

*Relatório de  
Sustentabilidade  
25*



Empresa



Certificada

# Sumário

|   |           |  |            |
|---|-----------|--|------------|
| <b>1. Introdução</b> .....                            | <b>3</b>  | <b>5. Social</b> .....                                     | <b>58</b>  |
| a. Boas-vindas.....                                   | 3         | a. Nossos Colaboradores.....                               | 59         |
| b. Mensagem da Presidência .....                      | 4         | b. Saúde, Segurança e Bem-estar .....                      | 64         |
| c. Destaques de 2025.....                             | 6         | c. Treinamento, Desenvolvimento e Valorização.....         | 69         |
| d. Moda com Significado .....                         | 8         | d. Cadeia de Abastecimento e Relação com Fornecedores..... | 74         |
| e. Nossa Cadeia de Valor.....                         | 10        | e. Investimento Social e Relação com a Comunidade.....     | 78         |
| f. Nossas Marcas .....                                | 12        | <b>6. Meio Ambiente</b> .....                              | <b>90</b>  |
| <b>2. Estratégia de Sustentabilidade</b> .....        | <b>20</b> | a. Moda Consciente .....                                   | 91         |
| a. Visão de Sustentabilidade.....                     | 21        | b. Processos Ecoeficientes .....                           | 95         |
| b. Dupla Materialidade.....                           | 22        | I. Fontes de Energia.....                                  | 96         |
| c. Relação com ODS.....                               | 24        | II. Produtos Químicos.....                                 | 97         |
| d. Estratégia de Sustentabilidade .....               | 26        | III. Água e Efluentes.....                                 | 98         |
| <b>3. Governança</b> .....                            | <b>28</b> | IV. Resíduos Sólidos.....                                  | 100        |
| a. Estrutura de Governança .....                      | 29        | V. Emissões e Gases de Efeito Estufa.....                  | 102        |
| b. Gestão de Riscos .....                             | 30        | <b>7. Sumário GRI</b> .....                                | <b>104</b> |
| c. Cultura da Ética e Integridade.....                | 32        | <b>8. Informações Corporativas</b> .....                   | <b>113</b> |
| d. Certificações, Prêmios e Reconhecimentos.....      | 34        | <b>9. Créditos</b> .....                                   | <b>113</b> |
| e. Comunicação com os Públicos de Relacionamento..... | 43        |  |            |
| <b>4. Econômico</b> .....                             | <b>52</b> |  |            |
| a. Gestão Econômica.....                              | 53        |  |            |
| b. Valor Econômico Gerado e Distribuído.....          | 54        |  |            |
| c. Operação Comercial e Varejo .....                  | 56        |  |            |

## *Introdução*

# *Boas-Vindas*

(2-3; 2-14)

Com grande satisfação, apresentamos o **Relatório Anual de Sustentabilidade da Lunelli**, agora em sua sétima edição consecutiva. Este documento contempla o período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025**, sendo desenvolvido pela área de Sustentabilidade, sob a liderança da Diretoria de Gente, Gestão e Sustentabilidade e aprovado pela Presidência.

Reforçando nosso compromisso com uma gestão transparente, o relatório reúne informações sobre a estratégia e os resultados da empresa **nos pilares EESG (econômico, ambiental, social e governança)**. O conteúdo foi estruturado seguindo as diretrizes da **Global Reporting Initiative (GRI)**.

Reiteramos a importância da participação ativa de todos os interessados e convidamos você a enviar suas dúvidas, sugestões e comentários relacionados a este documento para o e-mail **sustentabilidade@lunelli.com.br**. Acreditamos que a troca e a colaboração são fundamentais para construção de um futuro mais sustentável.



Karla Delmiro Lourenço, Marketing – Lunelli Vestuário



# *Mensagem da Presidência*

O ano de 2025 foi desafiador e, mesmo com um cenário de mercado adverso e marcado pela incerteza interna e externa, **reafirmamos nossa convicção no negócio, no potencial de nossas pessoas e tivemos avanços significativos em todas as dimensões do EESG.**

Demos continuidade ao nosso plano de investimentos, que já havia recebido R\$ 63 milhões em 2024, aportamos outros R\$ 46 milhões em 2025 para a implementação de tecnologias avançadas, elevando o padrão de eficiência de nossas unidades e preparando nosso parque fabril para desafios futuros, garantindo operações seguras e ambientalmente corretas.

**Em 2025, conquistamos a certificação B Corp, uma certificação internacional para modelo de negócio e sustentabilidade.** As Benefit Corporations ou Empresas B são empresas que buscam usar os negócios para promover impacto positivo para as pessoas e para o planeta ou, ainda, gerar benefícios através de seus negócios.

**Outros marcos importantes foram, a certificação Great Place to Work na unidade do Paraguai em sua 1ª aplicação da pesquisa, o avanço no ranking das 20 Melhores Empresas para se Trabalhar, no estado do Ceará, na categoria Grandes Empresas e a recertificação pelo quinto ano seguido para as unidades no Brasil como um “Excelente lugar para se trabalhar”.**

No último ano, avançamos e aprimoramos nossos controles e a gestão de indicadores ambientais para todas as unidades produtivas e, ainda, evoluímos em nosso Inventário de Gases de Efeito Estufa GEE, considerando Escopo 1, 2 e 3.

Promovemos a inovação em materiais e produtos sustentáveis, estampamos digitalmente mais de 5,8 milhões de metros de malhas e tecidos. Produzimos mais de 24,1 milhões de peças e 13,2 mil toneladas de malhas e tecidos. Em 2025, avançamos no projeto de identificação e classificação de atributos de sustentabilidade em malhas e tecidos, buscando aprimorar a rastreabilidade da matéria-prima e o nível de informação disponível para nossos clientes e parceiros.

Reforçamos os nossos compromissos com a agenda global de sustentabilidade, como empresa signatária ao Pacto Global da **ONU** Rede Brasil e Rede Paraguai. Com o convite para a participação na **COP30-Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas**, realizada em Belém/PA, apresentamos ao público nacional e internacional nossas iniciativas e projetos relacionados ao EESG. Fechamos o ano com uma operação composta por 14 unidades, 55 lojas, mais de 21,5 mil clientes e atingindo o faturamento de R\$ 1,5 bilhão de reais.

Com investimentos constantes em tecnologia, sustentabilidade e valorização das pessoas, a Lunelli segue firme em seu compromisso de **gerar impacto positivo na sociedade e contribuir para o futuro da moda brasileira.**

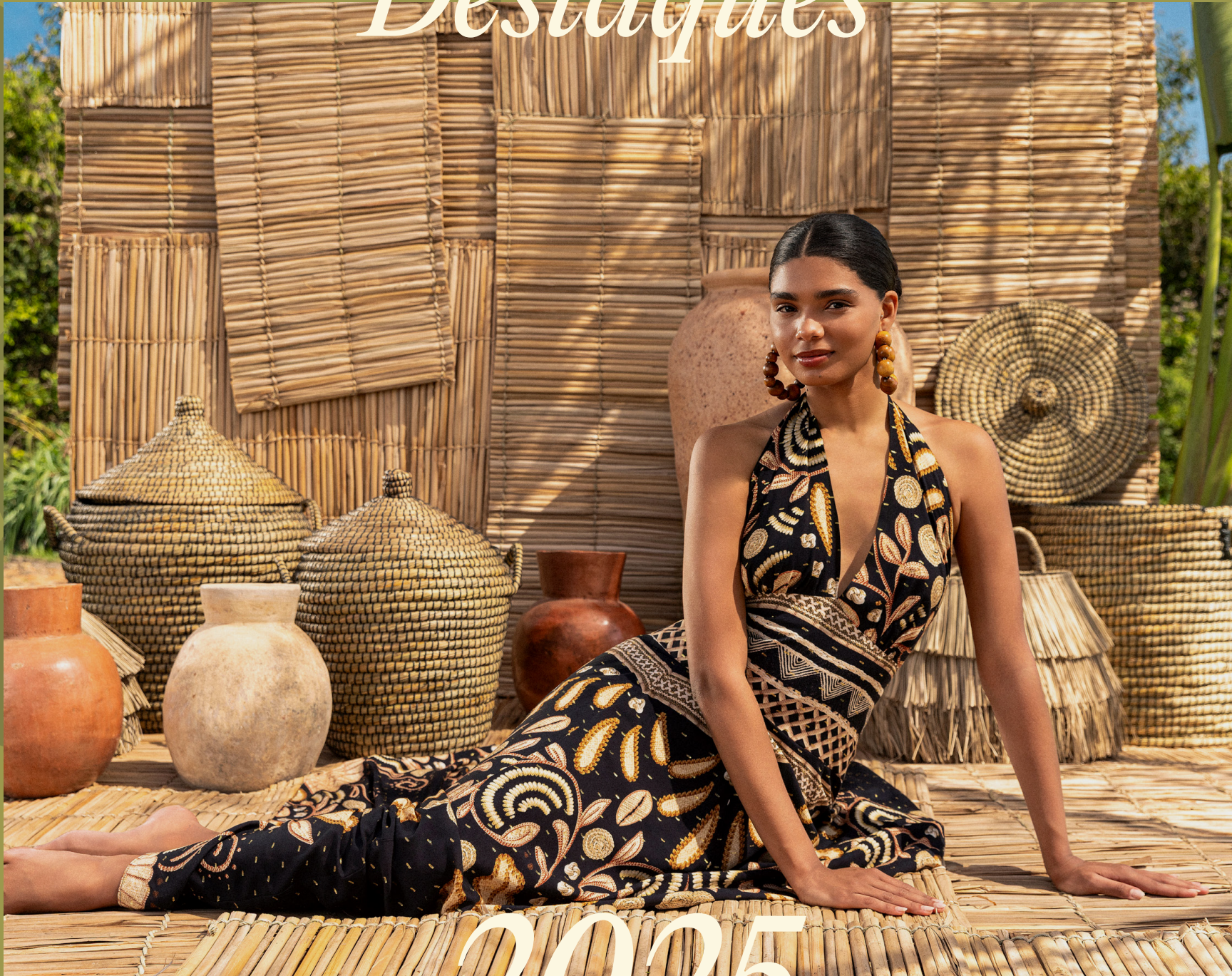
Fazer moda com significado que promove impacto positivo no mundo e para todos não é apenas o que guia nossa estratégia de sustentabilidade na Lunelli, mas o que traduz o nosso **compromisso em valorizar, respeitar e cuidar de todas as pessoas, do planeta e dos nossos produtos.**

Agradeço a todos os colaboradores, representantes, franqueados, fornecedores, parceiros e clientes que estiveram conosco criando moda com significado e desejo que possamos continuar juntos nesta jornada.

