuesta democrática, con el oversized como protagonista, con la mayoría de las piezas en talla única.

Santa Resistencia

Marca de slow fashion, utilizó estampados digitales creados por la directora creativa y CEO de la marca, Mônica Sampaio, en colaboración con el equipo creativo de Lunelli. Las prendas "Atlanta" y "Rayon Bali" fueron las favoritas de la diseñadora para esta edición.



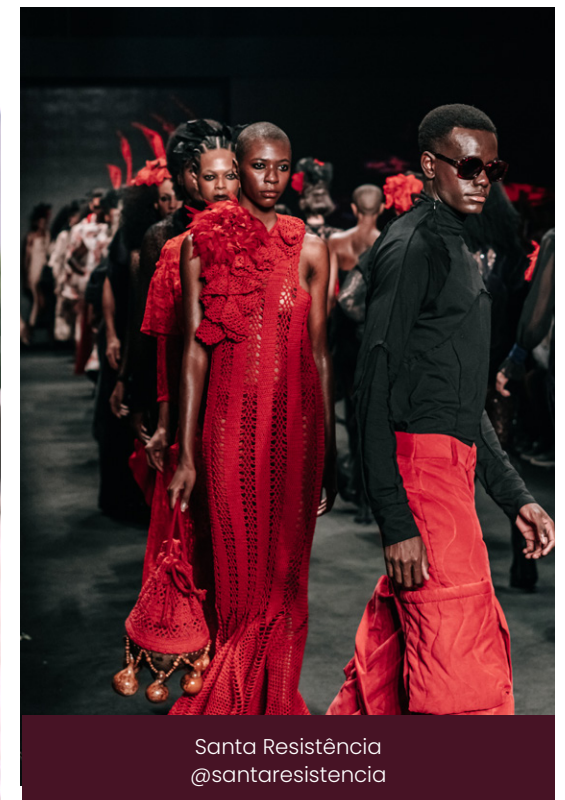
MARTINS
@martins_____



Naya Violeta
@nayavioleta



TA Studios
@tastudios_



Santa Resistência
@santaresistencia

Participación en la Sociedad



→ (2-28; 2-23)

En 2023, mantuvimos nuestra buena costumbre de construir relaciones y colaboraciones con organizaciones y asociaciones con el objetivo de intercambiar conocimientos, debatir y hacer propuestas sobre temas de interés para las actividades desarrolladas por la empresa.



ABVTEX - Asociación Brasileña del Comercio Textil

Seguimos los programas promovidos por la institución y contamos con la certificación ABVTEX en las unidades de costura y géneros de punto y tejidos de Lunelli;



BCI - Iniciativa para un Mejor Algodón

Apoyamos la iniciativa mundial y estamos intentando incorporar la certificación BCI de la cadena del algodón como criterio de compra;



Pacto Global

Fuimos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible

Buscamos establecer relaciones con los impactos positivos que podemos generar para alcanzar, como sociedad, los objetivos marcados por la ONU.



Estoy Hecho de Algodón

Apoyamos el movimiento, que es una iniciativa de Abrapa (Asociación Brasileña de Productores de Algodón) y pretende reforzar la cadena algodonera brasileña;

Otras asociaciones:

ACIJS - Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul

ACIAG - Asociación Empresarial de Guarapiranga

ACIAC - Asociación Empresarial de Corupá

ACIA - Asociación Comercial, Industrial y Agrícola de Avaré

ABRH - Asociación Brasileña de Recursos Humanos

ABF - Asociación Brasileña de Franquicias

ABIT - Asociación Brasileña de la Industria Textil y de la Confección

Cotton Trip

Vivimos un momento increíble gracias a la invitación de ABRAPA y “Sou de Algodão”.

A favor de la calidad y la sostenibilidad en la producción de fibra de algodón, “Sou de Algodão” compartió con nosotros toda la trayectoria de Abrapa, en sus más de 20 años de existencia.

Seguimos todos los detalles de la plantación de algodón, desde la siembra hasta el procesamiento final en la finca de SLC Agrícola. Todo el algodón plantado allí

cuenta con las certificaciones Algodón Brasileño Responsable (ABR) y Better Cotton Initiative (BCI).

“Sou de Algodão” forma parte del movimiento BCI que existe para mejorar la producción mundial de algodón para quienes lo producen, para el medio ambiente y para el futuro del sector. Lunelli también es miembro del movimiento, fundamental para apoyar y contribuir a una producción de algodón más responsable.



Certificaciones, Premios y Reconocimientos

GPTW

Con su gestión orientada a las personas, celebramos por tercer año consecutivo la obtención de la certificación Great Place to Work. Se trata de una consultoría global que apoya a las organizaciones en la consecución de mejores resultados a través de una cultura de confianza, alto rendimiento e innovación. Además, por segundo año consecutivo, ocupamos el 12º lugar en el ranking de GPTW como una de las mejores grandes empresas para trabajar en Santa Catarina, subiendo 5 lugares en relación al año anterior.

Este reconocimiento no sólo valida nuestro compromiso con la excelencia, sino que también subraya la prioridad que damos a nuestra cultura organizativa.

Somos la única empresa del sector minorista de ropa y moda que aparece en el ranking de Santa Catarina



En el aspecto “Orgullo” nos destacamos con la puntuación más alta, también avanzamos en los conceptos de Credibilidad, Respeto, Imparcialidad y Camaradería. Atributos como celebrar acontecimientos especiales; convivir con la diversidad; sentirse bienvenido y sentir que contribuimos a la comunidad figuran entre los elementos más señalados por nuestros colaboradores.

Este movimiento y los avances en la materia reafirman nuestro compromiso de seguir gestionando un entorno de trabajo sano y acogedor.



Jaqueline Weiller Neumann - Gestão de pessoas; - Lunelli Vestuário
Maria Evelma Lima dos Santos - Costura - Lunelli Nordeste
Tatiane de Almeida Laurindo - Acabado - Lunelli Beneficiamentos Brasil
Viviane Cecília Lunelli - Presidenta



ABVTEx

También estamos certificados por la Asociación Brasileña de Comercio Textil (ABVTEx) en 8 de nuestras unidades de producción. El sello garantiza el cumplimiento de criterios de responsabilidad social y medioambiental, entre otras cuestiones relacionadas con la cadena de la moda.



4 unidades en la clasificación oro

OURO



2 unidades en la clasificación plata

PRATA



2 unidades en la clasificación de bronce

BRONZE



Everton Luís Kraisch - Varejo - Lunelli Vestuário
Cesar Alfredo Pedroso Roxo - Diretoria - Lunelli Vestuário

Reconocimiento de Franquicias

SELO ABF - Associação Brasileira de Franchising

El sello ABF es un galardón que reconoce la calidad y la excelencia de las organizaciones que actúan como franquiciadores.

En 2023, Lez a Lez conquistó su 5° premio de Excelencia en Franquicia, así como su 5° premio consecutivo de Franquicia Internacional, promovido por la ABF - Asociación Brasileña de Franquicias.



Premio ABF a la Sostenibilidad de Franquicias Destacadas 2022 a través del proyecto “Uso de plástico para envases biodegradables y compostables”.

Certificado Empresa Asociada - SESI e SENAI

Lunelli recibió el Certificado de Empresa Asociada. Este certificado se concede a las empresas que han contribuido de forma significativa a los proyectos sociales del SESI y del SENAI en la región de Jaraguá do Sul/SC.

En 2023, realizamos un curso de costura en el Centro de Formación Abílio Lunelli, en colaboración con el Programa Qualifica Jaraguá. Fueron 160 horas de dedicación, aprendiendo y perfeccionando técnicas de costura. Como colofón perfecto, los alumnos dieron vida al proyecto “Transformar la oportunidad en amor”, reutilizando telas y residuos textiles para confeccionar pequeñas niñeras como regalo de Navidad para los niños.



Empresa asociada al Programa 60+ Hospital São José de Jaraguá do Sul

Lunelli recibió el premio de responsabilidad social por ser empresa socia del Programa 60+ en un evento organizado por el Hospital para inversores sociales, con el objetivo de presentar los logros y fortalecer las relaciones con los socios, así como rendir cuentas. El Programa 60+ es un programa institucional con una serie de acciones cuyo principal objetivo es mejorar la atención a los pacientes mayores, proporcionándoles más humanización, dignidad y seguridad durante su tratamiento en el hospital.



Económico

Nuestro rendimiento económico es el resultado del equilibrio que promovemos entre los pilares de la EESG (Económica, Medioambiental, Social y de Gobernanza).



Gestión Económica

En Lunelli consideramos la generación de valor económico como un pilar estratégico de nuestra visión de sostenibilidad, siendo los principales objetivos la generación de empleo e ingresos, la sostenibilidad financiera del negocio, la distribución de resultados y la generación de valor.

El proceso de gestión económica de Lunelli puede dividirse en cuatro macro etapas, cada una con sus propios desarrollos y acciones en línea con los proyectos y objetivos estratégicos definidos y necesarios para el crecimiento y la continuidad del negocio.

Este proceso garantiza que todos los recursos disponibles se gestionen y utilicen eficazmente y se ajusten a la planificación estratégica de Lunelli.

A través de este ciclo de gestión económica, reafirmamos nuestro compromiso con la responsabilidad y la transparencia en la gestión de los recursos, siempre con el objetivo de optimizar los resultados.



Resultados Financieros

Con un crecimiento del 2,9% en 2023, la economía brasileña superó las expectativas iniciales de consenso. Destacado por el fuerte crecimiento del sector agrícola, el consumo de los hogares y las exportaciones, el año estuvo marcado por el proceso de deflación de la economía (4,6% en 2023 frente al 5,8% en 2022) y el inicio de la política de reducción de los SELIC, que finalizó el año en el 11,75% anual (13,75% en 2022). El mercado de trabajo demostró a lo largo del año una consistente reducción de la tasa de desempleo y un aumento del salario medio nominal con la elevación de la masa salarial real.

Los indicadores sectoriales para el año 2023 apuntaron, sin embargo, un entorno empresarial complicado. La producción industrial del Sector de Confección y Complementos registró una caída del -7,0%, mientras que el volumen de ventas del Comercio Minorista del Sector de Tejidos, Confección y Calzado finalizó el año con una pérdida del -4,6% en el año 2023.

El año 2023 fue desafiante para todo el sector y, gracias a la planificación estratégica, la cuidadosa ejecución presupuestaria y el entusiasmo y la obsesión por los resultados cultivados por nuestros equipos, terminamos el año con ingresos de R\$ 1,5 mil millones.



Valor Económico Generado y Distribuido → (201-1)

Llevamos décadas operando de manera sólida y consolidada en el mercado, apuntando al crecimiento anual de nuestro negocio. La declaración de valor agregado presentada abarca todas las operaciones de Lunelli.

Distribución del valor agregado	2021	2022	2023
Personal	37,7%	36,2%	40,9%
Impuestos, tasas y contribuciones	19,4%	18,2%	22,7%
Remuneración del capital de terceros	13,3%	22,4%	19,4%
Remuneración de capital propio	29,6%	23,2%	17,0%
Distribución del Valor Agregado	100,0%	100,0%	100,0%



Destacamos el incremento de los valores nominales de los grupos “Personal, Impuestos, tasas y contribuciones” que ahora tienen mayor representación en el valor añadido distribuido. Asimismo, la “Remuneración del capital de terceros” se vio afectada principalmente por menores efectos de la variación del tipo de cambio.

Red Minorista y Franquicias

Con nuestra red comercial y franquicias podemos llevar nuestras marcas y productos al consumidor final.

En 2023 contamos con 7 tiendas propias y 31 franquicias distribuidas en Brasil, con 4 nuevas aperturas en el año.

En este modelo de negocio, logramos un crecimiento del 10% en ingresos en comparación con el año anterior.

 tiendas	DF — 4	PE — 1	SC — 12	Inauguración de nuevas tiendas en los estados de SC, PB, TO y MA.	 EXCELÊNCIA EM FRANCHISING 2023
	MA — 1	PI — 1	SP — 6		
	MG — 2	PR — 4	TO — 1		
	PB — 1	RS — 5			



Multimarcas y Representantes

Comprometidos con mantener y fortalecer el vínculo de confianza que tenemos con representantes y clientes, buscamos constantemente establecer relaciones de colaboración alineadas con nuestros valores fundamentales.

En 2023 contamos con el respaldo de 356 representantes y más de 21 mil clientes activos. Estas cifras significativas demuestran no sólo la magnitud de nuestra base de clientes, sino también la confianza continua que depositan en nuestros productos y servicios.

Durante el año enfocamos nuestros esfuerzos en expandir los mercados en los que operamos, ofreciendo productos competitivos e innovadores. Esta estrategia nos ha permitido brindar soluciones que agregan valor a los negocios de nuestros clientes.

Omnichannel

En el canal B2C (comercio electrónico propio), terminamos el año con un **crecimiento del 10% respecto a 2022**.

Concentramos nuestros esfuerzos en adoptar una estrategia omnichannel para todas nuestras tiendas propias y franquiciadas. Este enfoque ofrece a los consumidores la flexibilidad de navegar por nuestro sitio web y elegir entre recoger un producto en una de nuestras tiendas o recibirlo en su domicilio. Dependiendo de la composición del pedido y de la región, el producto puede enviarse directamente desde una de nuestras tiendas físicas al domicilio del consumidor, lo que contribuye a aumentar la rentabilidad de las tiendas. Cada año seguimos mejorando este proceso, que en 2023 representó el 8% de las ventas de nuestras tiendas propias, llegando hasta el 20%.

Comercio electrónico (e-commerce)

↑ **10,3% en facturación del comercio electrónico (e-commerce) propio.**

↑ **20,9% en facturación del Marketplace.**

Programa UNE (Social Selling)

En 2023, realizamos ajustes en nuestro programa de venta social. Para las marcas Lez a Lez y Hangar 33, marcas que cuentan con tiendas físicas, rebautizamos el programa para “CUPÓN DEL VENDEDOR” y concentramos nuestros esfuerzos en los vendedores de las tiendas, animándolos a dar a conocer sus códigos de cupones para compras en línea.

Para las marcas Lunender, Alakazoo y Fico, seguimos centrándonos en la comunidad. A través del sitio web www.programaune.com.br los miembros de la comunidad pueden generar códigos y empezar a promocionar las marcas, lo que les ofrece una oportunidad de ingresos adicionales.





Reginalda Andreia de Aguiar - Control de Calidad - Lunelli Avaré

Social

EJE 2

EJE 5



Mantenemos un enfoque continuo en cultivar el crecimiento personal y crear un impacto duradero a través de nuestras interacciones. El principio fundamental que siempre nos ha guiado es la conexión con quienes se relacionan con nosotros, ya sean colaboradores, representantes, proveedores socios, franquiciados, clientes o miembros de la comunidad.



Colaboradores

→ (2-7; 2-8; 2-30; 401-1; 401-2; 405-1)

En Lunelli, construimos moda con significado, proporcionando un ambiente seguro y acogedor, estimulando así el bienestar de todos, porque nuestro propósito es promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad de nuestros colaboradores. De este modo seguimos la legislación laboral respetando la ley y buscamos siempre una estrecha relación con los sindicatos de las regiones donde se ubican nuestras unidades, además de participar activamente en las negociaciones.

