Informe de Sostenibilidad 24

Lunelli

ÍNDICE

1. Introducción 3
a. Bienvenida 3
b. Mensaje de la Presidencia 4
c. Datos destacados de 2024 6

2. Moda con Significado 8
a. Presentación Institucional 9
b. Línea de Tiempo 10
c. Nuestro modelo de negocios 12
d. Nuestras Marcas 14

3. Visión de Sostenibilidad 22
a. Temas Prioritarios 24
b. Relación con ODS 26
c. Estrategia de Sostenibilidad 28
d. Cómo Generamos Valor 29

4. Gobernanza 30
a. Estructura de gobernanza 31
b. Gestión de riesgos 33
c. Cultura de la ética e integridad 36
d. Comunicación consciente con los grupos de interés. 39
e. Participación en la sociedad 48
f. Certificaciones, premios y reconocimientos 49

5. Económico 56
a. Gestión económica 57
b. Valor económico generado y distribuido 59
c. Ventas minoristas y franquicias 60
d. Multimarcas y representantes 60
e. La venta omnicanal (Omnichannel) 61

6. Social 62
a. Colaboradores 63
b. Salud, felicidad y bienestar 68
c. Valorización y desarrollo 68
d. Ambiente diverso y seguro 73
e. Proveedores 80
f. Vínculos con la comunidad 85

7. Medio Ambiente 98
a. Moda consciente 99
b. Procesos ecoeficientes 104
I. Agua 105
II. Efluentes 106
III. Energía 107
IV. Productos químicos 108
V. Residuos 109
VI. Gases de efecto invernadero 110

8. Resumen GRI 113

9. Información corporativa 123

10. Créditos 123

Introducción

Bienvenida

(2-3; 2-14)

Con gran satisfacción, presentamos el Informe Anual de Sostenibilidad de Lunelli, ahora en su sexta edición consecutiva. Este documento abarca el período que va desde el **1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2024** y ha sido elaborado por el área, bajo el liderazgo del departamento de Recursos Humanos Gestión de Personas y Sostenibilidad, con la aprobación de la Presidencia.

Reforzando nuestro compromiso con una gestión transparente, el informe reúne información sobre la estrategia y los resultados de la empresa en los **pilares EESG (económico, ambiental, social y gobernanza).** Todo el contenido ha sido estructurado siguiendo las directrices de la **Iniciativa de Reporte Global (GRI).**

El Informe de Sostenibilidad desempeña un papel estratégico al promover la confianza entre la empresa y sus partes interesadas y evidencia el compromiso de Lunelli con la **generación de un impacto positivo, sirviendo como un importante instrumento para demostrar nuestras acciones y resultados,** reforzando nuestra dedicación a un futuro más responsable y sostenible.

Reiteramos la importancia de la participación activa de todos los interesados. Les invitamos a enviar sus dudas, sugerencias y comentarios relacionados con este documento al correo electrónico **sustentabilidade@lunelli.com.br.**

Creemos que el diálogo constructivo es fundamental para enriquecer aún más nuestro enfoque y mejorar nuestros esfuerzos hacia un futuro más sostenible.

Karoline Lucia Wintricke Boing - Exportación - Lunelli Textil

Mensaje le la Presidencia(2-22)

A lo largo de los 43 años de Lunelli, hemos actuado con consistencia, reforzando **nuestro compromiso de hacer moda con significado, lo que nos ha permitido avanzar en todos los pilares de la sostenibilidad integrada al EESG.**

Por cuarto año consecutivo, hemos sido certificados por Great Place to Work (GPTW) como un "Excelente lugar para trabajar", además de estar un año más en el ranking de las 20 Mejores Empresas para Trabajar en Santa Catarina, en la categoría de Grandes Empresas y el ranking inédito en el estado de Ceará. Además, recibimos el sello **Great People Mental Health**, que reconoce que Lunelli promueve la salud mental, que el equipo de liderazgo demuestra interés y habilidad para abordar el tema en sus equipos y que nuestros colaboradores sienten un ambiente de confianza en construcción con enfoque en mejorar la seguridad psicológica. Fuimos reconocidos como la mejor Empresa Textil de 2024 en salud, bienestar y seguridad en el trabajo, una indicación realizada por la Asociación Brasileña de Industria Textil y de Confección (ABIT) que reafirma nuestro propósito de cuidar a las personas y proporcionar un ambiente de trabajo seguro, saludable e inclusivo. La obtención de estos reconocimientos es motivo de gran orgullo y nos impulsa a la mejora continua, reforzando nuestro propósito de promover el éxito de **nuestros clientes a través de la felicidad y satisfacción de nuestros colaboradores.**

En 2024, avanzamos en la agenda de Diversidad e Inclusión en Lunelli. Realizamos un trabajo colaborativo, que contó con la participación y construcción conjunta de los líderes y colaboradores participantes de los grupos de trabajo locales. Como resultado de este proceso, recopilamos sugerencias, percepciones e información que componen nuestra **Política de Diversidad e Inclusión.** A partir de la escucha activa, fue posible construir un documento que representa a nuestra gente y nos conecta con la cultura de Lunelli. Esta iniciativa forma parte del proyecto **"Respeto Inspira Respeto",** que engloba todas nuestras iniciativas relacionadas con el tema.

Avanzamos en los aspectos relacionados con el medio ambiente. Promovimos la innovación en materiales y productos sostenibles, estampamos digitalmente más de 7,9 millones de metros de tejidos. Producimos más de 15,4 mil toneladas de telas, siendo 99,88% hechas con hilos de algodón responsable y 100% de hilos de viscosa responsable, además de la utilización de Ecovero, Modal y Liocel. También fuimos reconocidos por el **Premio Expresión Ecología con el proyecto Moda Circular**, que utiliza algodón reciclado en su composición.

Seguimos mejorando el cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero, considerando escopos 1, 2 y 3. La ampliación en la transición de compra de energía renovable y la continuidad de nuestros esfuerzos para operaciones industriales ecoeficientes también fueron pasos de mejoría.

Reforzamos nuestro compromiso como empresa signataria del Pacto Global de la **ONU** Red Brasil y Red Paraguay, en el que reafirmamos nuestro apoyo y compromiso en implementar los Diez Principios de las Naciones Unidas relacionados con los temas de Derechos Humanos, Anticorrupción, Trabajadores y Medio Ambiente y en la realización de acciones y proyectos que promuevan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por segundo año consecutivo, fuimos invitados a participar en la **COP29-Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático**, en la que presentamos al público internacional nuestras iniciativas y proyectos relacionados con el EESG. La invitación para participar en la COP29 es un reflejo del continuo compromiso de Lunelli con la sostenibilidad y de la implementación de acciones prácticas para hacer moda con significado.

En Lunelli, **siempre reforzamos la importancia del pilar económico para la sostenibilidad del negocio.** Terminamos el año con 14 unidades, 46 tiendas y más de 21,5 mil clientes. Alcanzamos una facturación de R$ 1,6 mil millones de reales, resultado que es fruto del trabajo conjunto. Como forma de valorización, compartimos los resultados obtenidos a lo largo del año y distribuimos más de R$ 15,6 millones de reales a nuestros colaboradores, a través del Programa de Conquista de Resultados y Premio de Producción.

Nos comprometemos a tener siempre a los colaboradores y a los clientes en el centro de nuestras decisiones, comprendiendo que son ellos quienes promueven el éxito de Lunelli. En este informe, compartimos con nuestro público de interés (stakeholders) los principales resultados del año, la información y las acciones que realizamos guiados por nuestra ideología y por la visión de sostenibilidad de **"hacer moda con significado que promueva un impacto positivo en el mundo y para todos."** Aprovecho para agradecer especialmente a todos los colaboradores, representantes, franquiciados, proveedores, socios y clientes por la confianza y la colaboración. Y, además, deseo que podamos celebrar juntos todos los logros y avances compartidos durante es recorrido.

Viviane Cecilia Lunelli, Directora-Presidente de Lunelli

DATOS DESTACADOS 2024

R$ 1,6 mil millones
de facturación

15,4 mil
toneladas de tejidos producidos

26,5 millones
de piezas producidas

7,9 millones
de metros de tejidos
y telas estampadas digitalmente.

4887 colaboradores
69% mujeres y 31% hombres

46 tiendas
13 tiendas propias, 28 franquicias
y 5 VQL (Red minorista Calificada Lunelli)

21,5 mil
clientes activos

R$ 15,6 millones
distribuidos en el Programa Conquista de Resultados y Premio de Producción

Moda responsable:

99,88%
de hilo de algodón BCI

100%
de hilo de viscosa responsable

19%
de reducción en el envío de
residuos a vertederos

Productos químicos libres de sustancias restringidas:

64,04%
en la unidad Beneficiamientos Brasil

65,77%
en la unidad Vestuario

Moda Con Significado

Carlos Eduardo Lima Ferreira - Costura - Lunelli Nordeste

Presentación institucional

En 2024, Lunelli celebró sus 43 años de historia. A lo largo de estos años, hemos estado guiados por nuestra ideología, ¡por la búsqueda constante de crecimiento y por la inspiración de crear moda con significado!

MISIÓN

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

VISIÓN

Ser el Grupo Textil de Moda más respetado del país.

VALORES

Entusiasmo; Simplicidad; Obsesión por resultados.

PROPÓSITO

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

Línea del Tiempo

Más que una trayectoria empresarial, la historia de Lunelli es un hilo continuo de compromiso con la excelencia. Cada capítulo de este viaje está tejido con el talento de personas que comparten los mismos valores. De un sueño emprendedor a marcas consolidadas, seguimos escribiendo esta historia con el mismo entusiasmo que nos trajo hasta aquí.

Década de 80

El principio de un sueño: Antídio Lunelli y Beatriz Ender abrieron un comercio de toallas y pañales en Jaraguá do Sul/SC, u**tilizando sobras de la industria textil local.** Seis años después, la pareja adquirió el primer telar circular, dando origen a **Lunender Industria Textil.**

Década de 90

Inauguración de la unidad **Lunelli Beneficiamientos,** ubicada en Corupá/SC, consolidando la presencia de la empresa en la región.

Década de 2000

Estuvo marcada por la expansión del negocio, dando inicio a **Lunelli Têxtil,** con enfoque en la comercialización de tela en rollos. Creación de **Abimex**, unidad de importación y exportación. Crecimiento de la capacidad de la empresa y creación de dos de nuestras marcas, **Lez a Lez y Alakazoo**. El mando de la empresa pasó a **Dênis Luiz Lunelli**, quien inauguró las nuevas unidades de **Avaré/SP, Maracanaú/CE y Lunelli Colors**, ubicada en Jaraguá do Sul/SC, consolidando la posición de la empresa en el mercado y obteniendo la certificación **ISO 14001** para la unidad de beneficiamiento en Corupá/SC.

Década de 2010

Continuamos la expansión de las operaciones, inaugurando el nuevo edificio administrativo, financiero y de expedición, **Lunelli Comercial**, en Guaramirim/SC, y también la adquisición e instalación del proceso automatizado de la expedición. La marca **Lunender** pasa a ser exclusivamente el nombre de la marca femenina de la empresa y, en 2011, se creó el Consejo Consultivo de Lunelli. La década también marcó la creación de la marca **Hangar 33**, la ampliación de unidades en Luiz Alves/SC y Maracanaú/CE, el inicio de la inversión en estampado digital y la fundación de **Lunelli Paraguay.**

Década de 2020

Celebramos los **40 años de Moda con Significado.** Récords de facturación, reconocimiento como una de las 20 mejores empresas para trabajar en Santa Catarina y Ceará, en la categoría Grandes Empresas del **GPTW**, y participación en la **COP** (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático) reflejan el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social. La sucesión en la presidencia, con **Viviane Cecilia Lunelli** asumiendo el cargo, marca una gran transición en la empresa.
Además, la firma del **Pacto Global de la ONU** reafirma el compromiso de Lunelli con las prácticas sostenibles, trazando el camino hacia un futuro aún más prometedor.

Nuestro Modelo de Negocio

(2-6)

Contamos con personas comprometidas en hacer moda con significado en todos nuestros procesos, desde la entrada del hilo en el telar hasta la entrega de la pieza final.

Nuestra estructura industrial incluye además de la fabricación del tejido, su teñido, su estampado, todo el proceso de beneficios que la tela necesita hasta el corte, la costura, la estampa, el bordado, los acabados, el plegado, así como la expedición, entre otros procesos.

En 2024, producimos más de 15,4 mil toneladas de tejidos, de ellos 7,9 millones de metros de tejidos estampados digitalmente y 26,5 millones de piezas de ropas fueron confeccionadas.

Nuestros productos están presentes en el 58% del territorio brasileño

21,5 mil clientes activos

28 franquicias y **5** VQLs
(Red minorista Calificada Lunelli)

13 tiendas propias

2. Colaboradores

4887 colaboradores
69% de mujeres y **31%** de hombres
R$ 15,6 millones distribuidos en Premio de Producción y Programa Conquista de Resultados

1.Proveedores

535 proveedores directos
334 subcontratistas y outsourcing
99,88 % de hilos certificados BCI
100% de hilos de viscosa responsable

3. Fabricación

2 unidades certificadas ISO 14001
9 unidades certificadas ABVTEX
5 unidades con compra de energía renovable en el mercado libre de energía.
1 unidad con paneles solares.
15,4 mil toneladas de tejidos producidos
26,5 millones de piezas producidas
7,9 millones de metros de tejidos estampados digitalmente

6. Consumidores

Los productos están presentes en el **58% del territorio brasileño**

4.Comercialización

13 tiendas propias
28 franquicias
5 VQLs
21,5 mil clientes
318 representantes

5. Comunidad

R$ 1,14 millones invertidos
13 proyectos apoyados

NUESTRAS MARCAS

Con **43 años de historia**, Lunelli gestiona marcas destacadas en el mercado de la moda. A través de **Lunelli Malhas e Tecidos,** ofrecemos soluciones para confecciones y grandes minoristas en todo Brasil y en el extranjero.

Nuestras marcas **Lunender, Lez a Lez, Alakazoo, Hangar 33, Fico y Vila Flor** se conectan a una amplia red de emprendedores minoristas multimarca y franquicias, fortaleciendo nuestra presencia en diversas ciudades del país. Este portafolio refleja nuestro compromiso de ofrecer productos que atiendan a diferentes públicos y tendencias del mercado.

Además, también operamos en el formato de private label, confeccionando piezas exclusivas para grandes marcas nacionales e internacionales, reafirmando nuestra versatilidad y capacidad para atender a las más variadas demandas del sector.

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

Lunelli

Lunelli Malhas e Tecidos es reconocida por la calidad e innovación de sus productos, que combinan confort, durabilidad y sofisticación, atendiendo a las tendencias del mercado y a las necesidades de nuestros clientes.

Para dar vida a estos tejidos, contamos con el “Estudio Lunelli”, un espacio creativo donde desarrollamos y seleccionamos estampados exclusivos, creando diseños que confieren una identidad única a cada colección y ofreciendo soluciones personalizadas para nuestros socios.

También somos los que más estampan telas de forma digital en Brasil, lo que nos permite producir con agilidad, precisión y menor impacto ambiental. Esta tecnología de vanguardia nos proporciona alta definición en los estampados y una producción más sostenible, alineada con nuestra misión de respetar el medio ambiente en todas las etapas del proceso.

La sostenibilidad está en el corazón de nuestro trabajo. Usamos materias primas responsables y buscamos constantemente soluciones que hagan nuestra producción más eficiente y ecológica, sin perder la calidad que nos define.

De esta forma, Lunelli se destaca en el mercado, entregando tejidos que no solo cumplen con las expectativas de innovación y calidad, sino que también reafirman nuestro compromiso con un futuro más sostenible.

www.lunellimalhasetecidos.com.br
@lunellitextil

Lunender

Referencia en moda femenina, Lunender presenta, en cada colección, piezas creadas para acompañar a las mujeres en todas las ocasiones del día a día. Combinando información de moda y estilo, la marca apuesta por una moda democrática, elegante y llena de personalidad.

Pensada para mujeres reales, Lunender celebra la autenticidad y el poder femenino, trayendo elegancia y confort en cada detalle.

@lunenderoficial

Lunender
mais mulher

Lunender
H!TS

Colección Alto Verano 2025

Lez a Lez es una marca de Moda Urban Beach para mujeres de espíritu joven, sofisticadas, modernas y femeninas, que les permite explorar sus diferentes ocasiones de uso, que sea ligera y equilibrada, mezclando sobriedad de tonos clásicos 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 diversas etapas, desde la utilización de tejidos basados en Eco Cycle, que contienen fibras de jeans reciclado en su composición y ahorran hasta un 93% de agua durante el acabado, hasta el algodón con certificación BCI (Better Cotton Initiative).

Además, nuestros procesos reducen la generación de residuos textiles en la naturaleza, con un 100% de recolección del volumen generado. Y nuestros envases son biodegradables, disminuyendo los impactos en la naturaleza.
Buscar iniciativas sostenibles alimenta nuestra esencia. Un mundo mejor es posible y, a través de nuestras acciones, podemos ayudar a preservarlo.

www.lezalez.com
@lezalez

Vila flor

Auténtica y llena de color, Vila Flor nació con el propósito de hacer moda de forma sostenible y democrática.

Nuestro concepto es, a partir de excedentes de tejidos, desarrollar, de forma sostenible, productos que abracen las características de cada cuerpo, maniquí y estilo.

Además, los diseños se adaptan a diversas ocasiones y actividades del día a día.

Creemos que la moda sirve para expresar la personalidad, que debe ser fácil, suave y para todos.

www.vilaflor.com.br
@modavilaflor

HANGAR 33

Hangar 33 está inspirada en la pasión por el vasto universo de la aviación. Ideada por Dênis Luiz Lunelli, la marca de moda masculina no es solo un tributo a los aviadores, sino una celebración del vínculo entre el estilo y la adrenalina.

Así como un hangar sirve como el santuario de las aeronaves, Hangar 33 se establece como el puerto seguro para los hombres que aman el viento de la libertad y la emoción de los cielos, sin renunciar al estilo, la sofisticación y la comodidad en su forma de vestir.

La marca trae una conexión auténtica y verdadera con la aviación y, entre sus logros más memorables, destaca el suministro de los uniformes icónicos del Escuadrón de vuelo libre de Brasil (Esquadrilha da Fumaça), un símbolo de excelencia y tradición.

www.hangar33.com.br
@hangar_33

Colección Primavera 2024

Fico Surfwear nació de la conexión con el mar de la costa de São Paulo. Raphael Levy, que pasó su adolescencia surfeando en las playas de Guarujá, decidió desarrollar una marca que expresara su amor por el deporte. En 1983, inició oficialmente el cambio, 100% nacional y, en 2019, Lunelli la adquirió.

www.fico.clothing
@ficosurfwear

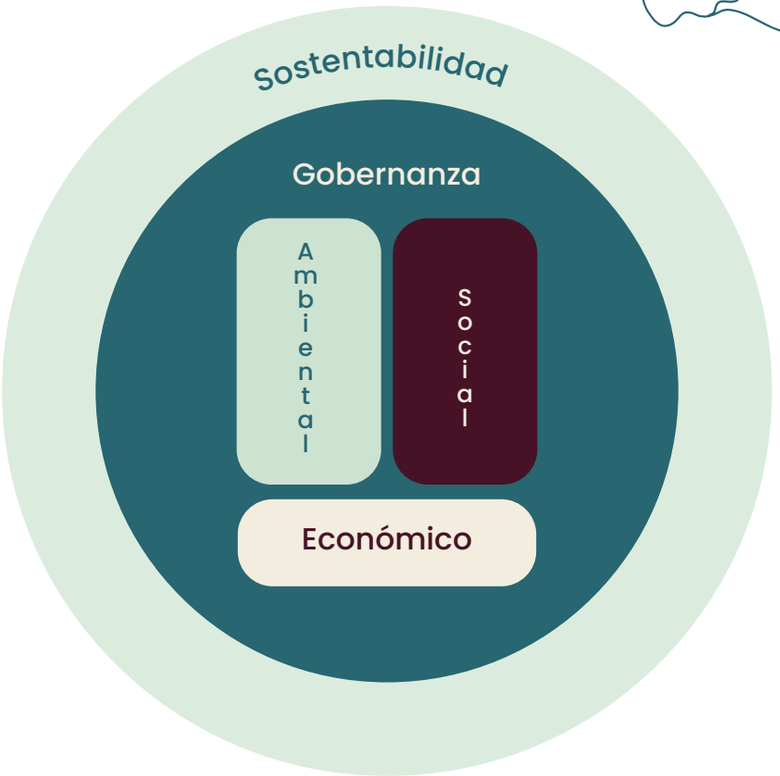
Alakazoo crea moda para transformar la infancia en un mundo mágico! Cada detalle evoca la belleza y la fantasía del universo infantil, proporcionando mucha imaginación y haciendo entender que todas las personas son capaces de realizar pequeños trucos para hacer del mundo un lugar mejor. Con inclusión y empatía, ¡creamos un mundo lleno de oportunidades!

@instalakazoo

Visión De Sostenibilidad

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

Orientamos nuestra estrategia de sostenibilidad a partir del concepto de desarrollo sostenible y los principios ESG, con los cuales buscamos promover el equilibrio entre los pilares Económico, Social y Ambiental, incluyendo la Gobernanza como pilar estructurante. Uniendo estos conceptos y buenas prácticas al compromiso de hacer Moda con Significado y a la ideología de Lunelli, trabajamos internamente como EESG.



E
Económico

Generación de empleo e ingresos, sostenibilidad financiera del negocio, distribución de resultados y generación de valor.

E
Ambiental

Cuidado de la empresa con los recursos y productos / servicios para la reducción del impacto ambiental.

S
Social

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

G
Gobernanza

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

Temas Prioritarios

(3-1)

Nuestro último proceso de materialidad contó con las siguientes etapas:

1. Análisis de documentos internos y externos, además de análisis de mercado, informes sectoriales y estrategias EESG para la actualización de la lista de temas potenciales;

2. Realización de un proceso de escucha, con entrevistas a partes interesadas y líderes internos, y encuesta a través de un formulario en línea con partes interesadas externas;

3. Análisis de los resultados recopilados y revisión de los temas materiales del ciclo anterior para comparación y verificación de actualizaciones y avances.