**Viviane Cecilia Lunelli**

Presidente

# *Destiques*



# *2025*

*R\$ 1,5 bilhão*

de faturamento

*13,2 mil*

toneladas de malhas produzidas

*24,1 milhões*

de peças produzidas

*5,8 milhões*

de metros de malhas  
e tecidos estampados digitalmente

*4298 colaboradores*

88% no Brasil e 12% no Paraguai  
68% mulheres e 32% homens

*190 líderes*

50% homens e 50% mulheres

*58 lojas,*

entre Lojas Próprias,  
Franquias e Varejo Qualificado Lunelli

*+ 21 mil*

clientes ativos

**Moda responsável:**

*100%*

de malhas e tecidos avaliados  
para critérios de sustentabilidade

*91,2%*

de malhas e tecidos com  
atributo de sustentabilidade

*80%*

de produtos químicos em  
conformidade com ZDHC

# *Moda com Significado*



Rafaela Batista de Lima, Laboratório - Lunelli Beneficiamentos

# *Apresentação Institucional*

Com mais de quatro décadas de história, a Lunelli se tornou uma das maiores indústrias têxteis do Brasil. Fundada em 1981, por Antídio Aleixo Lunelli, ao lado de Beatriz Ender, a empresa cresceu sustentada por uma gestão familiar comprometida, pela excelência operacional e pelo foco constante em inovação e sustentabilidade.

Mais do que uma trajetória empresarial, a história da Lunelli é um fio contínuo de compromisso com a excelência. Cada capítulo dessa jornada é tecido com o talento de pessoas que

compartilham os mesmos valores. De um sonho empreendedor a marcas consolidadas, seguimos escrevendo essa história com o mesmo entusiasmo que nos trouxe até aqui. Conheça mais sobre a nossa história em nosso site [www.lunelli.com.br](http://www.lunelli.com.br).

Ao longo de 44 anos, a Lunelli cresceu e fortaleceu seu compromisso em fazer **Moda com Significado**. Com um modelo de negócio sustentável e ético, valorizamos todos os envolvidos no processo, do fornecedor ao cliente final.

## *Missão*

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

## *Visão*

Ser o mais respeitado Grupo Têxtil de Moda do país.

## *Valores*

Entusiasmo;  
Simplicidade;  
Obsessão por resultado.

## *Propósito*

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

# *Nossa Cadeia de Valor*

(2-6)

Atuamos com uma cadeia de valor extensa e que integra todos os nossos processos, desde a compra do fio até a operação de loja. A Lunelli atua de maneira verticalizada, com pessoas comprometidas em fazer moda com significado em todos os processos. Nossa estrutura industrial inclui processos de malharia, tinturaria, estamparia, acabamento, corte, costura, dobração, expedição e operação de varejo.



## Colaboradores

**4298** colaboradores  
**68%** de mulheres e **32%** de homens  
**88%** Brasil e **12%** Paraguai  
**190** líderes (Diretoria, Gerência, Coordenações e Supervisões)  
**50%** homens e **50%** mulheres  
**685** ideias de PNI implantadas com retorno de **R\$6,4 milhões**



## Cadeia de Abastecimento

**611** fornecedores de matérias-primas  
**96%** fornecedores nacionais para matérias-primas  
**91,2%** das malhas e tecidos com atributos de sustentabilidade identificados  
Avaliação de risco socioambiental de fornecedores  
**77%** de Produtos Químicos em conformidade com ZDHC



## Processo de Produção

**02** unidades certificadas ISO 14001  
**09** unidades certificadas ABVTEX  
**09** unidades com compra de energia renovável no mercado livre de energia  
**01** unidade com geração de energia solar  
**13,2 mil** toneladas de malhas e tecidos produzidos  
**24,1** milhões de peças produzidas  
**5,8** milhões de metros de tecidos estampados digitalmente



## Comercialização e Varejo

**07** marcas  
**58** Lojas, sendo  
**02** lojas do colaborador  
**01** Espaço Hangar 33  
**55** Lojas Lez a Lez  
**09** lojas próprias  
**35** franquias  
**11** VQL (Varejo Qualificado Lunelli)  
**+21,5 mil** clientes  
**311** representantes



## Relação com a Comunidade

**R\$ 871 mil** reais em investimento social  
**20** projetos apoiados

# Nossas Marcas



Com **44 anos de história**, a Lunelli faz gestão de marcas de destaque no mercado da moda. Por meio da Lunelli Malhas e Tecidos, oferecemos soluções para confecções e grandes varejistas **em todo o Brasil e exterior**.

Nossas marcas Lunender, Lez a Lez, Alakazoo, Hangar 33, Fico e Vila Flor conectam-se a uma ampla rede de empreendedores varejistas multimarcas e franquias, fortalecendo nossa presença em diversas cidades do país. Esse portfólio reflete nosso compromisso em oferecer **produtos que atendam diferentes públicos e tendências** do mercado.

Além disso, também atuamos no formato private label, confeccionando peças exclusivas para grandes marcas nacionais e internacionais, reafirmando nossa **versatilidade e capacidade** de atender às mais variadas demandas do setor.

Fazemos **moda com significado**, com a gestão de marcas fortes, combinando tecnologia na produção e entregando soluções para o mercado de moda brasileiro.

# Lunelli

A Lunelli Malhas e Tecidos é referência em malhas e tecidos diferenciados, reconhecida pela excelência, inovação e alto padrão de qualidade. Nossos desenvolvimentos unem conforto, performance, durabilidade e sofisticação, traduzindo tendências em propostas relevantes e alinhadas às necessidades dos nossos clientes.

Para dar vida a cada criação, contamos com o Estúdio Lunelli, nosso espaço criativo dedicado à pesquisa, desenvolvimento e curadoria de estampas exclusivas. É onde construímos identidades visuais autorais, definimos cores estratégicas e desenvolvemos propostas personalizadas que fortalecem as coleções de nossos parceiros.

Somos a maior estamparia digital do Brasil, tecnologia que nos permite atuar com alta definição, precisão de cor e agilidade produtiva, reduzindo impactos ambientais e ampliando possibilidades criativas. Essa estrutura consolida nossa presença no Brasil e fortalece nossa atuação em toda a América Latina.

A sustentabilidade orienta nossas escolhas. Utilizamos matérias-primas responsáveis, investimos continuamente em inovação e buscamos eficiência em cada etapa do processo, entregando malhas e tecidos que elevam o padrão de qualidade e reafirmam nosso compromisso com um futuro mais consciente.

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

@lunellitextil

@lunellitextiles



# Lunender

A Lunender é referência em moda feminina e desenvolve coleções pensadas para acompanhar as mulheres em todos os momentos do dia a dia. Com uma proposta de moda democrática, a marca une informação de moda, versatilidade e elegância para valorizar diferentes estilos, corpos e ocasiões.

Voltada para mulheres reais, a Lunender celebra a autenticidade e a força feminina em peças que combinam conforto, caimento e praticidade. Esse cuidado também se estende à forma como a marca evolui seus processos, incorporando escolhas mais responsáveis e ampliando seu compromisso com uma moda mais consciente.

No jeans, a marca reforça esse posicionamento ao investir em tecnologia para oferecer mais conforto, liberdade de movimento e qualidade. Assim, a Lunender entrega produtos que aliam estilo e funcionalidade a uma visão de moda mais acessível, democrática e consciente.

@lunenderoficial



Lunender  
mais mulher



# Lez<sup>a</sup>Lez

A Lez a Lez é uma marca de moda Urban Beach para mulheres de espírito jovem, sofisticadas, modernas e femininas, que permite que elas explorem suas diferentes ocasiões de uso, que seja leve e equilibrada, mesclando sobriedade de tons básicos e estampas autênticas, sendo naturalmente sensual.

Nosso compromisso é construir e comunicar moda com significado. A fabricação do jeans da nossa linha Don't Turn Your Back To The World passa por diversas etapas, da utilização de tecidos com base Eco Cycle, que possuem fibras de jeans reciclado na composição e economizam até 93% de água durante o acabamento, até o algodão com certificação BCI (Better Cotton Initiative).

Além disso, nossos processos reduzem a geração de resíduos têxteis na natureza, com 100% de coleta do volume gerado. E nossas embalagens são biodegradáveis, diminuindo os impactos na natureza. Buscar iniciativas sustentáveis alimenta a nossa essência. Um mundo melhor é possível e, através das nossas ações, podemos ajudar a preservá-lo.

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

@lezalez

Link para instalar o App Lez a Lez: <https://linktr.ee/applealez>



# Vila flor

A Vila Flor nasceu com o propósito de desenvolver moda de forma sustentável e acessível.

A partir do aproveitamento de excedentes de malhas e tecidos, a marca transforma recursos já existentes em novos produtos, contribuindo para a redução de desperdícios e para um ciclo mais consciente dentro da cadeia têxtil.

Seu conceito está baseado na criação de peças que valorizam diferentes corpos, manequins e estilos, com modelagens pensadas para acompanhar as diversas ocasiões e atividades do dia a dia.

Acreditamos que a moda é uma forma de expressão pessoal e que deve ser prática, leve e democrática, ampliando o acesso ao vestir com responsabilidade e propósito.

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

@modavilaflor



# 3|E HANGAR 33

A Hangar 33 é inspirada na paixão pelo vasto universo da aviação. Idealizada por Dênis Luiz Lunelli, a marca de moda masculina não é apenas um tributo aos aviadores, mas uma celebração do vínculo entre estilo e adrenalina.