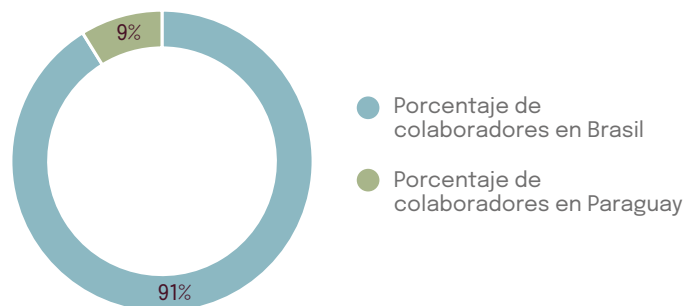
Todos los colaboradores están respaldados por convenios colectivos con los sindicatos del sector. En la unidad de unidad de Paraguay, esto ocurre de forma puntual a través de acuerdos establecidos directamente con los organismos gubernamentales, debido a la falta de sindicatos laborales.



Perfiles de los colaboradores

Terminamos 2023 con 4.762 colaboradores en nuestras unidades de Brasil y Paraguay, de los cuales 91% corresponden a las unidades brasileñas. Actualmente no tenemos colaboradores con contratos temporarios, o sea, todos son colaboradores bajo el régimen de las CLT (Leyes Laborales Consolidadas). Destacamos que los datos históricos del perfil de los colaboradores han sido revisados y actualizados en este informe.

2023



Roberta Henrique y Josiane Campigotto Moser
Comercial - Lunelli Comercial

Colaboradores por categoría social y género.	2021		2022		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directoria	88%	12%	88%	12%	90%	10%
Gerencia	66%	34%	72%	28%	69%	31%
Supervisión / Coordinación	52%	48%	52%	48%	48%	52%
Colaboradores	30%	70%	31%	69%	31%	69%
Total de colaboradores	31%	69%	32%	68%	32%	68%

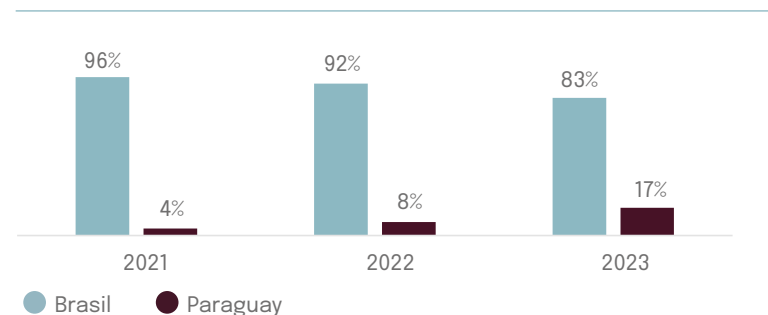


Esta tabla muestra la distribución de edad y género de los empleados en una empresa, desglosada por categoría laboral.

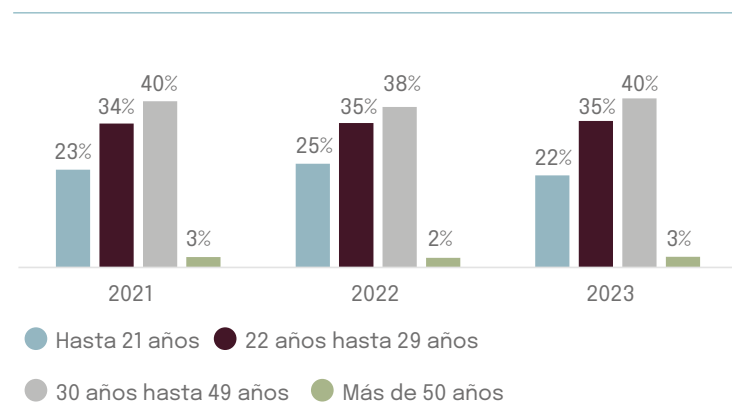
		2021				2022				2023			
Edades en años		Hasta 21	22 - 29	30 - 49	+ de 50	Hasta 21	22 - 29	30 - 49	+ de 50	Hasta 21	22 - 29	30 - 49	+ de 50
Directores	hombres	0%	0%	75%	13%	0%	0%	75%	12%	0%	0%	70%	20%
	mujeres	0%	0%	12%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	10%	0%
Gerentes	hombres	0%	4%	55%	7%	0%	3%	63%	6%	0%	3%	60%	6%
	mujeres	0%	10%	24%	0%	0%	6%	19%	3%	0%	8%	23%	0%
Supervisores / Coordinadores	hombres	0%	4%	44%	4%	0%	3%	44%	5%	0%	2%	43%	3%
	mujeres	0%	5%	40%	3%	0%	3%	42%	3%	0%	3%	45%	4%
Colaboradores	hombres	4%	10%	14%	2%	4%	9%	15%	2%	4%	9%	15%	2%
	mujeres	7%	17%	41%	5%	7%	16%	41%	6%	7%	17%	40%	6%
Total de colaboradores	hombres	4%	9%	16%	2%	4%	9%	16%	2%	4%	9%	17%	2%
	mujeres	7%	16%	41%	5%	7%	16%	40%	6%	6%	16%	40%	6%

A la hora de contratar, intentamos encontrar personas que, además de ser adecuadas para el puesto, estén en correspondencia con nuestros valores y principios.

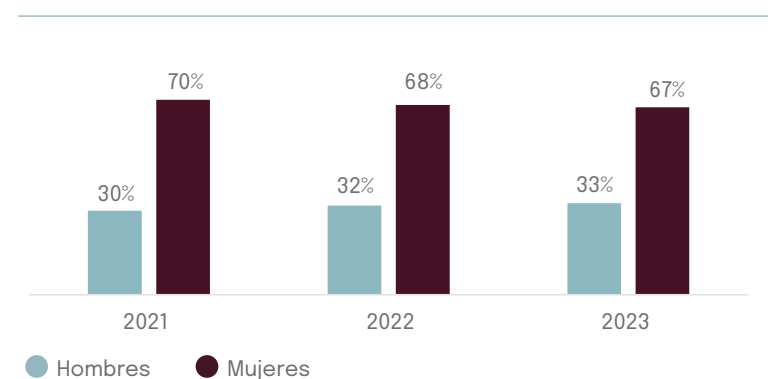
Contrataciones - País:



Contratación - Grupo de edad:



Contrataciones - Género:



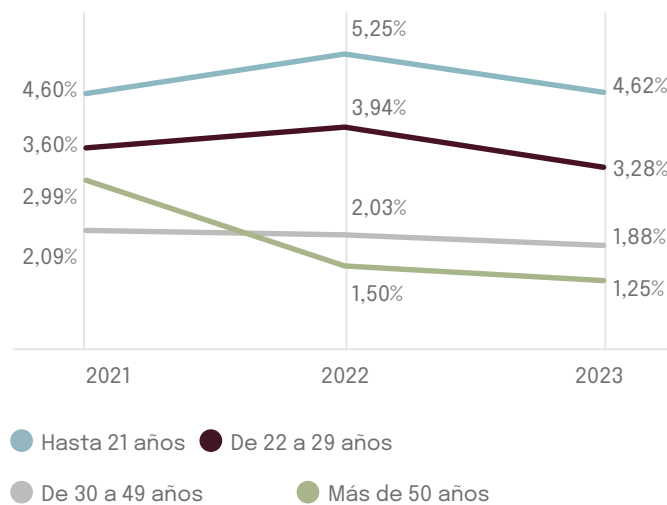


Para calcular el índice de rotación de la fuerza de trabajo se considera el número de despidos por la plantilla media del periodo.

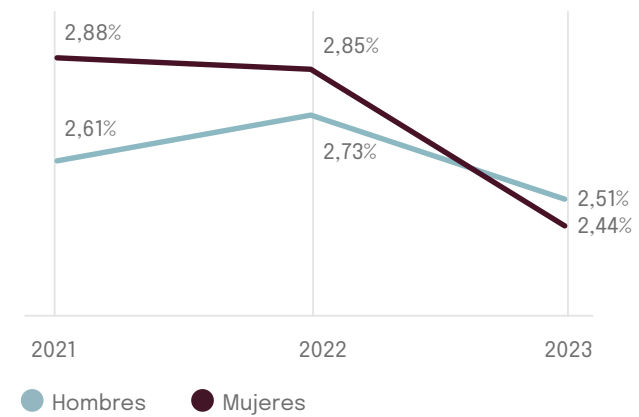
	2021	2022	2023
Rotación	2,79%	2,81%	2,46%

Incluso con los retos del año, hemos conseguido reducir nuestro índice de rotación en cada uno de los criterios que se muestran a continuación.

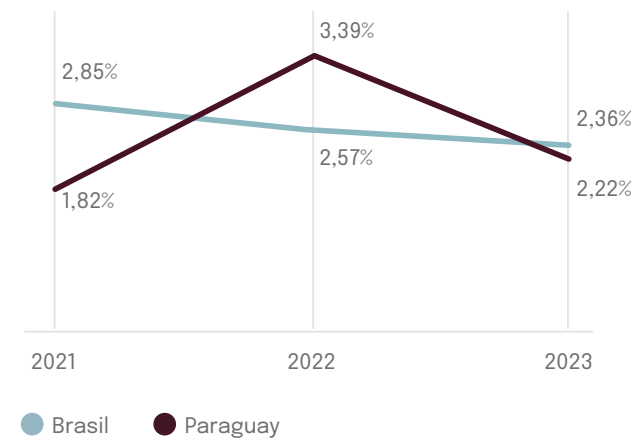
Rotación - Grupo de edad:



Rotación - Sexo:



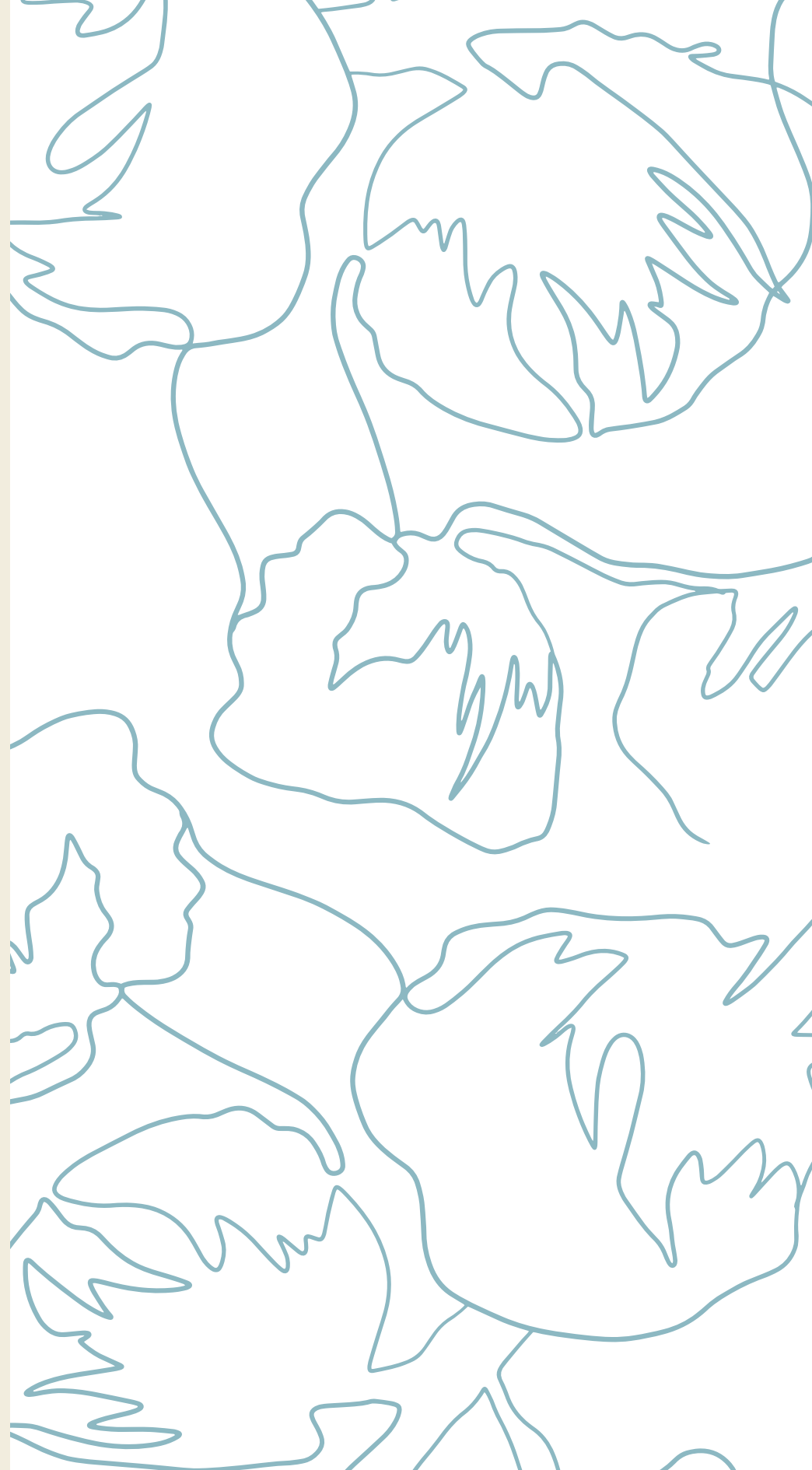
Rotación



Salarios → (202-1; 405-2)

En el período que este informe abarca, las unidades de Brasil pagaron más que el salario mínimo nacional (R\$1.320,00). Existe en nuestra empresa la práctica de conceder reajustes salariales después del período de prueba, aumentando la diferencia entre el mínimo nacional y el valor percibido por el empleado. Específicamente en las unidades de Paraguay, debido a la legislación diferente y a la cultura local, tenemos empleados que ingresan a la empresa con el salario mínimo nacional y son reconocidos de acuerdo con la experiencia y la entrega.

No hacemos diferencias entre hombres y mujeres en la escala salarial. Cada escala salarial tiene rangos salariales sugeridos de acuerdo con las funciones y responsabilidades, que se evalúan y aplican independientemente del género.





Salud, Felicidad Y Bienestar → (403-6)

Para promover la salud y el bienestar de nuestros empleados, a través del Programa “Viva Você” fomentamos y promovemos el acceso a clases de yoga, grupo de corridas, fisioterapia, psicólogo nutricionista y asistente social.



Clase de yoga – 312 participantes ↑ 170%

Grupo de corredores – 324 participantes ↑ 24%

Fisioterapia – 1.203 asistencias ↓ 18%

Psicólogo – 1.017 visitas ↑ 103%

Nutricionista – 193 citas



Además, ofrecemos 7.776 clases de gimnasia laboral, que lleva a cabo una empresa asociada especializada, que atiende a la mayoría de nuestras unidades de producción para mejorar la salud de nuestros empleados y prevenir lesiones.