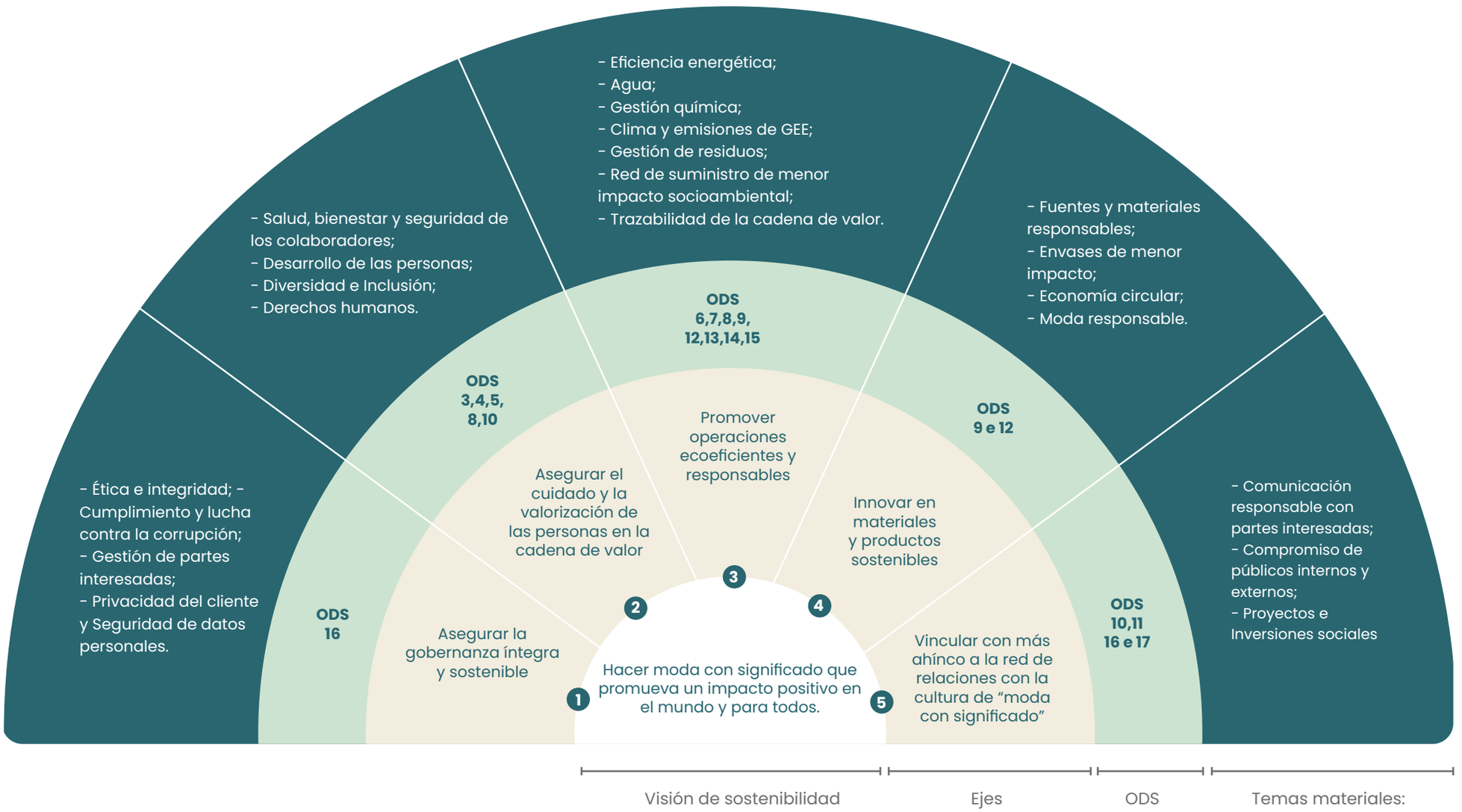
4. Estructuración de la Matriz de Materialidad actualizada y comienzo del movimiento de comunicación con partes interesadas.

Con base en la recopilación de los temas materiales identificados, estructuramos una Matriz de Materialidad, organizándola según su relevancia e impacto. Este proceso destacó los asuntos más significativos para Lunelli y sus partes interesadas. La lista de temas materiales fue integrada a la estrategia de sostenibilidad, alineándose con nuestros ejes e iniciativas.

La revisión de materialidad fortalece nuestra visión sobre el contexto empresarial, permitiendo decisiones más estratégicas y fundamentadas en nuestro compromiso continuo con la sostenibilidad. Estamos comprometidos a transformar estas percepciones en acciones concretas, impulsando un impacto positivo y duradero para todas las partes interesadas.

Lista de Temas Materiales

(3-2)



Relación con ODS

En 2023, Lunelli (Brasil y Paraguay), se convirtió en signataria del Pacto Global de la ONU, una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas que estimula a las empresas a adoptar principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Esta adhesión representa un hito importante en nuestra trayectoria, conectándonos a una comunidad global comprometida con la sostenibilidad.

Para ello, priorizamos 9 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) estratégicos para guiar nuestras acciones, potenciando los resultados de nuestra gestión y alineando nuestro propósito de hacer moda con significado a metas globales de sostenibilidad.

Además, en 2024, reforzamos el compromiso con el desarrollo sostenible al fortalecer la comunicación interna sobre los ODS. Buscamos no solo explicar cada uno de los 17 ODS, sino también destacar aquellos que son prioritarios para Lunelli. Esta acción tuvo como objetivo ampliar la comprensión y el compromiso de nuestros colaboradores, fortaleciendo la cultura de sostenibilidad dentro de la empresa.

De este modo, reafirmamos nuestro compromiso de promover impactos positivos para la sociedad y el planeta. Esta iniciativa refuerza nuestra perspectiva de que la moda puede ser un motivador de transformación para generar cambios positivos para todos.

ODS 3 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la promoción de la Salud y el Bienestar de nuestros colaboradores y la comunidad, como prácticas, beneficios y programas que ayudan a llevar una vida saludable y promueven el bienestar para todos, a cualquier edad.

ODS 4 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a promover la educación de calidad, como aumentar el número de colaboradores capacitados en desarrollo técnico y formación básica, aumentar el número de líderes con formación y desarrollo de capacidades, aumentar la oferta y mayor adhesión a becas y oportunidades de desarrollo profesional para todos.

ODS 5 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la promoción de la igualdad de género, como aumentar la representación femenina en general, en puestos de gestión y en la cadena de suministro, gestionar las quejas relacionadas con la discriminación de género y proporcionar capacitación sobre la no discriminación.

ODS 6 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la preservación y uso consciente del agua, incluyendo proporcionar acceso a agua potable y saneamiento en nuestras operaciones, en la comunidad y en la cadena de suministro, realizar evaluaciones del riesgo hídrico y gestionar aguas residuales y sustancias químicas en la operación.

ODS 8 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para promover el trabajo decente y el crecimiento económico, incluyendo el pago de un salario justo, la garantía de condiciones justas de trabajo en nuestras operaciones y la disponibilidad de oportunidades de desarrollo profesional.

ODS 9 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a promover la industria, la innovación y la infraestructura, incluyendo la construcción de infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.

ODS 10 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para promover la reducción de las desigualdades, incluyendo la inversión social, beneficios y cuidado con
las personas, la promoción de oportunidades igualitarias, el aumento de la representatividad en el cuadro general de colaboradores y liderazgos, y empoderar y promover la inclusión social y económica.

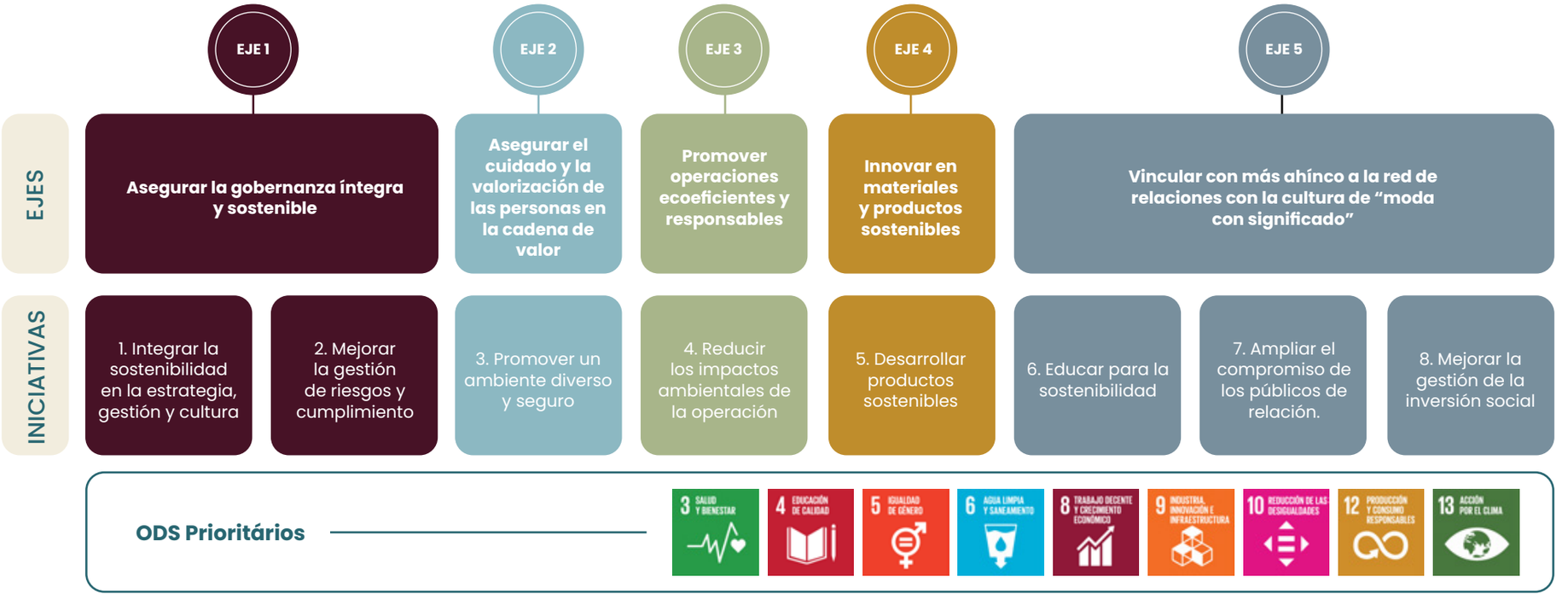
ODS 12 - Destaca las principales prácticas que podemos adoptar para contribuir a la promoción del consumo y la producción responsables, incluyendo la adopción de principios de la economía circular, la evaluación del impacto de los proveedores sobre el consumo de recursos y el establecimiento y divulgación pública de metas 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 riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales, integrar medidas del cambio climático en las políticas, estrategias y planes, mejorar la educación, aumentar la concienciación y la capacidad humana e institucional sobre mitigación, adaptación, reducción de impacto y alerta temprana del cambio climático y realizar la identificación y gestión de los riesgos para el negocio.

Estrategia de Sostenibilidad

La estrategia de sostenibilidad de Lunelli está organizada y dirigida a través de la Política de Sostenibilidad, el Plan de Sostenibilidad y la Materialidad. Esta estructura orienta la Jornada de Sostenibilidad Lunelli.

Con el objetivo de guiar la estrategia por macro temas, definimos 5 ejes de trabajo, 8 iniciativas y 20 compromisos internos, alineados con la estrategia de la empresa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Realizaremos la identificación de los ejes estratégicos a lo largo del documento para facilitar la identificación, lectura y relación de la estrategia de sostenibilidad con cada tema abordado en este informe.

Cómo Generamos Valor (2-24; 3-3)

EJES	ODS	Temas materiales	Valor para el negocio	Límite interno o externo
EJE 1 Asegurar la gobernanza íntegra y sostenible		- Ética e integridad; - Cumplimiento y lucha contra la corrupción; - Gestión de partes interesadas; - Privacidad del cliente y Seguridad de datos personales.	Velar por la integridad en la conducción del negocio 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, además de asegurar el cumplimiento de la legislación vigente.	Interno y externo
EJE 2 Asegurar el cuidado y la valorización de las personas en la cadena de valor		- Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores; - Desarrollo de las personas; - Diversidad e Inclusión; - Derechos humanos.	Ofrecer un ambiente de trabajo seguro y saludable, respetando plenamente los derechos humanos. Promover la diversidad y la inclusión con base en el respeto, mientras proporcionamos el desarrollo, la capacitación y la valorización de nuestros colaboradores, con el objetivo de atraer y retener talentos comprometidos con una moda con significado.	Interno y externo
EJE 3 Promover operaciones ecoeficientes y responsables		- Eficiencia energética; - Agua; - Gestión química; - Clima y emisiones de GEE; - Gestión de residuos; - Red de suministro de menor impacto socioambiental; - Trazabilidad de la cadena de valor.	Adoptar un enfoque responsable en la utilización de los recursos y desarrollar soluciones para la ecoeficiencia. Gestionar el consumo y los impactos socioambientales generados. Fomentar una cadena de suministro en conformidad con los compromisos de sostenibilidad, asegurando la integridad de la información en los procesos y productos desarrollados.	Interno y externo
EJE 4 Innovar en materiales y productos sostenibles		- Fuentes y materiales responsables; - Envases de menor impacto; - Economía circular; - Moda responsable.	Promover el uso responsable de recursos naturales en colaboración con la cadena productiva para minimizar el impacto ambiental. Estimular la economía circular y proporcionar el aumento de la vida útil de los materiales.	Interno y externo
EJE 5 Vincular con más ahínco a la red de relaciones con la cultura de “moda con significado”		- Comunicación responsable con partes interesadas; - Compromiso de públicos internos y externos; - Proyectos e Inversiones sociales	Involucrar, capacitar y comunicar de manera estratégica para fortalecer la visión institucional de una moda con significado. Actuar con sinergia con las marcas y con la imagen institucional, además de difundir a la red de relaciones. Contribuir al impacto positivo en las comunidades y promover el desarrollo con la inversión social.	Interno y externo

Gobernanza

EJE 1

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

La integridad y la transparencia son la base de nuestra forma de operar. Para Lunelli, hacer moda va más allá de las piezas que creamos, se trata de cultivar significado en cada paso del proceso. Priorizamos relaciones que promuevan un ambiente de colaboración y prosperidad mutua, dejando un impacto positivo en todos los involucrados.

Julia Eloísa Heupa de Souza - CRL - Lunelli Comercial

Estructura de la Gobernanza

(2-1; 2-9; 2-10; 2-11; 2-12; 2-13; 2-17)

Definimos nuestra Gobernanza Corporativa con la ayuda de un conjunto de mecanismos de monitoreo y control que tienen el objetivo de asegurar que las decisiones del negocio se tomen en línea con los objetivos a largo plazo de la organización.

La actuación de las actividades de gobernanza, cumplimiento y gestión de riesgos está orientada en consonancia con los principios de gobernanza, según el Código de las Mejores Prácticas de Gobernanza Corporativa: Integridad, Transparencia, Equidad, Responsabilidad y Sostenibilidad, establecidas por el IBGC (Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa).

Lunelli es una organización de capital cerrado, con tres socios accionistas pertenecientes a la familia fundadora de la empresa y un consejo consultivo formado por 5 representantes. Al Consejo le compete la orientación general de los negocios de la compañía, definiendo su misión, objetivos y directrices, además de planes, programas y proyectos estratégicos y de inversiones. También son competencias del consejo el seguimiento de la implementación de la política de gestión de riesgos, la constitución de comités, el seguimiento del desempeño de la compañía, del propio Consejo y de la Dirección. La relación entre los ejecutivos y demás partes interesadas, además de otras atribuciones, se define en el Contrato Social, políticas y procedimientos internos de la compañía. El presidente del Consejo tiene como atribución, además de presidir las reuniones, organizar, coordinar las actividades y compatibilizar las actividades del Consejo con los intereses de la compañía, de sus accionistas y de las demás partes interesadas.

En 2024, registramos el cambio de posición de Samuel Eichstaedt, quien dejó la dirección para asumir el cargo de consejero de la empresa, con enfoque en proyectos de investigación e innovación. En el mismo período, tuvimos la salida de dos consejeros: Antídio Aleixo Lunelli y Carlos Alberto Zilli.

En el ámbito de la dirección, también se registró la salida de otro profesional, lo que motivó la reestructuración del cuerpo directivo y de sus respectivas atribuciones. Para dar soporte a la gestión del negocio, la Dirección pasó a estar compuesta por seis directores, además de la Directora-Presidente, con actividades segmentadas por unidades de negocio y áreas de gestión.

Nuestra estructura de Gobernanza está regida por una Política de Gobernanza Corporativa. También adoptamos documentos importantes para la gobernanza como el Estatuto Social, Reglamento Interno, Código de Conducta para colaboradores y proveedores, Plan de Negocios y Estrategia a Largo Plazo y Plan de Conquista de Resultados (PCR), además de políticas y procedimientos de cada área.

Dênis Luiz Lunelli
Presidente del Consejo

Carlos Ferreirinha
Consejero

Luís Augusto Lobão Mendes
Consejero

Carlos Alberto Zilli
Consejero

Samuel Eichstaedt
Consejero

Viviane Cecilia Lunelli
Presidente

Gobernanza Corporativa, Sostenibilidad y Auditoría

Elisandro Amarante da Silveira
Director Administrativo

Carlos Adalto Wittkowski
Director Financeiro

Cesar Alfredo Pedroso Roxo
Director de ventas minoristas, Marketing y Outsourcing

Negocio de Confección

Robson Demian Zambonetti
Director Comercial e Industrial

Negocio de Tejidos

Marcio Bertoldi
Director Comecial, Outbox y Exportación

Klaus Rodrigo Schwarz
Director Industrial

Gestión de Riesgos (2-25; 201-2; 205-1)

La gestión de riesgos es un pilar esencial para garantizar la sostenibilidad y la resiliencia del negocio. La gestión de riesgos es responsabilidad de todos los colaboradores, quienes deben asegurar que los controles internos sean adecuados para el monitoreo de los riesgos de los procesos y permitan la comunicación sistemática y formal de hechos que puedan impactar negativamente los resultados de la empresa.

La gestión de riesgos es una de las importantes áreas de la Estructura de Gobernanza, y la Política de Gestión de Riesgos y Crisis es nuestro principal orientador, que tiene la finalidad de asegurar el nivel de gobernanza deseado por la empresa, mediante la adopción de líneas de defensa, definición de prácticas y responsabilidades, además de planes de acción y contingencias.

Estructura de Líneas de Defensa – Gestión de Riesgos y Crisis

Accionistas/Consejo Consultivo/Comités

Dirección Ejecutiva

Comisiones de Trabajo

1ª Línea de Defensa

Gerentes, Supervisores y Coordinadores

Responsabilidad sobre los procesos y gestión directa de los riesgos, desde su identificación, monitoreo, acciones correctivas para mejorar la gestión, procesos y controles internos.

2ª Línea de Defensa

Áreas de Apoyo Corporativo

Financiero, Gestión de Personas, Contabilidad, Costos, TI, Ingeniería de Procesos, Mantenimiento, Calidad, Jurídico y Marketing;

Seguimiento de la Gestión de Riesgos, normalización, promoción y coordinación de iniciativas y resultados relacionados con el tema.

3ª Línea de Defensa

Auditoría Interna

Realización de evaluaciones exhaustivas e independientes relacionadas con las políticas, los procedimientos, los controles internos, riesgos y cumplimiento.

4ª Línea de Defensa

Auditoría Externa

Realización de evaluaciones exhaustivas y totalmente independientes, relacionadas con las políticas, procedimientos, controles internos, riesgos y cumplimiento.

Regulatorio - Agentes externos

Las auditorías interna y externa tienen la función ejecutiva y de asesoramiento. Concluimos el año 2024 con 31 auditorías internas y 1.960 horas de auditoría externa contratada, con enfoque en operaciones y estados financieros y fiscales.

Para complementar la gestión de riesgos, se elaboró el mapa de riesgos que proporciona una visión amplia sobre nuestras operaciones, procesos y áreas. Esta herramienta nos permite identificar y gestionar los diversos tipos de riesgos que pueden impactar en el desempeño del negocio y la generación de valor. Los riesgos son identificados y clasificados, de acuerdo con su naturaleza, en cuatro macro categorías: Riesgos Estratégicos, Financieros, Operacionales y de Cumplimiento.

MAPA DE RIESGOS

ESTRATÉGICOS

Modelo de negocio

Político y económico

Gobernanza Corporativa

Reputación y Comunicación

FINANCEIROS

Mercado

Crédito

Liquidez

OPERACIONALES

Proceso Operacional
Y Unidades de negocio

Tecnología e Información

Departamento de Personal, Salud y Seguridad.

Cadena de Abastecimiento

Responsabilidad Social

Responsabilidad Ambiental

CONFORMIDAD

Leyes e Regulaciones

Laborales

Contable y Financiera

Tributario y Fiscal

Civil

A partir de la identificación de los riesgos, se realiza la evaluación del grado de exposición al riesgo, considerando el potencial de impacto y la probabilidad de materialización, así como las posibilidades de tratamiento y mitigación. Este análisis nos permite no solo mitigar posibles impactos, sino también transformar desafíos en oportunidades, contribuyendo a la toma de decisiones.

Para mitigar los riesgos identificados, la alta administración, así como las áreas de apoyo y liderazgos operacionales relacionadas con las líneas de defensa, tienen responsabilidad sobre los procesos y la gestión directa de los riesgos desde su identificación, monitoreo, acciones correctivas para mejorar la gestión, procesos y controles internos.

Para componer el análisis de riesgos, realizamos un mapeo dirigido a la cadena de suministro, identificando oportunidades de mejora en la gestión de proveedores, abastecimiento de insumos y materias primas y subcontrataciones. A partir del impacto causado por las inundaciones en Rio Grande do Sul, realizamos un análisis de riesgos operacionales, financieros y estratégicos para el negocio y, motivados por los recientes eventos climáticos extremos, incorporamos en el análisis de riesgos para el negocio.

Para la mitigación de los riesgos y el apoyo a la alta administración, contamos con la estructura de Comisiones de Trabajo, que fue reestructurada en 2024, alineando sus actividades y dando soporte al crecimiento y logro de los proyectos y objetivos estratégicos de Lunelli.

- Competitividad y eficiencia operativa – Redes y Tejidos
- Competitividad y eficiencia operativa – Confección
- Infraestructura
- Transformación digital
- Financiera
- LunelliPrev
- Gestión de Personas
- Sostenibilidad

Las comisiones están formadas por un director responsable, un coordinador, un secretario y hasta cinco colaboradores miembros, que ocupan cargos de liderazgo o son considerados colaboradores claves, con atribuciones y responsabilidades específicas.

En total, las comisiones estuvieron compuestas por 43 colaboradores, siendo el 86% líderes y el 14% colaboradores clave. Además, la representatividad de género estuvo compuesta por el 77% de hombres y el 23% de mujeres.

Debido a la reestructuración, el tiempo promedio de participación de los miembros de la comisión fue de 1,5 años.

Comisiones de Trabajo - Estadísticas	2022	2023	2024
Cantidad de reuniones	115	92	86
Cantidad de propuestas	470	411	273
Propuestas Aprobadas	245	235	157
Propuestas Registradas	195	151	95
Propuestas Rechazadas	26	18	16

En 2024, mantuvimos el Comité de Gestión de Personas, compuesto por el Presidente del Consejo, un Consejero, la Presidencia y la Gerencia del área de Gestión de Personas y Sostenibilidad. Este comité refuerza nuestro compromiso con la gobernanza corporativa y la valorización de las personas, asegurando una gestión estratégica y sostenible.