Assim como um hangar serve como o santuário das aeronaves, a Hangar 33 se estabelece como o porto seguro para os homens que amam o vento da liberdade e a emoção dos céus, sem abrir mão de estilo, sofisticação e conforto na sua forma de vestir.

A marca traz conexão autêntica e verdadeira com a aviação e, entre suas conquistas mais memoráveis, destaca-se o fornecimento dos uniformes icônicos da Esquadrilha da Fumaça, um símbolo de excelência e tradição.

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

@hangar\_33





A Fico Surfwear nasceu da conexão com o mar e com o estilo de vida do litoral de São Paulo. Inspirada pela vivência de Raphael Levy, que passou a adolescência surfando nas praias do Guarujá, a marca surgiu em 1983 para traduzir, em forma de produto, sua paixão pelo surf e pela liberdade que esse universo representa.

Com uma identidade autêntica e casual, a Fico construiu sua trajetória no mercado nacional, consolidando-se como uma marca conectada ao esporte, à natureza e ao lifestyle praiano. Desde 2019, quando passou a integrar o portfólio da Lunelli, segue fortalecendo sua proposta de unir atitude, conforto, originalidade e sustentabilidade.

Esse posicionamento reflete em escolhas responsáveis ao longo do desenvolvimento de produto, em que grande parte da coleção é produzida com Algodão Responsável Certificado, reforçando o compromisso da marca com uma moda mais consciente, alinhada à sua essência e à busca por menor impacto socioambiental.

[www.fico.clothing](http://www.fico.clothing)  
[@ficosurfwear](https://www.instagram.com/ficosurfwear)



# Alakazoo!

A Alakazoo cria moda para transformar a infância em um universo de imaginação, leveza, transformação e descobertas. Inspirada pela beleza e pela fantasia do mundo infantil, a marca desenvolve coleções que valorizam a criatividade, a alegria e a liberdade de ser criança.

Esse olhar também se expressa no projeto Moda para Todos, que reforça o compromisso da marca com inclusão, empatia e representatividade. A iniciativa busca ampliar possibilidades por meio de produtos pensados para acolher as diferenças na infância, promovendo mais identificação, pertencimento e oportunidades para que cada criança possa se reconhecer na moda de forma verdadeira.

Além disso, a Alakazoo incorpora bases sustentáveis em seu desenvolvimento de produto, alinhando responsabilidade, cuidado e inovação. Assim, a marca reafirma seu propósito de contribuir não apenas com um futuro melhor para as crianças, mas também para o planeta.

@instalakazoo



*Estratégia de*



*Sustentabilidade*

*Visão de Sustentabilidade:  
Fazer moda com significado que  
promova impacto positivo no  
mundo e para todos.*

Orientamos nossa Estratégia de Sustentabilidade a partir do conceito integrado de sustentabilidade corporativa e **ESG**, com o qual buscamos promover o equilíbrio entre os pilares Econômico, Ambiental, Social e de Governança.

Ao integrar os conceitos e boas práticas para mitigação de impactos negativos, riscos e potencializar os impactos positivos, trabalhamos com a estratégia **EESG** e fortalecemos nosso compromisso em fazer Moda com Significado.

**E**

**Econômico**

Geração de emprego e renda, sustentabilidade financeira e geração de valor.

**E**

**Ambiental**

Gestão de recursos naturais, produtos e serviços para redução de impacto ambiental negativo.

**S**

**Social**

Relações humanas e de respeito com todas as pessoas envolvidas dentro e fora da empresa.

**G**

**Governança**

Boas práticas de gestão das organizações, integridade, transparência, equidade, responsabilização e sustentabilidade.

# Dupla Materialidade

(3-1, 3-2, 3-3)

Em 2025, atualizamos nossa Matriz de Materialidade, com a realização do processo de Dupla Materialidade. O processo envolveu as fases de Mapeamento, em que analisamos a cadeia de valor, direcionamentos estratégicos e stakeholders. A definição dos temas potenciais, riscos e oportunidades. Realizamos o levantamento dos temas materiais junto a diversos stakeholders, no processo tradicional de escuta e, ainda, a análise do eixo financeiro e socioambiental com a participação de especialistas de mercado e lideranças internas para melhor entendimento dos potenciais impactos de cada tema para o negócio e a sociedade. Por fim, elaboramos as matrizes e realizamos o alinhamento estratégico junto à Diretoria da Lunelli.

A etapa inicial consistiu em mapear a estrutura da empresa e analisar documentos estratégicos essenciais, como a Avaliação da Concorrência, o Mapeamento de Riscos, o Diagnóstico como Empresa B, a Avaliação Ethos, o Relatório de Sustentabilidade e o Planejamento Estratégico.

Com base nesse conjunto de informações, foi possível compreender a cadeia de valor, identificar riscos e oportunidades, avaliar os direcionamentos estratégicos da organização, analisar a maturidade dos temas materiais atuais e observar o posicionamento da concorrência. Essa análise também permitiu definir quais frameworks, referências e instituições seriam utilizados na etapa seguinte, voltada à identificação dos potenciais temas materiais. O diagnóstico também contemplou a avaliação de tendências do setor têxtil. A partir de uma lista inicial de 100 temas materiais, foram selecionados 21 temas potenciais para realização da consulta com stakeholders.

Na segunda etapa, de escuta dos stakeholders, foram consideradas diferentes avaliações.

Para o eixo Financeiro, foram avaliadas diferentes categorias de risco, conforme a Política de Gerenciamento de Riscos da Lunelli. Esse processo permitiu mensurar o impacto financeiro de forma ampliada, considerando também potenciais efeitos decorrentes de falhas operacionais ou de dano reputacional. Para uma visão ainda mais completa, também foi considerada e mensurada a probabilidade de ocorrência de cada tema, permitindo avaliar seu risco de forma integrada. O impacto financeiro pode ser tanto negativo (riscos) quanto positivo (oportunidades). Na avaliação realizada, as oportunidades financeiras também foram mensuradas e complementadas pela análise da probabilidade de ocorrência.

Para o eixo Socioambiental, o impacto foi avaliado de forma ampliada, considerando três critérios principais: intensidade do efeito, alcance e persistência no tempo. Para uma visão ainda mais completa, também foi analisada e mensurada a probabilidade de ocorrência de cada tema, permitindo uma avaliação integrada do risco socioambiental.

Para o eixo de Grau de Importância, foi considerado exclusivamente o ranqueamento da relevância de cada tema pelos stakeholders. Esse eixo funciona como um complemento às demais avaliações, trazendo a perspectiva de importância percebida e fortalecendo a análise integrada.



# Relação com ODS

A Lunelli é signatária do Pacto Global Rede Brasil e Paraguai, uma iniciativa da Organização das Nações Unidas que estimula empresas a adotarem princípios universais relacionados aos direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Desse modo, reafirmamos nosso compromisso em promover impactos positivos para a sociedade e o planeta.

Principais práticas que adotamos contra a **mudança global do clima e os seus impactos**: além de reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima e às catástrofes naturais, integrar medidas da mudança do clima nas políticas, estratégias e planejamentos; melhorar a educação; aumentar a conscientização e a capacidade humana e institucional sobre mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce da mudança do clima; realizar a identificação e a gestão dos riscos para o negócio.

Principais práticas que adotamos para promover o **consumo e a produção responsáveis**: a adoção de princípios da economia circular; a avaliação do impacto dos fornecedores sobre o consumo de recursos; o estabelecimento e a divulgação pública de metas de sustentabilidade.

Principais práticas que adotamos para **redução das desigualdades**: o investimento social; os benefícios e o cuidado com as pessoas, a promoção de oportunidades igualitárias; o aumento da representatividade no quadro geral de colaboradores e lideranças; o empoderamento e a promoção da inclusão social e econômica.

Principais práticas que adotamos para contribuir e promover a **indústria, a inovação e a infraestrutura**: a construção de infraestrutura resiliente; a promoção da industrialização inclusiva e sustentável; o incentivo à inovação.



Integramos a estratégia de Sustentabilidade aos ODS e priorizamos 9 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para orientar nossas ações, potencializando os resultados de nossa gestão e alinhando nosso propósito de fazer moda com significado com as metas globais de sustentabilidade.



# Estratégia de sustentabilidade

(2-22)

A estratégia de sustentabilidade da Lunelli é organizada e direcionada por meio da Política de Sustentabilidade, Plano de Sustentabilidade e Materialidade. Essa estrutura orienta a Jornada de Sustentabilidade Lunelli.

Com o objetivo de nortear a estratégia por macrotema, definimos 5 eixos de trabalho, 8 iniciativas e 20 compromissos internos, alinhados à estratégia da empresa e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.






























Realizamos a identificação dos eixos estratégicos no decorrer do documento para facilitar a identificação, leitura e relação da estratégia de sustentabilidade com cada tema abordado neste relatório.



Em 2025, realizamos a atualização do plano estratégico, atualização da materialidade, reavaliação da maturidade de sustentabilidade para todos os temas e, ainda, a integração às dimensões do Sistema B à estratégia de Sustentabilidade da Lunelli.