También ofrecemos alimentación en los restaurantes para la mayoría de nuestras unidades de producción unidades con comidas preparadas por nutricionistas de acuerdo con el Programa de Alimentación de los Trabajadores (PAT) para mejorar la calidad nutricional de las comidas de nuestros empleados o vales de comida para nuestras tiendas. En 2023, se sirvieron el equivalente a 902.062 raciones de comidas se sirvieron en las dos modalidades.



Ofrecemos a nuestros empleados otros beneficios como seguro médico y dental y atención ambulatoria. Además de celebrar fechas especiales, homenajes por los años trabajados, Día Libre, Plan de pensiones privado y premios a la participación en los beneficios y premios de producción.

En 2023 se realizaron 24.866 consultas ambulatorias, el 24% de las cuales representan las categorías de atención de admisión, análisis periódicos, reincorporación al trabajo, cambio de función y despido.

Baja por Maternidad Y Paternidad

→ (401-3)

Creemos firmemente que la vida está marcada por etapas inolvidables, y entre ellas, la experiencia de la maternidad y la paternidad. Reconocemos que todo empleado tiene derecho a vivir estos momentos a través de un permiso.

	 Maternidad	 Paternidad
Total de Licencias	145	62
Índice de retorno al trabajo después de la licencia.	87,59%	100,00%
Índice de permanencia después de 12 meses de retorno al trabajo	52,03%	70,00%

La licencia de paternidad no es solo un beneficio, sino un reconocimiento profundo a la importancia de la vida familiar. Sabemos que esos momentos son preciosos e impactan no solo en la vida de los padres, sino también en el desarrollo saludable y feliz de los hijos. Por lo tanto, es con satisfacción que ofrecemos a las gestantes la participación en el programa interno “Mamães a Bordo”, con la oportunidad de encuentros con enfermera, nutricionista y psicóloga en la unidad. En los encuentros, las colaboradoras gestantes reciben orientaciones en relación a las rutinas de maternidad, cuidados postparto, aspectos psicológicos en la gestación y período puerperio, lactancia materna y cuidados con el recién nacido, además del intercambio de experiencias con las demás colegas participantes.

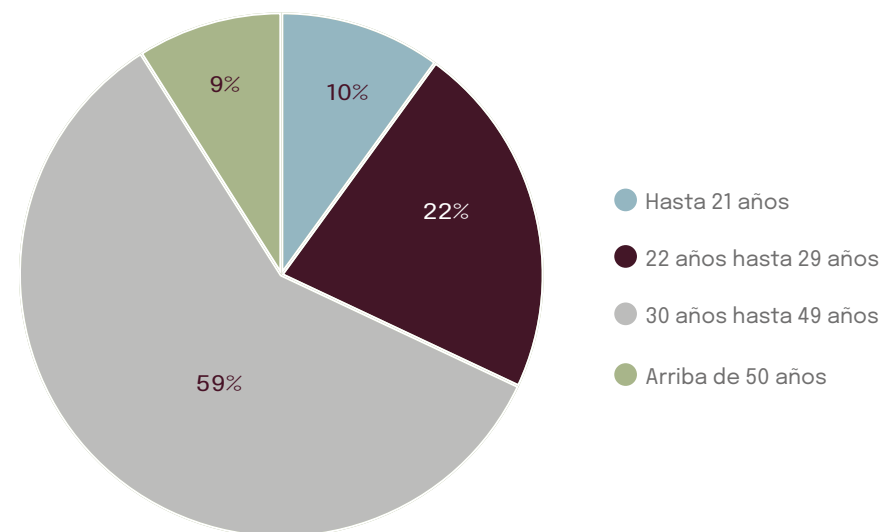
Lunelli ofrece a sus colaboradores un plan jubilación complementaria, accesible a todos sus colaboradores en Brasil, que tiene entre sus finalidades, la de incentivar la construcción de una reserva financiera que propicie un ingreso extra en la jubilación para complementar la jubilación pública ofrecida por el INSS.

Los participantes de este beneficio realizan contribuciones mensuales en un porcentaje del salario según su libre elección, no inferior al 1,0% de su salario base. Para ayudar a los participantes en su viaje de construcción de la reserva financiera para la jubilación, Lunelli también realiza contribuciones al plan. Estas contribuciones de Lunelli se acreditan en las cuentas de los colaboradores participantes del plan siguiendo criterios uniformes, ecuanímenes y no discriminatorios de distribución.

Creemos que, con este beneficio, influenciamos positivamente a nuestros empleados, promoviendo el protagonismo en su progresión de carrera, atravesando las etapas de Trabajador -> Ahorrador -> Inversionista para la construcción de una renta pasiva complementaria, así como la creación de buenos hábitos de planificación y de seguridad financiera. Como complemento, durante el año, promovemos diversas acciones de educación financiera para todos los colaboradores, a través de cursos y conferencias.

También realizamos la campaña “Passo Certo”, con el propósito de motivar a nuestros colaboradores a avanzar hacia un futuro financiero más seguro. A través de esta iniciativa, animamos a cada individuo a considerar cuidadosamente la planificación para su jubilación en el presente, adhiriéndose y aumentando su participación en el plan y/o hacer contribuciones adicionales para fortalecer sus esfuerzos hacia una jubilación más adecuada.

En 2023, se obtuvo 87,8% de adhesión, contabilizando 3.647 colaboradores participantes, en el cual 68% son mujeres.



Anualmente, cada 1 de octubre, realizamos la redistribución del Fondo Previsional de nuestro plan. **Que, a lo largo de los 5 años de existencia del LunelliPrev, ya redistribuyó más de ¡R\$ 322 mil! entre los participantes que permanecen en el plan.** ¡Este es otro incentivo de Lunelli para los colaboradores que están comprometidos con su futuro, en el presente!

De esta forma, finalizamos el año con un patrimonio total de más de R\$ 28 millones.

Valorización y Desarrollo



Pcr y Premio de Producción

El Programa de Conquista de Resultados (PCR) y el Premio de Producción se basan en pilares estratégicos y están alineados con las directrices de planificación presupuestaria con el objetivo de compartir resultados alcanzados durante el período establecido en cada uno.

El Programa de Conquista de Resultados se paga en una sola entrega anual y el Premio de Producción se distribuye mensualmente.

En 2023, compartimos a través de los programas, R\$15,3 millones entre el equipo Lunelli.

Con esto, reforzamos la premisa de la importancia del trabajo en equipo para obtener resultados en la compañía.



Kelly Cristiane Kohn - Administrativo - Lunelli Confecciones y Bianca Lehmert Raiter - Costura - Lunelli Confecciones.

Entrenamiento → (404-1; 404-2; 404-3)



CENTRO DE TREINAMENTO
Abilio Lunelli

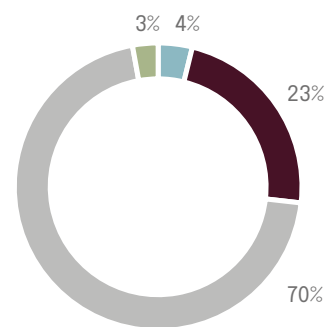
Pensando en la oportunidad de evolución y crecimiento, promovemos cursos de desarrollo de acuerdo a las necesidades y estrategias de los colaboradores. Además del apoyo concedido por medio de becas para cursos técnicos, de idiomas, graduación y posgrado. **En total, beneficiamos 418 colaboradores con becas que representan aproximadamente R\$ 473 mil invertidos.**

En 2023 el Centro de Entrenamiento Abilio Lunelli cumplió 8 años actuando en la formación de 776 colaboradores con compromiso de proporcionar acceso al conocimiento de manera gratuita y facilitada, ya sea en contenido formal, conocimientos generales o técnicos, siempre enfocado en agregar valor a la vida de las personas. En el año de presentación, formamos 209 colaboradores..

Aún en 2023, se realizó la ceremonia de certificación de la 3° clase del curso de Green Belt que tiene como finalidad capacitar a los colaboradores para optimizar proceso y resolver problemas complejos de forma práctica. El curso tuvo una duración de 6 meses y 20 colaboradores certificados por una empresa asociada especializada en formación académica.

Colaboradores formados en el Centro de Formación Abilio Lunelli

Grupo de edad:



● Hasta 21 años ● 22 años hasta 29 años
● 30 años hasta 49 ● Arriba de 50 años

Género:



● Hombres ● Mujeres



Juliana Pena Nogueira Leme – Preparación – Lunelli Avaré



Jardel de Oliveira – Calidad – Lunelli Têxtil
Ana Luíza Busnardo – Ventas – Lunelli Têxtil
Marcio Bertoldi – Dirección – Lunelli Têxtil

La unidad de Paraguay, realizó la firma de un convenio de cooperación con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) y el Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP), por medio del Centro de Entrenamiento Abilio Lunelli, con el objetivo de impulsar la capacitación conjunta.

Con eso, nuestros instructores pasarán por un proceso de acreditación por el SNPP, el material didáctico y la grade curricular que utilizaremos también fueron homologados por este órgano.

En 2023, realizamos las “Escuelitas de Costura” en Avaré/SP, con 37 alumnos participantes, y en Jaraguá do Sul/SC en la unidad Lunelli Confecciones, con 12 alumnos participantes. La realización de las “Escuelitas de Costura” es una colaboración con el SENAI y la alcaldía municipal.

De esta manera, fortalecemos nuestra misión de mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios.

Para ayudar al desarrollo de los liderazgos, actuamos con un programa de la formación que contemplan los aspectos técnicos y comportamentales. Este proceso se realiza a través del Centro de Entrenamiento Abilio Lunelli con el objetivo de garantizar y proporcionar el desarrollo de competencias y habilidades de líderes y futuros líderes. Cada año se abren nuevas convocatorias con el objetivo de desarrollar conocimientos técnicos y autoconocimiento alineados con la ideología de Lunelli.



Kleiton Roberto Schwarz - Industrial - Lunelli Beneficiarios PY

Además, para los líderes, incluimos el Plan de Desarrollo Individual (PDI) que, conlleva un seguimiento más individual y se basa en la evaluación del perfil y gestión del tiempo: estructuración de actividades a entregar y el desempeño en sus acciones y las actitudes de sus liderados. Actualmente realizamos el estudio de cada área y sus respectivos potenciales sucesores, para que el ciclo de desarrollo personal se inicie y la lógica transición de carrera.

Para los empleados, realizamos anualmente el ciclo de evaluaciones de desempeño, en el cual todos son evaluados y reciben un resumen del desempeño realizado en su papel de líder enumerando fortalezas y aquellos elementos que aún necesitan ser desarrollados.

Capacitación (Horas e R\$)	2021	2022	2023
Operacionales	2.170	6.846	10.062
Comportamentales	1.115	13.719	20.555
Centro de Estudio Abilio Lunelli	2.643	7.271	12.151
Desarrollo de Líderes	3.851	4.562	8.214
Seguridad del trabajo	6.451	7.457	11.587
Total de Horas	16.230	39.855	62.569
Total invertido	R\$ 210.440	R\$ 1.900.000	R\$ 2.800.000



PNI - Programa de Nuevas Ideas

El Programa Nuevas Ideas (PNI) es nuestro camino hacia la innovación, enraizado en la filosofía de los Círculos de Control de Calidad (CCQ). En esa jornada, cada empleado se convierte en un agente activo en la mejora continua, inspirando cambios positivos en todos los aspectos de Lunelli. El Programa está compuesto por grupos multisectoriales, de un promedio de 5 integrantes que realizan proyectos cualitativos y cuantitativos, transformando ideas en acciones concretas que impulsan a Lunelli hacia nuevos horizontes.

Los equipos realizan actividades que cuentan puntos durante el año. Al final, los equipos que alcancen un mínimo del 70% de la puntuación máxima se clasificarán para participar en un Evento Final. Ese día los equipos presentan el proyecto que creen ser el mejor implementado durante el año para todos los colaboradores y líderes. Es un día de máximo destaque para los integrantes del PNI, pues finaliza el ciclo y consagra los equipos destacados con un viaje de recreación como premio a la labor desplegada. A cada 4 equipos clasificados para el evento final, tenemos 1 se alza con el título de destacado.

En 2023, participaron en el programa 82 equipos, totalizando 432 colaboradores. Estos equipos aportaron 1.323 ideas lo que se tradujo en mejoras productivas en el orden de los R\$ 2,88 millones.

Equipo Lean

Consiste en un grupo de colaboradores de la unidad LNL Vestuario que tiene como principal objetivo mejorar el servicio al cliente a través de la mejora de los pilares de calidad, entrega y costo. Estos proyectos son ejecutados con la ayuda de las herramientas de Lean Manufacturing, buscando la reducción de los desperdicios productivos. Desde 2010, este grupo, compuesto por ocho colaboradores invitados y multisectoriales, actúa como coordinador, formando equipos temporales para implementar los proyectos en las áreas productivas. En 2023, alcanzamos un retorno financiero de R\$ 0,15 millón con la implementación de 10 proyectos.

Entorno Diverso y Seguro



Diversidad

En 2023 realizamos el proyecto **RESPEITO INSPIRA RESPETO**, donde se realizaron talleres de sensibilización y entrenamiento, diagnóstico interno para el tema, campaña de comunicación y compromiso y entrenamiento para líderes. En Lunelli, trabajamos la pauta de Diversidad

e Inclusión alineada a la estrategia de Sostenibilidad de la empresa y organizamos las acciones y comunicaciones en 5 temas: Generacional, Raza y Etnia, Persona con Discapacidad, Equidad de Género y Persona LGBTQIAP+.

Generacional



João Adão Teixeira de Moraes - Utilidades - Lunelli Beneficiamentos ES

Género



Michelli da Silva Oliveira - Mantenimiento de Maquinaria - Lunelli Nordeste

Raza



Wasly Ottalus - Tejidos de punto - Lunelli Beneficios ES

LGBTQIAP+



Thais Santos de Lara - Ingeniería de Decoración - Lunelli Vestuario

Persona con discapacidad (PcD)



Erinelda Pereira da Silva - Debrum - Lunelli Ropa

Para la campaña de comunicación y compromiso **RESPEITO INSPIRA RESPETO**, los protagonistas y modelos fueron nuestros colaboradores y participantes del Grupo de Trabajo para la Diversidad. Invitamos colaboradores de las regiones de actuación, como Santa Catarina, São Paulo y Ceará, para representar cada tema de la Diversidad.

Realizamos un taller exclusivo para estos colaboradores, junto con el equipo de Gestión de Personas, para mapear percepciones para el cierre del diagnóstico y elaborar un plan de acción.

La comunicación interna estuvo marcada por la entrega de una camiseta estampada con la frase “Respeto Inspira Respeto” a todos los colaboradores y representantes comerciales de Lunelli.

Se han tomado testimonios de los colaboradores participantes sobre los temas trabajados y cómo la diversidad está presente en el día a día de Lunelli. Realizamos esta campaña de comunicación durante el año con todo el contenido extraído de los talleres, así como con el refuerzo del Manifiesto de Diversidad e Inclusión de la empresa.