En el mismo año, creamos nueve Plataformas de Negocios de Lunelli para atender a los objetivos estratégicos de avance de las marcas, buscando el crecimiento de la facturación con participación y rentabilidad. Cada plataforma es supervisada por el director responsable y está compuesta por colaboradores claves.

Cultura de la Ética e Integridad

Código de Conducta

(2-23; 205-2)

El Código de Conducta de Lunelli fue elaborado con base en la ideología, valores y principios. El documento guía nuestra conducta profesional, establece las normas y actitudes consideradas adecuadas para promover un excelente lugar para trabajar.

El documento está organizado en tres temas principales: Ambiental, Social y Gobernanza. Además de esta estructura, el Código de Conducta presenta cuáles ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU – están vinculados a cada tema.

Creemos que todos somos responsables de mantener estándares y mejorar nuestros procesos, buscando un negocio más sostenible y ético para las personas y para el planeta.

En 2023, realizamos la capacitación del 100% de los colaboradores en el Código de Conducta.

En el año 2024, este proceso fue incorporado en la integración de los nuevos colaboradores, garantizando que, al iniciar su trayectoria en Lunelli, ya tengan conocimiento sobre nuestros principios y valores organizacionales. Realizamos un plan de comunicación interna para reforzar y mantener el tema siempre presente, abordándolo de manera clara y accesible todos.

En relación con el **Código de Conducta para Proveedores,** después de realizar el mapeo completo de nuestros socios, iniciamos el proceso de consentimiento formal para todos los proveedores con contratos legales. Con esto, garantizamos que estén al tanto y acepten las premisas establecidas en el documento.

En 2024, cerramos el año con el 85% de los contratos ya conteniendo la cláusula de conocimiento sobre el Código de Conducta de Proveedores. Los contratos que no incluyeron esta cláusula al inicio del proceso fueron identificados y se implementó un plan de acción correctivo, asegurando que tales omisiones no se repitieran. Este plan tiene como objetivo fortalecer nuestro compromiso con la ética y la alineación a nuestros valores en todas las relaciones comerciales.

Deseamos guiarnos por buenos ejemplos 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 política de seguridad de la información refleja directamente nuestro compromiso con la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información que está bajo nuestra responsabilidad, según lo determina la Ley N.º 13.709/2018, Ley General de Protección de Datos (LGPD). Este documento tiene como objetivo establecer directrices para las conductas consideradas adecuadas para la manipulación de la información de Lunelli.

En 2024, intensificamos la comunicación sobre la Política de Seguridad de la Información para todos los colaboradores, reforzando la concienciación y destacando la importancia fundamental de este tema para la protección y el fortalecimiento de nuestro negocio.

Al evaluar los resultados de 2024, registramos un total de 18 incidentes relacionados con la Política de Seguridad de la Información. Sin embargo, fortalecimos nuestra capacidad de respuesta, asegurando que el 100% de los casos fueran tratados con las medidas correctivas adecuadas, reafirmando nuestro compromiso con la seguridad y la protección de la información.

ANTICORRUPCIÓN

En Lunelli, prohibimos cualquier acto o práctica que pueda caracterizar corrupción, ya sea de forma directa o indirecta, de acuerdo con la Ley Anticorrupción nº 12.846/2013. Todos los colaboradores, al llevar a cabo los negocios y actividades rutinarias, deben cumplir o hacer cumplir este dispositivo legal.

No admitimos actitudes y acciones que involucren el pago y/o la recepción de beneficios indebidos (regalos, favores, préstamos, contribuciones, servicios especiales) o que caractericen soborno, corrupción, coima o el intercambio de favores con funcionarios públicos, con el fin de obtener cualquier favorecimiento o privilegio de agentes gubernamentales.

Todas las orientaciones se refuerzan en nuestro Código de Conducta, en el cual incentivamos que la identificación de cualquier práctica que caracterice corrupción sea reportada a través del defensoría.

Defensoría

(2-26; 406-1)

En la búsqueda constante de transparencia y ética, valoramos la participación activa de nuestros colaboradores y de la comunidad para garantizar la alineación con los principios establecidos en nuestro Código de Conducta.

Para facilitar la comunicación de dudas o el relato de acciones que puedan estar en desacuerdo con estos principios, ponemos a disposición canales de atención accesibles 24 horas al día, a través de nuestros canales de comunicación. Los canales permiten que el contacto se realice de forma anónima, es decir, sin necesidad de identificación.

Creemos que la contribución de todos es esencial para fortalecer la integridad y la cultura ética en nuestra organización. Así, todos los relatos recibidos son tratados con seriedad y total confidencialidad. Nuestro equipo jurídico lleva a cabo los análisis e investigaciones pertinentes, asegurando un proceso imparcial y riguroso para cada situación reportada.

En caso de que el informante opte por identificarse, garantizamos una respuesta en un plazo de hasta cinco días hábiles después del relato, reforzando nuestro compromiso con un retorno ágil y eficiente.

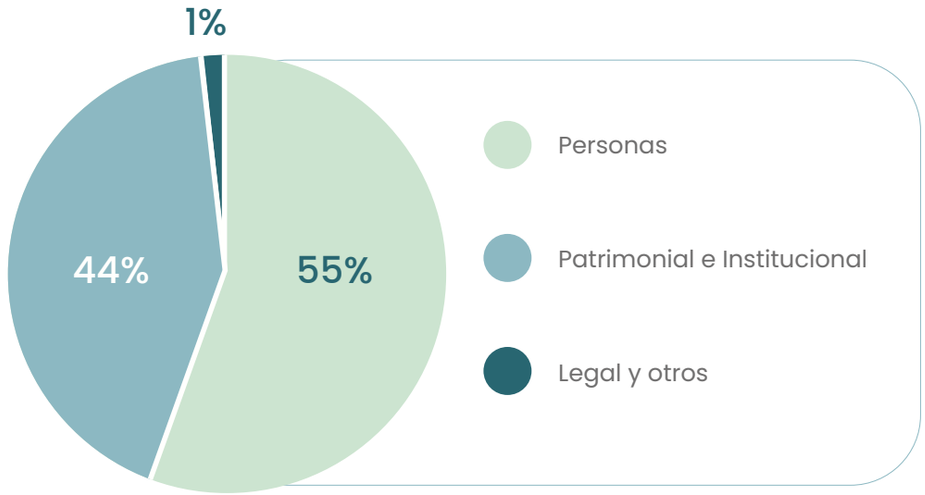
En los casos en que las denuncias sean comprobadas, tomamos las medidas adecuadas según la gravedad de la situación. Este compromiso refleja nuestro esfuerzo continuo por mantener un ambiente de trabajo seguro, ético y justo para todos.

Para 2024, pusimos a disposición el acceso a la Defensoría también en formato QR Code, que está disponible en varios puntos de las unidades y a través de la aplicación “Sou Lunelli”, disponible para todos nuestros colaboradores, además del teléfono y correo electrónico.

Con los nuevos formatos, estimulamos aún más el uso de este canal, totalizando 322 interacciones, clasificadas en tres temas principales: **Personas; Patrimonial e Institucional; Legal y otros.**

Defensoría

Llamadas internas ramal 7488
Llamadas externas +55 (47) 9090 3373 – 7488
E-mail ouvidoria@lunelli.com.br



Animamos a todos a utilizar los canales de atención al cliente siempre que sea necesario, reafirmando nuestro compromiso con la integridad, el respeto mutuo y la construcción de un ambiente de trabajo transparente y responsable.

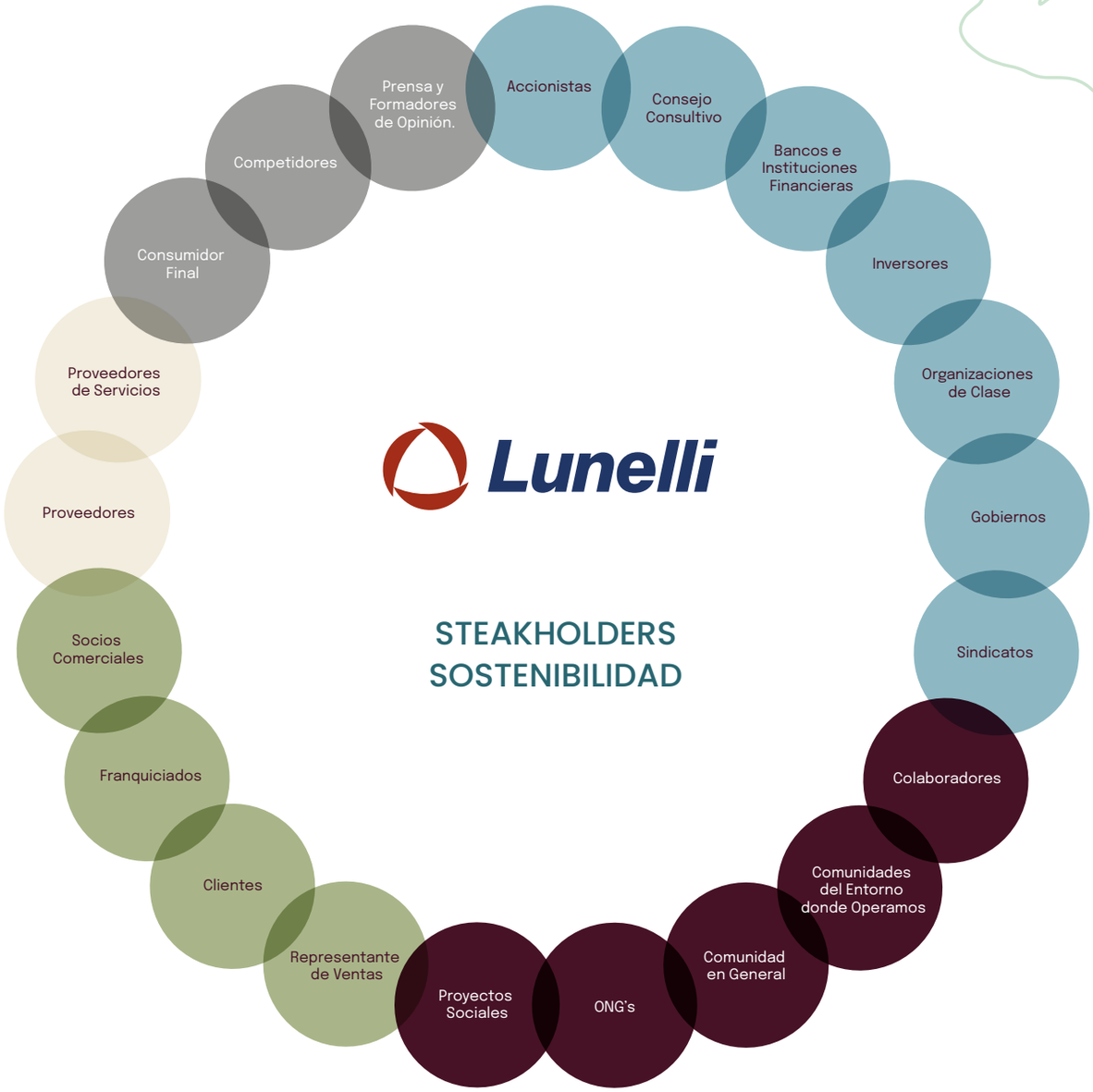
Comunicación Consciente con las Partes Interesadas

EJE 5

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

(2-29)

Para la comunicación consciente y responsable con las partes interesadas en el negocio, realizamos la actualización del mapeo de partes interesadas (stakeholders) y definimos las mejores formas y medios de comunicación, buscando informar, comunicar, fortalecer la relación y comprometer a todos con la estrategia de sostenibilidad de Lunelli.



Compromiso y Comunicación con el Público Interno

Realizamos la comunicación con nuestro público interno, buscando fortalecer nuestras relaciones, promover la transparencia y la comunicación responsable. Para nuestros líderes y colaboradores, realizamos reuniones trimestrales de resultados, presentando los principales números y el desempeño del negocio y las principales acciones realizadas en el período. También realizamos la comunicación a través de los canales de Endomarketing y la realización de encuestas de compromiso y clima organizacional.

Priscila Elen Pessati Dalpra - Gestión de Personas - Lunelli Vestuario
Sueli da Cunha Colasio - Gestión de Personas - Lunelli Vestuario

Aplicación: “Soy Lunelli”

En 2024 lanzamos la aplicación “Soy Lunelli”, una herramienta digital de comunicación corporativa, a través de la cual todos los colaboradores reciben información sobre nuestros beneficios, campañas, nuestras marcas y productos, además de la posibilidad de realizar sus propias publicaciones, compartiendo su día a día y logros con compañeros de trabajo. La aplicación también proporciona acceso a datos de la relación laboral, como nómina, extracto de horas y tarjeta de tiempo, recibos de vacaciones, informes de ingresos, entre otros.

Sou Lunelli

Reuniones de Ventas

Realizamos las convenciones de ventas, con lanzamientos de colecciones, para nuestro equipo comercial, representantes y franquiciados, con el objetivo de lograr el alineamiento comercial y estratégico. En nuestras reuniones presenciales, organizamos una inmersión en el universo de las marcas y los temas de cada colección, como forma de transmitir la colección y desarrollarla para representar las marcas en el mercado.

En este encuentro, homenajeamos a los representantes por el tiempo dedicado a la empresa. Nuestro objetivo es reconocer de forma formal su trabajo, agradeciendo su dedicación y competencia a lo largo de los años.

Lunelli Luiz Alves

Café con esencia

Este es un momento especial en el que los colaboradores tienen la oportunidad de inscribirse para una conversación con el Presidente, promoviendo el intercambio de aprendizajes, aclaración de dudas y compartición de sugerencias. En 2024, estos encuentros se realizaron en las unidades de Beneficiamientos, Luiz Alves, Outbox, Abimex, LNL Textil, Vestuario y Comercial, todas ubicadas en Santa Catarina, además de la Unidad Nordeste, en Ceará.

Eventos y Comunicación con Público Externo

Para todos los públicos y partes interesadas externas, realizamos la comunicación institucional a través de redes sociales, sitio institucional y marcas, informe de sostenibilidad y comunicados de prensa.

Para la atención a nuestros clientes, realizamos la atención a través de la Central de Relacionamiento Lunelli, además de los canales de atención de las plataformas de comercio electrónico y redes sociales. Buscamos mantener abiertos los canales de diálogo y escucha con toda nuestra red de relaciones.

En 2024, continuamos con el **"Walk the Talk"**, movimiento de comunicación con partes interesadas, promoviendo y participando en diálogos y debates sobre los temas relacionados con el **EESG.**

Gumz Transforma 2024

Inspirar para actuar, transformar para crecer

El evento está dirigido a temas estratégicos como gestión, escenario económico, emprendimiento, rendimiento, motivación y ventas. Contó con la presencia y conferencia de Clóvis de Barros Filho y nuestra participación en el panel "Cultura, ambiente y felicidad en el trabajo", con Viviane Cecilia Lunelli y July Rodermel discutiendo la importancia de la cultura organizacional en el rendimiento y el compromiso de los colaboradores. Un ambiente saludable impulsa la productividad y la innovación.

Mujeres que Inspiran 2024

Participamos y apoyamos el evento “Talk Mujeres Brillantes”, que fortalece el emprendimiento y el networking femenino. En su cuarta edición, reunió a empresarias y líderes para compartir experiencias e ideas sobre desafíos e innovación en los negocios. Entre las ponentes, destacamos la participación de nuestra Presidente Viviane Cecilia Lunelli, además de otras líderes femeninas de gran relevancia como

FIESC: Radar Reinvención 2024

Participamos del evento “Radar Reinvención 2024”, promovido por FIESC, debatiendo el futuro de la industria de Santa Catarina. En el panel “Referencias - Rendimiento en los Negocios”, nuestra Presidente, Viviane Cecilia Lunelli, compartió ideas sobre gobernanza corporativa e indicadores de rendimiento, reforzando el compromiso con la sostenibilidad empresarial, junto con Leonardo Zipf (Duas Rodas) y Hugo Schneider (Grupo H. Carlos Schneider) y con la moderación de Alex Marson (Neoliderança) y Caroline Maldaner (F.M. Pneus).

Seminario Sur del IBGC

Participamos del panel Walk The Talk: Cultura de Integridad, destacando la importancia de la ética en nuestras prácticas y relaciones, junto con Alberto Conrad Lowndes, presidente de Haco y con la moderación de Bruno Basso, coordinador del capítulo Santa Catarina del IBGC. La integridad está en el centro de nuestra cultura, orientando operaciones y promoviendo un ambiente de confianza y respeto.

ONDM – El negocio de la Moda

Con gran satisfacción, Lunelli participó en las dos ediciones de ONDM de 2024. En Goiânia, el evento, además de ofrecer una gran feria de negocios y activaciones de marca, proporciona al público conferencias con los mayores especialistas del mercado. Durante el panel “Más allá de la moda: acciones que transforman a través del ESG”, tuvimos la oportunidad de intercambiar experiencias con el Fundador y CEO del Grupo Sallo, Marcos Silva, y el Fundador de Multiplier y socio de GL Têxtil, Caetano Laudelino, con quienes compartimos ideas sobre la mirada hacia el medio ambiente, innovación de productos de bajo impacto y una gobernanza justa y ética.En Santa Catarina, el Presidente del Consejo, Dênis Lunelli, junto con Jaqueline Drews (GL Têxtil) y Thiago Casagrande (Casagrande Consultores), debatieron el futuro de las ventas a través de representantes comerciales.

Walk the Talk - Diálogos para un Futuro Más Responsable

Presentamos los principales aspectos del Informe de Sostenibilidad 2023, reforzando iniciativas y prácticas para actuar de manera más sostenible. Fue un momento de intercambio sobre avances, desafíos y compromisos futuros, alineados con la responsabilidad social y ambiental.

Isabella de Quadros Brustolim - Sostenibilidad - Lunelli Vestuario
Caio Mandolesi - Periodista
Mariana Riskoski Emmerich - Sostenibilidad - Lunelli Vestuario

CONCARH

En el panel “Conversaciones Necesarias - Un diálogo entre CEOs, RHs y Liderazgos”, abordamos diversidad, inclusión y economía del cuidado, enfatizando que la cultura organizacional sostiene estrategias efectivas. Estuvimos junto a Gladys Dinis, Directora de Capital Humano en Angola, y Dione de Quadros, Directora de Gente y Gestión de Intelbras, con la mediación de Eliane Ramos, vicepresidente del Consejo de ABRH Brasil.

1º Cumbre Haco

En la 1ª Cumbre Haco, nuestra Presidente, Viviane Cecilia Lunelli, participó en una charla sobre gestión, debatiendo desafíos y oportunidades del sector textil, junto a Alberto Conrad Lowndes, presidente de Haco, y Tiago Altenburg, presidente de Altenburg, con la mediación de Marco Antônio Oliveira, CEO de O4B Consultoría. El evento fue un intercambio enriquecedor sobre innovación y competitividad en la industria de la moda.

Lide Tendencias

Participamos en el fórum Lide Tendencias, promovido por LIDE SC, en el que se presentó el “Manifiesto Educación para el Futuro”, conectando academia, sector productivo y sociedad. El objetivo es fortalecer la educación como base para el desarrollo socioeconómico sostenible de Santa Catarina.

Congreso Internacional de ABIT

Tuvimos el honor de participar en el Congreso Internacional de la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección, con el panel “El desarrollo sostenible como motor estratégico para la competitividad”, junto a panelistas como Lars Fogh Mortensen, especialista en Economía Circular de Dinamarca, Sissi Alves da Silva, Coordinadora General de Bioeconomía y Economía Circular del MDIC, Leandro Ito, Jefe de Sostenibilidad de C&A, y Paulo Amaury Sarmento Costa, socio de Nova Kaeru, moderado por Fernando Valente Pimentel, Director General de ABIT. Seguimos comprometidos en construir un futuro sostenible con moda de impacto positivo.

Congreso Internacional de la Felicidad

Estuvimos presentes en el Congreso Internacional de la Felicidad, un evento que se conecta profundamente con nuestro propósito. Creemos que la moda se trata de impacto positivo y bienestar. Participar en el Congreso Internacional de la Felicidad refuerza nuestro compromiso con el desarrollo humano y el cuidado de cada persona. Seguimos inspirados por el propósito que nos guía: Promover el éxito de nuestro cliente a través de la felicidad y satisfacción de nuestro colaborador.

COP29
Baku
Azerbaijan

COP 29

Por segundo año consecutivo, Lunelli fue invitada a participar en la COP 29 - 29ª Edición de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

Este es un evento global y la edición del 2024 tuvo lugar en Bakú, Azerbaiyán. Durante la conferencia, la empresa participó en un panel exclusivo, en el que presentó los proyectos desarrollados para fortalecer su agenda de sostenibilidad y los resultados alcanzados en temas como moda circular, inventario de gases de efecto invernadero, diversidad e inclusión y desarrollo de la cadena de proveedores. Además, Lunelli fue invitada a participar en otros dos paneles temáticos: el primero abordó la importancia de la escucha y la construcción colaborativa para la diversidad y el segundo discutió las acciones de la industria de la moda para promover la economía circular.

La COP29 tiene como foco central la urgencia de alinear políticas globales con los compromisos del Acuerdo de París, firmado en 2015, que exige que los países signatarios presenten anualmente su progreso en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. En su edición de este año, el evento también abordó temas como diversidad e inclusión, economía circular y los desafíos de las cadenas de suministro globales, fundamentales para una transición justa e inclusiva hacia una economía verde.

La invitación para participar en la COP29 es un reflejo del continuo compromiso de Lunelli con la sostenibilidad y la implementación de acciones prácticas, pero seguimos con el camino, creyendo que cada paso dado hacia un futuro más sostenible tiene el poder de transformar la industria de la moda.

Participación en la Sociedad

(2-28; 2-23)

En 2024, fortalecimos nuestras asociaciones con entidades y asociaciones, promoviendo el intercambio de conocimiento, el debate estratégico y la construcción de propuestas alineadas con los intereses y desafíos de la empresa.

ABVTEX – Asociación Brasileña del Comercio Textil - Asociación Brasileña del Comercio Textil Seguimos las agendas promovidas por la institución y estamos certificados ABVTEX en las unidades de costura y tejidos de Lunelli.

BCI – Better Cotton Initiative. - Apoyamos la iniciativa global y buscamos incorporar la certificación BCI de la cadena de algodón como un criterio de compras.

Pacto Global – Red Brasil y Paraguay - Signatarios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

ODS – Objetivos de Desarrollo Sostenible - Objetivos de Desarrollo Sostenible. Buscamos establecer una relación entre nuestro negocio y los impactos positivos que podemos generar para alcanzar, como sociedad, los objetivos definidos por la ONU.

Soy de Algodón - Somos apoyadores del movimiento, que es una iniciativa de la Abrapa (Asociación Brasileña de Productores de Algodón) y tiene el objetivo de fortalecer la cadena del algodón brasileña.