Sempre reforçando nossa visão de "Fazer moda com significado que promove impacto positivo no mundo e para todos", orientamos o plano estratégico com olhar sistêmico e integrado ao negócio.

| EIXOS  | PILAR ESG     | TEMA MATERIAL                             | TÓPICO DE IMPACTO B CORP  | ODS   | VALOR PARA O NEGÓCIO   |
|--|---------------|---|---|---|--|
|  <p>Assegurar a governança íntegra e sustentável</p>                              | Governança    | Compliance e combate à corrupção          | Propósito e Governança de Stakeholders (PGS)  |      | Zelar pela integridade na condução do negócio e preservar pela reputação da marca e imagem institucional. Gerenciar os riscos econômicos e socioambientais da organização e da cadeia de valor, além de assegurar a conformidade com a legislação vigente.   |
|  |               | Cadeia de valor ética e responsável       | Direitos Humanos (DH) Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)                                  |   |  |
|  |               | Relacionamento com partes interessadas    | Propósito e Governança de Stakeholders (PGS)  |   |  |
|  |               | Gestão de risco                           | Requisito Fundamental (RF)  |   |  |
|  <p>Assegurar o cuidado e valorização das pessoas na cadeia de valor</p>          | Social        | Atração e retenção de talentos            | Trabalho Justo (SJ) Justiça, Equidade, Diversidade e Inclusão (JEDI)                          |         | Oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável, respeitando integralmente os direitos humanos. Promover a diversidade e a inclusão com base no respeito, enquanto proporcionamos o desenvolvimento, a capacitação e a valorização de nossos colaboradores, visando atrair e reter talentos comprometidos com uma moda com significado.   |
|  |               | Qualidade de vida e jornada de trabalho   | Trabalho Justo (SJ)   |   |  |
|  |               | Saúde e segurança                         | Trabalho Justo (SJ) Direitos Humanos (DH)   |   |  |
|  |               | Diversidade e inclusão                    | Justiça, Equidade, Diversidade e Inclusão (JEDI)  |   |  |
|  |               | Direitos humanos na cadeia                | Direitos Humanos (DH)   |   |  |
|  <p>Promover operações ecoeficientes e responsáveis</p>                          | Meio Ambiente | Mitigação e adaptação climática           | Ação Climática (AC)   |        | Adotar uma abordagem responsável na utilização dos recursos e desenvolver soluções para ecoeficiência. Gerenciar o consumo e os impactos socioambientais gerados. Fomentar uma cadeia de fornecimento em conformidade com os compromissos de sustentabilidade, assegurando a integridade das informações nos processos e produtos desenvolvidos.   |
|  |               | Gestão de energia                         | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC) Ação Climática (AC)                                    |   |  |
|  |               | Gestão de água                            | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)  |   |  |
|  |               | Gestão de produtos químicos               | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)  |   |  |
|  |               | Responsabilidade socioambiental na cadeia | Direitos Humanos (DH) Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)                                  |   |  |
|  | Governança    | Rastreabilidade                           | Direitos Humanos (DH) Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)                                  |   |  |
|  <p>Inovar em materiais e produtos sustentáveis</p>                             | Meio Ambiente | Fontes e materiais responsáveis           | Direitos Humanos (DH) Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)                                  |     | Promover o uso responsável de recursos naturais em colaboração com a cadeia produtiva para minimizar o impacto ambiental. Estimular a economia circular e proporcionar o aumento da vida útil dos materiais.   |
|  |               | Produto de menor impacto negativo         | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)  |   |  |
|  |               | Circularidade do produto                  | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC)  |   |  |
|  | Governança    | Inovação e tecnologia                     | Gestão Ambiental e Circularidade (GAC) Ação Climática (AC)                                    |   |  |
|  <p>Engajar a rede de relacionamento para a cultura da moda com significado</p> | Social        | Relacionamento com comunidades            | Propósito e Governança de Stakeholders (PGS) Justiça, Equidade, Diversidade e Inclusão (JEDI) |       | O fortalecimento do relacionamento com as comunidades e a comunicação responsável ampliam a transparência e o diálogo com stakeholders, reduzindo riscos de conflitos sociais, perda de confiança e reputação. Engajar, treinar e comunicar de maneira estratégica para fortalecer a visão institucional de uma moda com significado. Atuar com sinergia com as marcas e com a imagem institucional, além de divulgar para a rede de relacionamentos. Contribuir para o impacto positivo nas comunidades e promover o desenvolvimento com o investimento social. |
|  | Governança    | Comunicação responsável                   | Propósito e Governança de Stakeholders (PGS)  |   |  |

# Governança



Paula Ritto, Desenvolvimento - Lunelli Têxtil



# Estrutura de Governança

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

Nossa estrutura de Governança Corporativa é definida com apoio de um conjunto de mecanismos de monitoramento e controle, que têm o objetivo de assegurar que as decisões do negócio sejam tomadas em linha com os objetivos de longo prazo da organização.

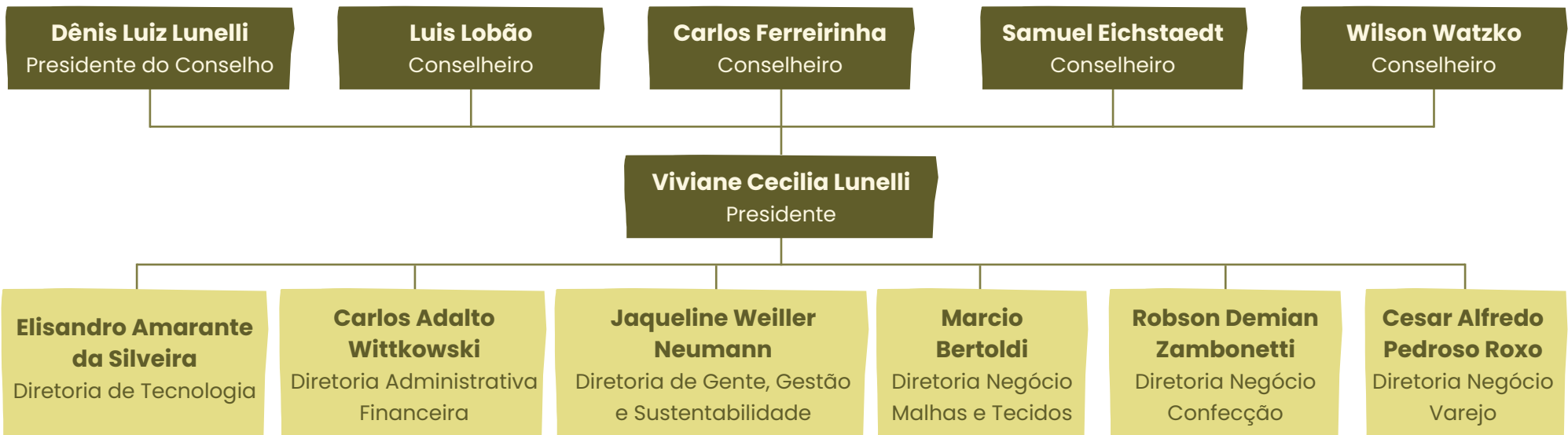
As atividades de governança, conformidade e gestão de riscos são orientadas em consonância com os princípios de governança: Integridade, Transparência, Equidade, Responsabilização e Sustentabilidade, estabelecidas pelo IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa), no Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.

A Lunelli é uma organização de capital fechado, com três sócios acionistas pertencentes à família fundadora da empresa e o conselho consultivo formado por 5 representantes. Ao Conselho, compete a orientação geral dos negócios da companhia, definindo sua missão, objetivos e diretrizes, além de planos, programas e projetos estratégicos e de investimentos. Acompanhamento da implementação da política de gestão de riscos, constituição de comitês, acompanhamento do desempenho da companhia, do próprio Conselho e da Diretoria. O relacionamento entre executivos, demais stakeholders, além de outras atribuições, é definido em contrato social, políticas e procedimentos internos da companhia.

O Presidente do Conselho tem como atribuição, além de presidir as reuniões, organizar, coordenar as atividades e compatibilizar as atividades do conselho com os interesses da empresa, dos seus acionistas e das demais partes interessadas.

Nossa estrutura de Governança é regida por uma Política de Governança Corporativa. Também adotamos documentos importantes para a governança como o Estatuto Social, Regimento Interno, Código de Conduta para colaboradores e fornecedores, Plano de Negócios e Estratégia de Longo Prazo e Plano de Conquista de Resultados (PCR), além de políticas e procedimentos de cada área.

Em 2025, registramos a entrada de um novo conselheiro em nosso quadro, Sr. Wilson Watzko, com foco em gestão econômica e financeira. No âmbito da diretoria, foi realizada uma reestruturação para dar maior sustentação à gestão do negócio, sendo composta por 6 diretorias segmentadas por unidade de negócios: Malhas e Tecidos, Confecção, Tecnologia, Administrativa-Financeira, Varejo e Gente, Gestão e Sustentabilidade. Com a nova estrutura, a área de Sustentabilidade passa a compor a Diretoria de Gente, Gestão e Sustentabilidade.



# Gestão de Riscos

(2-25, 201-2, 205-1)

A gestão de riscos é um pilar essencial para garantir a sustentabilidade e a resiliência do negócio. O gerenciamento de riscos é responsabilidade de todos os colaboradores, que devem assegurar que os controles internos sejam adequados para o monitoramento dos riscos dos processos e possibilitem a comunicação sistemática e formal de fatos que possam impactar negativamente os resultados da empresa.