**RESPEITO
INSPIRA
RESPEITO**



MANIFIESTO:

Todos somos iguales, incluso diferentes.

Las diferencias nos hacen más conectados y más fuertes.

Reconocemos las diferencias no como una forma de distinción, sino como una fuerza transformadora que genera crecimiento y conexión.

Respetamos a todos por igual, porque creemos que el respeto es sinónimo de empatía y que el 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.

¡En Lunelli, el respeto nos une y la diferencia nos engrandece!

Además de la etapa de comunicación interna, en 2023 realizamos el entrenamiento sobre este asunto para todos los niveles de liderazgo de la empresa, considerando Dirección, Gerentes, Supervisores y Coordinadores. **En total, 165 líderes fueron entrenados para el tema de Diversidad e Inclusión, que representó el 85% del liderazgo de Lunelli en 2023.**

Durante el año, realizamos diversas acciones para promover un ambiente diverso y seguro, a través de campañas, movimientos internos y apoyo a iniciativas externas de socios de nuestra comunidad.



Día De La Mujer

Para celebrar el Día Internacional de la Mujer, promovimos eventos con programación especial a las colaboradoras realizado de forma simultánea en las unidades de Guaramirim/SC, Avaré/SP y Maracanaú/CE. La programación tuvo como objetivo poner a cada participante en destaque con paneles de conversación y conferencias, abordando el amor propio, el autocuidado y el empoderamiento femenino a través del autoconocimiento.

Las conferencias se llevaron a cabo con temas como la felicidad en el trabajo, carrera vs maternidad, sonoridad, bienestar y el empoderamiento a través del autoconocimiento. Los contenidos fueron abordados por influencers e invitadas de cada región, con el objetivo de fortalecer las voces regionales y con el protagonismo de temas pertinentes de cada una de las invitadas. Al final, las participantes pudieron dejar mensajes de inspiración y motivación en el Mural de Consejos.

“Moda Eficiente”



Reafirmamos nuestro compromiso con la inclusión social al apoyar el evento “Moda Eficiente” en Avaré/SP realizado y organizado por la Secretaría Especial de los Derechos de la Persona con Discapacidad, el desfile de moda inclusivo trajo a la pasarela la belleza y la diversidad de 28 modelos. El evento fue abierto al público y destacó el papel crucial de la moda inclusiva, un segmento que apunta no solo a la estética, sino también a la practicidad y funcionalidad en las prendas, promoviendo la igualdad y la accesibilidad.

Además del apoyo al desfile junto con la Secretaría Especial de los Derechos de la Persona con Discapacidad, confeccionamos las ropas a medida que fueron presentadas por los modelos, por medio del Programa Joven Aprendiz. Esta asociación desempeñó un papel fundamental en la realización del desfile y aportó una experiencia aún más significativa a nuestros colaboradores.



Camilly Cristina Pinto Thosi - Costura - Lunelli Avaré

ALAKAZOO - Línea Moda para Todos

Lanzamos en 2023 la segunda colección Moda para Todos, una línea de pijamas inclusiva, que busca estimular los sentidos y enseñar sobre educación ambiental, de una forma divertida y creativa. Esta vez, la línea se basa en la historia: “Alakazebra, Vamos a salvar el planeta”, donde una cebra muy simpática recorre el mundo para salvar al planeta de la contaminación. La historia está ambientada en la colección por medio de aplicaciones de abre y cierre, estampas con texturas y escritas en braille, que estimulan los sentidos y el desarrollo psíquico y motor de los niños.

Para incentivar aún más esa transformación, Alakazoo **donó 5 mil ejemplares del libro** a instituciones que trabajan con atención y de niños con discapacidad y proyectos de preservación ambiental. Además de la versión impresa, el contenido está disponible en audiolibros animados, con interpretación en libras, por el link www.alakazoo.com.br/modaparatodo.



Alakazoo tiene como premisa ser inclusiva y transformadora, produciendo campañas y colecciones que traen un significado más allá del vestir. Siempre busca incluir a niños atípicos y discapacitados en sus campañas de lanzamiento de colecciones y sus respectivos catálogos, además de campañas y acciones con socios para promover la inclusión.

Para celebrar el Día Mundial del Autismo, Alakazoo lanzó el proyecto “Mi Mundo Azul”, que trae una serie de contenidos editoriales para presentar los beneficios de la equinoterapia para los niños con **Trastorno del Espectro Autista**, además de divulgar que la acogida, el amor y la conciencia pueden cambiar el mundo.



En marzo, la marca también lanzó editorial de moda **“Transforme Junto”** para concienciación sobre el **Síndrome de Down, que contó con la asociación de la Institución Amor Pra Down** y trajo ensayo con testimonios de seis madres con sus hijos. Seis madres cuentan lo que más les gusta hacer a sus hijos y cómo transforman el mundo a su alrededor

Los contenidos y editoriales se pueden consultar en la página de Alakazoo en Instagram (@instalakazoo) y en el canal de la marca en YouTube (/Alakazoo).

Salud y Seguridad



→ (403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-5; 403-7; 403-8; 403-9; 403-10)

Buscamos promover el bienestar de nuestros colaboradores a través de diversas iniciativas.

Sobre esta base, nos comprometemos a garantizar la salud y seguridad ocupacional de todos nuestros empleados y proveedores de servicios. Buscamos proporcionar lugares de trabajo seguros y saludables, siempre atentos al cumplimiento de leyes relativas a la Salud y a la Seguridad del Trabajo y la definición de salud de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que es “un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solo ausencia de enfermedad”.

Para el mapeo de riesgos, son realizadas evaluaciones periódicas de los riesgos y peligros presentes en las actividades por medio de inspecciones de la CIPA y Brigada de Emergencia, además del levantamiento realizado por el SESMT - Servicio Especializado en Seguridad y Medicina del Trabajo, designado en el PGR - Programa de Gestión de Riesgos y alineado con el PCMSO - Programa de Control Médico y Salud Ocupacional para seguimiento y tratativas, buscando minimización y/o eliminación de riesgos ocupacionales actuando de forma constante en la promoción de un ambiente saludable y seguro para la realización de las operaciones.

Brigada “Mirim”

En 2023, realizamos 2 clases de la Brigada “Mirim” Lunelli con los hijos de nuestros colaboradores. La brigada tiene varias actividades que ayudan a nuestros niños en la formación técnica y como persona. Los temas abordados fueron: primeros auxilios, prevención y educación en redes sociales y al bullying, además de educación ambiental y educación de tránsito.



El SESMT de Lunelli está compuesto por Médicos del Trabajo, Ingenieros de Seguridad, Técnicos de Enfermería y Técnicos de Seguridad que promueven orientaciones y acciones preventivas buscando la minimización de riesgos y reducción de accidentes y enfermedades ocupacionales, tanto de los colaboradores Lunelli, como de terceros que prestan servicios en las dependencias de las unidades.

Antes del inicio de las actividades, todos los colaboradores pasan por el proceso de integración, donde reciben diversas informaciones importantes para su jornada laboral entre ellas: medidas y reglas para un trabajo seguro. Las informaciones de Salud y Seguridad son compartidas también periódicamente a través de las campañas de la CIPA, Diálogos de Seguridad realizados entre líderes y liderados y en la SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho).



Rafael do Nascimento
Guilherme Henrique do Nascimento
Eliane Aparecida da Silva do Nascimento - Lunelli Vestuário

Actualmente en Lunelli aplicamos metodologías y herramientas existentes para la integridad física de nuestros colaboradores. Además de promover capacitaciones sobre riesgos específicos y cursos de seguridad según lo determinado por las Normas Regulatoras y Legislación Laboral.

Accidentes de trabajo enfermedades ocupacionales	2021	2022	2023
Número Total de lesiones relacionadas al trabajo	0	0	0
Número Total de enfermedades ocupacionales relacionadas al trabajo	0	0	0
Número Total de días perdidos relacionados al trabajo	990	1372	364
Número Total de óbitos relacionados al trabajo	0	0	0
Número Total de accidentes con certificados médicos	79	95	65

En 2023, nos asociamos con el Programa de Trabajo Seguro (PTS). Eso significa que formando parte de este programa la empresa se responsabiliza en promover acciones, seminarios, capacitaciones y difundir buenas prácticas para concientizar a trabajadores y administradores sobre las consecuencias de los accidentes de trabajo para con todos los involucrados, incluidos los familiares de las víctimas y la sociedad. Fuimos la primera empresa textil del Valle del Itapocú en adherirnos al programa y recibir la visita de los jueces del trabajo.



Juliana Vilarinho Leal de Moraes – Auxiliar de Serviços – Lunelli Avaré



El Programa SOL en Lunelli es una iniciativa dedicada a la promoción de la Seguridad, Organización y Limpieza en todos los sectores de la empresa. Guiado por los principios del 5S, el SOL contó en 2023 con 171 consultores dedicados que realizan consultorías mensuales, evaluando y perfeccionando prácticas en busca de la excelencia operacional.

Los consultores del sol son agentes de mejora continua y están disponibles para aclarar dudas, ofrecer orientaciones y, sobre todo, personifican los principios del 5S en sus actividades, contribuyendo para un ambiente de trabajo seguro, organizado y limpio. Esta dedicación se refleja no solo en las consultorías, sino en cada acción cotidiana.

Proveedores

→ (308-1; 308-2; 407-1; 408-1; 409-1; 414-1; 414-2)



Buscamos siempre cultivar una relación cercana a nuestra cadena de suministro que están divididos en dos grandes grupos, servicios de industrialización y materia prima, y en categorías dentro de ellos.

Con la cadena productiva verticalizada y conectada en todo el proceso productivo, encontramos desafíos referentes a la sostenibilidad, considerando impactos ambientales, riesgos involucrados con las relaciones de trabajo de terceros, sobre todo en procesos de confección tercerizada. Por eso, buscamos evolucionar en nuestros procesos de contratación e influir con buenas prácticas.

Con el fin de buscar evoluciones en los procesos de homologación y mejores formas de rastreo de la cadena, actualmente contamos con un procedimiento de contratación de los servicios de industrialización que condiciona la contratación con base en criterios sociales, pues los mayores riesgos de trabajo irregular están relacionados al servicio de industrialización y mantenimiento.

Como servicio de industrialización entendemos las categorías de subcontratación y producto acabado (outsourcing);

Subcontratación: proporcionan mano de obra para algún proceso del producto.

Producto acabado: suministro en el modelo outsourcing nacional e importado.

Para evitar riesgos, se debe formalizar la contratación, siguiendo el procedimiento de contratación y presentación de documentos periódicos para conferencia del cumplimiento de la legislación laboral, así como toda la capacitación para proveedores de servicios internos volcada a la seguridad en el trabajo.

Sin embargo, somos conscientes de que en la categoría de subcontratación y de outsourcing nacional e internacional pueden ocurrir riesgos de libertad de asociación sindical y negociación colectiva, y también, casos de violaciones del trabajo digno.

Sin embargo, para los criterios ambientales, solo seleccionamos a los proveedores de productos químicos con base en los mismos. Para esta categoría, el 90% de los nuevos proveedores ya se evalúan en el criterio de adecuación al ZDHC ((Zero Discharge of Hazardous Chemicals).

Cadena de valor Lunelli

Industria de Fibras y Filamentos

Proveedores de fibras y filamentos, productos químicos y naturales

Textil

Unidad propia y proveedores de beneficio, tejido, tejeduría, tejidos y mallas.

Confección

Unidades propias y proveedores de confección y producto acabado

Clientes/ Industria

Clientes Lunelli, Beneficiarios e Private Label

Clientes/Retail

Tiendas propias, e-commerce, Franquicias, Representantes y Tiendas Multimarcas

Consumidor

Consumidores de las marcas Lez a Lez, Lunender, Hangar 33, Alakazoo, FICO, Graphene y Vila Flor.

Capacitación de Proveedores de Costura → (2-29; 203-2; 413-1)



Guiados por nuestra misión de mejorar la vida de las personas, a través de oportunidades, productos y servicios, y con el fin de ampliar nuestra influencia positiva en la Cadena de Valor, realizamos un Programa de Capacitación para Proveedores de Costura, con el objetivo de acercar a nuestros socios a las mejores prácticas en Sostenibilidad, Gestión Financiera, Gestión de Personas, Gestión de Producción y Calidad, para promover el desarrollo, promover la mejora continua de la entrega, la calidad, la fidelización, la calificación de la fuerza laboral y los resultados positivos y el impacto en el negocio.

Los temas relacionados en la primera clase se recogieron a partir de una encuesta realizada a nuestros socios. Se realizaron reuniones presenciales para cada tema y se realizó una visita técnica al proceso industrial de Lunelli, desde el ingreso del hilo hasta la salida de la pieza final, totalizando 6 reuniones.



Cadena De Suministro → (204-1)

Para mejorar la gestión, contamos con un proceso de monitoreo a nuestros proveedores, junto con el equipo técnico dedicado a la cadena de suministro..

En el año 2023 tuvimos la cantidad de:

340 proveedores de Servicios de Industrialización



77

Outsourcing (subcontratación)



263

Subcontratados

448 proveedores de Materias Primas



162

Accesorios textiles



48

Embalajes



80

Químicos y auxiliares



56

Hilos

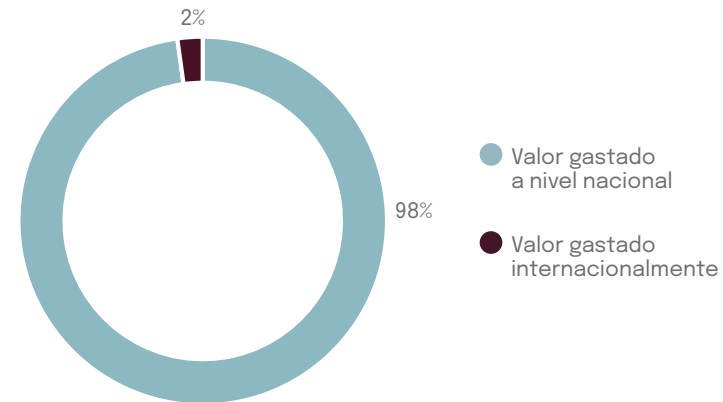


102

Tejidos

Distribución De La Cadena De Suministros

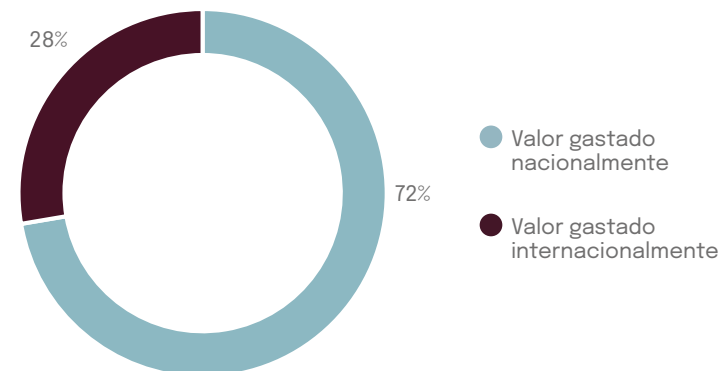
Servicios de Industrialización



Para la categoría de outsourcing trabajamos con 77 proveedores, la mayoría representados por proveedores nacionales.