Otras asociaciones:

ACIJS - Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul ACIAG - Asociación Empresarial de Guaramirim ACIAC - Asociación Empresarial de Corupá
ACIA - Asociación Comercial, Industrial y Agropecuaria de Avaré
ABRH - Asociación Brasileña de Recursos Humanos
ABF - Asociación Brasileña de Franchising
ABIT - Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección

Certificaciones, Premios y Reconocimientos

GPTW - SC Y CE

Recibimos, por cuarto año consecutivo, el sello “Great Place to Work”, siendo reconocida como un excelente lugar para trabajar, figurando por tercera vez consecutiva en el ranking de las mejores empresas para trabajar en Santa Catarina, en la categoría de grandes empresas, siendo la única empresa en su segmento de actuación clasificada en el ranking.

La investigación realiza un diagnóstico profundo y señala las mejores empresas para trabajar, reconociendo la excelencia en la gestión y un escenario organizacional destacado, colocándola como una marca empleadora orientada al desarrollo de la carrera y futuro de los colaboradores.

El año 2024 también marcó la entrada de Lunelli en el ranking de las mejores empresas para trabajar en el estado de Ceará.

Viviane Cecilia Lunelli - Directora-Presidente - Lunelli Comercial
Jaqueline Weiller Neumann - Gestión de Personas y Sostenibilidad - Lunelli Vestuario
Geraldo Magela Albuquerque Costa - Gerente General - Lunelli Nordeste
Susana Karla Monteiro Rayol - Gestión de Personas - Lunelli Nordeste
Maria Valdenice Morais da Silva - Calidad - Lunelli Nordeste
Jesoela de Paula Rigon - Gestión de Personas - Lunelli Vestuario

Sello de Salud Mental

Recibimos la certificación de excelencia al promover y apoyar de manera consistente la salud mental en el lugar de trabajo, evaluada por la consultoría de ecosistemas integrados Great People Mental Health, parte integrante del GPTW (Great Place To Work).

El cuaderno de comentarios abiertos registrados por nuestros colaboradores fue evaluado, a través de algoritmos de inteligencia artificial, basados en investigaciones de la neurociencia organizacional, y los resultados presentados certificaron a Lunelli como una empresa Mental health, en un nivel estratégico.

Este sello reconoce que Lunelli promueve la salud mental, que el equipo de liderazgo demuestra interés y habilidad para abordar el tema en sus equipos y nuestros colaboradores sienten un ambiente de confianza en construcción, con enfoque en mejorar la seguridad psicológica.

La Cámara Municipal de Jaraguá do Sul realizó una moción de aplausos a Lunelli por la certificación Great People Mental Health.

Abvtex

La certificación de la Asociación Brasileña del Comercio Textil (ABVTEX) está presente en nueve de nuestras unidades productivas, reforzando nuestro compromiso con buenas prácticas en el sector. En 2024, ampliamos este reconocimiento al obtener la certificación para una unidad más, ubicada en Luiz Alves. Este sello atesta la conformidad con rigurosos criterios de responsabilidad social y ambiental, además de otros aspectos fundamentales para una cadena productiva más ética y sostenible en la industria de la moda.

4 unidades en la clasificación oro
Luiz Alves, Avaré, LNL Confecciones, Nordeste

3 unidades en la clasificación plata
Comercial, vestuario y AJD

2 unidades en la clasificación bronce
Beneficiamientos y Textil

Empresa Socia del Programa 60+ Hospital São José de Jaraguá do Sul

Recibimos el premio de responsabilidad social como empresa socia del Programa 60+, en un evento promovido por el hospital para inversores sociales, con el objetivo de presentar los logros y estrechar la relación con los socios, además de realizar la rendición de cuentas. El Programa 60+ es un programa institucional con una serie de acciones, cuyo objetivo principal es calificar la atención al paciente anciano, proporcionando más humanización, dignidad y seguridad durante el tratamiento de la salud en el hospital.

Lunelli fue condecorada con la medalla de honor al mérito en Maracanaú

Recibimos la Medalla de Honor al Mérito de la Prefectura de Maracanaú, en reconocimiento a los 40 años de dedicación y colaboración.

Es un honor ser reconocidos por nuestro compromiso en contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad de Maracanaú.

Geraldo Magela Albuquerque Costa - Gerente General- Lunelli Nordeste

Premio Expresión de ecología – moda circular

Celebramos la conquista al recibir, por **sexta vez, el Premio Expresión de Ecología,** durante la 30ª edición del evento en Florianópolis. Creado por la Editora Expresión, es uno de los más prestigiosos en Brasil cuando se trata de reconocimiento ambiental en el sector empresarial.

El reconocimiento de nuestro proyecto **"Moda Circular"**, en la categoría Reciclaje, demuestra nuestro compromiso continuo con las prácticas sostenibles y con la agenda ESG.

El proyecto premiado, **"Moda Circular"**, es una iniciativa en el sector de la moda que busca promover el reciclaje y la sostenibilidad a través de la reutilización de fibras textiles. En el proceso, el residuo textil generado en las operaciones de Lunelli se separa cuidadosamente por color, pasando por etapas de desfibrado y cardado, que transforman estos residuos en nuevas fibras para el hilado y reincorporación en el proceso productivo.

Además, Lunelli utiliza tecnologías innovadoras en la etapa de lavandería, que permiten una **reducción del 20 al 30% en el consumo de agua,** el uso de colorantes reactivos bifuncionales de bajo impacto ambiental, y suavizado por nebulización, garantizando piezas de alta calidad y mayor durabilidad. Este ciclo cerrado de producción es un claro ejemplo de economía circular, que busca minimizar el desperdicio y maximizar el uso de los recursos.

Isabella de Quadros Brustolim - Sustentabilidad - Lunelli vestuario
Viviane Cecilia Lunelli - Directora-Presidente - Lunelli Comercial
Paulo Roberto Sensi Filho - Propietario e Director Comercial do Grupo Eurofios
Deizimara de Oliveira - Desenvolvimiento Jeans - Lunelli vestuario
Ana Laura Lunelli Bosse

Sello ABF

El Sello ABF (Asociación Brasileña de Franquicias) es el principal honor del mercado de franquicias en el país. Reconoce la calidad y la excelencia de las organizaciones que actúan como franquiciadoras, basándose en prácticas de gestión, rendimiento y relación. La premiación avala a las empresas que son referencia en el sector, evaluadas directamente por los propios franquiciados y, de forma indirecta, también por los clientes.

La marca Lez a Lez ganó, en 2024, por 6ª vez consecutiva el Premio Internacional de Franquicias y el 6° premio en Excelencia en Franquicias.

Gislaine Satler – Sector minorista - Lunelli Vestuario.

Premio Líderes 2024 – categoría Liderazgo Empresarial del Año

Conseguimos el Premio Líderes 2024, en la categoría Liderazgo Empresarial, en una edición histórica del premio. Nuestra Presidente, Viviane Cecilia Lunelli, fue la ganadora y pasó a integrar, de forma inédita, el rol como la primera presencia femenina en esta prestigiosa categoría, consolidando su liderazgo.

El Premio Líderes es uno de los más importantes galardones del estado, reconociendo a aquellos que se destacan por el impacto positivo en el desarrollo económico y social. La premiación celebra, anualmente, la resiliencia, el talento y la capacidad de transformar negocios y comunidades. Para Lunelli, el premio simboliza no solo el arduo trabajo de su liderazgo, sino también el compromiso y la dedicación de todo su equipo, que trabaja para impulsar la empresa y llevarla a nuevos niveles de gestión y resultados.

Cabe destacar que, en 2022, ya habíamos sido reconocidos por el Premio LIDE en la categoría de Gobernanza, otorgado por el Grupo de Líderes Empresariales de Santa Catarina. Este logro reforzó las buenas iniciativas implementadas por Lunelli. El reconocimiento continuo refuerza nuestra trayectoria de evolución y consolidación en el sector.

Viviane Cecilia Lunelli - Directora-Presidente da Lunelli
Delton Batista - Presidente do LIDE SC

Jaqueline Weiller Neumann - Gestión de Personas y Sustentabilidad - Lunelli Vestuario Antonio Gleidson Herculano de Queiroz – Seguridad del Trabajo- Lunelli Vestuario

Premio Animaseg 2024

Fuimos reconocidos como la mejor empresa textil de 2024 en Salud, Bienestar y Seguridad en el Trabajo.

La nominación fue realizada por la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección (ABIT), y el premio fue otorgado por los Comendadores en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), profesionales con más de 30 años de experiencia y dedicación a la causa.

Recibimos la certificación por ser reconocidos con prácticas éticas, acogedoras y orientadas al bienestar de los colaboradores, reafirmando nuestro propósito de cuidar de las personas y proporcionar un ambiente de trabajo seguro, saludable e inclusivo.

Económico

Nuestro desempeño económico es resultado del equilibrio que promovemos entre los **pilares EESG (Económico, Ambiental, Social y Gobernanza).**

Gestión Económica

Nuestra visión de sostenibilidad tiene como pilar estratégico la generación de valor económico, garantizando la solidez financiera del negocio. Para ello, priorizamos la creación de empleos e ingresos, la distribución equilibrada de resultados y la continuidad del valor generado, integrando el crecimiento económico con responsabilidad corporativa.

El crecimiento sostenible de Lunelli es impulsado por una gestión económica estructurada, organizada en cuatro macro etapas interconectadas. Cada una de ellas es esencial para el desarrollo del negocio y cuenta con acciones estratégicas específicas. Este proceso asegura la asignación eficiente de los recursos, alineada con la planificación estratégica de la compañía, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia y la responsabilidad en la administración de los recursos. De esta manera, buscamos constantemente optimizar los resultados de manera sostenible.

Desempeño Financiero

(203-1)

El año 2024 fue un hito importante para nosotros. Con confianza en nuestra gente y en el negocio, realizamos inversiones de más de R$64 millones. Las inversiones forman parte de un nuevo ciclo de crecimiento que busca dar soporte y ampliar la capacidad productiva, ganar eficiencia operativa, abarcando una mayor sostenibilidad de nuestros negocios, incluyendo áreas industriales, equipos y tecnologías.

Nuestro crecimiento de facturación fue del 5,5%, acercándonos a R$ 1,6 mil millones en 2024.

Valor Económico Generado y Distribuido

(201-1)

Durante décadas, hemos operado de manera sólida y consolidada en el mercado, siempre con un enfoque en el crecimiento sostenible de nuestro negocio. La demostración de valor agregado abarca todas las operaciones de Lunelli.

Distribución del valor agregado.	2022	2023	2024
Personal	36,2%	40,9 %	44,4 %
Impuestos, tasas y contribuciones	18,2%	22,7%	18,0%
Remuneración de capitales de terceros	22,4%	19,4%	21,0%
Remuneración de capitales propios	23,2%	17,0%	16,6%
Total	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Destacable y, con mejor desempeño, el grupo “Impuestos, tasas y contribuciones” si comparamos los resultados del 2024 con respecto al 2023, destacando el aprovechamiento de oportunidades tributarias. Para el grupo “Personal”, hubo un incremento ocasionado principalmente por la reimposición del impuesto sobre la nómina de pagos.

La “Remuneración de Capitales de Terceros” tuvo un incremento debido, principalmente, al crecimiento de la tasa de interés del país (SELIC). En el grupo de “Remuneración de capitales propios” se mantuvo, con cierta normalidad, la proporción en la comparación 2024 respecto a 2023.

Red de Ventas Minoristas y Franquicias

En 2024, contamos con 13 tiendas propias y 28 franquicias distribuidas por Brasil. Además, iniciamos, en 2024, el proyecto "Varejo Qualificado Lunelli (VQL)", integrado por 5 socios. En el último año, registramos un avance significativo, un crecimiento del 21% de la red, con un total de 46 tiendas.

La evolución del comercio minorista demuestra nuestro esfuerzo por expandir la presencia de la marca de manera estratégica, proporcionando crecimiento y valorando a nuestros socios comerciales.

Multimarcas y Representantes

Estamos comprometidos en fortalecer la confianza y la asociación con nuestros representantes y clientes, siempre alineados con nuestros valores fundamentales. En 2024, contamos con 318 representantes comerciales, llevando nuestras marcas a la mayoría de las ciudades brasileñas y más de 21,5 mil clientes activos.

Estos números expresivos no solo reflejan nuestra amplia presencia en el mercado, sino que también reafirman la confianza continua depositada en nuestros productos y servicios.

Programa UNE (Venta Social)

El Programa UNE es una iniciativa que permite la generación de ingresos extra de forma simple y segura para personas físicas, colaboradores, representantes y comerciantes. A través del programa, los interesados se registran, promocionan los productos de las marcas de Lunelli a su red de contactos y reciben comisiones por las ventas realizadas con sus cupones en las tiendas en línea (e-commerces) de las marcas.

Todo el proceso, desde el registro hasta la realización de las ventas, es 100% digital, haciendo la experiencia más práctica y accesible para todos los participantes.

Para la marca Lez a Lez, renombramos el beneficio a "CUPÓN DEL VENDEDOR", concentrando los esfuerzos en los vendedores de tiendas propias, franquicias y licenciados, incentivándolos a promocionar sus códigos de cupón para compras en línea.

Para las marcas Lunender, Alakazoo, Fico y Hangar 33, mantuvimos el enfoque en la comunidad.

A través del sitio programaune.com.br, los miembros de la comunidad pueden generar sus propios códigos y comenzar a promover las marcas, creando oportunidades de ingresos adicionales.

En 2024, el Programa UNE representó el 7% de las ventas de nuestros e-commerces.

LA VENTA OMNICANAL (OMNICHANNEL)

En 2024, el canal B2C (E-commerce Propio) registró un

crecimiento del 4% en comparación con 2023.

Entre los destacados, la marca FICO presentó un aumento en ventas del 25% sobre el año anterior, mientras que la marca Lez a Lez creció un 10% en el mismo período. Este avance fue impulsado por estrategias enfocadas en la visibilidad de la marca, que ampliaron y fortalecieron la presencia en el mercado digital.

Además, toda la red de tiendas físicas, incluidas las unidades propias y franquicias, fue integrada al e-commerce, permitiendo una mayor visibilidad de los inventarios en el canal en línea. Esta iniciativa generó un incremento del

3,8% en las ventas de las tiendas físicas.

Otra innovación fue la implementación de la entrega exprés, permitiendo que los pedidos realizados en el sitio se dirijan directamente a la unidad física más cercana, garantizando la **entrega en hasta 24 horas dentro de la misma ciudad de nuestra tienda.**

Por último, en el período del informe, lanzamos la aplicación exclusiva de la marca Lez a Lez, enfocada exclusivamente en sus ventas, fortaleciendo la relación con los consumidores y ampliando la experiencia de compra digital.

Social

Mantenemos una atención continua para cultivar el crecimiento personal y crear un impacto duradero a través de nuestras interacciones. El principio fundamental que siempre nos ha guiado es el de la responsabilidad hacia las personas vinculadas a nosotros, ya sean colaboradores, representantes, proveedores, socios, franquiciados, clientes o miembros de la comunidad.

Maria Luisa de Souza Nascimento
Dobladora de ropas- Lunelli Nordeste

EJE 2 EJE 5

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. Nuestro propósito es “Promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad y satisfacción de nuestros colaboradores”. Actuamos promoviendo el desarrollo y el bienestar de nuestra gente, siempre en conformidad con la legislación laboral, respetando el derecho y buscando una relación cercana con los sindicatos que operan en la región de nuestras unidades, participando de manera activa en las negociaciones colectivas que abarcan a todos nuestros colaboradores.

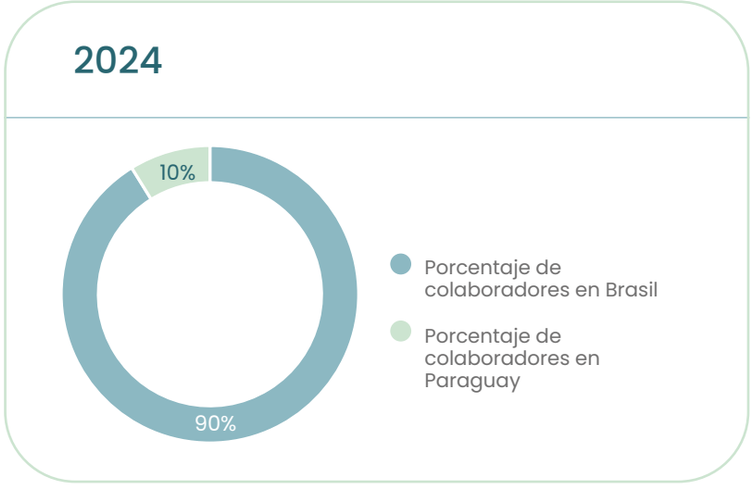
En la unidad de Paraguay, esto ocurre a través de acuerdos establecidos directamente con los organismos gubernamentales, debido a la inexistencia de sindicatos laborales.

Bruna Soares Camilo - Gestión de Personas - Lunelli Nordeste

Perfil de los colaboradores

Finalizamos el año 2024 con 4.887 colaboradores en nuestras unidades de Brasil y Paraguay, de los cuales el 90% trabaja en las unidades brasileñas. Actualmente no contamos con colaboradores en formato de trabajo intermitente o jornada parcial.

Alysson Berti - PCP - Lunelli Beneficiamentos

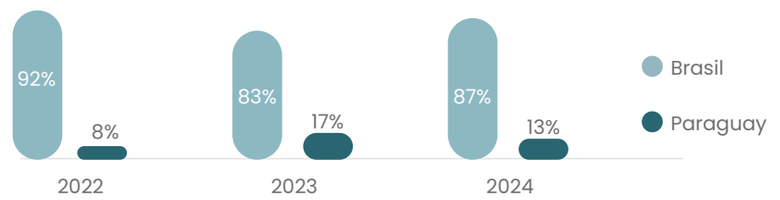


Colaboradores por categoría funcional y género	2022		2023		2024	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directoria	88%	13%	90%	10%	89%	11%
Gerencia	72%	28%	69%	31%	76%	24%
Supervisión/ Coordinación	52%	48%	48%	52%	45%	55%
Colaboradores	31%	69%	31%	69%	30%	70%
Total de colaboradores	**32%**	**68%**	**32%**	**68%**	**31%**	**69%**

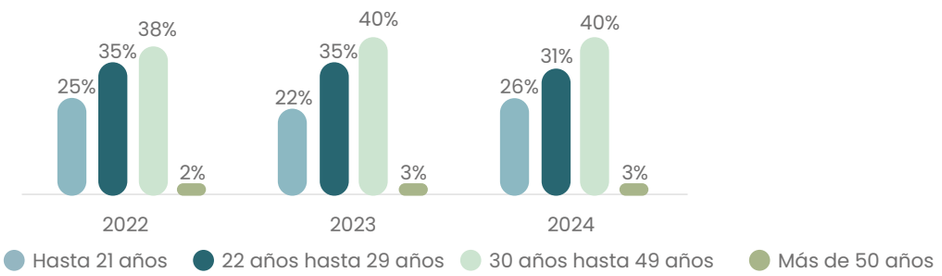
Colaboradores por categoría funcional, género y grupo etario.		2022				2023				2024			
		Hasta 21 años	22 años hasta 29 años	30 años hasta 49 años	Más de 50 años	Hasta 21 años	22 años hasta 29 años	30 años hasta 49 años	Más de 50 años	Hasta 21 años	22 años hasta 29 años	30 años hasta 49 años	Más de 50 años
Directoria	Hombres	0%	0%	75%	13%	0%	0%	70%	20%	0%	0%	67%	22%
	Mujeres	0%	0%	13%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	0%	0%	11%
Gerencia	Hombres	0%	3%	63%	6%	0%	3%	60%	6%	0%	0%	68%	8%
	Mujeres	0%	6%	19%	3%	0%	9%	23%	0%	0%	0%	24%	0%
Supervisión/ Coordinación	Hombres	0%	3%	44%	5%	0%	2%	44%	3%	0%	2%	40%	3%
	Mujeres	0%	3%	42%	3%	0%	3%	45%	4%	0%	5%	45%	5%
Colaboradores	Hombres	4%	9%	15%	2%	4%	9%	15%	2%	4%	9%	15%	2%
	Mujeres	7%	16%	41%	6%	7%	16%	40%	6%	7%	16%	40%	7%
Total de colaboradores	**Hombres**	**4%**	**9%**	**16%**	**2%**	**4%**	**9%**	**16%**	**2%**	**4%**	**8%**	**17%**	**2%**
	Mujeres	**7%**	**16%**	**40%**	**6%**	**7%**	**16%**	**40%**	**6%**	**6%**	**16%**	**40%**	**7%**

Lunelli reconoce la importancia de las personas para su desarrollo. Por eso, adoptamos un proceso de contratación basado en la valorización profesional. Para 2024, presentamos una evolución de nuestras admisiones a lo largo del período, debido a la ampliación de oportunidades y al fortalecimiento del equipo.

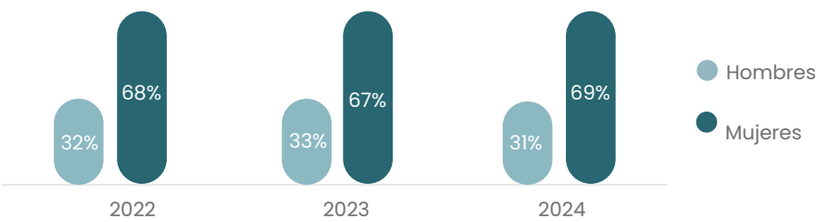
Contrataciones - País



Contrataciones - Grupo etario



Contrataciones - Género

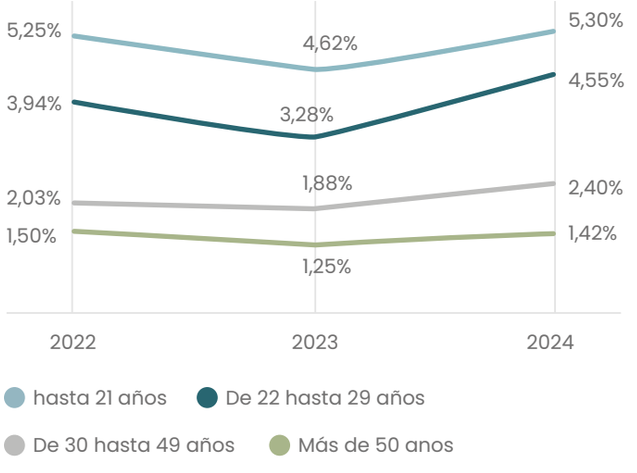


Para la tasa de rotación laboral, consideramos el número de despidos en función del cuadro medio del período.