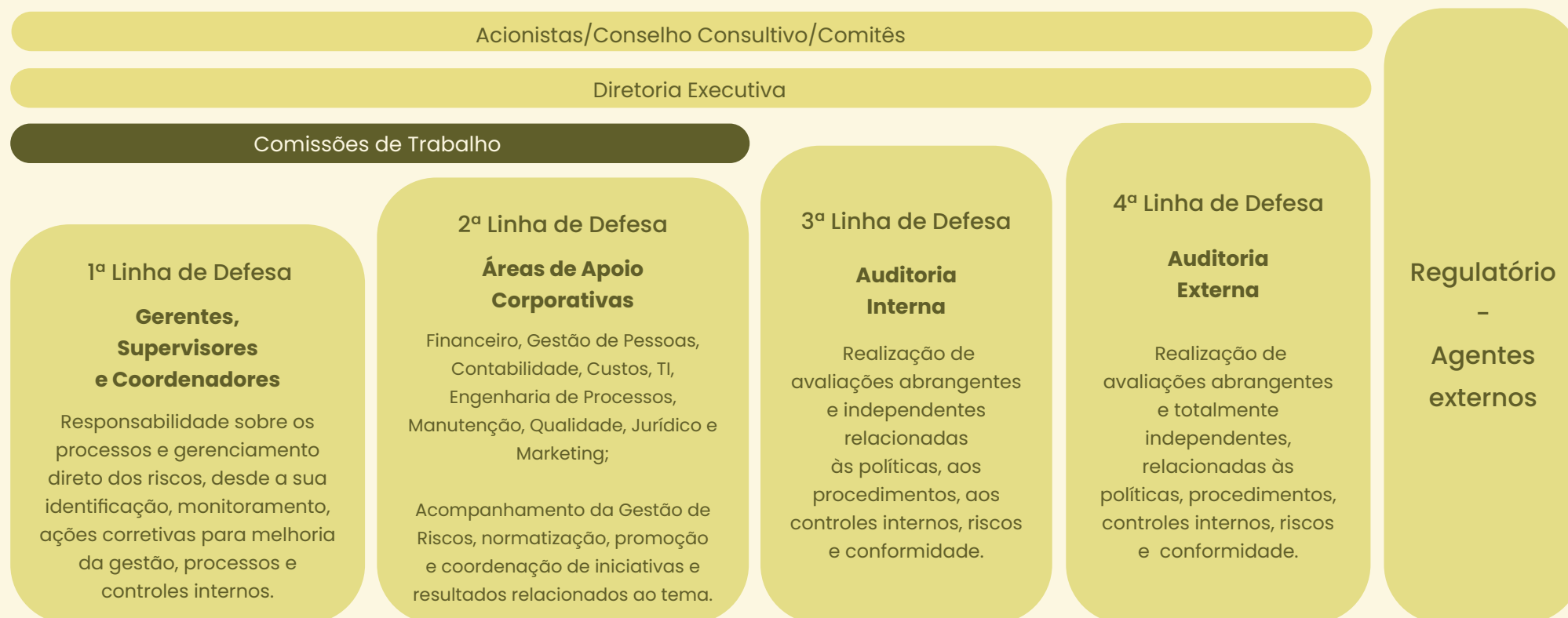
A gestão de riscos é uma das importantes frentes da Estrutura de Governança, e a Política de Gerenciamento de Riscos e Crises é o nosso principal direcionador, que tem a finalidade de assegurar o nível de governança desejado pela empresa, mediante a adoção de linhas de defesa, definição de práticas e responsabilidades, além de planos de ação e contingências.

Elaboramos o mapa de risco que proporciona uma visão ampla sobre as nossas operações, processos e áreas, permitindo-nos

identificar e gerenciar os diversos tipos de riscos que podem impactar no desempenho do negócio e a geração de valor. Os riscos são identificados e classificados, de acordo com a sua natureza, em quatro macro categorias: Riscos Estratégicos, Financeiros, Operacionais e de Conformidade. A partir da identificação, realizamos a avaliação do grau de exposição ao risco, considerando o potencial de impacto e a probabilidade de materialização, bem como as possibilidades de tratamento e mitigação. Essa análise nos permite não apenas mitigar possíveis impactos, mas também transformar desafios em oportunidades, contribuindo para a tomada de decisão.

Para mitigar os riscos identificados, a alta administração, bem como as áreas de apoio e lideranças operacionais relacionadas às linhas de defesa, têm responsabilidade sobre os processos de gerenciamento direto dos riscos desde a sua identificação, monitoramento, ações corretivas para melhoria da gestão, processos e controles internos.

## Estrutura de Linhas de Defesa - Gestão de Riscos e Crises:



As auditorias interna e externa têm função executiva e de assessoramento. Concluimos o ano de 2025 com 26 auditorias internas e 1.960 horas de auditoria externa contratada, com foco em Industrialização, Compras e Outsourcing e demonstrações financeiras e fiscais.

Para compor a análise de riscos, em 2025, estabelecemos um procedimento para análise, avaliação e monitoramento dos riscos socioambientais relacionados aos fornecedores, visando garantir a conformidade com os compromissos de sustentabilidade da organização, a segurança nas relações comerciais e a promoção de boas práticas ESG na cadeia de fornecimento.

Para mitigação dos riscos e suporte à alta administração, contamos com a estrutura de Comissões de Trabalho. Em 2025, realizamos a integração das Comissões de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade e, ainda, a criação da Comissão de Pricing para Plataforma Lunelli.

- Competitividade e eficiência operacional - Confecção
- Competitividade e eficiência operacional - Malhas e Tecidos\*
- Infraestrutura
- Transformação digital
- Financeira
- LunelliPrev
- Gestão de Pessoas e Sustentabilidade
- Pricing Plataforma Lunelli

As comissões são formadas por um diretor responsável, um coordenador, um secretário e até cinco colaboradores membros, que ocupam cargos de liderança ou são considerados colaboradores-chave, com atribuições e responsabilidades específicas.

No total, as comissões foram compostas por 37 colaboradores, sendo 92% líderes e 8% de colaboradores-chave. Além disso, a representatividade de gênero foi composta por 70% de homens e 30% de mulheres. O tempo médio de participação dos membros em comissões foi de 1,9 ano.

| Comissões de Trabalho   | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------|------|------|------|
| Quantidade de Reuniões  | 92   | 86   | 70   |
| Quantidade de Propostas | 411  | 273  | 222  |
| Propostas Aprovadas     | 235  | 157  | 107  |
| Propostas Registradas   | 151  | 95   | 86   |
| Propostas Reprovadas    | 18   | 16   | 10   |

Em 2025, a Comissão de Transformação Digital foi substituída por um Comitê de Transformação Digital, com participação de membro externo. Mantivemos o Comitê de Gestão de Pessoas e, ainda, dois Grupos de Trabalhos/Estudos: "Reforma Tributária" e "Estudos Jurídicos Trabalhistas e Previdenciários".

# Cultura da Ética e Integridade

Acreditamos que somos todos responsáveis por manter padrões e aprimorar nossos processos, buscando por um negócio mais sustentável e ético para as pessoas e para o planeta.

O Código de Conduta da Lunelli foi elaborado com base na ideologia, valores e princípios. O documento norteia nossa conduta profissional, estabelece as normas e atitudes consideradas adequadas para a promoção de um excelente lugar para se trabalhar. O documento está organizado em três temas principais: Ambiental, Social e Governança. Além dessa estrutura, o Código de Conduta apresenta quais ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU) estão vinculados com cada tema. No documento, apresentamos as diretrizes para conduta interna, direitos humanos, práticas anti-corrupção, privacidade de dados e outras orientações para integridade e ética.

Para o Código de Conduta de Fornecedores, a mesma estrutura foi aplicada, sendo incluído o processo de leitura e aceite ao documento em contratos firmados com fornecedores e parceiros e, ainda, no processo de homologação de fornecedores por meio da plataforma digital.

Desejamos orientar pelos bons exemplos e, junto com nossos colaboradores, representantes, clientes, franqueados, fornecedores e todas as partes interessadas, temos grande capacidade de sermos protagonistas e transformar o mundo ao nosso redor.

Os Códigos de Conduta Interno e para Fornecedores estão disponíveis no site.

## Anticorrupção

(2-23,2-24,205-1,205-2)

Na Lunelli, proibimos qualquer ato ou prática que possa caracterizar corrupção, seja de forma direta ou indireta, de acordo com a Lei Anticorrupção nº 12.846/2013. Todos os colaboradores, ao conduzir os negócios e atividades rotineiras, devem cumprir ou fazer cumprir esse dispositivo legal.

Não admitimos atitudes e ações que envolvam pagamento e/ou recebimento de benefícios indevidos (presentes, favores, empréstimos,

contribuições, serviços especiais) ou que caracterizem suborno, corrupção, propina ou a troca de favores com servidores públicos, a fim de obter qualquer favorecimento ou privilégio de agentes governamentais.

Todas as orientações são reforçadas em nosso Código de Conduta, no qual incentivamos que a identificação de qualquer prática que caracterize corrupção seja relatada por meio do Canal de Ouvidoria.

# Política de Segurança da Informação

A política da segurança da informação reflete diretamente nosso compromisso com a integridade, confidencialidade e disponibilidade das informações que estão sob nossa responsabilidade, conforme determina a Lei Nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Esse documento visa estabelecer diretrizes para as condutas consideradas adequadas para a manipulação de informações da Lunelli.

Todos os anos realizamos comunicações internas sobre a Política de Segurança da Informação para todos os colaboradores, reforçando a conscientização e destacando a importância fundamental desse tema para a proteção e o fortalecimento do nosso negócio.

Em 2025, registramos 15 ocorrências relacionadas a incidentes de segurança e 27 ocorrências relacionadas a LGPD, caracterizadas por questionamentos ou solicitações de remoção de dados da base da Lunelli, sendo imediatamente atendidas. Fortalecemos nossa capacidade de resposta, assegurando que 100% dos casos fossem tratados com as medidas adequadas, reafirmando nosso compromisso com a segurança e a proteção das informações.

## Canal de Ouvidoria

(2-25, 2-26, 406-1)

Buscamos sempre reforçar a prática da transparência e da ética, valorizamos a participação ativa de nossos colaboradores, parceiros e da comunidade para garantir o alinhamento das práticas aos princípios estabelecidos em nosso Código de Conduta e demais diretrizes.

Disponibilizamos a todos os stakeholders, sendo colaboradores, representantes, franqueados, fornecedores, parceiros e comunidade em geral, o acesso ao nosso Canal de Ouvidoria, que atende de maneira unificada a todas as empresas do grupo. O canal está disponível 24 horas por dia e permite que o contato seja feito de forma anônima, ou seja, sem a necessidade de identificação.

Acreditamos que a contribuição de todos é essencial para fortalecer a integridade e a cultura ética em nossa organização. Assim, todos os relatos recebidos são tratados com seriedade e total confidencialidade. Nossa equipe jurídica conduz as análises e investigações, assegurando um processo imparcial e rigoroso para cada situação relatada. Caso o relator opte por se identificar, garantimos um posicionamento em até cinco dias corridos após o relato, reforçando nosso compromisso com um retorno ágil e eficiente.

Nos casos em que denúncias forem comprovadas, tomamos as medidas cabíveis conforme a gravidade da situação. Esse compromisso reflete nosso esforço contínuo em manter um ambiente de trabalho seguro, ético e justo para todos.