En la categoría de subcontratados, todos se encuentran en territorio nacional y están localizados en las regiones sur y sudeste, debido a la cercanía de nuestras unidades a estas regiones.

Materia prima



Para proveedores de materia prima, contamos con una base de proveedores nacionales e internacionales en las categorías de hilados y tejidos. Para el resto de categorías trabajamos con proveedores nacionales

Participación Comunitaria

→ (203-1; 413-1)



En Lunelli, el involucramiento con la comunidad y la responsabilidad social corporativa son parte de la estrategia de Sostenibilidad del negocio. Realizamos la gestión de la inversión social para potenciar nuestro impacto positivo en la sociedad en general y especialmente en las comunidades en las que operamos.

Los proyectos y acciones desplegadas o apoyadas a través de la inversión social siguen tres pilares: Ética, Ciudadanía y Actitud. Estos tres pilares guían “Preservar es amar”, premisa que nació en 2002 como un proyecto de Educación Ambiental con el objetivo de influenciar a la comunidad y a los niños para actitudes positivas hacia el medio ambiente. Seguimos el concepto de “Preservar es Amar” para realizar nuestra inversión social y ampliamos la forma de aplicar y realizar estas inversiones para atender y dar respuestas a las demandas de nuestras comunidades a la largo del tiempo.



Las prácticas de Inversión Social representan el compromiso de Lunelli con el desarrollo social, ambiental y cultural y contribuyen directa e indirectamente en los Compromisos Corporativos de Sostenibilidad. La inversión social se realiza de manera estratégica, con prácticas alineadas con el rol corresponsable de la empresa en el desarrollo socioambiental, la gestión de impactos, el cumplimiento de la legislación y siempre buscando beneficios para la sociedad, las comunidades y el medio ambiente.

El modelo de Inversión Social está compuesto por el apoyo a proyectos socioambientales, culturales y la implementación de proyectos personalizados, a través de donaciones, patrocinios o leyes de incentivos fiscales.

En 2023, realizamos el aporte total de R\$ 1.404.266,84 en inversión social.

Siendo R\$ 682.310,28 en donaciones y patrocinios para proyectos y acciones socioambientales y R\$ 721.956,56 a partir de incentivos fiscales..

	2021	2022	2023	
Donaciones y patrocinios*	R\$ 742.177,59	R\$ 926.977,88	R\$ 682.310,28	49%
Aportes por Leyes de Incentivo Federal y Estatal	R\$ 883.850,00	R\$ 818.331,95	R\$ 721.956,56	51%
TOTAL	R\$ 1.626.027,59	R\$ 1.745.309,83	R\$ 1.404.266,84	100%

*En las estadísticas de patrocinio, no hemos considerados valores referentes al patrocinio de eventos o proyectos de marketing o promoción de productos con objetivos comerciales. Las estadísticas mostradas solo se refieren a los valores de patrocinios de proyectos socioambientales.

PUNTOS DESTACADOS



Donación De Ambulancia

Realizamos la donación de una ambulancia de soporte avanzado al Hospital y Maternidad Jaraguá, para atender a nuestra comunidad de Jaraguá do Sul/SC y a toda región del Valle de Itapocú. El vehículo fue destinado a la atención y al transporte de pacientes de alto riesgo en emergencias, servicios interhospitalarios y de pacientes estabilizados de la UTI.

Piernas Solidarias

El proyecto Piernas Solidarias de Avaré/SP es un proyecto social que busca la inclusión social de personas con discapacidad física para participar en eventos deportivos como carreras callejeras y caminatas. A través de triciclos adaptados, corredores voluntarios conducen al equipo, proporcionando a los atletas la alegría de participar en el mundo del deporte.



Valdemir de Oliveira - Pré-costura / Lastex - Lunelli Avaré
Douglas Carriao - Industrial - Lunelli Avaré



Teleton Paraguay

La Fundación Teletón es una organización privada sin fines de lucro que presta servicios de rehabilitación totalmente gratuitos a cerca de 1.200 niños, adolescentes y familias en todo el territorio de Paraguay, desde los Centros Integrales de Rehabilitación con sede en Asunción, Coronel Oviedo y desde hace más de 5 años en Minga Guazú Alto Paraná.

En 2023, apoyamos a la institución para el mantenimiento de las actividades y la atención a familias de la región de Minga Guazú, donde está ubicada nuestra unidad Lunelli Beneficiamientos Paraguay.

“Caja del Bien” – Sociedad Westrock

Realizamos una acción de recaudación de alimentos en la unidad Lunelli Nordeste y doblamos el valor recaudado para donación a la comunidad de Maracanaú/CE. La campaña fue ideada por nuestro socio y proveedor de envases Westrock, líder mundial en soluciones únicas y sostenibles en envases de fibra natural de origen renovable. La campaña se llevó a cabo en colaboración con otras empresas de la región como Esmaltec, Mallory y Grupo Hope. El resultado fue la recaudación de más de 10 toneladas de alimentos que fueron destinados al Sesc Mesa Brasil de Fortaleza/CE, que distribuyó los alimentos para instituciones sociales y familias registradas en su banco de beneficiados.

La acción demuestra la importancia de la colaboración entre empresas y comunidades para enfrentar desafíos sociales significativos, como la inseguridad alimentaria, presente en algunas regiones del Nordeste

Además de los destaques, realizamos donaciones para diversas entidades y proyectos de las ciudades en que estamos presentes, como: Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Massaranduba/SC, Bomberos de Minga Guazú en Paraguay, Acción de Día del Árbol en asociación con la Prefectura de Corupá/SC, Policía Civil y Militar, AMA, APAE, Red Femenina de Combate al Cáncer y otros proyectos e instituciones.



Alaor Marcos Schneider – Malla – Unidad de Beneficiamientos.

En 2023, apoyamos a AMA a través del trabajo voluntario en la iniciativa de “peaje solidario” para la recaudación de valores para el mantenimiento de las actividades de la entidad, la producción y la donación de camisetas de la campaña “Nuestro mundo en expresiones”, además del apoyo institucional a la asociación.

Siempre con una mirada atenta a la inversión social que realizamos, apoyamos a nuestra comunidad en situaciones de emergencias, como las inundaciones ocurridas en los estados de Rio Grande do Sul y Santa Catarina.



Proyectos Socioambientales Apoyados

En 2023, realizamos el apoyo y el seguimiento de 17 proyectos, entre los de Cultura, Deporte, Fondo del Niño y del Adolescente y Fondo del Adulto Mayor.

Proyectos Destaque:

CULTURA

Territorios de Lectura: Revitalización de bibliotecas escolares



En asociación con el proyecto Territorios de la Lectura, revitalizamos bibliotecas escolares y realizamos actividades educativo-culturales que incentivan la lectura literaria en dos escuelas públicas de Maracanaú/CE. La propuesta del proyecto fue desarrollar el hábito de la lectura como un medio de emancipación social, viabilizado por medio de patrocinio vía Ley de Incentivo a la Cultura

El proyecto benefició a dos escuelas públicas de Maracanaú/CE, la EMEF Diputado Ulysses Guimarães y EMEIEF Construyendo el Saber, ubicadas en comunidades con vulnerabilidad social, dentro de un radio de hasta 2 km de la unidad Lunelli Nordeste.

Junto al proyecto, realizamos el mantenimiento con reparaciones en la estructura, pintura, ambientación y mobiliario adecuado. Además de la adquisición de nuevos libros y juegos educativos-culturales, las nuevas bibliotecas fueron equipadas con Televisión Smart, Computadoras, Aire acondicionado y todos los materiales necesarios para el desarrollo de las actividades.

Además de la revitalización de las bibliotecas escolares, haciéndolas más acogedoras, atractivas y bonitas, se realizaron actividades formativas para educadores con talleres sobre organización de bibliotecas, club de lectura y mediación de lectura para el desarrollo en la formación de los alumnos lectores.

Visite aquí y vea el video y más información sobre el proyecto:
www.territoriosdaleitura.com.br





Bienal Internacional del Libro de Jaraguá do Sul/SC



La Bienal Internacional del Libro de Jaraguá do Sul/SC buscó unir literatura, arte y dialogar con el perfil emprendedor de la región, creando nuevas conexiones. Con el tema “Cómo vivir juntos”, el evento contó con la participación de autores húngaros, además de una agenda de atracciones nacionales.

El evento contó con el apoyo de la Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul (ACIJS) y la Secretaría de Cultura, Deporte y Ocio de Jaraguá do Sul, con la organización del núcleo de Diseño Cine y Literatura de SCAR - Sociedad Cultural Artística.

DEPORTE

Escuelita de Triatlón Núcleo Maracanaú/CE

La Escuelita de Triatlón Formando Campeones, iniciada en 2015 en Curitiba/PR, es hoy un modelo de formación de la modalidad en el País. Ideado por el atleta olímpico curitibano Juraci Moreira, el proyecto atiende a 1300 niños y adolescentes en 25 núcleos esparcidos por Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Distrito Federal, Goiás, Espírito Santo, Bahía, Ceará y Sergipe.

La Escuelita de Triatlón Formando Campeones en Maracanaú/CE tiene ejecución de la Federación de Triatlón del Estado de Ceará con apoyo del Instituto Lucimário Caitano y es viabilizada por la Ley de Incentivo al Deporte.

El proyecto busca proporcionar a niños y adolescentes entre 08 y 16 años que estén regularmente matriculados en la red pública del Estado de Ceará, la inserción de la práctica de la modalidad deportiva Triatlón.



Escuelita de Fútbol Niña Olímpica

La Asociación Niña Olímpica (AMO) busca la inserción de las mujeres en la sociedad por medio del deporte. Ideada en 2006 por el ex jugador Chagas Ferreira, trabaja con atletas de 8 a 35 años. Como equipo profesional, disputa todos los campeonatos de la Federación Cearense de Fútbol en las categorías adulta, Sub-20 y Sub-17. La entidad también desarrolló alianzas con el Fortaleza, en 2018, y con la Escuela de Aprendices Marineros de Ceará - EAMCE/Marina de Brasil, de 2016 a 2018, para la formación de equipos femeninos.

Con la Escuelita de Fútbol Niña Olímpica, se atiende a 288 alumnas de 05 a 17 años de las escuelas públicas, en los núcleos Caucaia, Maracanaú, Itaitinga y Pacajus en Ceará



SELETO Club Deportivo



La Escuela oficial de SELETO tiene como objetivo atender a la comunidad y región de Guarimirim/SC a través de clases gratuitas de fútbol. Busca proporcionar educación, bienestar y salud a través del deporte insertando valores éticos y morales en su metodología, siendo un lugar de apoyo para las familias y la sociedad.

Atiende a más de 330 niños, niños y niñas de 6 a 16 años, en su gran mayoría de escuelas públicas. Las acciones se desarrollan 3 veces por semana en los períodos matutino y vespertino, con clases/estimulación motora, refuerzo escolar, técnica, táctica, entrenamientos para porteros, con metodología específica para cada edad. Todos reciben uniforme (camisa, pantalón corto y medio) gratis, y no hay cargos de matrícula y matrícula.

Proyecto apoyado por Lunelli hace más de 6 años, desde agosto de 2017, con seguimiento de las actividades y orgullo en contribuir al desarrollo de los niños y adolescentes.



Down Surf Festival



El Down Surf Festival es un evento anual que tiene lugar en la playa de la Atalaia en Itajaí/SC, en homenaje al Día Mundial del Síndrome de Down. En su cuarta edición, el evento creció y se convirtió en una celebración a la inclusión y a la diversidad.

Además de las competiciones de surf, el festival ofrece muchas otras actividades para la diversión de los atletas y sus familias, como espectáculos, presentaciones, entre otras. Con la presencia de más de 500 personas, incluyendo voluntarios, 74 atletas y familiares el festival proporcionó a las personas con Síndrome de Down y Autismo la oportunidad de practicar el surf y experimentar los beneficios que ese deporte proporciona, como diversión, liberación, transformación e inclusión.

ADULTO MAYOR

Instituto Casa Sabios



El Instituto Casa Sabios de Maracanaú/CE tiene como objetivo promover y prestar asistencia relacionada a las personas mayores de ambos sexos, en situación de riesgo, abandono y vulnerabilidad social, material y nutricional, probadamente sin condiciones de ser acogidos por sus familias, con el fin de preservar su salud física y mental.

El Instituto funciona 24 horas todos los días de la semana, con capacidad para albergar 18 ancianos con edad igual o superior a 60 años, siendo prestados servicios de vivienda, alimentación, vestuario, higienización y talleres recreativos.

El Proyecto “Línea de Tiempo: Un Camino para un envejecimiento activo y saludable” apoyado por Lunelli, atiende a 60 ancianos y tiene como objetivo promover un espacio de encuentro, con el objetivo de fomentar el diálogo y el rescate de sus sabidurías y experiencias.

Además del proyecto social, Lunelli es socio y patrocinador de eventos conmemorativos y donaciones de alimentos, ropa y otros recursos.



PROYECTO 60+

El Programa 60+ es un programa institucional con una serie de acciones como principal objetivo de calificar la atención al adulto mayor, proporcionando más humanización, dignidad y seguridad durante el tratamiento de salud en el Hospital de Jaraguá do Sul/SC. Nuevas iniciativas en la atención al adulto mayor: Sector de internación - exclusivo para atención al adulto mayor y Pronto Socorro 60+ - puerta de entrada de urgencia exclusiva para el anciano.