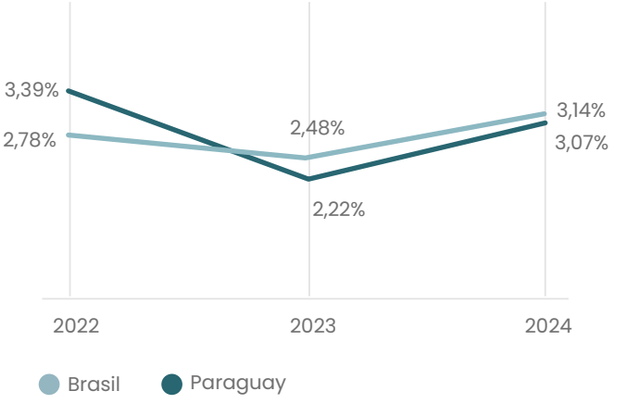
	2022	2023	2024
Rotación laboral	2,81%	2,46%	3,14%

Según estudios de Tendencias de Gestión de Personas realizados por Great Place to Work, se identificó que, entre las empresas participantes del estudio, el 39% presentó un aumento en sus indicadores de *TurnOver* voluntario.Además, hubo predominancia del aumento del turnover voluntario a lo largo del año en los sectores Industria, Mayorista y Minorista, Salud, Transporte y Logística, Construcción e Infraestructura, Agencia/ Medios, Alimentación, Energía, Turismo y Ocio, Farmacéutico, ONG/Tercer Sector, Moda y Vestuario, Estética y Belleza. En ningún sector hubo reducción de este indicador

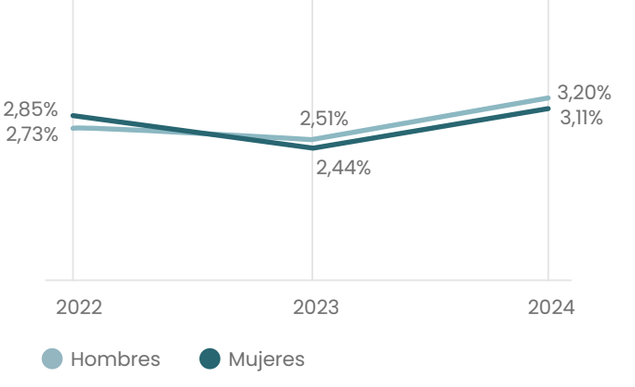
Rotación laboral - Grupo etario



Rotación laboral - Género



Rotación laboral - Género



Salarios

(202-1; 405-2)

En el período abarcado por este informe, las unidades de Brasil tuvieron una remuneración superior al salario mínimo nacional (R$1.412,00). También tenemos la práctica de otorgar un ajuste salarial después de la experiencia, ampliando la diferencia entre el mínimo nacional y el valor recibido por el colaborador. Específicamente en las unidades de Paraguay, debido a la legislación diferenciada y a la cultura local, tenemos colaboradores que ingresan a la empresa con el salario mínimo nacional siendo reconocidos según su experiencia y entrega.

No realizamos diferenciación en la tabla de remuneración entre hombres y mujeres. Cada rango salarial tiene intervalos sugeridos de práctica salarial según las atribuciones, responsabilidades y experiencia que son evaluados y aplicados independientemente del género.

Marcia De Castro Rabelo - Costura - Lunelli Nordeste

Promoción de La Salud, Felicidad y Bienestar

(403-3, 403-4, 403-6)

Para la promoción de la salud y el bienestar de nuestros colaboradores, a través del Programa "Viva Você", incentivamos y promovemos el acceso a clases de yoga, grupo de carrera, fisioterapia, psicólogo, nutricionista y asistente social.

Durante el año, realizamos 11.124 clases de gimnasia laboral (un aumento del 43% en comparación con 2023), impartidas por profesionales del área, que atienden nuestras unidades, según la necesidad, de acuerdo con la actividad desarrollada, con el objetivo de mejorar la salud y la calidad de vida de nuestros colaboradores.

Ofrecimos, también, para la mayoría de nuestros colaboradores, la alimentación en los restaurantes ubicados en nuestras unidades, con comidas elaboradas por nutricionistas, según el Programa de Alimentación del Trabajador (PAT), para mejorar la calidad nutricional de la alimentación de los trabajadores o tiques de alimentación para nuestras tiendas.

En 2024, se sirvieron 921.274 comidas para ambas modalidades.

En 2024, se realizaron 25.817 atenciones ambulatorias, incluyendo procedimientos de enfermería y consultas médicas de admisión, periódicas, retorno al trabajo, cambio de función y de despido.

Colocamos a disposición de los colaboradores otros beneficios. Además de la atención ambulatoria interna, contamos con un plan de salud y de salud dental (con 1.434 colaboradores beneficiados).

Además, celebramos fechas especiales. Especialmente celebramos "el Homenaje por Tiempo de trabajo en la Empresa" (con 613 colaboradores homenajeados en 2024), día libre (que concede un día de descanso al colaborador el mes de su cumpleaños), un plan de jubilación privada, la participación en los resultados y el premio de producción.

Clase de yoga – 288 participantes

Grupo de correr– 204 participantes

Fisioterapia – 1.767 atenciones

Psicólogo - 1.178 atenciones

Nutricionistas – 168 atenciones

Rafaela Knolseisen - Nutricionista - Lunelli Vestuario

Visita de familiares

Celebramos la importancia de la familia, a través de nuestro evento "Visita de Familiares", y con inmensa alegría abrimos las puertas para que nuestros colaboradores puedan compartir con nosotros este momento especial al lado de sus familias.

Durante esta visita, proporcionamos un recorrido por nuestras instalaciones, presentando cada sector y explicando el funcionamiento de nuestras operaciones. Este evento no solo fortalece los lazos entre la empresa y las familias de nuestros colaboradores, sino que también refleja nuestra transparencia y el cuidado en el ambiente de trabajo.

De esta manera, las familias conocen de cerca el ambiente donde sus parientes dedican sus habilidades y talentos. Creemos que la familia es la base de todo y su apoyo es fundamental para el éxito de nuestros colaboradores y de Lunelli en su conjunto.

Licencia de Maternidad y Paternidad (401-3)

La licencia parental no es solo un beneficio, sino un profundo reconocimiento de la importancia de la vida familiar. Sabemos que estos momentos son preciosos e impactan no solo la vida de los padres, sino también 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 "Mamás a Bordo", con la oportunidad de encuentros con enfermera, nutricionista y psicóloga en la unidad.

	Maternidad	Paternidad
Total de licencias	121	35
Índice de retorno al trabajo después de la licencia.	96%	100%
Índice de retención de la fuerza laboral despuésde 12 meses de retorno al trabajo	50%	70%

En los encuentros, las colaboradoras gestantes reciben orientaciones con relación a las rutinas de la maternidad, cuidados postparto, aspectos psicológicos en el embarazo y período de puerperio, lactancia materna y cuidados con recién nacidos, además del intercambio de experiencias con las demás colegas participantes.

LunelliPrev

(201-3)

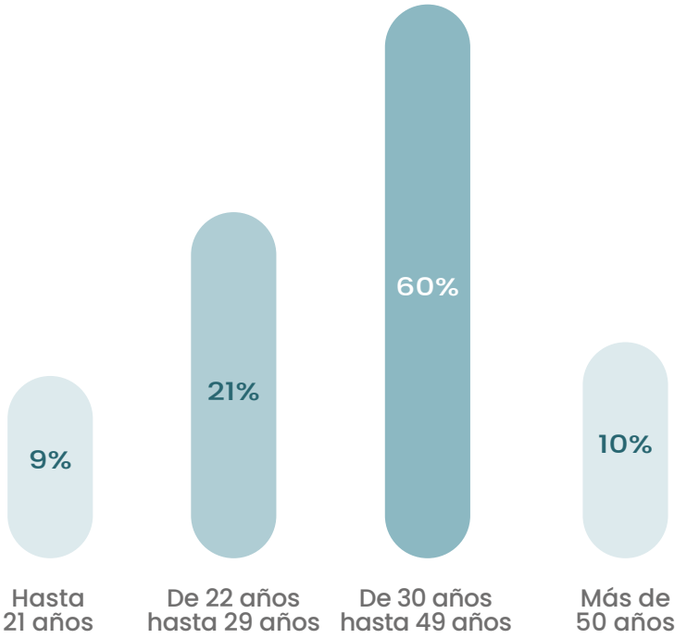
Lunelli ofrece a sus colaboradores un plan de jubilación complementaria, accesible a todos sus colaboradores en Brasil, que tiene, entre sus finalidades, la de incentivar la construcción de una reserva financiera que proporcione un ingreso extra en la jubilación para complementar la jubilación pública 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 camino 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, equitativos y no discriminatorios de distribución.

Creemos que, con esta asociación en este beneficio, influenciamos positivamente a nuestros colaboradores, promoviendo el protagonismo en su progresión de carrera de Trabajador -> Ahorrador -> Inversionista para la construcción de ingresos pasivos complementarios, así como la creación de buenos hábitos de planificación y la seguridad financiera. Además, durante el año, promovemos diversas acciones de educación financiera para todos los colaboradores, a través de cursos.

Promovimos la charla "Tu Dinero Dice Mucho Sobre Ti", que abordó el comportamiento financiero con enfoque en la realización de sueños y la sostenibilidad financiera a largo plazo. El evento contó con la participación de líderes y tuvo como propósito orientar a nuestros líderes sobre la gestión consciente de sus recursos.

En 2024, alcanzamos una adhesión del 86,8%, con la participación de 3.656 colaboradores y un patrimonio de R$ 35 millones.



Anualmente, y a cada 1 de octubre, realizamos la redistribución del Fondo Previsional de nuestro plan. A lo largo de los 5 años de existencia de LunelliPrev, este beneficio adicional ya ha redistribuido más de R$ 539 mil entre los colaboradores que participan en el plan. ¡Este es un incentivo más de Lunelli a los colaboradores que están comprometidos con su futuro, desde el presente! De esta manera, finalizamos el año con un patrimonio total de más de **R$ 35 millones.**

Valorización y Desarrollo

EJE 2

PCR y Premio de Producción

Lunelli cuenta con dos programas que tienen como objetivo compartir los resultados alcanzados con sus colaboradores, el Programa de Conquista de Resultados (PCR) y el Premio de Producción. Cada unidad participa en uno de los programas, según la característica de su actividad.

El Programa de Conquista de Resultados reconoce el resultado de todo un año y se paga una vez al año. Por otro lado, el Premio de Producción reconoce los resultados obtenidos cada mes, siendo distribuido mensualmente, junto con la nómina.

En 2024, compartimos, a través de los programas, R$ 15,6 millones con el equipo Lunelli.

Con esto, reforzamos la premisa de la importancia del trabajo en equipo para la obtención de resultados en la empresa.

PCR
PROGRAMA DE CONQUISTA DE RESULTADOS

Adjan Enke Ullmann - Doblado - Lunelli Vestuario
Adilson Steinbach - Distribución - Lunelli Vestuario

Samara Wroblewski Linhares - Expedición de Jeans - Lunelli Vestuario

Entrenamientos Y Capacitaciones

(404-1; 404-2; 404-3)

EJE 2

Centro de Treinamento Abilio Lunelli

Buscando ofrecer oportunidades para la evolución de carrera y el crecimiento personal, promovemos cursos de desarrollo internos y externos alineados a las necesidades y estrategias del negocio y de los colaboradores. Otra forma relevante de apoyo se concede a través de becas para cursos técnicos, de idiomas, licenciatura y posgrado.

En total, beneficiamos a 360 colaboradores con becas de estudio, representando R$ 427 mil invertidos.

En 2024, el Centro de Capacitación Abílio Lunelli cumplió 9 años, actuando en la formación de profesionales. Se realizaron diversas formaciones que certificaron a 3.229 colaboradores con el compromiso de proporcionar acceso al conocimiento de manera gratuita y facilitada, ya sea en contenido formal, conocimientos generales o técnicos, siempre con el enfoque en desarrollar a los profesionales en los aspectos comportamentales o técnicos.

Entrenamientos y Capacitaciones	2022	2023	2024
Total de horas	39.855	62.569	76.303
Total de invertido.	R$ 1.900.000	R$ 2.800.000	R$ 2.296.761

El 01 de agosto de 2024, tuvimos el lanzamiento oficial de la plataforma **SER** y **HACER**.

El Ser y Hacer es un programa innovador desarrollado para el perfeccionamiento y desarrollo continuo de los colaboradores de tiendas propias y franquicias de la marca Lez a Lez, a través de una plataforma digital. Con contenidos estructurados para potenciar habilidades técnicas y comportamentales, ofrecemos momentos de aprendizaje personalizados, promoviendo capacitación accesible, dinámica y alineada a las necesidades del comercio. Nuestro principal objetivo con el programa es fortalecer el rendimiento de los equipos, garantizar la excelencia en el servicio, la mejora en los procesos y un mayor compromiso de los profesionales con la cultura y los valores de Lunelli.

PNI – Programa Nuevas Ideas

El Programa Nuevas Ideas (PNI) es nuestra ruta hacia la innovación, fundamentada en la filosofía de los Círculos de Control de Calidad (CCQ). En este camino, cada colaborador desempeña un papel esencial como agente activo en la mejora continua de los procesos productivos, promoviendo transformaciones positivas en todos los aspectos de Lunelli.

El PNI está compuesto por grupos multisectoriales, generalmente formados por cinco integrantes, que desarrollan proyectos cualitativos y cuantitativos, que se categorizan en los valores de Lunelli (entusiasmo, simplicidad y obsesión por los resultados), convirtiendo ideas en acciones concretas que impulsan a la empresa hacia nuevos horizontes.

Durante el año, los equipos realizan actividades que acumulan puntos. Al final, aquellos que alcancen al menos el 70% de la puntuación máxima son clasificados para participar en la Muestra PNI, un evento que celebra la innovación y el trabajo colaborativo. En ese día, los equipos presentan el proyecto que consideran más impactante e implementado a lo largo del año, compartiendo sus logros con todos los colaboradores y líderes.

Carlos Alexandre Raiter, Neumar Alex Fabiani, Gilberto Rodrigo Pereira e Ronaldo Raimundo da Silva Santos - Finalización - Lunelli Beneficiamientos

El evento marca el cierre del ciclo y premia a los equipos destacados con un viaje especial. Por cada cuatro equipos clasificados para la Muestra, un equipo es reconocido como destacado. En 2024, el programa contó con la participación de 75 grupos, involucrando a 380 colaboradores. Juntas, estos equipos generaron 1.306 ideas, resultando en un retorno estimado de R$ 2,56 millones.

Equipo Lean

El Equipo Lean tiene como principal objetivo mejorar la atención al cliente, fortaleciendo los pilares de calidad, entrega y costo. Este trabajo se realiza mediante la aplicación de las herramientas de Lean Manufacturing, con un enfoque en la reducción de desperdicios productivos y en el aumento de la eficiencia operativa.

Desde 2010, el grupo está formado por ocho colaboradores invitados, provenientes de diferentes sectores, que actúan como coordinadores de proyectos. Estos líderes forman equipos temporales para implementar mejoras en las áreas productivas, garantizando un impacto positivo en las operaciones.

En 2024, el Equipo Lean alcanzó resultados significativos, con la implementación de 29 proyectos.

Ambiente Diverso y Seguro

EJE 2

RESPEITO
INSPIRA
RESPEITO
Lunelli

MANIFIESTO:

Todos somos iguales, aunque diferentes.

Las diferencias nos hacen más conectados y 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!

Creemos que el éxito de Lunelli se basa en la felicidad y la satisfacción de nuestros colaboradores. Por eso, buscamos proporcionar un ambiente de trabajo en el que el respeto sea la base de las relaciones, creando oportunidades de desarrollo y reconocimiento profesional.
En 2024, construimos nuestra política de Diversidad e inclusión y avanzamos en esta agenda. Un paso significativo para hacer nuestro ambiente aún más inclusivo, respetuoso e igualitario.

Para que podamos medir los resultados de nuestras acciones, alineándonos con la agenda de sostenibilidad en las regiones donde operamos, definimos los siguientes temas prioritarios para este primer ciclo de la política: Generacional, Raza y Etnia, Género, Persona con Discapacidad y Persona LGBTQIAP+.

Este proceso se llevó a cabo de manera colaborativa, con la participación activa de líderes y colaboradores de los grupos de trabajo locales.

Promovimos talleres y capacitaciones en las unidades Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE), Lunelli Avaré/SP y Lunelli Beneficiamientos Corupá/SC, reuniendo representantes regionales de los temas de diversidad.

A partir de estas iniciativas, recopilamos sugerencias, percepciones e información esencial para la construcción de nuestra Política de Diversidad e Inclusión.

El documento fue elaborado con base en nuestra ideología, en el "Manifiesto Respeto Inspira Respeto" y en la estrategia de sostenibilidad de Lunelli. El proceso incluyó entrevistas, reuniones y talleres que involucraron a la alta dirección, líderes, colaboradores de diversas áreas y representantes de diferentes grupos e interseccionalidades, como personas con discapacidad, hombres, mujeres, jóvenes, personas de diferentes razas, nacionalidades, etnias, religiones, LGBTQIAP+ y mayores de 50 años. Con la escucha activa, consolidamos un documento que representa a nuestro equipo y fortalece la cultura de Lunelli.

Eduardo Pedro da Silva. Sector de Corte - Lunelli vestuario

Luiza Bezerra da Silva. Dobladora - Lunelli vestuario

Heladio de Souza Araujo. Gestión de Personas - Lunelli Nordeste

Denir Costa Santiago. Costura - Lunelli Nordeste

Raquel Cristina Caetano. Costura - Lunelli Avaré

Los grupos de trabajo estuvieron compuestos por 61 colaboradores, por localidad. Fueron 12 de la unidad Lunelli Avaré/SP, 20 de Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE) y 29 de las unidades de Santa Catarina (Jaraguá do Sul, Guaramirim, Corupá, Luiz Alves, Barra Velha y Massaranduba).

Además, promovimos la capacitación a los líderes sobre "sesgos inconscientes", resultando en la recopilación de comentarios y sugerencias para mejorar tanto la Política de Diversidad e Inclusión como el programa Respeto Inspira Respeto.

Como parte de este compromiso, en 2024, implementamos adecuaciones para promover la accesibilidad en la unidad Comercial de Guaramirim/SC.
Las mejoras incluyeron adaptaciones en las aceras de acceso a la entrada, recepción, expedición y el restaurante, además de la reforma de un baño en el sector de Expedición y la creación de un nuevo baño accesible en el sector Comercial, incluyendo también espacios preferenciales.

Y estos cambios representan las llamadas "adecuaciones razonables" *, asegurando accesibilidad e inclusión para personas con discapacidad o movilidad reducida en los sectores del piso inferior de la unidad Comercial de Guaramirim/SC.

*De acuerdo con la Ley Brasileña de Inclusión de la Persona con Discapacidad (LBI), las adecuaciones razonables son modificaciones y ajustes necesarios y apropiados, que no impliquen una carga desproporcionada, para garantizar que las personas con discapacidad puedan ejercer sus derechos y libertades en igualdad de condiciones.

Creemos que la diversidad es una fuente inagotable de innovación, creatividad y fuerza, y que reconoce la riqueza de las experiencias individuales y el poder colectivo que ellas traen. Nuestro camino hacia la diversidad y la inclusión es continuo y requiere un compromiso constante. **Agradecemos a todos los que participaron y contribuyeron a esta evolución.**

Moda para Todos – Alakazoo

En 2024, lanzamos la tercera colección Moda para Todos en Alakazoo, una línea de pijamas inclusiva, que busca estimular los sentidos a través de aplicaciones, texturas y escritos en braille. Para la 3ª edición, lanzamos la historia "¡Shhh! ¿Qué ruido fue ese?", en la que un grupo de amigos vive una aventura especial tratando de descubrir de dónde proviene un sonido misterioso del bosque.

Para incentivar aún más esta transformación, Alakazoo donó 5 mil ejemplares del libro a instituciones que trabajan con la atención y el desarrollo de niños con discapacidad y proyectos de preservación ambiental. Además de la versión impresa, el contenido está disponible en audiolibro animado, con interpretación en lengua de señas, en el enlace **www.alakazoo.com.br/modaparatodos.html.**

Para celebrar el Día Mundial del Autismo y promover la concienciación sobre el Síndrome de Down, la marca también realizó editoriales y campañas especiales con testimonios de madres y padres, compartiendo sus desafíos, superaciones, alegrías y cómo transforman el mundo a su alrededor.

Alakazoo se presenta con una propuesta inclusiva y transformadora, produciendo campañas y colecciones que traen un significado más allá de vestir. Siempre buscando incluir a los niños atípicos y a los niños con discapacidad en sus campañas de lanzamiento de colecciones y sus respectivos catálogos, además de campañas y acciones con socios para promover la inclusión y apoyar a la comunidad.

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. Con base en esto, tenemos el compromiso de garantizar la salud y la seguridad ocupacional de todos nuestros colaboradores y prestadores de servicios. Buscamos proporcionar lugares de trabajo seguros y saludables, siempre atentos al cumplimiento de leyes relacionadas con la Salud y la Seguridad en el Trabajo y a 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 solamente la ausencia de enfermedad". Para el mapeo de riesgos, se realizan evaluaciones periódicas de los riesgos y peligros presentes en las actividades a través de inspecciones de la CIPA y Brigada de Emergencia, además del levantamiento realizado por el SESMT (Servicio Especializado en Seguridad y Medicina del Trabajo), señalado en el PGR (Programa de Gestión de Riesgos) y alineado con el PCMSO (Programa de Control Médico y Salud Ocupacional) para seguimiento y acciones, buscando la 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.

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 la reducción de accidentes y enfermedades ocupacionales, tanto de los colaboradores de Lunelli como de terceros que prestan servicios en las instalaciones de las unidades. Antes del inicio de las actividades, todos los colaboradores pasan por una integración, en la que reciben diversas informaciones importantes para su jornada, entre ellas medidas y reglas para un trabajo seguro.

La información de Salud y Seguridad se comparte también periódicamente, a través de acciones de la CIPA, con elección anual de los representantes, que actúa para formar una cultura de prevención y seguridad a partir de acciones como la SIPAT (Semana Interna de Prevención de Accidentes de Trabajo).

La Brigada de Emergencia, compuesta por 407 colaboradores voluntarios, que son entrenados anualmente para actuar en situaciones de incendios, accidentes de trabajo, derrames de productos químicos, entre otros.

También se realizan los diálogos sectoriales de seguridad, encuentros con una duración aproximada de 15 min, realizados en el propio lugar de trabajo, donde se abordan temas relacionados con la salud, prevención de enfermedades, cuidados en el tránsito, prevención de accidentes laborales y de trayecto, entre otros.

Actualmente, en Lunelli, aplicamos metodologías y herramientas existentes con el objetivo de garantizar la integridad física de nuestros colaboradores. Además de promover capacitaciones sobre riesgos específicos y cursos de seguridad, según lo determinado por las Normas Reguladoras y la Legislación Laboral.

Accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.	2022	2023	2024
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.	1372	364	612
Número total de óbitos relacionados al trabajo.	0	0	0
Número total de accidentes con baja o certificados médicos.	95	65	79

Brigada “Mirim” (Brigada de niños)

Considerando que nuestra Brigada de Emergencia siempre ha sido un motivo de gran orgullo para Lunelli, decidimos expandir el programa, creando así el proyecto de la “Brigada Mirim Lunelli”, brindando a los hijos de nuestros colaboradores la adquisición de diversos conocimientos al mismo tiempo que expande y amplía la cultura de cuidado de Lunelli más allá de nuestros colaboradores, impactando también a sus familias.