Em 2025, registramos 454 ouvidorias no total, sendo classificadas em três principais temas: Pessoas; Patrimonial e Institucional; e Legal e outros. O número de ouvidorias registradas representou 41% de aumento em relação a 2024, o que demonstra o resultado positivo de campanhas internas realizadas durante o ano e o aumento da confiabilidade no uso da Ouvidoria.

Encorajamos todos a utilizarem os canais de ouvidoria sempre que necessário, reafirmando nosso compromisso com a integridade, o respeito mútuo e a construção de um ambiente de trabalho transparente e responsável.

Canal de Ouvidoria  
Ligações internas | ramal 7488  
Ligações externas | +55 (47) 9090 3373 – 7488  
E-mail | [ouvidoria@lunelli.com.br](mailto:ouvidoria@lunelli.com.br)



# Certificações, Prêmios e Reconhecimentos

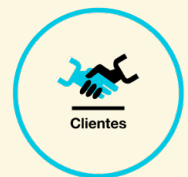


## Somos uma Empresa B Certificada!

A Lunelli faz parte de um movimento global que promove a ação coletiva para construir uma economia mais inclusiva, equitativa e justa. Atualmente, existem mais de 10.000 Empresas B no mundo, que juntas geram mais de 1 milhão de empregos\* (B Lab Global (2022), Avaliação de Impacto B versão 1.6).

Como uma Empresa B Certificada, temos orgulho de fazer parte de uma comunidade de empresas que trabalham juntas por mudanças e participam de ações coletivas para impulsionar um objetivo comum: uma economia global que beneficie as pessoas e o planeta.

Nossas práticas produtivas e comerciais cumprem com padrões ambientais, sociais e de governança. Nós trabalhamos continuamente para sermos transparentes e responsáveis pelo nosso impacto, e adaptamos nossas práticas para refletir questões sociais e ambientais em evolução, nos alinhando às demandas e valores dos consumidores.





Gediéli Toporosky Schmidt, Desenvolvimento - Lunelli Têxtil

# *Manifesto Lunelli*

## Empresa B Certificada

O futuro é tecido com as escolhas que fazemos agora. Com coragem, abrimos os olhos para o hoje.

Porque, quando olhamos de verdade para o outro e para o mundo, entendemos que é **tempo de agir**.

Acreditamos que o futuro acontece baseado em nossas escolhas e em quanto tempo levamos para tomá-las.

Por isso, a Lunelli torna-se uma Empresa B. Está em nossas mãos a responsabilidade de fazer parte de uma **transformação**. De construir hoje o amanhã que desejamos compartilhar.

Começamos olhando para dentro: **o que nós podemos fazer?**

Criar Moda com significado, que promova um impacto positivo no mundo e para todos!

De dentro para fora, construímos juntos nossa verdadeira intenção: **inspirar**. Ser B é mais do que uma certificação.

É fazer parte de um movimento global de empresas que colocam **as pessoas e o planeta no centro das decisões**.

É estar ao lado de clientes, fornecedores e parceiros que acreditam no poder da mudança.

Porque vestir com significado é também vestir **o compromisso com o futuro**.

É costurar relações mais humanas, escolhas mais conscientes e negócios mais sustentáveis.

Não queremos ser os melhores do mundo. **Queremos ser melhores para o mundo**.

Lunelli é Moda com Significado.  
**Lunelli é Empresa B.**

**2º** maior grupo de moda do país

a conquistar a Certificação B

**19ª** empresa do mundo

a receber a certificação para o setor têxtil e de vestuário com mais de 1.000 colaboradores

Acesse o site para saber mais:  
[www.lunelli.com.br/sistemab](http://www.lunelli.com.br/sistemab)



Assista ao vídeo manifesto

# GPTW

Recebemos, pelo **quinto ano** consecutivo, o selo “Great Place to Work”, como um Excelente Lugar para se Trabalhar e presente pelo segundo ano no Ranking das Melhores Empresas para se Trabalhar no estado do Ceará, na categoria Grandes Empresas. E ainda, em nossa primeira aplicação da pesquisa na unidade Lunelli Paraguai, fomos certificados!

Tivemos a participação voluntária com adesão total de 88%, sendo 89% de colaboradores respondentes no Paraguai e 84% dos colaboradores nas unidades do Brasil, o que demonstra o engajamento e o comprometimento do nosso time com a escuta ativa e a melhoria contínua para promoção de um ambiente de trabalho saudável e acolhedor.



No Paraguai, em nossa 1ª aplicação fomos certificados!



No Brasil, pelo 5º ano consecutivo



No Ceará, estamos no ranking pelo 2º ano consecutivo!



Equipe Lunelli Nordeste

## Mental Health

Pelo segundo ano consecutivo, recebemos a certificação de excelência, ao promover e apoiar de forma consistente a saúde mental no local de trabalho, avaliada pela consultoria de ecossistemas integrados Great People Mental Health, parte integrante do GPTW (Great Place To Work).



# ABVTEX

A certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) está presente em nove de nossas unidades produtivas, reforçando nosso compromisso com boas práticas no setor. Em 2025, mantivemos a certificação em nossas unidades, avançando de 4, em 2024, para 7 unidades certificadas com Selo Ouro em 2025.

Esse selo atesta a conformidade com rigorosos critérios de responsabilidade social e ambiental, além de outros aspectos fundamentais para uma cadeia produtiva mais ética e sustentável na indústria da moda.

Lunelli Beneficiamentos Brasil, Lunelli Luiz Alves, Lunelli Comercial, Lunelli Vestuário, Lunelli Têxtil, Lunelli Avaré e Lunelli Nordeste.

empresa  
aprovada

PROGRAMA  
**ABVTEX**



Unidades de Costura AJD e Lunelli Confecções

empresa  
aprovada

PROGRAMA  
**ABVTEX**



## Selo Equidade de Gênero e Inclusão

Ceará Biênio 2025/2026

O Selo de Equidade de Gênero e Inclusão é uma certificação concedida bianualmente para reconhecimento de empresas e organizações – públicas e privadas – que incentivam o acesso, ascensão, remuneração e permanência de trabalhadores e trabalhadoras sem discriminação de gênero e raça no mundo do trabalho. O reconhecimento é realizado pela Secretaria das Mulheres do Estado do Ceará.

A Lunelli foi reconhecida com o Selo Bronze, por adotar boas práticas de gestão de pessoas e de cultura organizacional que promovam a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, relativas ao acesso e à permanência no mundo do trabalho, à remuneração e ao desenvolvimento profissional, a atenção e o apoio à mulher em suas demandas específicas, notadamente no cuidado de seus filhos, bem como a inclusão étnico-racial e de pessoas com deficiência.



Susana Rayol e Geraldo Magela, Lunelli Nordeste, recebendo o reconhecimento.



Geraldo Magela e Susana Rayol, Lunelli Nordeste, recebendo o Prêmio Ser Humano CE



Diego Felippi, Jaqueline Weiller Neumann e Jesoela Rígon, Lunelli Vestuário, recebendo o Prêmio Ser Humano SC

## Prêmio Ser Humano – ABRHCE e ABRHSC

O Prêmio Ser Humano é concedido, anualmente, às organizações cujas práticas inovadoras tenham alcançado significativos resultados quantitativos e qualitativos e que possam ser consideradas uma referência no mercado.

A Lunelli foi reconhecida no Prêmio Ser Humano ABRH-CE com o case “Respeito Inspira Respeito”, na categoria ESG – Ações para a Diversidade. O projeto foi desenvolvido de forma colaborativa, envolvendo mais de 180 pessoas entre colaboradores, líderes e áreas técnicas de diversas unidades da Lunelli. A escuta ativa, o diálogo transparente e o olhar para a realidade local resultaram na construção da nossa Política de Diversidade e Inclusão, alinhada à ideologia da Lunelli, ao manifesto “Respeito Inspira Respeito” e à nossa estratégia de sustentabilidade. Em 2025, além de sermos reconhecidos no Prêmio Ser Humano no estado do Ceará, também fomos reconhecidos pelo Prêmio Ser Humano Santa Catarina em três categorias.

Na categoria “Gestão de Pessoas – Excelência Organizacional”, fomos reconhecidos pelo Programa Viva Você, que incentiva e promove a saúde e o bem-estar dos colaboradores através de iniciativas como acesso a psicólogo, aulas de corrida, yoga, nutricionista e assistência social. Para a categoria “Gestão de Pessoas – Desenvolvimento”, fomos reconhecidos pelo nosso Plano de Previdência Privada LunelliPrev, que oferece um plano complementar para aposentadoria, incentivando a reserva e a saúde financeira. Na categoria “ESG – Ações para a Diversidade”, fomos reconhecidos pelo projeto Respeito Inspira Respeito, no qual foi realizada a construção colaborativa para Política de Diversidade e Inclusão da Lunelli.

Este reconhecimento em boas práticas realizadas para Gestão de Pessoas e ESG reforçam nosso compromisso em fazer moda com significado.

# *Excelência em Gestão de Pessoas 2025*

Fomos reconhecidos em 4º lugar, no Brasil no Prêmio, Excelência em Gestão de Pessoas promovido pelo Grupo Gestão RH.

Realizado com apoio técnico do FGV In Company, a pesquisa avalia empresas em quatro áreas fundamentais da gestão do capital humano: Saúde Psicológica dos Colaboradores, Cidadania Corporativa, Desenvolvimento Humano e Organizacional e Práticas em Gestão de Pessoas.

Esse reconhecimento reforça o compromisso da Lunelli em cuidar das pessoas, promover um ambiente saudável e estimular o crescimento humano e profissional de cada colaborador.