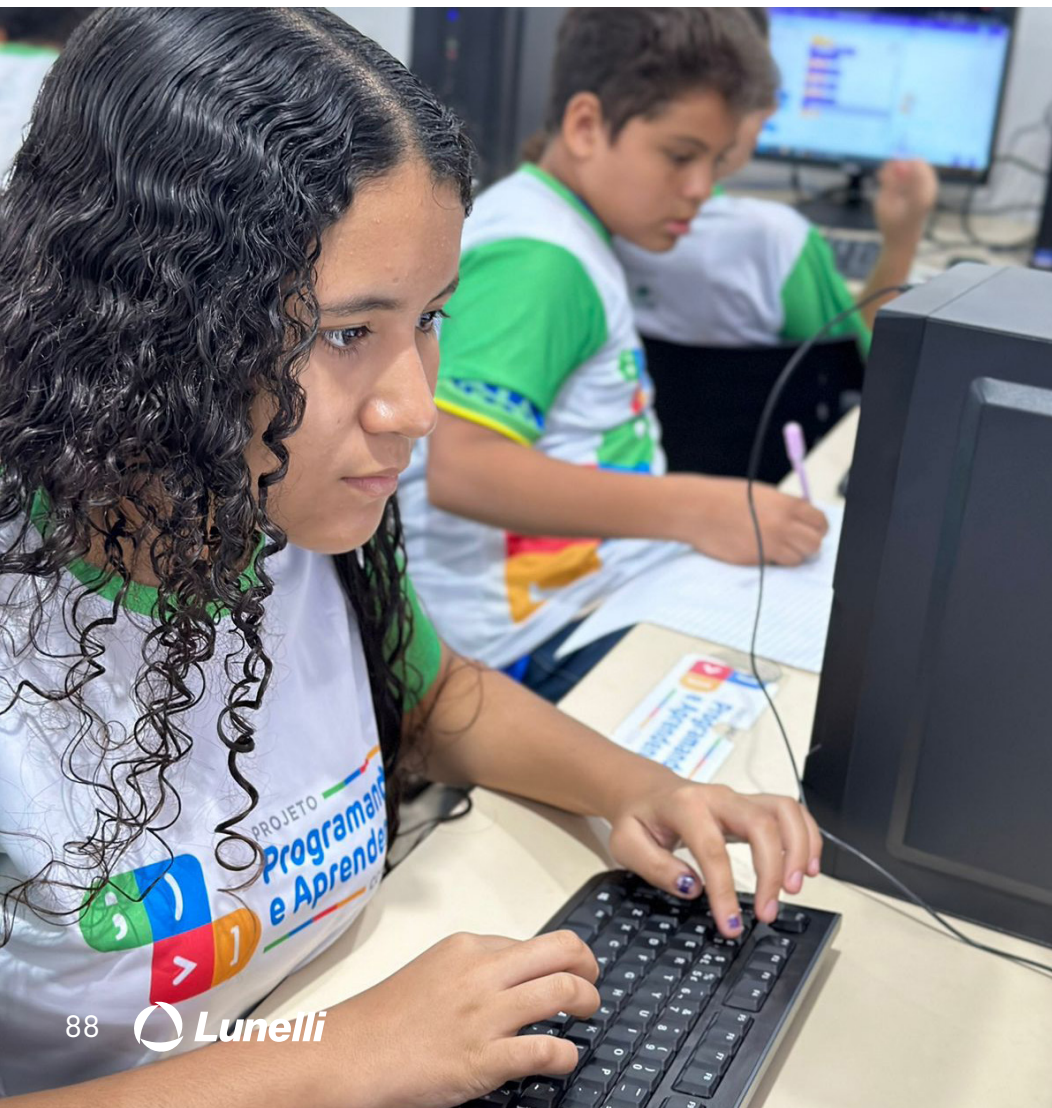
NIÑOS Y ADOLESCENTES

APAE

Jaraguá do Sul



El Proyecto Acogida y Desarrollo de Jaraguá do Sul/SC, tiene como objetivo promover la salud y el desarrollo de 245 niños y adolescentes con Trastorno de Desarrollo Intelectual - TDI, Discapacidad Múltiple - DM, Trastorno del Espectro Autista - TEA y Atraso Global del Desarrollo - AGD, amenizando los daños causados por la suspensión de las atenciones y aislamiento social durante la pandemia.



Instituto IDEAR



La iniciativa “Programando y Aprendiendo” consiste en la enseñanza de lógica de programación de computadoras para niños y adolescentes de Maracanaú/CE por medio de la utilización de un ambiente interactivo y lenguaje visual donde los niños aprenden lógica de programación, desarrollo de juegos y aplicaciones.

Generamos y promovemos impacto positivo en la vida de 1515 personas directas, por medio de los proyectos que apoyamos.

Ley de incentivo	Valor aportado	Representatividad en relación al Total	Número de personas atendidas directamente*
Leyes De Incentivo a la Cultura - Federal y Estadual	R\$ 448.956,56	62%	90
Ley Federal De Incentivo al Deporte	R\$ 114.000,00	16%	870
Fondo Del Niño y el Adolescente	R\$ 79.500,00	11%	495
Fondo del Adulto Mayor	R\$ 79.500,00	11%	60
	R\$ 721.956,56	100%	1.515

VOLUNTARIADO

Haciendo el Bien, con Nuestro Sello.



Ser voluntario es practicar la responsabilidad social, ejercitar la ética, la ciudadanía y la actitud. Promovemos acciones voluntarias para fortalecer los valores de Lunelli, incentivando una cultura ciudadana, con participación activa de los colaboradores en sus comunidades.

Como punto culminante del año, la acción feliz Navidad involucró a voluntarios de todas las unidades de Lunelli en Brasil y Paraguay. Se recaudaron y donaron más de 7.700 kilos de alimentos y artículos de aseo, con un total de 605 cestas especiales montadas y entregadas a 16 entidades.



Núcleo de Voluntariado Corporativo

Lunelli forma parte del Núcleo de Voluntariado Corporativo de la Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul/SC para promover el desarrollo del voluntariado empresarial. Como empresa nucleada, promovemos y participamos en acciones realizadas por el núcleo, compartiendo las oportunidades de voluntariado para nuestros colaboradores.

Como el destino de los sellos recogidos en campaña interna, siendo intercambiados por sillas de ruedas para atención de la comunidad. Campañas de recaudación de alimentos, abrigos, acciones de educación ambiental, entre otras.



Medio Ambiente

— Aquí en Lunelli, buscamos reducir el impacto negativo al medio ambiente. A través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA), centramos nuestros esfuerzos en la innovación en operaciones y productos..



Moda Consciente → (301-1; 301-2; 301-3)



La moda consciente pretende crear una cadena de valor más sostenible, donde la belleza y la innovación coexistan con la responsabilidad social y ambiental. Para componer nuestros productos, utilizamos algunos materiales sostenibles, que se originan de prácticas de producción éticas y condiciones de trabajo justas, inspirando cambios positivos tanto en los hábitos de consumo como en las prácticas de la propia industria.



Algodón Responsable

Somos miembros orgullosos de BCI - Better Cotton Initiative, una asociación que surgió para hacer la producción global de algodón mejor en todas las etapas del proceso productivo. A partir de la unión y apoyo al movimiento, creamos y producimos de manera más responsable y promoviendo la cadena de la moda de forma más consciente y responsable.

La BCI es responsable de conectar personas y organizaciones, desde el campo hasta las tiendas, promoviendo mejoras continuas en la cadena del algodón, para las personas, para el medio ambiente y para el futuro del sector como un todo.

En 2023, utilizamos el 99% de los hilos de algodón BCI.

Viscosa Responsable

La certificación garantiza que la extracción de celulosa para la producción de viscosa provenga de madera de manejo forestal, cultivada mediante un riguroso proceso de siembra que reduce el impacto ambiental..

En 2023, utilizamos 100% viscosa responsable.



Ecovero



LENZING
EcoVero™

En colaboración con Lenzing, Lunelli es la primera empresa textil de Brasil en utilizar la viscosa ecológica Lenzing EcoVero™. Además de ser rastreable, esta viscosa utiliza madera proveniente de plantaciones que poseen certificación de sustentabilidad y procesos eco responsables con la utilización de colorantes naturales y reducción de agua y energía, si comparado al proceso tradicional.

Modal Tencel

Tencel
Modal

La fibra TENCEL™ Modal se produce a partir de la celulosa de madera, atravesando un proceso de producción sostenible. La cadena comienza con la extracción de la celulosa de la madera, generalmente de árboles Haya (Fagus Sylvania).

La fibra TENCEL™ Modal es conocida por su sustentabilidad, pues la madera utilizada proviene de bosques certificados y el proceso de producción es hecho de forma ecoeficiente y rastreable. Además, la fibra es biodegradable, contribuyendo a la reducción del impacto ambiental al final de su vida útil.



Colección Colors

Las camisetas de la línea Colors pasan por un proceso de teñido en lavandería, bajo demanda del pedido realizado. Es decir, las camisetas se confeccionan en color blanco y reciben los colores que están en el pedido. Así evitamos eventuales excedentes y también reducimos el consumo de colorantes, sales, ácidos y auxiliares presentes en el proceso de teñido, contribuyendo ecológicamente en toda la cadena textil.



Moda Circular

Iniciativa que consolida nuestro movimiento hacia el negocio sostenible. Las bases de la línea “moda circular” están compuestas de fibras textiles recicladas.

Utilizando este concepto, la producción de las piezas comienza con la recogida de los residuos textiles (retazos, orillos de rama y virutas) de nuestras operaciones industriales, realizada por una empresa asociada especializada que separa manualmente el material según los tipos de colores. A continuación, se aplican los procesos de desfibrado y cardado, lo que resulta en una fibra lista para el cableado.

Los productos de este proveedor poseen la certificación Global Recycled Standard (GRS) que comprueba la utilización del material reciclado.

Posteriormente, el material vuelve al proceso de producción para el tejido, corte, molde y confección. En 2023, esto contribuyó a que 2.314 toneladas de residuos textiles se destinaran al reciclado.

Ecodenim

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 solo 250 ml, o sea, 1 vaso de agua generando una reducción de hasta el 99% de consumo. Además, utilizamos ozono, productos biodegradables, biopolimio y reutilizamos el agua involucrada en este proceso. También aplicamos láser para hacer los efectos de “desgaste” del jean, reemplazando proceso de lavandería con agua y produciendo una pieza con técnicas más limpias y libres de productos químicos.

Envase Biodegradable y Compostable

En la marca Lez Lez adoptamos envases desarrollados con plástico 100% reciclado y ácido graso derivado del aceite de coco de palma. La biodegradación en un entorno controlado puede tardar hasta 2,5 años. En 2023, estos envases representaron más de 890 mil unidades compradas.

Programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals)



La sigla se refiere al Programa Cero Descarte de Productos Químicos Peligrosos, que tiene como objetivo cero el consumo de productos nocivos utilizados en la industria textil. Para reforzar nuestro compromiso con un mundo más verde, formamos parte del Programa. En asociación con SGA, nuestro equipo de compras realiza el intercambio de proveedores de acuerdo con los criterios necesarios.

Procesos Ecoeficientes



Desde el año 2006, Lunelli está certificada en la norma ISO 14001, certificando la eficiencia y compromiso con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA). Este logro refleja nuestro compromiso constante de promover prácticas empresariales sostenibles y responsables.

El SGA es una herramienta fundamental en la que se concentran los esfuerzos de prevención de la contaminación, reducción y mitigación de los impactos negativos y promoción de los impactos positivos, reduciendo la generación de residuos, del consumo de agua, de energía y de la emisión de gases. Estamos comprometidos a seguir mejorando nuestro Sistema de Gestión Ambiental para alcanzar estándares cada vez más altos de gestión ambiental, mitigación de impacto y procesos ecoeficientes.



¡Somos la mayor Estamparía Digital de Brasil!

Estampamos 7,7 millones de metros de tejidos digitalmente en 2023. Con un proceso de menor impacto para el medio ambiente, la estampación digital aumenta la productividad en un 20%, con un ahorro de al menos 15% del consumo de agua en comparación con la tradicional estampación rotativa y resulta en un tejido con mayor lavabilidad y calidad. Además del ahorro de recursos naturales, el estampado digital también elimina las pérdidas y la generación de residuos durante el proceso de incrustación del dibujo y reduce significativamente (90%) el tamaño de las muestras para conferencias de color.

Agua → (303-1; 303-3; 303-5)

Dentro de nuestro ciclo productivo, el mayor consumo de agua está relacionado con nuestras unidades que utilizan proceso de beneficiamientos, estamparía y teñidos.

Nuestra unidad de Beneficiamientos de Brasil, situada en la ciudad de Corupá/SC, capta el agua del río Ribeirão Grande do Norte. Sin embargo, la otra unidad de Beneficiamientos en Paraguay, situada en la ciudad de Minga Guazu, capta el agua del río Monday. Ambas, después de la captación, envían esas aguas para las lagunas de almacenamiento, después van para la estación de tratamiento de agua (E.T.A.) que recibe y trata toda el agua para la posterior distribución tanto, para procesos industriales como para el consumo humano.

En la unidad de costura en Maracanaú/CE, disponemos de un sistema de captación de agua de lluvia que, almacenada en una cisterna, satisface todas las necesidades de uso, incluyendo los baños, el lavado de pisos y otras demandas, teniendo en cuenta los períodos de mayor incidencia de lluvias en la región.

Para las otras unidades, la principal fuente de agua de la concesionaria local, garantizando el cumplimiento de las normas y reglamentaciones. Además, en 4 de nuestras unidades productivas del negocio de confección, también utilizamos agua proveniente de pozos, siempre adoptando prácticas responsables y sostenibles en su uso. práticas responsáveis e sustentáveis em seu uso.



Agua (megalitros)	2021	2022	2023
Negocio de tejidos			
Abastecimiento de la Concesionaria	0,59	0,66	0,88
Agua captada	1.132,74	1.233,17	1.375,78
Agua pozo	0	0	0
Total	1.333,33	1.233,83	1.376,66
Negocio confección			
Abastecimiento de la Concesionaria	20,68	27,43	26,90
Agua captada	0	0	0
Agua pozo	0,98	16,82	17,16
Total	21,66*	44,25*	44,06
Total	1.354,99	1.278,08	1.420,72

*Los datos referentes al agua de pozo utilizada en 2021 no fueron informados y por eso los datos han sido incluidos a partir de 2022



Efluentes → (303-2; 303-4)

Después de la captación del agua de los ríos, para las unidades de beneficiamientos de Brasil y de Paraguay, el agua utilizada en los procesos se convierte en efluente industrial y el agua para consumo humano se convierte en efluente sanitario, ambos son enviados para la estación de tratamiento de efluente (E.T.E.), donde tiene lugar el tratamiento biológico y físico-químico, siendo descartado en el río. Se realiza el monitoreo mensual de parámetros de cloro residual, coliformes termotolerantes y los totales de las fuentes de abastecimiento de agua potable y de los parámetros referentes al efluente generado por control de calidad de acuerdo con análisis externos e internos conforme legislación de los países.

La unidad de Beneficiamientos en Paraguay sigue los estándares establecidos por la Resolución 222/02 que establece el estándar de calidad de las aguas en territorio paraguayo conforme a su Licencia Ambiental

La unidad de Beneficiamientos en Brasil sigue los estándares establecidos por las resoluciones CONSEMA n° 181/2021 y CONAMA n° 430/2011 para lanzamiento de efluentes a partir de análisis de efluentes líquidos realizados por laboratorios acreditados por el Instituto de Medio Ambiente (IMA).

Para las unidades que reciben abastecimiento proveniente de las concesionarias, son de responsabilidad de las concesionarias el descarte de efluentes en cuerpos de agua y por su calidad. Estamos en constante búsqueda de minimizar el impacto ambiental, asegurando que nuestras operaciones cumplan con los más estrictos estándares de responsabilidad ambiental.

Efluentes (megalitros)	2021	2022	2023
Negocio de Tejidos	924,14	1.037,42	1.302,22
Negocio Confección	1,75	2,55	2,46
Total	925,89	1.039,97	1.304,68

El monitoreo de este indicador en la unidad de Paraguay se inició en octubre de 2022.



Energía

→ (302-1; 302-3)



La matriz energética de Lunelli es diversa. Compuesta principalmente de energía eléctrica procedente del mercado libre, gas natural utilizado en máquinas y cavaco de madera reforestada destinado a las calderas. Además, tenemos una iniciativa de captación de energía solar en una de nuestras unidades, responsable por la operación de importación de insumos.