El proyecto contempla a niños de 7 a 10 años, que reciben clases con profesionales de las áreas de seguridad, viviendo y aprendiendo sobre primeros auxilios, prevención y educación en redes sociales, educación ambiental, educación en el tránsito, prevención y educación contra el acoso escolar y diversas otras actividades que ayudarán a los niños en su formación técnica y personal.

En 2024, realizamos la primera clase de la Brigada Mirim en nuestras unidades de Paraguay.

El Programa SOL de Lunelli es una iniciativa enfocada en la promoción de Seguridad, Organización y Limpieza en todos los sectores de la empresa. Basado en los principios de 5S, el programa busca alcanzar la excelencia operativa a través de prácticas consistentes y colaborativas.

En 2024, el programa SOL contó con la actuación de 190 auditores dedicados, que realizan auditorías mensuales para evaluar y mejorar las prácticas en los sectores. Estos auditores son verdaderos agentes de mejora continua, siempre dispuestos a aclarar dudas, ofrecer orientaciones y, sobre todo, incorporar los valores del 5S en sus actividades diarias.

El programa también promueve oportunidades de capacitación y momentos específicos de reflexión, llevando a cabo acciones de concienciación y movilización en toda la fábrica. Durante estas acciones, se analizan las posibilidades de reutilización de materiales y el intercambio de recursos, destacando la iniciativa “SOL en Acción”. Esta acción enfatiza la importancia de la concienciación y de la correcta eliminación de residuos, alineándose con los principios de sostenibilidad.

El compromiso de los auditores del SOL va más allá de las auditorías mensuales, reflejándose en cada acción cotidiana. Este trabajo contribuye significativamente a la creación de un ambiente de trabajo más seguro, organizado y limpio, alineado con los objetivos de sostenibilidad y eficiencia de Lunelli.

PROVEEDORES

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

Siempre buscamos cultivar una relación cercana con nuestra cadena de suministro, que está dividida 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 relacionados con la sostenibilidad, considerando los impactos ambientales, los riesgos involucrados con las relaciones laborales de terceros, sobre todo en procesos de confección subcontratada. Por eso, buscamos evolucionar en nuestros procesos de contratación e influir con buenas prácticas.

Con enfoque en la homologación y trazabilidad de la cadena de suministro, establecemos criterios sociales para la contratación de servicios de industrialización, dado que los principales riesgos de trabajo irregular están asociados a este segmento, incluyendo la subcontratación. Como servicio de industrialización entendemos las categorías de subcontratación y producto terminado (outsourcing).

Subcontratación: suministro de mano de obra para procesos específicos de producción.

Producto terminado (outsourcing): suministro de producto finalizado, tanto en el modelo nacional como internacional.

Para mitigar riesgos, todas las contrataciones deben seguir procedimientos formales, incluyendo la presentación periódica de documentos para garantizar el cumplimiento de la legislación laboral, además de la capacitación continua de los prestadores de servicios internos en seguridad laboral.

Reconocemos que, en la subcontratación y en el outsourcing, pueden existir desafíos relacionados con la libertad de asociación sindical, la negociación colectiva y los riesgos de violaciones del trabajo digno. Por eso, seguimos monitoreando activamente estos aspectos en nuestra cadena de suministro.

Además, para garantizar criterios ambientales más rigurosos, homologamos proveedores de productos químicos, basándonos en la conformidad sostenible, alcanzando un índice del 62% de proveedores certificados hasta el momento.

Cadena de valor de Lunelli

Industria de Fibras y Filamentos	Proveedores de fibras y filamentos, productos químicos y naturales.
Textil	Unidad propia y proveedores de beneficios para los tejidos, telares, y telas
Confección	Unidades propias y proveedores de confección y producto terminado
Clientes/ Industria	Clientes Lunelli Beneficiamientos y Private Label
Clientes/ Red minorista	Tiendas propias, comercio electrónico, Franquicias, Representantes y Tiendas Multimarcas.
Consumidor	Consumidores de las marcas Lez a Lez, Lunender, Hangar 33, Alakazoo, Fico y Vila Flor.

Cadena de Suministro (2-29, 204-1, 301-1)

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

Contamos con una red calificada de proveedores de servicios de industrialización, que desempeñan un papel estratégico en nuestra cadena productiva.

Nuestro compromiso con el desarrollo de la industria nacional se refleja en la distribución de nuestras inversiones. El 98,8% del valor gastado en servicios de industrialización se destina a proveedores nacionales, mientras que solo el 1,2% corresponde a proveedores internacionales. Además, en la categoría de subcontratos, todos los proveedores están ubicados en territorio nacional, fortaleciendo la economía local.

334 Proveedores de Servicios de Industrialización

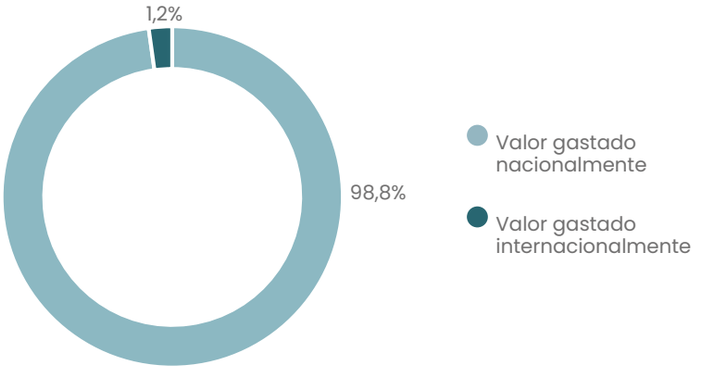
- **21,5%** Outsourcing
- **78,5%** Subcontratados

Actualmente, trabajamos con 535 proveedores de materia prima, distribuidos en las siguientes categorías:

- **10%** Hilos
- **17%** Tejido plano
- **17%** Productos químicos y auxiliares
- **24%** Envases
- **32%** Accesorios

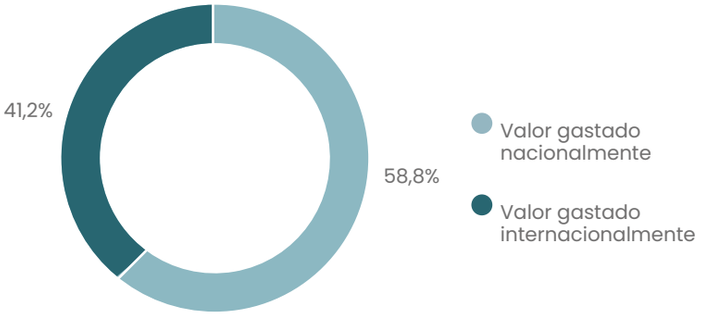
Distribución de la Cadena de Suministro:

Servicios de Industrialización



En relación con el origen de nuestras materias primas, el 41,2% del valor gastado proviene de proveedores internacionales, mientras que el 58,8% del total se adquiere en el mercado nacional.

Materia Prima



También buscamos garantizar un suministro sostenible y responsable de materia prima, contando con una base diversificada de proveedores nacionales e internacionales.

Contamos con proveedores nacionales e internacionales para hilos, tejidos y químicos, garantizando acceso a insumos esenciales para nuestra producción. En cuanto a accesorios y envases, priorizamos proveedores nacionales, fortaleciendo la industria local.

Cosiendo Moda con Significado

Invitamos aproximadamente a 130 proveedores de costura a un encuentro marcado por contenidos orientados a la cultura, gestión de personas y procesos. Además, realizamos la entrega de un reconocimiento a las empresas destacadas. Este evento refuerza el vínculo con nuestros contratistas, promoviendo una relación de confianza.

Capacitación de Proveedores de Costura

(2-29; 203-2; 413-1)

Este año, comenzamos el segundo ciclo de capacitación de nuestros proveedores de costura. Para esta nueva etapa, contamos con la colaboración del SEBRAE de Santa Catarina. Dentro de la iniciativa, el Sebrae actúa con acciones de capacitación y consultoría a las pequeñas empresas en relación con la gestión financiera, gestión de personas, procesos productivos y sostenibilidad, con el propósito de fortalecer aún más este importante segmento de la economía local.

Al unir fuerzas con los pequeños emprendimientos y el SEBRAE, se crea un círculo virtuoso de aprendizaje y crecimiento, reforzando la competitividad y el éxito colectivo de todos los involucrados.

Con esta asociación, promovemos un impacto positivo en nuestra cadena de valor.

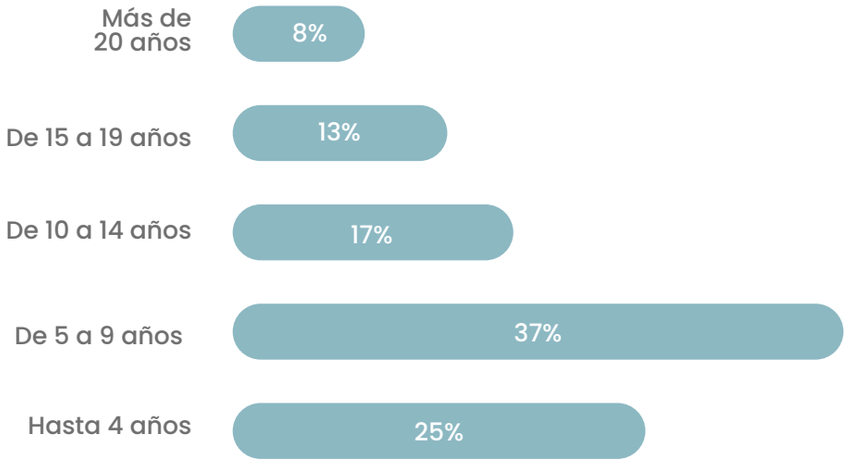
18 Tiempo emprendiendo en el segmento

24 empresas participantes

12 municipios de Santa Catarina

491 personas impactadas

Tempo empreendendo no segmento



El objetivo del programa es promover el desarrollo y la competitividad de los pequeños negocios de la cadena de suministro en sus principales dimensiones competitivas:

- **Productividad, a través de la eliminación de desperdicios;**
- **Calidad, a través de la reducción de rechazos;**
- **Velocidad, aumentando la puntualidad en la entrega de pedidos;**
- **Sostenibilidad, porque creemos en la moda responsable.**

Vínculos y Participación Comunitaria

(203-1; 413-1)

En Lunelli, el compromiso con la comunidad y la responsabilidad social corporativa son parte de la estrategia de sostenibilidad del negocio.Gestionamos la inversión social para potenciar nuestro impacto positivo en la sociedad en general y principalmente en las comunidades en las que operamos.

Los proyectos, las acciones desarrolladas y/o apoyadas consideran tres pilares fundamentales: Ética, Ciudadanía y Actitud. Estos tres pilares orientan el "Preservar es Amar", un proyecto que nació en 2002 como una iniciativa de Educación Ambiental y con el objetivo de influir en la comunidad y en los niños hacia actitudes positivas. Hoy aplicamos el legado de "Preservar es Amar" como concepto orientador para la inversión social de Lunelli.

Tenemos el compromiso con el desarrollo social, ambiental y cultural para contribuir de forma directa e indirecta con los compromisos corporativos de sostenibilidad. La inversión social se realiza de forma estratégica, con prácticas alineadas al papel de corresponsabilidad de la empresa, a través de apoyos a proyectos socioambientales y culturales y con la implementación de proyectos personalizados, mediante donaciones, patrocinios o leyes de incentivos fiscales.

En 2024, realizamos la aportación total de R$ 1.143.338,17 en inversión social.

Siendo R$361.838,71 en donaciones y patrocinios para proyectos y acciones socioambientales y R$781.500,00 a partir del incentivo fiscal para proyectos relacionados con el cuidado de personas mayores, niños y adolescentes, incentivo al deporte y la cultura.

Ítem / Año	2024
DONACIONES FILANTRÓPICAS*	R$ 361.838,17
APORTES POR LEYES DE INCENTIVO FEDERAL Y ESTADUAL	R$ 781.500,00
TOTAL	**R$ 1.143.338,17**

*Para donaciones, no se consideran valores patrocinados a eventos o proyectos de marketing o promoción de productos con sesgo comercial. Las donaciones filantrópicas incluyen solo contribuciones financieras y donaciones de bienes y servicios a organizaciones no gubernamentales o sin fines de lucro.

Proyectos e Iniciativas Apoyadas

Iniciativas de apoyo y donaciones

Juntos por Río Grande del Sur

Desde el inicio del mes de mayo de 2024, movilizamos esfuerzos y proporcionamos ayuda a las personas afectadas por el desastre en Rio Grande do Sul.

Actuamos en frentes estratégicas para atender y apoyar a la comunidad, nuestros representantes, clientes y proveedores de la región. Realizamos un mapeo de impacto para nuestros equipos, representantes y colaboradores. También mapeamos los impactos en nuestras operaciones de venta al por menor y clientes de confección y tejidos, así como de nuestros proveedores del estado de RS. Realizamos un análisis crítico del impacto financiero en la caja, cuentas por cobrar y ciclo financiero.

Nuestras acciones fueron inmediatas, con la suspensión de la cobranza activa a los clientes, suspensión de la negativación de títulos en atraso, prórroga y fraccionamiento de los títulos a demanda del área comercial. Como apoyo al equipo comercial, realizamos el adelanto de comisiones para nuestros representantes de la región y apoyo a las franquicias con operaciones afectadas.Actuamos con fuerza para viabilizar la recolección, donación y entrega de materiales a las comunidades, desde alimentos, ropa, medicamentos, higiene, limpieza, colchones y mantas.

En números:

5.250 kilos de materiales donados

3.150 kilos de materiales transportados en helicóptero

6.725 mantas y cobijas para adultos, niños y mascotas

Campaña interna:

Promovimos una campaña interna de donaciones, estableciendo puntos de recolección en todas nuestras unidades, en colaboración con la Alcaldía de Jaraguá do Sul y el Núcleo de Voluntariado Corporativo de ACIJS, además del Núcleo de Transportadoras, facilitamos el envío a RS.

Como resultado, recolectamos 1.150 cajas con alimentos, agua, artículos de higiene personal, artículos de limpieza, ropa, abrigos y mantas. Y, además, más de 200 cestas básicas armadas, kits de limpieza, colchones, alimento para animales, cochecitos y cunas.

Pensando más allá del momento de calamidad, buscamos alternativas para promover la reconstrucción y el regreso a la normalidad en la vida de las personas afectadas. Un equipo de profesionales de Gestión de Personas se trasladó a Rio Grande do Sul para ofrecer oportunidades de reinicio a los afectados. Esta oferta incluía un puesto de trabajo en una de nuestras unidades y un amplio paquete de beneficios para la estabilización de estos profesionales en una nueva realidad. Los contratados y sus familias recibieron transporte para conocer nuestras unidades, fueron alojados en residencias amuebladas, con el alquiler pagado íntegramente por Lunelli durante los primeros 6 meses, recibiendo ayuda para la adquisición de alimentos durante los primeros 90 días. Después de este período, los colaboradores permanecieron en sus casas y recibieron los muebles como un regalo de Lunelli.

Actuamos en las misiones con nuestro helicóptero para la entrega directa de suministros, ropa, alimentos, agua, medicamentos y alimento para animales a diversas ciudades de la región del Valle de Taquari y de la Región Metropolitana de Porto Alegre, transportamos más de tres toneladas de materiales.

Realizamos misiones con más de 15 puntos para el reconocimiento de áreas e identificación de comunidades aisladas con necesidad de abastecimiento y lugar de aterrizaje para atención, en el Valle de Taquari-RS.

Ciudades atendidas por las misiones aéreas:

Lajeado, Belém Novo, Garibaldi, Muçum, Roca Sales, Arroio do Meio, São José do Herval, Novo Hamburgo, Canoas y Porto Alegre.

En nuestra unidad Outbox, producimos y enviamos al Rio Grande do Sul más de 6.000 mantas para adultos, niños y mascotas.

Una iniciativa que contó con el apoyo de socios para viabilizar la producción y donación.

Accede al código QR y consulta las acciones que realizamos para apoyar a las personas y socios afectados por las lluvias.

Programa Protector Ambiental (PROA) - Política Militar Ambiental

Brindamos apoyo al PROA como una forma de fortalecer nuestros tres pilares fundamentales de la inversión socioambiental: Ética, Ciudadanía y Actitud. Creemos que la promoción de la educación ambiental y la formación de protectores ambientales juegan un papel fundamental en la construcción de una sociedad más consciente.

El Programa Protector Ambiental (Proa) se centra en la educación informal de adolescentes de la red pública y privada de enseñanza sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente. Para ello, el PROA busca difundir conocimientos sobre factores bióticos y abióticos a adolescentes de entre 12 y 14 años, a través de actividades teóricas y prácticas desarrolladas y/o coordinadas por policías militares del BPMA (Batallón de Policía Militar Ambiental), así como invitados de otras instituciones.

Las disciplinas impartidas en el PROA incluyen: ciudadanía; ecología; gestión de flora, fauna, residuos y recursos hídricos; conocimiento sobre unidades de conservación y legislación. Los Protectores Ambientales realizan salidas de campo, viajes de estudio, limpieza de manantiales, blitz ecológicas y actividades de carácter social con las comunidades donde viven.

Colores: La Expresión de la Mujer Lez a Lez

En homenaje al Octubre Rosa, Lez a Lez presentó una colección de obras de arte que celebraron la fuerza y la belleza femenina.

Referente al Octubre Rosa, se realizó la subasta de obras auténticas desarrolladas por artistas de Lunelli, que unieron moda y propósito en pro de la concienciación sobre el cáncer de mama.

La subasta benéfica de las obras se realizó con el 100% del valor recaudado destinado a las Redes Femeninas de Combate al Cáncer de Jaraguá do Sul y Guaramirim, Santa Catarina. Además, Lunelli duplicó el monto recaudado, ampliando el impacto de la donación.

La exposición nació con el propósito de presentar trabajos de arte con la manifestación de la belleza de la mujer, desde una óptica sensible y sofisticada, a partir de una mirada a su origen: la naturaleza de la belleza.

El valor total de R$ 23.310,00 recaudado y donado a las instituciones.

El evento de lanzamiento de la subasta se realizó en nuestra tienda Lez a Lez, Jaraguá do Sul, con la presencia de nuestros colaboradores, diseñadores, autores de las obras de arte y el equipo representante de las instituciones apoyadas en la acción.

Sepa más

Proyectos Incentivados

En 2024, realizamos el apoyo y el seguimiento de 13 proyectos, entre Cultura, Deporte, Fondo de la Niñez y Adolescencia y Fondo del Anciano.

Generamos y promovimos un impacto positivo en la vida de 10.252 personas directas, a través de los proyectos apoyados.

Ley de incentivo	Valor aportado	Representatividad con relación al Total	Número de personas beneficiadas directamente
LEYES DE INCENTIVO A LA CULTURA - FEDERAL Y ESTADUAL	R$ 420.000,00	53,7%	8747
LEY FEDERAL DE INCENTIVO AL DEPORTE	R$ 105.000,00	13,4%	400
FONDO DEL NIÑO Y DEL ADOLESCENTE	R$ 105.000,00	13,4%	490
FONDO DEL ADULTO MAYOR	R$ 105.000,00	13,4%	360
PRONAS² PRONAS²	R$ 46.500,00	6,0%	255
TOTAL	**R$ 781.500,00**	**100%**	**10.252**

PRONON¹: Programa Nacional de Apoyo a la Atención Oncológica.
PRONAS²: Programa Nacional de Apoyo a la Atención de la Salud de la Persona con Discapacidad

Proyectos Destacados:

CULTURA

Fábrica de Lectores

El proyecto Fábrica de Lectores se llevó a cabo en 12 ciudades de Santa Catarina, entre abril y agosto de 2024, involucrando 101 escuelas y beneficiando a 8.747 niños. Durante el período, se realizaron 368 presentaciones. El proyecto integró diversas áreas culturales, ofreciendo una experiencia interactiva e inmersiva de arte-educación, que combinó teatro, literatura y narración de cuentos. El objetivo principal fue fomentar la alfabetización y el gusto por la lectura entre los alumnos de segundo y tercer año de la educación primaria de escuelas públicas, utilizando la ludicidad y la imaginación como herramientas esenciales.

¡Esta iniciativa fue una excelente manera de despertar el amor por la lectura en los niños!

Más información en: https://marte.art.br/fabricadeleitores2/

En las ciudades donde estamos presentes con nuestras unidades, se atendieron 30 escuelas de la red pública de enseñanza.

Fábrica de Lectores – Guaramirim

Se beneficiaron 16 escuelas, como la Escuela Profesora Alice Oliger Dias, la EMEF Concejal Armin Bylaardt y el Grupo Escolar Padre Mathias Maria Stein.

Fábrica de Lectores - Luiz Alves

Se beneficiaron 05 escuelas, como la EM Celeste Scola, EBM Prof. Rafael Rech y la EM Vendelim Schweitzer.

Fábrica de Lectores - Massaranduba

Se beneficiaron 06 escuelas, como la EMEF Ministro Pedro Aleixo, EMEF Alto Luiz Alves y la EMEF Profa. Araci Duarte.

Fábrica de Lectores - Barra Velha

Se beneficiaron 3 escuelas, como la EBM Profa. Antônia Gasiano de Freitas, la ERM Prof. João Manoel da Silva y la ERM Profa. Maria Lindamir de Aguiar Barros.

ADULTO MAYOR

Reaprendiendo a Vivir - Mantenimiento del Centro de Rehabilitación Visual del Adulto Mayor

El proyecto Reaprendiendo a Vivir es realizado por la Sociedad de Asistencia a los Ciegos de Fortaleza/CE y buscó realizar el mantenimiento y mejora de los servicios del Centro de Rehabilitación Visual del Adulto Mayor y la constitución de una sala de AVD (Actividades de la vida diaria para adultos mayores), con atención de hasta 300 (trescientos) adultos mayores a partir de los 60 años de edad, anualmente, provenientes de Fortaleza y la región metropolitana. Los servicios se realizan en la comunidad por demanda espontánea y/o derivaciones realizadas por instituciones que trabajan directamente con el público objetivo.

Instituto Casa Sabios

En 2024, mantuvimos nuestro apoyo al Instituto Casa Sabios, a través de la inversión por ley de incentivo y donaciones de materiales y acciones voluntarias. 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, comprobablemente sin condiciones de ser acogidos por sus familias, buscando la preservación de su salud física y mental.

El Proyecto “Línea del Tiempo: Un Camino hacia un envejecimiento activo y saludable”, apoyado por Lunelli, atiende a 60 ancianos y tiene como objetivo promover un espacio de encuentro, con vistas al diálogo y a la recuperación de sus saberes y experiencias.