## *Prêmio Economia Circular na Indústria*

### **Fórum Mundial de Economia Circular (WCEF)**

A Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e a Confederação Nacional da Indústria (CNI) avaliaram e classificaram nossa iniciativa de Economia Circular realizada por meio da marca Vila Flor como um dos cases de Melhores Práticas de Economia Circular do setor industrial em toda a América Latina e Caribe, que compõem o E-book de iniciativas lançado durante o Fórum Mundial de Economia Circular. *Acesse o material completo aqui.*

A Vila Flor nasceu com o propósito de desenvolver moda de forma sustentável e acessível. A partir do aproveitamento de excedentes de malhas e tecidos, a marca transforma recursos já existentes em novos produtos, contribuindo para a redução de desperdícios e para um ciclo mais consciente dentro da cadeia têxtil.



# Prêmio Expressão Ecologia 2025



A Lunelli foi vencedora do 31º Prêmio Expressão de Ecologia em **três categorias**. Reconhecida como uma das premiações mais tradicionais do país voltada à sustentabilidade e à preservação ambiental, o Prêmio Expressão de Ecologia já recebeu mais de 3.500 projetos inscritos ao longo de sua história, avaliados com base em critérios como relevância, inovação, impacto ambiental e potencial de replicabilidade. Neste ano, a Lunelli foi um dos grandes destaques da premiação, sendo a única, entre os 151 projetos inscritos, a receber três reconhecimentos nesta edição.

Entre os projetos premiados, o **“Brigada Mirim Lunelli”** foi o vencedor na categoria Educação Ambiental. Desenvolvida na unidade de Corupá (SC), a iniciativa oferece formação para crianças de 7 a 10 anos, exclusivamente para filhos de colaboradores, abordando temas como educação ambiental, primeiros socorros, segurança no trânsito e uso consciente das redes sociais. O projeto impactou diretamente 27 crianças, estimulando o protagonismo e o engajamento comunitário.

A Lunelli também foi premiada na categoria Resíduos Sólidos, com o uso de **Embalagem Biodegradável e Compostável** para marca Lez a Lez, que substituiu 100% das embalagens plásticas tradicionais por versões biodegradáveis e compostáveis.

E, ainda, com o projeto **“Destilador de Água para Estamparia Digital”**, que implantou a produção interna de água destilada para o setor de estamparia, eliminando o uso de galões plásticos e reduzindo as emissões de CO2 associadas ao transporte. Desenvolvida dentro do Programa Novas Ideias da Lunelli, a solução retirou de circulação cerca de 3,3 mil embalagens por ano e gerou uma economia anual de quase R\$ 60 mil.

Este foi o 7º Prêmio Expressão Ecologia conquistado pela Lunelli. Esse resultado reforça a consistência das iniciativas de desenvolvimento sustentável promovidas pela Lunelli ao longo de sua história.

# Selo de Excelência ABF e Prêmio ABF ESG

Selo ABF (Associação Brasileira de Franchising) é a principal premiação do mercado de franquias no país. Ele reconhece a qualidade e a excelência das organizações que atuam como franqueadoras, com base em práticas de gestão, desempenho e relacionamento. A premiação chancela as empresas que são referência no setor, avaliadas diretamente pelos próprios franqueados e, de forma indireta, também pelos clientes.

Em 2025, a marca Lez a Lez foi **duplamente reconhecida** pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), reforçando sua posição de destaque no setor de franquias nacional. A marca recebeu, **pelo sétimo ano consecutivo**, o Selo de Excelência em Franchising, além do **Prêmio Destaque em Sustentabilidade**, concedido ao case LunelliPrev — iniciativa de previdência complementar voltada ao bem-estar financeiro dos colaboradores.

Kadrize Vailon, franqueada Lez a Lez Chapecó e Cesar Roxo, Diretor de Varejo



# Ordem do Mérito Industrial 2025

Nossa Presidente, Viviane Cecília Lunelli, recebeu a Ordem do Mérito Industrial 2025 pela Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC). Essa honraria é o maior reconhecimento que a FIESC concede a industriais que se destacam por sua contribuição ao desenvolvimento do estado e da comunidade.



Antídio Aleixo Lunelli, Viviane Cecília Lunelli e Dênis Luiz Lunelli



Equipe Lunelli Paraguai recebendo Santiago Peña e sua equipe

## Visita Presidencial no Paraguai

No Dia da Indústria no Paraguai (08 de setembro), tivemos a honra de receber em nossa unidade Beneficiamentos Paraguai a visita do Presidente da República, Santiago Peña.

A Lunelli acredita no poder da indústria que transforma, gera empregos, desenvolve talentos, movimenta comunidades e cria valor com responsabilidade. Há uma década, a Lunelli escolheu Minga Guazú como parte do seu caminho de expansão e, desde então, temos gerado oportunidades e impulsionado a economia local.



Kleiton Roberto Schwarz, Gerente Industrial – Lunelli Paraguai recebendo o reconhecimento.

# Câmara de Empresários

## Ciudad del Este & Alto Paraná – Paraguai

Recebemos o reconhecimento da Câmara de Empresários de Ciudad del Este y Alto Paraná por termos alcançado a Certificação como Empresa B, que reflete o compromisso da Lunelli Paraguai com o impacto positivo, a sustentabilidade e o bem-estar das pessoas e do entorno.



Kleiton Roberto Schwarz, Gerente Industrial – Lunelli Paraguai recebendo o reconhecimento

# Câmara de Empresas Maquiladoras do Paraguai

## CEMAP

A Lunelli recebeu o prêmio de excelência em sustentabilidade empresarial e contribuição ao ecossistema de Empresas B, um marco que reforça nosso compromisso com práticas de alto impacto no país. O reconhecimento aconteceu no 9º Reconhecimento a Maquiladoras Destacadas 2025 realizado pela CEMAP.

# *Comunicação com os Públicos de Relacionamento*

(2-29)

Para a comunicação consciente e responsável com as partes interessadas ao negócio, realizamos a atualização do mapeamento de partes interessadas (stakeholders) e definimos as melhores formas e meios de comunicação, buscando informar, comunicar, fortalecer o relacionamento e engajar a todos para a estratégia de sustentabilidade da Lunelli.



# Engajamento e comunicação com público interno

## Sou Lunelli

### Aplicativo Sou Lunelli

O aplicativo Sou Lunelli é uma ferramenta digital de comunicação corporativa, através da qual todos os colaboradores recebem informações sobre nossos benefícios, campanhas, nossas marcas e produtos, além da possibilidade de realizarem suas próprias postagens, compartilhando seu dia a dia e conquistas com colegas de empresa. O aplicativo também fornece acesso a dados da relação de trabalho, como folha de pagamento, extrato de horas e cartão ponto, recibos de férias, informes de rendimentos, entre outros.

### Café com Essência

Este é um momento especial em que os colaboradores têm a oportunidade de se inscrever para uma conversa junto à Presidente, promovendo a troca de aprendizados, esclarecimento de dúvidas e compartilhamento de sugestões para melhoria contínua de nossos processos.



## *Homenagem por Tempo de Empresa*

Todos os anos realizamos os eventos de Homenagem por Tempo de Empresa de 5, 10, 15 e 20 anos, com uma celebração e cerimônia e, ainda, realizamos um jantar especial para os colaboradores que completam de 25 a 40 anos de Tempo de Empresa junto com suas famílias, diretoria e acionistas. Como um momento de gratidão pelo trabalho e dedicação, nossos colaboradores compartilham suas histórias e conquistas pessoais, além de suas trajetórias dentro da Lunelli. Esse é um momento muito especial para todos em que reforçamos nossa missão de melhorar a vida das pessoas através de oportunidades, produtos e serviços.



Dênis Luiz Lunelli, Márcio Bertoldi, Gisele Bertoldi, Isabela Bertoldi e Viviane Cecília Lunelli

## *Reunião de Vendas*

Realizamos as convenções de vendas, com lançamentos de coleções, para nosso time comercial, representantes e franqueados, com o objetivo de realizarmos o alinhamento comercial e estratégico. Em nossas reuniões presenciais, organizamos uma imersão ao universo das marcas e aos temas de cada coleção, como forma de transmitir a coleção e desenvolvê-la para representar as marcas ao mercado. Nesse encontro, homenageamos os representantes por tempo dedicado à empresa. Nosso objetivo é reconhecer formalmente seu trabalho, agradecendo sua dedicação e competência ao longo dos anos.



# Eventos e Comunicação com Público Externo

## ONDM

O ONDM (O Negócio da Moda) é um dos principais eventos de conteúdo e relacionamento do setor têxtil e de moda no Brasil. Para a Lunelli, a ONDM é um espaço estratégico para troca de conhecimento, fortalecimento de marca e conexão com o mercado, no qual apresentamos nossas soluções em malhas e tecidos, acompanhamos tendências, participamos de talks e nos posicionamos como referência em inovação, estamparia digital e sustentabilidade.

## Lunelli Inspira

O Lunelli Inspira é um evento proprietário da marca, criado para inspirar clientes, parceiros e profissionais da moda. Mais do que apresentar produtos, ele promove conteúdo, troca criativa e experiências, conectando tendências, processos, sustentabilidade, estamparia e comportamento de consumo. É um momento de proximidade, em que a Lunelli compartilha conhecimento e reforça seu papel como parceira criativa das marcas.



## Inside Fashion Business 2025:

### Inovação e Sustentabilidade no Varejo de Moda

Estivemos presentes no Inside Fashion Business 2025, um encontro que reuniu grandes lideranças do varejo de moda no Google Campus, em São Paulo, para debater os desafios e oportunidades do setor, com foco em inovação, sustentabilidade e transformação humana. Conduzimos o painel “O futuro e o crescimento da indústria com olhar para a sustentabilidade” e, com orgulho, também lançamos o nosso Relatório de Sustentabilidade 2024, no qual compartilhamos os principais resultados do ano e as ações realizadas, guiados pela nossa ideologia e pela visão de sustentabilidade de “fazer moda com significado que promova impacto positivo no mundo e para todos”.



## *In Fashion Lectra*

Tivemos a honra de participar do In Fashion Lectra, integrando um painel sobre sustentabilidade, tema que faz parte da estratégia da Lunelli e é essencial para a perenidade dos negócios. Compartilhamos nossa trajetória e mostramos como a sustentabilidade está integrada a todas as etapas do processo produtivo. Reforçamos a importância de agir hoje para garantir um futuro mais equilibrado. O evento reuniu líderes e empresas do setor e foi uma ótima oportunidade para troca de experiências, destacando o papel da inovação e da responsabilidade socioambiental na moda.