Energía	2021	2022	2023
Negocio de tejidos			
Energía eléctrica (kw/h)	18.467.127	25.054.025	26.846.893
Cavaco de madera (biomasa) (m3)	103.727*	106.583*	115.140
Gas natural (m3)	5.077.445	4.655.910	5.484.961
Negocio confección			
Energía eléctrica (kw/h)	8.306.979	6.190.336	6.040.131
Gas natural (m3)	90.994	80.496	72.001
Total			
Energía eléctrica (kw/h)	26.774.106	31.244.361	32.887.024
Cavaco (m3)	103.727*	106.583*	115.140
Gas natural (m3)	5.168.439	4.736.406	5.556.962

*Los datos del historial de la cantidad de cavaco se han actualizado teniendo en cuenta todo el uso del artículo.

En las unidades de Beneficiamientos, Ropas, Comercial y Nordeste de Lunelli, utilizamos energía limpia y renovable disponible en el mercado libre.





Para monitorear mejor nuestro consumo de energía eléctrica, realizamos la tasa de intensidad para cada negocio.

Negocio de tejidos

Intensidad Energética	2021	2022	2023
Energía Eléctrica (kw/h)	18.467.127	25.054.025	26.846.893
Cantidad de tejido producido (t)	15.020*	14.072*	14.043
Tasa de intensidad (kWh/t)	1.229,49	1.780,40	1.911,76

*Los datos históricos de la cantidad de tejido producido se han corregido.

Negocio de confección

Intensidad Energética	2021	2022	2023
Energía Eléctrica (kw/h)	8.306.979	6.190.336	6.040.131
Cantidad de pieza producida (piezas)	23.630.013	24.558.082	24.454.926
Tasa de intensidad (kWh/pieza)	0,35	0,25	0,25

Para perfeccionar el desempeño del proceso, se creó un proyecto que tuvo como objetivo mejorar la eficiencia de la caldera a partir de la automatización de la lectura y control de concentraciones.

Anteriormente, las calderas no poseían un control de concentración de gases, lo cual resultaba en una gran pérdida de eficiencia, y consecuentemente, de calor y combustible (cavaco). Se realizaron trabajos de mejoras que posibilitaron que se pudieran controlar las concentraciones de gas carbónico y oxígeno en el gas de combustión de las calderas. De esta manera, las calderas tuvieron su combustión optimizada, reduciendo la alimentación de combustible (cavaco), manteniendo los niveles necesarios de CO₂ y O₂, además de reducir la emisión de gases de efecto invernadero.

Con la implementación, obtuvimos una mejora de aproximadamente 7,6% en la producción de vapor. Con eso el retorno financiero fue de aproximadamente R\$ 445 mil. Este proyecto fue creado dentro del programa institucional PNI (Programa de Nuevas Ideas).

Productos Químicos → (416-1)



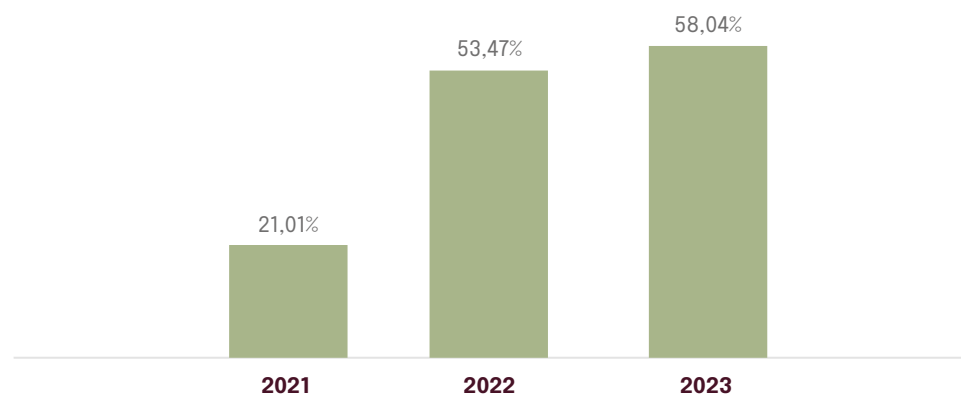
Para reducir a cero el consumo de productos químicos peligrosos, implementamos el programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Programa en el que lleva a la industria de la moda a eliminar los productos químicos nocivos de su cadena de suministro, construyendo una base de producción más sostenible para proteger a los consumidores, trabajadores y el planeta. De esta forma, para la adecuación del programa, continuamos realizando los intercambios de productos hacia alternativas libres de sustancias restringidas.

Finalizamos el año con un total de 58,04% de adecuación al programa para la unidad de beneficiamientos de Brasil, o sea, con un crecimiento de 4,57% en relación al año anterior y 18,04% por encima de la meta estipulada de 40%.



Adriano Rafael Germano dos Santos - Laboratorio - Lunelli Beneficiamientos BR

Porcentaje de productos en adecuación al ZDHC



Todos los productos químicos utilizados en los procesos textiles de Lunelli pasan por una evaluación de la FDS (Ficha de Datos de Seguridad). El comité que realiza la evaluación, determina si el producto está libre de sustancias restringidas del ZDHC (Cero Descarte de Productos Químicos Peligrosos), y si presenta condiciones adecuadas de manejo por los colaboradores de Lunelli.

Seleccionamos proveedores de productos químicos que cumplen con los requisitos requeridos para garantizar la seguridad de los productos utilizados en nuestros procesos.

Residuos → (306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5)



Garantizamos la implementación de buenas prácticas en la gestión y eliminación adecuada de los residuos en nuestras unidades. Monitoreamos estos procesos por medio de los documentos de destino final y de la realización de auditorías junto a las unidades productivas.

Con la adopción de las prácticas del Programa SOL (Seguridad, Organización y Limpieza), estamos continuamente mejorando el descarte correcto, alineándonos con los responsables del destino final para determinar la mejor forma de encaminamiento. Promovemos directrices constantes a todos los empleados e invertimos en la mejora de la planta de residuos, buscando alcanzar la excelencia en nuestras prácticas sostenibles.

No Peligrosos (toneladas)	2021	2022	2023
Reciclaje -Tejidos	1.129,52	1.172,84	1.538,72
Reciclaje - Confección	1.764,97	1.853,99*	2.002,61
Reciclaje - Total	2.894,50	3.026,83	3.541,33
Aterro -Tejidos	3.582,84	2.706,50	2.441,03
Aterro - Confección	340,56	627,95	522,97
Aterro - Total	3.923,40	3.334,45	2.964,00
Otros Destinos* - Total	2.540,69	2.777,37	2.228,90
Total de residuos no peligrosos	9.358,59	9.138,65	8.734,23

Peligrosos (toneladas)	2021	2022	2023
Aterro -Tejidos	241,04	280,89	224,65
Aterro - Confección	60,60	37,25	33,83
Aterro - Total	301,64	318,14	258,48
Otros Destinos* - Total	61,97	15,05	11,57
Total de residuos peligrosos	363,61	333,19	270,05

Residuos (toneladas)	2021	2022	2023
Total de residuos	9.722,20	9.471,84	9.004,28

*Corrección del valor divulgado en el informe anterior

En 2023, evolucionamos en la gestión de residuos:

- ↓ 5% de reducción de generación de residuos.
- ↑ 17% de aumento en el envío de residuos no peligrosos para su reciclado.
- ↓ 12% de reducción del envío de residuos al vertedero.

Gases de Efecto Invernadero → (305-1; 305-2; 305-3; 305-5)

Conscientes del impacto significativo en el medio ambiente ocasionado por el cambio climático y de nuestra responsabilidad sobre el tema, realizamos el **Inventario de Gases de Efecto Invernadero para 2022** en 5 de nuestras unidades productivas.

El inventario fue realizado en las unidades que fabrican nuestros tejidos, unidad de Beneficiamientos en Brasil.

También en las unidades de confecciones: Avaré/SP, Maracanaú/CE, Ropa y Comercial/SC.

Nuestro inventario fue realizado de acuerdo con la metodología GHG Protocol, un conjunto internacional de directrices para cuantificar y gestionar las emisiones de gases de efecto invernadero.

Definiciones:

Alcance 1

Emisiones directas de fuentes propias o controladas por la organización de inventario.

Alcance 2

Emisiones indirectas de la generación de energía eléctrica y/o térmica comprada por la organización.

Alcance 3

Emisiones vinculadas a las operaciones de la compañía de las que la empresa es indirectamente responsable.

Emisiones de GEE (tonCO2eq.)	2022
Alcance 1	36.312,06
Combustión móvil	317,29
Combustión estacionaria	10.479,88
Emisiones fugitivas	866,45
Procesos industriales	24.263,00
Efluentes líquidos	385,45
Alcance 2	1.031,26
Adquisición de energía eléctrica (localización)	1.031,26
Adquisición de energía eléctrica (elección de compra)	-
Alcance 3	70.821,52
Bienes y servicios comprados	52.444,57
Combustible y energía (excepto Alcances 1 e 2)	1.542,88
Transporte e distribución upstream	9.891,40
Viajes a negocio	1.943,10
Dislocamiento de funcionarios	1.638,82
Bienes alquilados	103,79
Residuos sólidos	3.246,12
Efluentes líquidos	10,83
Total	108.164,84

Emisiones biogénicas de CO2 (Alcance 1): 76,98 toneladas.

Sabemos que este fue nuestro primer paso en relación con el tema y pretendemos evolucionar anualmente en el mapeo.

Al mapear nuestras emisiones, pudimos identificar áreas de oportunidad para implementar medidas eficaces para la reducción de emisiones y la promoción de la sostenibilidad en nuestras operaciones.

El consumo de energía eléctrica (Alcance 2) es una fuente de emisión de gases de efecto invernadero. Por lo tanto, la elección de la energía a consumir es una oportunidad para reducir las emisiones. Por eso, en las unidades de Beneficiamientos, Ropas, Comercial y Nordeste de Lunelli, utilizamos energía limpia y renovable disponible en el mercado libre. En 2022, consumimos 2.2981,434 MWh de energía renovable incentivada, lo que resultó en una reducción de 980,39 tCO2 equivalente.

Lunelli apoyó la construcción de la guía **'Moda y Clima: una guía para la medición y el inventario de Gases de efecto invernadero'**. Esta fue una iniciativa de la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección (ABIT), Asociación Brasileña de Empresas Minoristas Textiles (ABVTEX) y del SENAI CETIQT en colaboración con algunas empresas del segmento. La Guía contiene módulos dirigidos a fabricantes y minoristas, abordando los principales conceptos, instrumentos y protocolos para apoyar a las empresas en la construcción de inventarios de gases de efecto invernadero emitidos por el sector.



Resumen GRI

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021				
2-1	Detalles de la organización	Lunelli Participaciones Ltda.		
2-2	Entidades incluidas en la información de sostenibilidad de la organización	Página 12		
2-3	Período de referencia, frecuencia y punto de contacto	Este informe fue publicado en abril de 2024		
2-4	Reformulación de la información	Las reformulaciones están señalización con asterisco (*) en el transcurso del documento		
2-5	Verificación externa	Página 3		
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones de negocios	Página 12		
2-7	Empleados	Página 60	8	
2-8	Trabajadores que no son empleados	Página 60	8	
2-9	Estructura de gobernanza y su composición	Página 33	16	
2-10	Nominación y selección al más alto órgano de gobierno	Página 33	16	
2-11	Presidente del más alto órgano de gobierno	El presidente del Consejo no tiene funciones ejecutivas en la Compañía. Sepa más sobre la estructura de gobernanza en la página 33	16	
2-12	Papel desempeñado por el más alto órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Página 33	16	
2-13	Delegación de responsabilidad de la gestión de impactos	Página 33	16	
2-14	Papel desempeñado por el más alto órgano de gobierno en la información de sostenibilidad.	Página 3	16	
2-15	Conflictos de intereses	Definimos en el estatuto del Consejo consultivo y en el Código de Conducta de colaboradores las premisas que podrían causar conflicto de intereses. Consciente de ello, los mismos deben siempre informar a los superiores cualquier situación que pueda generar conflicto de intereses.	16	Ética e integridad

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
2-16	Comunicación de preocupaciones	La comunicación de la gestión del canal de Oidoría es de responsabilidad del área jurídica y sucede en el formato de registro para el Consejo Consultivo.	16	Gestión con stakeholders
2-17	El conocimiento colectivo de lo más alto órgano de gobierno.	Página 33	16	
2-18	Evaluación del rendimiento del más alto órgano de gobierno	Lo hacemos a nivel interno, con frecuencia anual, la evaluación formal de rendimiento del Consejo Consultivo y de evaluación individual de los miembros del Consejo Consultivo.	16	
2-19	Políticas de remuneración	El consejo consultivo poseerá una remuneración fija. La Dirección posee una remuneración fija y remuneración variable relacionada con el alcance de las objetivos de la Compañía y individuales, garantizando el compromiso necesario del alto liderazgo, además de beneficios concedidos al puesto.	16	Gestión con stakeholders
2-20	Procedimiento para determinar la remuneración	El proceso de determinación de remuneración se sugiere por el Comité de Gestión de Personas, en las que posteriormente se analiza por el Consejo Consultivo y aprobadas por los accionistas.	16	Gestión con stakeholders
2-21	Porcentaje de la remuneración total	No disponible		
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Página 4		
2-23	Compromisos de política	Página 38 e 50	16	Ética e integridad
2-24	Incorporación de compromisos de política	Página 31	16	Ética e integridad
2-25	Procesos para reparar impactos negativos	Página 35	16	Ética e integridad
2-26	Mecanismos de asesoramiento y formulación de preocupaciones	Página 40	16	Ética e integridad
2-27	Cumplimiento de las leyes y reglamentos	No hemos identificado casos de incumplimiento que impliquen pagos.	16	Ética e integridad
2-28	Participación en asociaciones	Página 50	17	
2-29	Enfoque para la participación de stakeholders	Página 41 e 79	16	Comunicación responsable con los stakeholders
2-30	Acuerdos de negociación colectiva	Página 60	8	

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 3: Temas Materiales 2021				
3-1	Proceso de definición de temas materiales	Página 26		
3-2	Lista de temas materiales	Página 27		
3-3	Gestión de los temas materiales	Página 30 e 31		
GRI 201: Desempeño Económico 2016				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Página 56	8 y 16	
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y las oportunidades que se derivan de cambio climático	Não disponível	13	Clima y emisiones de gases de efecto invernadero (GEE)
201-3	Obligaciones del plan de prestaciones definido y otros planes de jubilación	Página 67	03	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
201-4	Apoyo financiero recibido del gobierno	En el año 2023 obtuvimos una financiación junto al BNDES - Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social. El recurso está destinado las inversiones de producción dirigida a la exportación.		
GRI 202: Presencia en el Mercado 2016				
202-1	Relación entre el salario más bajo y el salario mínimo local, con discriminación por género	Página 64	8 y 10	Diversidad y Inclusión
202-2	Proporción de miembros de la junta contratados en la comunidad local	Entre los miembros de nuestra directorio, todos fueron contratados en nuestra comunidad local. Consideramos como dirigir a los colaboradores ocupantes de cargos de Presidencia y demás directores legales. Consideramos como comunidad local el estado en que nuestras unidades están ubicadas.	8 y 10	Diversidad y Inclusión
GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016				
203-1	Inversiones en infraestructuras y apoyo a los servicios	Página 81	9, 11 y 17	Proyectos e Inversiones Sociales
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Página 79		
GRI 204: Prácticas de Compra 2016				
204-1	Proporción de gastos con proveedores locales	Página 80	14	Compliance y lucha contra la corrupción