Programa 60+

El Programa 60+ es realizado por el Hospital São José de Jaraguá do Sul/SC, con el principal objetivo de calificar la atención al paciente adulto mayor, proporcionando más humanización, dignidad y seguridad durante el tratamiento de salud en el Hospital. En 2024, apoyamos el proyecto “Mucho + Cuidado”, parte del programa 60+, que buscó ampliar el tratamiento semi-intensivo a los pacientes mayores, con enfoque en el cuidado intensivo y atención multidisciplinaria al adulto mayor.

Se realizaron implementaciones y ampliaciones de 10 camas para la Unidad de Cuidado Intermedio, campañas de promoción y orientación a los familiares, capacitación y calificación de los profesionales, atención cardiovascular especializada y aplicación de protocolos de rehabilitación.

NIÑO Y ADOLESCENTE

AMA - Asociación de Amigos de los Autistas de Jaraguá do Sul

Adquisición e implementación de dos espacios multifuncionales con estructuras y equipos adaptados a las necesidades específicas del autista y, en consecuencia, el aumento de las posibilidades de desarrollo de los usuarios, promoción de habilidades cognitivas, sensoriales, motoras y sociales, a través de propuestas lúdicas para cada grupo de edad y perfil del usuario, favoreciendo una intervención individualizada, humanizada e inclusiva.

Además del incentivo al proyecto, en 2024 realizamos la producción y donación de la camiseta alusiva a Abril Azul y utilizada en la campaña de recolección de donaciones y sensibilización con la comunidad de la región.

APAE JARAGUÁ DO SUL

Brindamos apoyo al proyecto de Psicomotricidad de la APAE Jaraguá do Sul/SC, que buscó ofrecer atenciones a través del método de psicomotricidad para 80 beneficiarios, con el objetivo de promover el desarrollo psicomotor de niños de cero a seis años, con sospecha y/o diagnóstico de Discapacidad Intelectual -DI, Trastorno del Espectro Autista - TEA y Retraso Global del Desarrollo - AGD.

Programando y Aprendiendo

El proyecto Programando y Aprendiendo es realizado por el Instituto Idear, consiste en la enseñanza de lógica de programación de computadoras para niños y adolescentes de Maracanaú/CE, mediante la utilización de un ambiente interactivo y lenguaje visual en el que los niños aprenden lógica de programación, desarrollo de juegos y aplicaciones. El proyecto está compuesto por módulos específicos, actividades complementarias y desafíos de lógica, involucrando percepción, matemáticas, interpretación y razonamiento lógico.

DESPORTE

SELETO Club Deportivo

La Escuela oficial del SELETO tiene como objetivo atender a la comunidad y la región con 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. El proyecto atiende a 350 niños y niñas de 6 a 16 años, siendo el 80% alumnos 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 (camiseta, pantalón corto y medias) gratuitamente y no hay cobro de tasas de matrícula y mensualidad.

Este proyecto es apoyado por Lunelli desde 2017, con seguimiento de las actividades y orgullo en contribuir al desarrollo de los niños y adolescentes.

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 Brasil. Ideado por el atleta olímpico curitibano Juraci Moreira, el proyecto atiende a 1.300 niños y adolescentes en 25 núcleos repartidos por Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Distrito Federal, Goiás, Espírito Santo, Bahía, Ceará y Sergipe.

La Escuelita de Triatlón Formando Campeones, en Maracanaú/CE, atiende a 50 niños, tiene la ejecución de la Federación de Triatlón del Estado de Ceará, con el apoyo del Instituto Lucimário Caitano y se viabiliza por la Ley de Incentivo al Deporte.

El proyecto tiene como objetivo proporcionar a niños y adolescentes, entre 8 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

PRONON Y PRONAS

PRONON - Programa Nacional de Apoyo a la Atención Oncológica

Proyecto realizado por la Asociación Hospitalaria São José de Jaraguá do Sul, con el objetivo general de ampliar la cantidad de Tomografías Computarizadas para Diagnóstico y Planificación de Radioterapia del Hospital São José de Jaraguá do Sul.

PRONAS - Programa Nacional de Apoyo a la Atención de la Salud de la Persona con Discapacidad

Proyecto de Ampliación de los Servicios Médico-Asistenciales para Personas con Discapacidad realizado por la APAE de Guaramirim, con el objetivo principal de atender la creciente demanda de servicios especializados dirigidos a personas con discapacidad, reduciendo las listas de espera y proporcionando una atención más amplia e inclusiva.

VOLUNTARIADO

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

BIEN... A NUESTRA MANERA

NAVIDAD FELIZ

Como destacado del año, la acción Navidad Feliz involucró a voluntarios de todas las unidades de Lunelli en Brasil y Paraguay. En 2024, se recolectaron y donaron más de 5,600 kilos de alimentos y productos de higiene personal, con un total de 536 cestas especiales montadas y entregadas a 13 instituciones que brindan atención a la comunidad y a personas en situación de vulnerabilidad social.

PEAJE AMA

Participamos en el Peaje de la AMA, con la presencia de 21 voluntarios, ayudando en la recaudación financiera para el mantenimiento de la entidad.

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 la destinación de los sellos recolectados en una campaña interna, que se intercambian por sillas de ruedas para la atención de la comunidad. Campañas de recolección de alimentos, ropa de abrigo, acciones de educación ambiental, entre otras.

MEDIO AMBIENTE

Buscamos reducir y mitigar el impacto negativo generado al medio ambiente, invirtiendo en procesos ecoeficientes y responsables, innovando en materiales y productos con atributos de sostenibilidad.

Moda Consciente

(301-1; 301-2; 301-3)

La moda consciente busca crear una cadena de valor más sostenible, en la que la belleza y la innovación coexisten con la responsabilidad social y ambiental. Para componer nuestros productos, utilizamos materiales con atributos de sostenibilidad, que provienen 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 de BCI – Better Cotton Initiative, una asociación que surgió para mejorar la producción global de algodón 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. BCI es responsable de conectar personas y organizaciones, desde el campo hasta las tiendas, promoviendo mejoras continuas en la cadena de algodón, para las personas, para el medio ambiente y para el futuro del sector en su conjunto.

Para 2024, utilizamos el 99,88% 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 a través de un riguroso proceso que reduce el impacto ambiental y que cumple con las normas FSC© o PEFC. También utilizamos el Canopy Hot Button Report como referencia para clasificar a nuestros proveedores de viscosa responsable.

Canopy es una organización ambiental sin fines de lucro, que trabaja para proteger los bosques ancestrales y amenazados del mundo. Esta iniciativa colabora con marcas para implementar políticas de abastecimiento que garanticen que los bosques ancestrales y amenazados no terminen siendo utilizados en textiles.

Utilizamos el 100% de hilos de viscosa responsable en 2024.

En asociación con Lenzing, Lunelli fue la primera empresa textil de Brasil en utilizar la viscosa ecológica Lenzing EcoVero™.

LENZING EcoVero™

Las fibras LENZING™ ECOVERO™ son fibras celulósicas derivadas de la madera, una materia prima natural. Naturalmente ligeras, las fibras LENZING™ ECOVERO™ confieren a los tejidos una suavidad táctil y un drapeado fluido. Los procesos de producción de las fibras se perfeccionan continuamente para maximizar la eficiencia de los recursos y minimizar el impacto ambiental. En consecuencia, las emisiones de carbono y el consumo de agua en la producción de las fibras LENZING™ ECOVERO™ son, al menos, un 50% menores en comparación con las fibras de viscosa genéricas, según la Higg MSI*

Tencel Modal Lunelli

Las fibras TENCEL™ Modal son fibras celulósicas derivadas de la madera, una materia prima natural. La sección transversal de las fibras TENCEL™ Modal y su tenacidad favorecen la suavidad de los tejidos, permitiéndoles soportar ciclos repetidos de lavado y secado. El proceso de producción del TENCEL™ Modal se basa en una tecnología altamente eficiente en términos de recursos, con altas tasas de recuperación de productos químicos. Según la Higg MSI*, las emisiones de carbono y el consumo de agua en la producción de la fibra TENCEL™ Modal son, al menos, un 50% más bajos en comparación con las fibras de modal genéricas.

Tencel™ Liocel

Lunelli

Las fibras TENCEL™ Liocel son fibras celulósicas derivadas de la madera, una materia prima natural. Son conocidas por su perfil de alta tenacidad y alta absorción de humedad, ofreciendo un mayor nivel de confort térmico al usuario. El TENCEL™ Liocel también es conocido por su innovador proceso de producción en circuito cerrado. La pulpa de madera se transforma en fibras celulósicas, mientras que más del 99,8% del solvente se recupera y se reintroduce en el ciclo, resultando en un desperdicio casi nulo.

Las fibras LENZING™ se fabrican a partir de madera, una materia prima natural y renovable, obtenida cuidadosamente de bosques gestionados de manera responsable, de orígenes controlados o certificados, que cumplen con las normas FSC© o PEFC siguiendo las estrictas directrices de la Política de Madera y Pulpa de Lenzing (Lenzing Wood and Pulp Policy).

Lenzing también promueve soluciones de conservación para proteger bosques ancestrales y amenazados. En 2017, Lenzing fue el primer productor de fibra de celulosa en completar la auditoría de verificación de la Iniciativa CanopyStyle.

Los esfuerzos de Lenzing fueron reconocidos con la “Camisa Verde Oscura” (Dark Green Shirt), la mejor clasificación en el Canopy Hot Button Report.

Las fibras LENZING™ ECOVERO™, TENCEL™ Modal y TENCEL™ Liocel están certificadas con la ampliamente reconocida etiqueta ecológica de la UE para productos textiles. Esta etiqueta se otorga a productos que cumplen con altos estándares ambientales. Los principales criterios de evaluación incluyen procesos de producción que limitan el uso de sustancias nocivas para la salud humana o para el medio ambiente y que minimizan los principales impactos ambientales a lo largo de todo su ciclo de vida.

*Resultados basados en las normas LCA (ISO 14040/44) y disponibles a través de la certificación Higg MSI (Versión 3.7)

Moda Circular

Lunelli reafirma su compromiso con la sostenibilidad a través de la iniciativa Moda Circular, consolidando nuestro camino hacia un modelo de negocio más responsable. Esta línea se basa en la utilización de fibras textiles recicladas, promoviendo la reducción de residuos y la valorización de materiales reutilizados. El proceso comienza con la recolección de residuos textiles provenientes de nuestras operaciones industriales, como retazos, orillas de rama y recortes. Esta etapa es llevada a cabo por una empresa asociada especializada, que realiza la separación manual de los materiales por color. Luego, los residuos pasan por los procesos de desfibrado y cardado, transformándose en fibras listas para el hilado.

Los productos resultantes de este proceso están certificados por el Global Recycled Standard (GRS), asegurando la trazabilidad y el cumplimiento de estándares internacionales de reciclaje. Después de la producción de las fibras recicladas, el material regresa a nuestro flujo productivo, siendo utilizado en el tejido, corte, modelado y confección de nuevas piezas. **En 2024, esta iniciativa permitió la destinación de 2,584 toneladas de residuos textiles para reciclaje,** reforzando nuestro compromiso con la reducción del impacto ambiental y la promoción de una moda más sostenible.

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 además reducimos el consumo de colorantes, sales, ácidos y auxiliares presentes en el proceso de teñido, contribuyendo ecológicamente en toda la cadena textil.

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, se necesitan solo 250 ml, es decir, **1 vaso de agua, generando una reducción de hasta el 99% en el consumo.** Además, usamos ozono, productos biodegradables, biopulido y reutilizamos el agua involucrada en este proceso. También aplicamos láser para hacer los efectos de "desgaste" del vaquero, sustituyendo el proceso de lavandería con agua y produciendo una prenda con técnicas más limpias y libres de productos químicos.

Saiba mais:

Embalaje biodegradable y compostable

En la marca Lez a Lez, adoptamos **envases desarrollados con plástico 100% reciclado** y ácido graso derivado del aceite de coco de palma. La biodegradación, en un ambiente controlado, puede tardar hasta 2,5 años. Para 2024, estos envases representaron más de 4,5 millones de unidades compradas.

Programa ZDHC(Cero Descarga de Productos Químicos Peligrosos)

El programa Cero Descarte de Productos Químicos Peligrosos (ZDHC) tiene como objetivo **eliminar el consumo de sustancias nocivas utilizadas en la industria textil**. En colaboración con la SGA, nuestro equipo de compras realiza el cambio de proveedores de acuerdo con los criterios necesarios para el programa.

ZDHC

Procesos Ecoeficientes

Desde el año 2006, Lunelli Beneficiamientos en Brasil está certificada bajo la norma ISO 14001. Sin embargo, en 2024, la unidad Lunelli Paraguay, en Minga Guazú, recibió por primera vez la certificación. Esta certificación es más que un reconocimiento, es un compromiso con la reducción y mitigación de los impactos ambientales.

La ISO 14001 es una certificación internacional que valida el Sistema de Gestión Ambiental, el cual abarca un conjunto de normas y procesos que deben ser adoptados por empresas que buscan tener una actuación ecológicamente correcta.

A través del Sistema de Gestión Ambiental (SGA), se busca la prevención de la contaminación, la reducción y mitigación de los impactos negativos y la promoción de los impactos positivos, reduciendo la generación de residuos, el consumo de agua, de energía y la emisión de gases.

Como parte de la búsqueda de la prevención de la contaminación y el uso consciente de los recursos naturales, avanzamos en la digitalización de procesos internos, reduciendo
significativamente el consumo de papel. En 2024, esta iniciativa resultó en el ahorro de más de 72,5 mil hojas, contribuyendo a la preservación ambiental y a la eficiencia operativa.

Entre las principales acciones implementadas, destacamos la automatización de contratos jurídicos y la implementación de la aplicación “Soy Lunelli”, orientada a la comunicación interna. A través de la aplicación, documentos como la nómina y otros comunicados corporativos comenzaron a ser disponibles digitalmente, eliminando la necesidad de impresiones y promoviendo mayor agilidad y sostenibilidad en los procesos.

La mayor estamparía digital de Brasil

Estampamos 7,9 millones de metros de tejidos de forma digital en 2024. 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, un 15% en el consumo de agua en comparación con la tradicional estampación rotativa y resulta en un tejido con mayor poder de lavado y calidad. Además del ahorro de recursos naturales, la estampación digital también elimina pérdidas y generación de residuos durante el proceso de ajuste de diseño y reduce significativamente (90%) el tamaño de muestras para la verificación de colores.

Agua

(303-1; 303-3; 303-5)

En Lunelli, reforzamos continuamente la importancia del uso responsable y consciente del agua en nuestras operaciones. Mantenemos el abastecimiento hídrico de nuestras unidades a través de la captación de agua de ríos, concesionarias locales, pozos y sistemas de captación de agua de lluvia, garantizando el cumplimiento de las normas y regulaciones ambientales.

Dentro de nuestro ciclo productivo, el mayor consumo de agua ocurre en las unidades que utilizan procesos de beneficiado, estampación y tintorería. **Lunelli Beneficiamientos - Brasil, ubicada en Corupá/SC, es responsable de aproximadamente el 72,5% del consumo de agua de todas las unidades, captándola del Ribeirão Grande do Norte.** Después de la captación, el agua se almacena en lagunas y pasa por el tratamiento en la estación de tratamiento de agua (E.T.A.) antes de ser utilizada en los procesos productivos. De la misma manera, Lunelli Beneficiamientos - Paraguay, ubicada en Minga Guazú, capta agua del río Monday y sigue el mismo procedimiento de almacenamiento y tratamiento antes de su utilización.

En nuestra unidad de costura, en Maracanaú/CE, disponemos de un sistema de captación de agua de lluvia, almacenada en cisternas. Esta agua se utiliza para el abastecimiento de los baños, lavado de pisos y otras demandas operativas, especialmente durante los períodos de mayor pluviosidad, reduciendo la dependencia del abastecimiento convencional.

Para otras unidades, la principal fuente de agua es la concesionaria local, garantizando conformidad con las normas ambientales y de seguridad. Además, en cuatro unidades productivas del negocio de confección, utilizamos agua proveniente de pozos, siempre adoptando prácticas sostenibles para su uso y conservación.

Agua (mega litros)	2022	2023	2024
Negocio de tejidos (A)			
Abastecimiento por concesionaria	0,66	0,88	1,86
Agua captada en ríos	1.233,17	1.375,78	1.505,47
Agua captada en pozos	0	0	0
Total	**1.233,83**	**1.376,66**	**1.507,96**
Negocio confección (B)			
Abastecimiento por concesionaria	27,43	26,9	25,68
Agua captada en ríos	0	0	0
Agua captada en pozos	16,82	17,16	30,01
Total	**44,25**	**44,06**	**55,69**
Total (A + B)	**1.278,08**	**1.420,72**	**1.563,65**

En 2024, aunque tuvimos un aumento de la producción de tejidos en un 9,7%, conseguimos mantener índices de consumo de agua similares al año de 2023. En 2024 97,8 L/Kg, un valor muy similar al realizado en 2023, de 98,0 L/kg, lo que evidencia una operación más eficiente en relación con el año anterior.

Efluentes

(303-2; 303-4)

Después del uso en los procesos productivos, el agua utilizada en las unidades de beneficiamiento de Brasil y Paraguay se convierte en efluente industrial, mientras que el agua destinada al consumo humano se convierte en efluente sanitario. Ambos son enviados a la estación de tratamiento de efluentes (E.T.E.), donde pasan por tratamiento biológico y fisicoquímico antes de ser devueltos al medio ambiente. El monitoreo mensual asegura el cumplimiento de las legislaciones ambientales vigentes, incluyendo la Resolución 222/02, en Paraguay, y las resoluciones CONSEMA nº 181/2021 y CONAMA nº 430/2011, en Brasil, garantizando que los efluentes tratados cumplan con los estándares establecidos. Los análisis de laboratorio son realizados por instituciones acreditadas por el Instituto de Medio Ambiente (IMA).

En la unidad de Vestuario, en Guaramirim/SC, adoptamos medidas para reducir los impactos ambientales, como la construcción de una nueva estación de tratamiento biológico de aguas residuales. Este sistema minimiza significativamente la cantidad de residuos vertidos en el saneamiento básico local. Para asegurar su eficiencia, realizamos un monitoreo continuo, incluyendo mediciones regulares del pH y otros parámetros de calidad del agua.

Considerando que, en las otras unidades la mayor parte del abastecimiento hídrico proviene de concesionarias, reconocemos la responsabilidad de estas entidades en la disposición de efluentes en cuerpos de agua y en la garantía de su calidad.

Efluentes (mega litros)	2022	2023	2024
Negocio de tejidos (A)	1.037,42	1.302,22	1.375,06
Negocio de confección (B)	2,55	2,46	2,31
Total (A + B)	**1.039,97**	**1.304,68**	**1.375,22**

En 2024, tuvimos una generación de efluentes de 89,1 Litros por kilo de tejido producido, representando una reducción de 3,7 Litros por kilo de tejido producido, en comparación con el año 2023, evidenciando una operación más eficiente en relación con el año anterior.

Energía

(302-1; 302-3)

La matriz energética de Lunelli es diversificada y orientada hacia la sostenibilidad. Nuestra principal fuente de energía eléctrica proviene del mercado libre, complementariamente, utilizamos gas natural en procesos productivos específicos y astillas de madera reforestada como biomasa para alimentar las calderas, reforzando nuestro compromiso con fuentes renovables.

Además, nuestra unidad de almacenamiento y abastecimiento de hilos cuenta con un sistema de captación de energía solar, contribuyendo a la reducción de la dependencia de fuentes externas y a la mitigación de emisiones de carbono.

En las unidades Lunelli Beneficiamientos (Corupá/SC), Lunelli Vestuario (Guaramirim/ SC), Lunelli Comercial (Guaramirim/SC), Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE) y Lunelli Avaré/SP, **aseguramos el uso exclusivo de energía limpia y renovable adquirida en el mercado libre.**

Energía	2022	2023	2024
Negocio de tejidos (A)			
Energía eléctrica (kWh)	25.054.025	26.846.893	28.918.313
Astillas de madera (m3)	106.583	115.140	116.890
Gas natural (m3)	4.655.910	5.484.961	5.872.830
Negocio confección (B)			
Energía eléctrica (kWh)	6.190.336	6.040.131	6.786.416
Gas natural (m3)	80.496	72.001	65.9111
Total (A + B)			
Energía eléctrica (kWh)	31.244.361	32.887.024	35.704.729
Astillas de madera (m3)	106.583	115.140	116.890
Gas natural (m3)	4.736.406	5.556.962	5.938.741

Para mejorar el monitoreo de nuestro consumo de energía eléctrica, realizamos la tasa de intensidad para cada negocio.

Intensidad Energética	2022	2023	2024
Negocio de tejidos			
Energía eléctrica (kWh)	25.054.025	26.846.893	28.918.313
Cantidad de tejido producido (t)	14.072	14.043	15.414
Tasa de intensidad (kWh/t)	1.780,40	1.911,76	1.876,15
Negocio de confección			
Energía eléctrica (kWh)	6.190.336	6.040.131	6.786.416
Cantidad de piezas producidas (piezas)	24.558.082	24.454.926	26.510.357
Tasa de intensidad (kWh/ pieza)	0,25	0,25	0,26

Productos Químicos

(416-1)

Con el objetivo de eliminar el uso de productos químicos peligrosos en nuestros procesos, implementamos la verificación de los productos químicos utilizados, asegurando su conformidad con el programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Esta iniciativa global busca eliminar sustancias nocivas de la cadena de suministro de la industria de la moda, promoviendo una **producción más sostenible y segura para consumidores, trabajadores y el medio ambiente.**

Para garantizar la adecuación al programa, todos los productos químicos utilizados en los procesos textiles de Lunelli pasan por una evaluación rigurosa basada en la Hoja de Datos de Seguridad (HDS). El comité responsable del análisis verifica si los productos están exentos de sustancias restringidas, conforme ZDHC, y presentan **condiciones adecuadas de manejo, garantizando la seguridad de los colaboradores.**

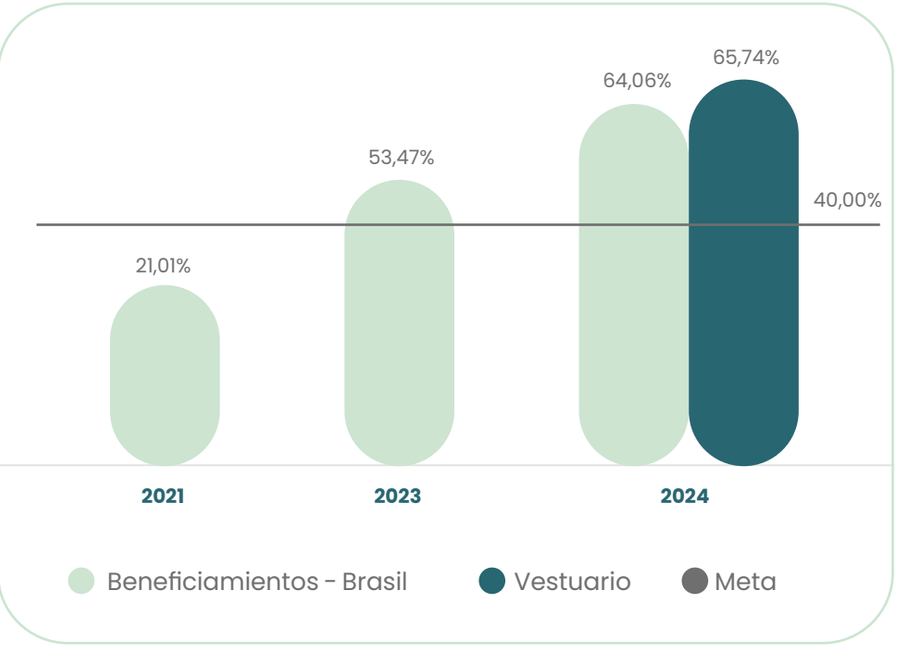
De esta forma, seguimos avanzando en la sustitución de productos químicos por alternativas seguras y libres de sustancias restringidas y en la selección de proveedores de productos químicos socios que cumplan con los requisitos del programa.

Por tercer año consecutivo, la unidad Lunelli Beneficiamientos, responsable del mayor consumo de productos químicos de la compañía, **superó la meta establecida** y continuó avanzando en la implementación de sustituciones.

Cerramos 2024 con un 64,06% de adecuación al programa, registrando un crecimiento de 6,02 p.p. en relación con el año anterior y 24,06 p.p. por encima de la meta estipulada.

Expandiendo este compromiso al negocio de confección, iniciamos, en 2024, el proceso de verificación de los productos químicos en conformidad con el ZDHC en la unidad Lunelli Vestuario, mayor consumidora de productos químicos del Negocio Confección. Durante esta primera evaluación, alcanzamos un 65,74% de conformidad con los criterios establecidos por el programa, un resultado positivo que refleja nuestra dedicación a garantizar procesos cada vez más ecoeficientes y responsables.

Porcentaje de productos en adecuación al ZDHC



Estos avances demuestran nuestra evolución continua y reafirman nuestro compromiso con la mejora constante, la excelencia operativa y la construcción de una industria textil cada vez más segura y ambientalmente responsable.

Residuos

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

En Lunelli, aseguramos la implementación de buenas prácticas en la gestión y eliminación adecuada de residuos en nuestras unidades industriales, garantizando el cumplimiento de las normas ambientales y minimizando los impactos al medio ambiente. Para ello, gestionamos todo el proceso a través de la documentación de la disposición final de los materiales y realizamos auditorías regulares en nuestras unidades productivas.

El fortalecimiento de las iniciativas **5S y del Programa SOL (Seguridad, Organización y Limpieza)** ha sido esencial para mejorar la eliminación correcta y la segregación de materiales. Además, promovemos capacitaciones frecuentes para nuestros colaboradores, concienciándolos sobre la importancia de la separación adecuada de los residuos e incentivando una cultura organizacional orientada hacia la sostenibilidad.

Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua, buscamos constantemente nuevas formas de optimizar el manejo de residuos y reducir

desperdicios. Un ejemplo es el proyecto implementado en la unidad Lunelli Beneficiamientos Brasil, donde las bolsas de plástico de los rollos de hilo comenzaron a ser reutilizadas en los basureros, reduciendo la necesidad de adquirir nuevas bolsas. Esta iniciativa, desarrollada dentro del **programa institucional PNI, promueve la reutilización consciente de materiales, contribuyendo a la reducción del desperdicio y al consumo responsable de recursos.**

No Peligrosos (toneladas)	2022	2023	2024
Reciclaje – tejidos	1.172,84	1.538,72	1.552,97
Reciclaje - confección	1.853,99	2.002,61	2.145,11
Reciclaje - Total	**3.026,83**	**3.541,33**	**3.698,08**
Vertedero- Tejidos	2.706,50	2.441,03	1.835,77
Vertedero- confección	627,95	522,97	553,54
Vertedor - Total	**3.334,45**	**2.964,00**	**2.389,31**
Otros destinos - Total	**2.777,37**	**2.228,90**	**2.291,39**
Total de residuos no peligrosos	**9.138,65**	**8.734,23**	**8.378,79**

Peligrosos (toneladas)	2022	2023	2024
Vertedero – Tejidos	280,89	224,65	178,84
Vertedero – confección.	37,25	33,83	32,67
Vertedero- Total	**318,14**	**258,48**	**211,51**
Otros Destinos - Total	**15,05**	**11,57**	**67,94**
Total de residuos peligrosos.	**333,19**	**270,05**	**279,45**

Residuos (toneladas)	2022	2023	2024
Total de residuos	9.471,84	9.004,28	8.658,24

Para 2024, continuamos evolucionando en la gestión de residuos:

- ↓ 4% de reducción en la generación de residuos
- ↑ 4% de aumento en el envío de residuos no peligrosos para reciclaje
- ↓ 19% de reducción en el envío de residuos a vertederos

Gases de Efecto Invernadero

EJE 3

(305-1; 305-2; 305-3; 305-5)

En Lunelli, reconocemos los impactos causados por el cambio climático y nuestra responsabilidad en relación con el tema. **Por eso, desde 2021, hemos ampliado el alcance de nuestro Inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI), buscando un mapeo cada vez más amplio.** En 2023, avanzamos aún más, incorporando más unidades productivas y tiendas propias al levantamiento.

Nuestro inventario sigue la metodología GHG Protocol, estándar de referencia internacional que garantiza la calidad y precisión en la contabilidad de emisiones.

2021	2022	2023
01 Industria	01 Administrativo	01 Administrativo
	02 Industria	03 Industria
	02 Unidades de costura	02 Unidades de costura
		02 Centros de distribución
		10 Tiendas propias

Alcance 1
Emisiones directas de fuentes propiedad de la organización del inventario o controladas por ella.

Alcance 2
Emisiones indirectas derivadas de la generación de energía eléctrica y/o térmica adquirida por la organización.

Alcance 3
Emisiones vinculadas a las operaciones de la empresa de las que ésta es indirectamente responsable.

Emisiones de GEE (tonCO2eq.)	2022	2023
Alcance 1 (A)	**36.312,06**	**41.228,69**
Combustión móvil	317,29	362,07
Combustión estacionaria	10.479,88	18.601,21
Emisiones fugitivas	866,45	129,26
Procesos industriales	24.263,00	21.793,00
Efluentes líquidos	385,45	343,15
Alcance 2 (B)	**1.031,26**	**951,12**
Adquisición de energía eléctrica (localización)	1.031,26	951,12
Adquisición de energía eléctrica (opción de compra)	-	-
Alcance 3 (C)	**70.821,52**	**68.790,48**
Bienes y servicios comprados	52.444,57	54.158,94
Combustible y energía (excepto alcance 1 y 2)	1.542,88	1.370,65
Transporte y distribución upstream	9.891,40	7.383,31
Viajes de negocio	1.943,10	1.725,57
Traslado de funcionarios	1.638,82	1.715,86
Bienes arrendados	103,79	202,44
Residuos sólidos	3.246,12	2.229,95
Efluentes líquidos	10,83	3,76
Total (A + B + C)	**108.164,84**	**110.970,28**

Sabemos que este es solo el comienzo de nuestro mapeo de emisiones, ya que nuestro objetivo es ampliar aún más el Inventario de Gases de Efecto Invernadero, cubriendo un mayor número de unidades y tiendas.

En el Alcance 2, la elección de la matriz energética tiene un impacto directo en los resultados. De esta forma, utilizamos el mercado libre de energía para cuatro de nuestras empresas, garantizando el uso de fuentes 100% renovables. **En 2023 consumimos 23.201,917 MWh de energía renovable incentivada, lo que supuso una reducción de 894,99 tCO2 equivalente.**

Por ello, en 2024 avanzaremos con la migración de otra unidad, pasando a ser cinco unidades operando bajo este modelo: Procesamiento – Brasil, Confección, Comercial, Nordeste y Avaré. Este progreso refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad y la reducción de nuestra huella de carbono.

RESUMEN GRI

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 2: Contenidos Generales 2021				
2-1	Detalles de la organización	Lunelli Participaciones Ltda. - Página 31	16	Ética e Integridad
2-2	Entidades incluidas en el informe de sostenibilidad de la organización	El contenido presentado aquí abarca todas las empresas Lunelli.	16	Ética e Integridad
2-3	Periodo del informe, frecuencia y punto de contacto	Este informe se publicó en abril de 2025.	16	Ética e Integridad
2- 4	Reformulación de informaciones	Em 2024, no hubo reformulación de informaciones	16	Ética e Integridad
2-5	Verificación externa	En esta edición no optamos por la verificación externa.	16	-
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Página 12	16	Ética e Integridad
2-7	Empleados	Página 63	8	Derechos Humanos
2-8	Trabajadores que no son empleados	Página 63	8	Derechos Humanos
2-9	Estructura de gobernanza y su composición	Página 31	16	Ética e Integridad
2-10	Nombramiento y selección para el máximo órgano de gobierno	Página 31	16	Ética e Integridad
2-11	Presidente del máximo órgano de gobernanza	El Presidente del Consejo no tiene funciones ejecutivas en la Compañía. Obtenga más información sobre la estructura de gobernanza en la página 31.	16	Ética e Integridad
2-12	Papel desempeñado por el máximo órgano de gobernanza en la supervisión de la gestión de los impactos	Página 31	16	Ética e Integridad
2-13	Delegación de responsabilidades en la gestión de impactos.	Página 31	16	Ética e Integridad
2-14	Papel desempeñado por el máximo órgano de gobernanza en la elaboración del informe de sostenibilidad	Página 3	16	Ética e Integridad

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
2-15	Conflicto de interés	Definimos en los estatutos del Consejo Consultivo y en el Código de Conducta de los colaboradores las premisas que pueden causar un conflicto de intereses. Conscientes de ello, siempre deben informar a los superiores de cualquier situación que pueda generar un conflicto de intereses	16	Ética e Integridad
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas	La comunicación de la gestión del canal de atención a las quejas es responsabilidad del área jurídica y se realiza en el formato de registro en el Consejo Consultivo.	16	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobernanza.	Página 31	16	-
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobernanza.	Llevamos a cabo internamente, con frecuencia anual, la evaluación formal del desempeño del Consejo Consultivo y la evaluación individual de los miembros del Consejo Consultivo.	16	-
2-19	Políticas de remuneración	El consejo consultivo posee una remuneración fija. La Dirección tiene una remuneración fija y una remuneración variable relacionada con el logro de los objetivos de la Compañía e individuales, asegurando el compromiso necesario del más alto liderazgo, además de los beneficios otorgados al cargo.	16	-
2-20	Proceso de determinación de la remuneración	El proceso de determinación de la remuneración es sugerido por el Comité de Gestión de Personas, que posteriormente es analizado por el Consejo Asesor y aprobado por los accionistas.	16	Derechos Humanos
2-21	Proporción de la remuneración anual total	Indisponible	-	-
2-22	Declaración sobre la Estrategia de Desarrollo Sostenible	Página 4 e 28	16	-
2-23	Compromisos de política	Página 36 e 48	16	Ética e Integridad
2-24	Incorporación de compromisos de política.	Página 29	16	Ética e Integridad
2-25	Procesos para reparar impactos negativos	Página 33	16	Ética e Integridad
2-26	Mecanismos de asesoramiento y planteamiento de inquietudes	Página 38	16	Ética e Integridad
2-27	Cumplimiento de las leyes y reglamentos	No hay casos significativos de multas o sanciones. Premisas: montos superiores a R$ 500.000,00 y definitivos e inapelables de demandas	16	Ética e Integridad

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
2-28	Participación a asociaciones	Página 48	17	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
2-29	Abordaje para la participación de los grupos de interés stakeholders	Página 39 e 81	16	Comunicación responsable con los stakeholders
2-30	Convenios colectivos de temas trabajados	Página 63	8	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
GRI 3: Temas Materiales 2021				
3-1	Proceso de Definición del Tema del Material	Página 24	-	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
3-2	Lista de temas materiales	Página 25	-	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
3-3	Gestión de temas materiales	Página 28 e 29	-	Gestión de Grupos de Interés (Stakeholders)
GRI 101: Biodiversidad 2024				
101-1	Políticas para detener y revertir la pérdida de biodiversidad	Indisponible	-	-
101-2	Gestión de los impactos sobre la biodiversidad	Indisponible	-	-
101-3	Acceso y reparto justo y equitativo a los beneficios.	Indisponible	-	-
101-4	Identificación de impactos sobre la biodiversidad	Indisponible	-	-
101-5	Lugares con impactos en la biodiversidad	Indisponible	-	-
101-6	Impulsores directos de la pérdida de biodiversidad	Indisponible	-	-
101-7	Cambios en el estado de la biodiversidad	Indisponible	-	-
101-8	Servicios ecosistémicos	Indisponible	-	-
GRI 201: Desempeño económico 2016				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Página 59	8 e 16	

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Página 33	13	Clima y emisiones de gases de efecto invernadero (GEE)
201-3	Obligaciones del Plan de Beneficios Definidos y Otros Planes de Jubilación	Página 70	3	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
201-4	Apoyo financiero recibido del gobierno	No hubo financiamiento con bancos gubernamentales en 2024.	-	-
GRI 202: Presencia en el mercado 2016				
202-1	Relación entre el salario más bajo y el salario mínimo local, con desglose por sexo	Página 67	8 e 10	Diversidad e inclusión
202-2	Proporción de miembros de la directoria 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 e 10	Diversidad e inclusión
GRI 203: Impactos económicos Indirectos 2016				
203-1	Inversiones en infraestructura y apoyo a servicios	Página 58 e 85	9, 11 e 17	Proyectos e Inversiones Sociales y Fuentes y materiales responsables
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Página 83		
GRI 204: Prácticas de compra 2016				
204-1	Proporción del gasto con proveedores locales	Página 81	14	Gestión con los grupos de interés (stakeholders)
GRI 205: Combate a la corrupción 2016				
205-1	Operaciones evaluadas para detectar riesgos relacionados con la corrupción	Página 33	16	Compliance y combate a la corrupción
205-2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Página 36	16	Compliance y Combate a la corrupción
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	No hube	16	Compliance Combate a la corrupción

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 206: Competencia Desleal 2016				
206-1	Demandas judiciales por competencia desleal, prácticas de truste y monopolio	No hube	16	Compliance y combate a la corrupción
GRI 207: Tributos 2019				
207-1	Enfoque fiscal	Indisponible	16	Compliance y combate a la corrupción
207-2	Gobernanza, control y gestión del riesgo fiscal	Indisponible	16	Compliance y combate a la corrupción
207-3	Participación de las partes interesadas y gestión de sus preocupaciones fiscales	Indisponible	16	Compliance y combate a la corrupción
207-4	Relato país a país	Indisponible	16	Compliance y combate a la corrupción
GRI 301: Materiales 2016				
301-1	Materiales utilizados, desglosados por peso o volumen	Página 81	12	Moda responsable
301-2	Materias primas o materiales reciclados utilizados	Página 102 e 109	12	Materias primas o materiales reciclados utilizados
301-3	Productos reutilizados y sus envases	Página 109	12	Embalajes de menor impacto
GRI 302: Energía 2016				
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Página 107	7, 12 e 13	Eficiencia energética
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	Para 2024, en nuestras tiendas propias consumimos 349.674 kWh.	7, 12 e 13	Eficiencia energética
302-3	Intensidad energética	Página 107	7, 12 e 13	Eficiencia energética
302-4	Reducción del consumo de energía	No hubo reducción en el consumo de energía. Entretanto, en las principales unidades (Beneficiamentos, Vestuario, Avaré y Nordeste), estamos utilizando energía limpia y renovable disponible en el mercado libre para un menos impacto.	7, 12 e 13	Eficiencia energética
302-5	Reducción de las necesidades energéticas de productos y servicios	Indisponible	7, 12 e 13	Eficiencia energética

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 303: Agua y Efluentes 2018				
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	Página 105	6, 12 e 14	Agua
303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de aguas	Página 106	6, 12 e 14	Agua
303-3	Captación de agua	Página 105	6, 12 e 14	Agua
303-4	Descarte de agua	Página 106	6, 12 e 14	Agua
303-5	Consumo de agua	Página 105	6, 12 e 14	Agua
GRI 304: Biodiversidad 2016				
304-1	Unidades operativas propias, arrendadas o administradas dentro o adyacentes a áreas de protección ambiental y áreas de alto valor para la biodiversidad ubicadas fuera de las áreas de protección ambiental	La unidad de Beneficiamentos localizada en Corupá/SC tiene área verde y área de protección permanente (APP) de 101.542,15 m², que representa el 30% del área total.	15	-
304-2	Impactos significativos de actividades, productos y servicios sobre la biodiversidad	Indisponible	15	-
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Indisponible	15	-
304-4	Especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en las Listas Nacionales de Conservación con hábitats en zonas afectadas por las operaciones de la UICN	Indisponible	15	-
GRI 305: Emisiones 2016				
305-1	Emisiones directas (Alcance 1) de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 110	12 e 13	Clima y emisiones de GEI
305-2	Emisiones indirectas (Alcance 2) de gases de efecto invernadero (GEI) procedentes de la adquisición de energía	Página 110	12 e 13	Clima y emisiones de GEI
305-3	Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 110	12 e 13	Clima y emisiones de GEI
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Indisponible	13	Clima y emisiones de GEI

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
305-5	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Página 110	7 e 13	Clima y emisiones de GEI
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Indisponible	13	Clima y emisiones de GEI
305-7	Emisiones NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	Indisponible	13	Clima y emisiones de GEI
GRI 306: Residuos 2016				
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Página 109	3 e 12	Gestión de residuos
306-2	Gestión de los impactos significativos relacionados con los residuos	Página 109	3 e 12	Gestión de residuos
306-3	Residuos generados	Página 109	3 e 12	Gestión de residuos
306-4	Residuos no destinados a la disposición final	Página 109	3 e 12	Gestión de residuos
306-5	Residuos destinados a la disposición final	Página 109	3 e 12	Gestión de residuos
GRI 308: Evaluación Ambiental de Proveedores 2016				
308-1	Nuevos proveedores seleccionados en base a criterios medioambientales	Página 80	12	Cadena de suministro con menor impacto social y ambiental
308-2	Impactos ambientales negativos de la cadena de suministro y medidas adoptadas	Página 80	12	Cadena de suministro con menor impacto social y ambiental
GRI 401: Empleo 2016				
401-1	Nuevas contrataciones y rotación de empleados	Página 65 e 66	8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
401-2	Beneficios ofrecidos a los empleados de tiempo completo que no se ofrecen a los empleados temporales o de tiempo parcial	Página 63	8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
401-3	Permiso de maternidad/paternidad	Página 69	5, 8 e 10	Diversidad e inclusión

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 402: Relaciones laborales 2016				
402-1	Plazo mínimo de notificación para cambios operativos	No hay en procedimiento a definición del plazo mínimo de aviso sobre cambios operacionales.	8	-
GRI 403: Seguridad y Salud en el Trabajo 2018				
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Página 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Página 68 e 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-3	Servicios de salud ocupacional	Página 68 e 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-4	Participación, consulta y comunicación de los trabajadores en materia de seguridad y salud en el trabajo	Página 68 e 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-5	Formación de los trabajadores en materia de seguridad y salud en el trabajo	Página 68 e 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Página 68 e 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en materia de seguridad y salud en el trabajo directamente relacionados con las relaciones comerciales	Página 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Página 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.
403-9	Accidentes de trabajo	Página 77	3 e 8	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores.

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
403-10	Enfermedades profesionales	Página 77	3 e 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 72	4 e 8	Desarrollo de personas
404-2	Programas de asistencia para la mejora de las habilidades y la transición profesional de los empleados	Página 72	4 e 8	Desarrollo de personas
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional	Página 72	4 e 8	Desarrollo de personas
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016				
405-1	Diversidad en los órganos de gobernanza y en los empleados	Página 63	5 e 10	Diversidad e inclusión
405-2	Relación entre el salario base y el salario percibido por las mujeres y el percibido por los hombres	Página 67	5 e 10	Diversidad e inclusión
GRI 406: No discriminación 2016				
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Página 38	8 e 16	Diversidad e 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 la negociación colectiva puede estar en riesgo	Página 80	8 e 16	Derechos Humanos
GRI 408: Trabajo infantil 2018				
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Página 80	8 e 16	Derechos Humanos
GRI 409: Trabajo forzado o esclavo 2016				
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Página 80	8 e 16	Derechos Humanos

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 410: Prácticas de seguridad 2016				
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Todo el equipo interno y externo de Seguridad de Activos está capacitado con el Código de Conducta de Lunelli y otros procedimientos existentes.	16	Derechos Humanos
GRI 411: Derechos de los Pueblos Indígenas 2016				
411-1	Casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas	No hubo.	-	Derechos Humanos
GRI 413: Comunidades Locales 2016				
413-1	Operaciones con participación, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo dirigidos a la comunidad local	Página 85	-	Proyectos Sociales e Inversiones
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales	Indisponible	-	-
GRI 414: Evaluación Social de Proveedores				
414-1	Nuevos proveedores seleccionados en base a criterios sociales	Página 80	8	Cadena de suministro con menor impacto social y ambiental
414-2	Impactos sociales negativos de la cadena de suministro y medidas adoptadas	Página 80	8, 12 e 16	Cadena de suministro con menor impacto social y ambiental
GRI 415: Políticas Públicas 2016				
415-1	Contribuciones políticas	No hubo.	16	Ética e Integridad
GRI 416: Salud y seguridad del consumidor 2016				
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y Seguridad causada por categorías de productos y servicios	Página 108	3	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores
416-2	Casos de incumplimiento de los impactos sobre la salud y la seguridad causados por productos y servicios	En 2024, no hubo casos de incumplimiento en lo que respecta a los impactos en la salud y la seguridad causados por los productos y servicios de Lunelli.	3	Salud, bienestar y seguridad de los colaboradores

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS	TEMA MATERIAL
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	Moda responsable
417-2	Casos de incumplimiento de la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2024, tuvimos un caso de incumplimiento relacionado con a la información del etiquetado del producto que dio lugar a la aplicación de multa.	16	Comunicación responsable con los stakeholders
417-3	Casos de incumplimiento de la comunicación publicitaria	No hubo.	16	Comunicación responsable con los stakeholders
GRI 418: Privacidad del cliente 2016				
418-1	Quejas comprobadas sobre violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	No hubo.	16	Privacidad del cliente y seguridad de los datos personales

INFORMACIÓN CORPORATIVA

Lunelli
Rua Athanásio Rosa, 833
Guaramirim/SC - Brasil
Código Postal 89270-000
Teléfono: (47) 3373-7000
Exportación: +55 (47) 3373-7000

CRÉDITOS

Coordinación general y redacción
Equipe de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade

Equipo de Gestión de Personas y Sostenibilidad
Contribuciones de todas las áreas de la Compañía.

Identidad visual y maquetación
Rafael Schunk

Producción fotográfica
Acervo Lunelli

Lunelli | Lunender Lunelli lez a lez Nakazoo HANGAR 33 FICO 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