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 205: Combate à Corrupção 2016				
205-1	Operaciones evaluadas en función del riesgo relacionados con la corrupción	Página 35	16	Compliance y lucha contra la corrupción
205-2	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de lucha a la corrupción	Página 38	16	Compliance y lucha contra la corrupción
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	En 2023 no hubo registros de casos de corrupción en Lunelli.	16	Compliance y lucha contra la corrupción
GRI 206: Competencia Desleal 2016				
206-1	Procedimientos judiciales por competencia desleal, prácticas de confianza y monopolio	No hubo	16	Compliance y lucha contra la corrupción
GRI 207: Tributos 2019				
207-1	Enfoque fiscal	No disponible	16	Compliance y lucha contra la corrupción
207-2	Gobernanza, control y gestión de riesgo fiscal	No disponible	16	Compliance y lucha contra la corrupción
207-3	Participación de stakeholders y gestión de sus preocupaciones en cuanto a tributos	No disponible	16	Compliance y lucha contra la corrupción
207-4	Información país por país	No disponible	16	Compliance y lucha contra la corrupción
GRI 301: Materiales 2016				
301-1	Materiales utilizados, desglosados por peso o volumen	Página 91	12	Moda responsable
301-2	Materias primas o materiales reciclados utilizados	Página 91	12	Fuentes y materiales responsables
301-3	Productos y sus embalajes reutilizados	Página 91	12	Envases de menor impacto
GRI 302: Energía 2016				
302-1	Consumo de energía dentro de organización	Página 98	7, 12 y 13	Eficiencia energética
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	Para 2023, en nuestras tiendas propias consumimos 252.009 kWh.	7, 12 y 13	Eficiencia energética
302-3	Intensidad energética	Página 98	7, 12 y 13	Eficiencia energética
302-4	Reducción del consumo de energía	No hubo reducción en el consumo de energía. Entretanto, en las principales unidades (Beneficiamientos, Vestuario, y Nordeste), estamos utilizando energía limpia y renovable disponible en el mercado libre para un menos impacto.	7, 12 y 13	Eficiencia energética

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 303: Agua y Efluentes 2018				
303-1	Interacciones con el agua como un recurso compartido	Página 96	6, 12 y 14	Agua
303-2	Gestión de impactos relacionados con la eliminación de agua	Página 97	6, 12 y 14	Agua
303-3	Captación de agua	Página 96	6, 12 y 14	Agua
303-4	Eliminación de agua	Página 97	6, 12 y 14	Agua
303-5	Consumo de agua	Página 96	6, 12 y 14	Agua
GRI 304: Biodiversidad 2016				
304-1	Unidades operativas propias arrendadas o gestionadas dentro o en alrededores de áreas de protección ambiental y áreas de alto valor de biodiversidad fuera de las zonas de protección del medio ambiente	La unidad de Beneficiamientos localizada en Corupá/SC tiene área verde y área de protección permanente (APP) de 101.542,15 m ² , que representa el 30% del área total.	15	
304-2	impactos significativos de las actividades, productos y servicios en biodiversidad	No disponible	15	
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	No disponible	15	
304-4	Especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listas nacionales de conservación con hábitats en áreas afectadas por las operaciones de la organización	No disponible	15	
GRI 305: Emisiones 2016				
305-1	Emisiones directas (Alcance 1) de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 102	7, 12 y 13	Clima y Emisiones GEE
305-2	Emisiones indirectas (Alcance 2) de gases de efecto invernadero (GEI) procedentes de la adquisición de energía	Página 102	7, 12 y 13	Clima y Emisiones GEE
305-3	Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 102	7, 12 y 13	Clima y Emisiones GEE
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	No disponible	7 y 13	Clima y Emisiones GEE
305-5	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 102	7 y 13	Clima y Emisiones GEE
305-6	Emisiones de sustancias que destruyen la capa de ozono (SDO)	No disponible	7 y 13	Clima y Emisiones GEE

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
305-7	Emisiones de NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	No disponible	7 e 13	Clima y Emisiones GEE
GRI 306: Residuos 2016				
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con residuos	Página 101	12	Gestión de residuos
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con residuos	Página 101	3 y 12	Gestión de residuos
306-3	Residuos generados	Página 101	3 y 12	Gestión de residuos
306-4	Residuos no destinados a disposición final	Página 101	3 y 12	Gestión de residuos
306-5	Residuos destinados a la eliminación final	Página 101	3 y 12	Gestión de residuos
GRI 308: Evaluación Ambiental de Proveedores 2016				
308-1	Nuevos proveedores seleccionados sobre la base de criterios medioambientales	Página 78	12	Red de suministro de menor impacto ambiental.
308-2	Impactos medioambientales negativos de la cadena de proveedores y medidas enchufes	Página 78	12	Red de suministro de menor impacto socioambiental
GRI 401: Empleo 2016				
401-1	Nuevas contrataciones y rotación de empleados	Página 60	8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
401-2	Prestaciones ofrecidas a los empleados a tiempo completo que no son ofrecidos a empleados temporales o de período parcial	Página 60	8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
401-3	Permiso de maternidad/paternidad	Página 66	5, 8 y 10	Diversidad y Inclusión
GRI 402: Relaciones laborales 2016				
402-1	Plazo mínimo de notificación cambios operativos	No hay en procedimiento a definición del plazo mínimo de aviso sobre cambios operacionales.	8	Gestión con stakeholders
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018				
403-1	Sistema de gestión de la salud y seguridad del trabajo	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
403-2	Identificación de la peligrosidad, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-3	Servicios de salud laboral	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-4	Participación de los trabajadores consulta y comunicación a los trabajadores de salud y seguridad del trabajo	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-5	Capacitación de trabajadores en salud y seguridad en el trabajo	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-6	ProPromoción de la salud del trabajador	Página 65	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-7	Prevención y mitigación de impactos de salud y seguridad en el trabajo directamente vinculados con relaciones de negocios	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y seguridad del trabajo	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-9	Accidentes de trabajo	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
403-10	Enfermedades profesionales	Página 76	3 y 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
GRI 404: Capacitación y Educación 2016				
404-1	Promedio de horas de capacitación por año, por empleado	Página 69	4 y 8	Desarrollo de personas
404-2	Programas para el perfeccionamiento de competencias de los empleados y de asistencia para la transición de carrera	Página 69	4 y 8	Desarrollo de personas
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de rendimiento y desarrollo de carrera	Página 69	4 y 8	Desarrollo de personas

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016				
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Página 60	5 y 10	Diversidad y Inclusión
405-2	Proporción entre el salario base y la remuneración percibida por las mujeres y aquellos recibidos por hombres	Página 64	5 y 10	Diversidad y Inclusión
GRI 406: No discriminación 2016				
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Página 40	8 y 16	Diversidad y Inclusión
GRI 407: Libertad sindical y negociación colectiva 2016				
407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad sindical y a negociación colectiva puede estar en riesgo	Página 78	8 y 16	Derechos humanos
GRI 408: Trabajo Infantil 2018				
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Página 78	8 y 16	Derechos humanos
GRI 409: Trabajo forzado o análogo al esclavo 2016				
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzado o análogo al esclavo	Página 78	8 y 16	Derechos humanos
GRI 410: Prácticas de seguridad 2016				
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	El equipo interno de la Seguridad Patrimonial fue capacitada en el entrenamiento del código de conducta, que trata diversos temas relacionados con los derechos Humanos. Los proveedores de Servicios de terceros de Seguridad Patrimonial están capacitados en políticas o procedimientos de derechos humanos.	8 y 16	Derechos humanos
GRI 411: Derechos de Povos Indígenas 2016				
411-1	Casos de violación de derechos de pueblos indígenas	No hubo.	8 y 16	Derechos humanos
GRI 413: Comunidades locales 2016				
413-1	Operaciones con participación, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo volcados a la comunidad local	Página 79 y 81	10, 11 y 17	Proyectos y Inversiones sociales

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 414: Evaluación social de proveedores				
414-1	Nuevos proveedores seleccionados sobre la base de criterios sociales	Página 78	8, 12 y 16	Red de suministro de menor impacto Socioambiental
414-2	Impactos sociales negativos de la cadena de proveedores y medidas adoptadas	Página 78	8, 12 y 16	Red de suministro de menor impacto Socioambiental
GRI 415: Políticas Públicas 2016				
415-1	Contribuciones políticas	No hubo.	16	Ética e Integridad
GRI 416: Salud y seguridad de los consumidores 2016				
416-1	Evaluación de los impactos sobre la salud y seguridad causada por categorías de productos y servicio	Página 100	3	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
416-2	Casos de incumplimiento en su impacto en la salud y seguridad causada por los productos y servicios	En 2023, no hubo casos de incumplimiento de relación con los impactos en la salud y seguridad causados por productos y servicios de la Lunelli.	3	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016				
417-1	Requisitos de información y etiquetado de productos y servicios.	Al colocar la etiqueta en los productos, podemos organizar e identificar la información relevante de cada artículo. Para cumplir con la legislación brasileña de etiquetado, seguimos los estándares de la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT). Informamos la razón social, el CNPJ, el país de origen, las instrucciones de conservación según NM ISO 3758:2013 y la composición según producto/tejido. Para un mejor rastreo del producto, se indica en la etiqueta el número de orden de producción y la referencia del producto.	16	
417-2	Casos de incumplimiento en información y etiquetado de productos y servicios.	Lunelli no recibió ninguna notificación de incumplimiento en relación con la información de etiquetado en el año 2023.	16	
417-3	Casos de incumplimiento en relación con la comunicación de marketing	No hubo.	16	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016				
418-1	Reclamaciones probadas relativas a violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	No hubo.	16	Privacidad del cliente & Seguridad de Datos personales

INFORMACIÓN CORPORATIVA

Lunelli
Calle Athanásio Rosa, 833
Guaramirim/SC - Brasil
CEP 89270-000
Tel: (47) 3373-7000
Export: +55 (47) 3373-7000

CRÉDITOS

Coordinación general y redacción

Área de Gobernanza Corporativa,
Sostenibilidad y Auditoría..

Colaboración

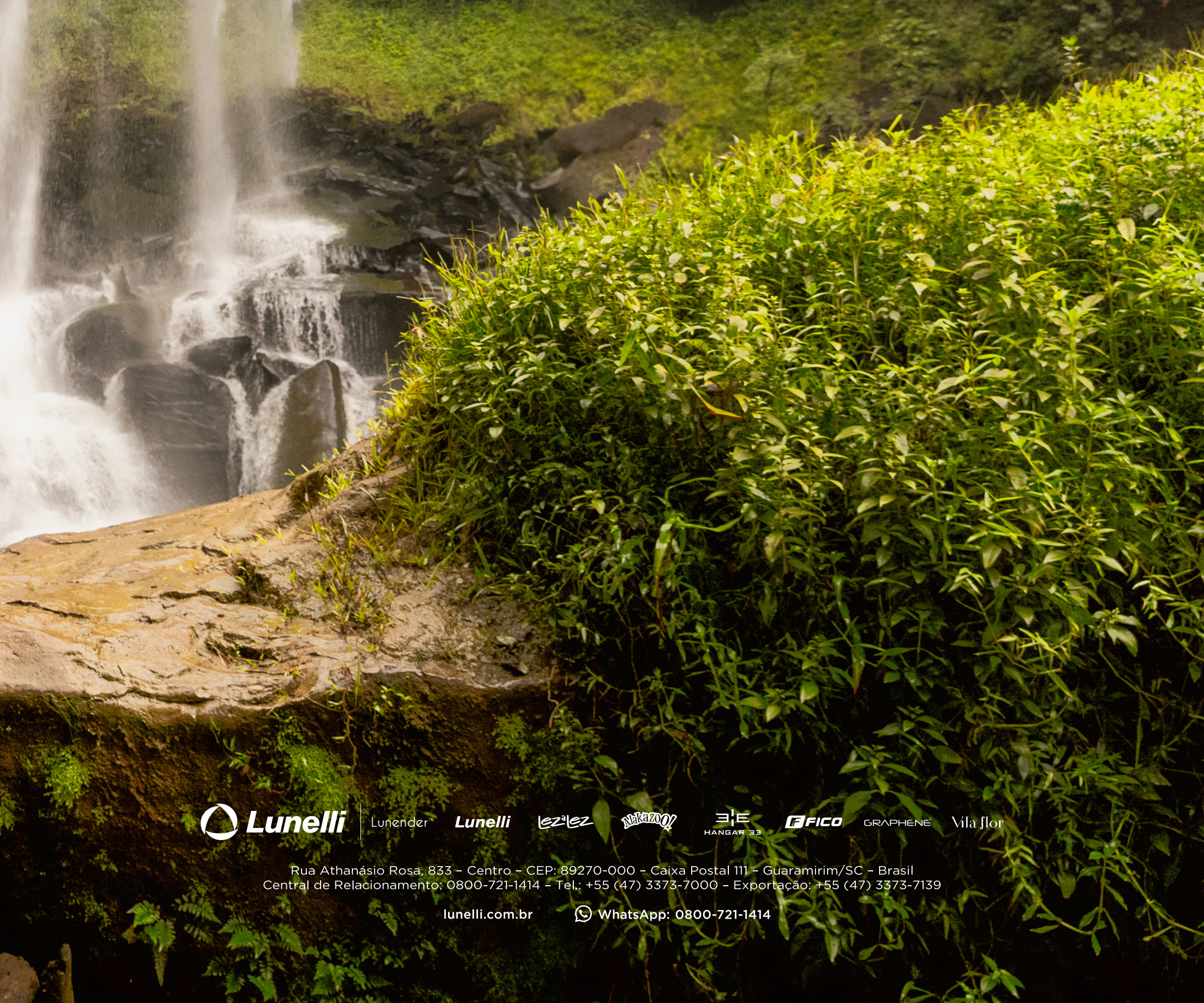
Este informe fue producido por medio de la contribución
de todos los colaboradores de las áreas involucradas.

Identidad visual y diagramación

Rafael Schunck

Producción fotográfica

Acervo Lunelli



Lunender

Lunelli

lez^alez

MAKAZOO

3|E
HANGAR 33


FICO

GRAPHENE

Vila flor

Rua Athanásio Rosa, 833 - Centro - CEP: 89270-000 - Caixa Postal 111 - Guaramirim/SC - Brasil
Central de Relacionamento: 0800-721-1414 - Tel.: +55 (47) 3373-7000 - Exportação: +55 (47) 3373-7139

lunelli.com.br

 WhatsApp: 0800-721-1414