## *Colombiatex*

A Colombiatex é uma das maiores e mais importantes feiras têxteis da América Latina, realizada na Colômbia. Para a Lunelli, a feira é uma vitrine internacional para apresentar nossas malhas, estampas e soluções sustentáveis, além de fortalecer a presença da marca no mercado latino-americano e ampliar conexões comerciais e criativas.

## *Conexão Origem Sustentável*

A Lunelli marcou presença no Conexão Origem Sustentável, principal evento do setor calçadista dedicado ao debate sobre ESG. Participamos do painel "Impactar pessoas, transformar realidades", ao lado da Klabin e Sebrae RS. O evento, realizado pela Abicalçados e ASSINTECAL, reforça o nosso compromisso em integrar o EESG em toda a cadeia produtiva, contribuindo para o desenvolvimento de uma indústria mais consciente e responsável.

## *Brascol Transforma 2025*

A Lunelli participou do Brascol Transforma 2025, evento focado no mercado infantil. O painel debateu a conexão entre indústria e varejo, abordando desafios como a digitalização, mudanças no comportamento de compra e a busca por qualidade e sustentabilidade.

## Congresso da Felicidade

Estivemos mais uma vez presentes como apoiadores do Congresso Internacional da Felicidade, um evento que se conecta profundamente com o nosso propósito de “Promover o sucesso dos nossos clientes através da felicidade e satisfação dos nossos colaboradores”. Essa parceria reflete o nosso propósito de ir além da moda, de contribuir para a construção de um mundo mais feliz.

Durante dois dias, compartilhamos conhecimentos e ampliamos nossos horizontes e percepções sobre o tema, com palestrantes de diversos pontos do Brasil e de outros países, abordando o tema “Felicidade” a partir de diversos pontos de vista. Acreditamos que moda é sobre impacto positivo e bem-estar, e participar do Congresso Internacional de Felicidade reforça nosso compromisso com o desenvolvimento humano e o cuidado com cada pessoa.



## Conferência entre Partes

**COP 30 - Belém/PA, Brasil**

COP30  
**BRASIL**  
AMAZÔNIA  
BELÉM 2025

A Lunelli marcou presença na COP30, realizada em Belém, integrando uma programação que reforçou seu compromisso com a moda sustentável e a construção de parcerias estratégicas.

Ao longo de cinco dias, representantes da empresa participaram de debates na Blue Zone e em espaços parceiros, abordando temas como economia circular, rastreabilidade, governança e o avanço das Empresas B no Brasil e na América Latina.

A participação da Lunelli na COP30 consolida sua visão de sustentabilidade, de fazer moda com significado, que promove impacto positivo no mundo e para todos.





## *Estação Gasômetro - Belém/PA*

Regenera Project - "Negócios que regeneram" –  
O poder das organizações da Moda comprometidas  
com a geração de impacto positivo



## *Casa ComBio – Ilha do Combu - Belém/PA*

Evento Sistema B Brasil & Latin America – Lançamento  
do GUIA de MODA B



## *BlueZone COP30 - Belém/PA*

Painel "Empresas B pelo futuro: Usando a força dos  
negócios para promover o bem social e ambiental"  
Com Natura e Sistema B



## *BlueZone COP30 - Belém/PA*

Painel "O poder dos negócios para o desenvolvimento  
sustentável" Com Profº Luis Lobão



Ana Laura Lunelli Bosse, Ilha do Combu, Belém/PA

## BlueZone COP30 - Belém/PA

Painel "Costurando um futuro sustentável" Com Renner, Capricórnio, Brand Têxtil, LACES e Painel "Economia Circular e Projetos ESG" Com AkzoNobel, LACES e Brand Têxtil

Acompanhamos outros eventos e painéis temáticos durante a COP30. Como o Painel da ABIT e ABDI - Recircula Brasil, discutindo a Circularidade na Indústria: Transformando resíduos em recursos, realizado na GreenZone e, no Teatro Margarida Schivasappa, o evento do Grupo Mulheres do Brasil na COP30 com o Lançamento da Carta das Mulheres. Na Ilha do Combu, participamos do Impact Business Day e Designing 2030 junto ao Sistema B Brasil & Latin America e demais empresas B certificadas.

A participação da Lunelli na COP30 consolida sua visão de sustentabilidade, de fazer moda com significado que promove impacto positivo no mundo e para todos.



# Participação na sociedade

(2-28)

Fortalecemos nossas parcerias com entidades e associações, promovendo a troca de conhecimento, o debate estratégico e a construção de propostas alinhadas aos interesses e desafios da companhia.



## ABVTEX

Associação Brasileira do Varejo Têxtil

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



## BCI – Better Cotton Initiative

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

## ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção Comitê de Sustentabilidade

Somos membros do Comitê desde o início das atividades do grupo, que tem como objetivo atuar no desenvolvimento sustentável do setor têxtil, focando em economia circular, descarbonização, uso eficiente de recursos, direitos humanos e conformidade ESG. O grupo promove a colaboração entre empresas, governo e sociedade civil para antecipar tendências e auxiliar na evolução de práticas sustentáveis no setor têxtil e de confecção de compras.



## Sou de Algodão

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



Rede Brasil

## Pacto Global

Signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) na Rede Brasil e Paraguai.

## Outras associações:

ACIJS – Associação Empresarial de Jaraguá do Sul

ACIAG – Associação Empresarial de Guarapiranga

ACIAC – Associação Empresarial de Corupá

ACIA – Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Avaré

ABRH – Associação Brasileira de Recursos Humanos

ABF – Associação Brasileira de Franchising

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

# Econômico



# Gestão Econômica

Nossa visão de sustentabilidade considera a geração de valor econômico como um pilar estratégico, prezando pela sustentabilidade financeira do negócio e tendo como principais objetivos a geração de emprego e renda, distribuição de resultados e perene geração de valor.

O crescimento e a sustentabilidade do negócio são apoiados por uma gestão econômica que pode ser segmentada em quatro macro etapas relacionadas. Com desdobramentos e ações estratégicas específicas, a execução de cada etapa é essencial para o crescimento e perenidade do negócio.

Esse processo possibilita a eficaz otimização da alocação dos recursos de acordo com o planejamento estratégico da Lunelli. Reafirmando nosso compromisso com a responsabilidade e transparência na administração dos recursos, visando sempre à otimização dos resultados de forma sustentável.

## Geração do Valor Econômico



# Desempenho Financeiro

(203-1, 203-2)

Embora o ano de 2025 tenha se apresentado desafiador, com um cenário de mercado adverso e marcado pela incerteza interna e externa, reafirmamos nossa convicção no negócio e no potencial de nossas pessoas. Dando continuidade ao nosso plano de investimentos, que já havia destinado R\$ 63 milhões em 2024, aportamos outros R\$ 46 milhões em 2025 para a implementação de tecnologias avançadas e equipamentos de alta performance. Com esses investimentos, elevamos o padrão de eficiência de nossas unidades e consolidamos um parque fabril moderno, garantindo operações seguras e preparadas para os desafios futuros. Em 2025, nosso faturamento foi de R\$ 1.549 milhões.

# Valor Econômico Gerado e Distribuído

(201-1)

Há mais de quatro décadas, atuamos de forma sólida e consolidada no mercado, sempre com foco no crescimento sustentável do nosso negócio. Em 2025, tivemos um incremento para o grupo “Pessoal” ocasionado principalmente pela reoneração gradual de folha de pagamento. A “Remuneração de Capitais Terceiros” foi incrementada devido principalmente ao crescimento da taxa de juros do país (SELIC) e para o grupo “Remuneração de capitais próprios” foi impactado principalmente pelo resultado de 2025.

| Demonstração do Valor Adicionado     |               |               |               |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Distribuição do Valor Adicionado     | 2023          | 2024          | 2025          |
| Pessoal                              | 40,9%         | 44,4%         | 52,6%         |
| Impostos, taxas e contribuições      | 22,7%         | 18,0%         | 21,8%         |
| Remuneração de capitais de terceiros | 19,4%         | 21,0%         | 29,0%         |
| Remuneração de capitais próprios     | 17,0%         | 16,6%         | -3,4%         |
| <b>Total</b>                         | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |

A demonstração de valor adicionado abrange todas as operações da Lunelli.

# *Programa de Conquista de Resultados e Prêmio de Produção e Qualidade*

A Lunelli dispõe de dois programas que têm por objetivo compartilhar os resultados alcançados com seus colaboradores, o Programa de Conquista de Resultados (PCR) e o Prêmio de Produção e Qualidade. Cada unidade participa de um dos programas, conforme a característica de sua atividade.

O Programa de Conquista de Resultados reconhece o resultado de todo um ano e é pago em uma única parcela. Já o Prêmio de Produção reconhece os resultados aferidos em cada mês, sendo distribuído mensalmente, junto à folha de pagamento.

Em 2025, realizamos o pagamento de mais de R\$2.900.000,00 em Prêmio de Produção e Qualidade.

# Operação Comercial e Varejo

Nossa operação comercial e no varejo acontece por meio de venda B2B para o Negócio Malhas e Tecidos com a marca Lunelli. E, para as marcas de vestuário, operamos com parceiros multimarcas, franqueados, licenciados e lojas próprias. Além da operação em lojas multimarca, operamos com lojas internas para colaboradores e comunidade com a presença de todas as marcas do grupo e uma operação da marca Hangar 33, totalizando 58 lojas em operação.

*55 lojas Lez a Lez*  
*35 franquias*  
*09 lojas próprias*  
*11 VQL*

(Varejo Qualificado Lunelli)

## Rede de Varejo e Franquias

Para a marca Lez a Lez, operamos com 55 lojas entre próprias, rede de franquias e lojas licenciadas no modelo VQL (Varejo Qualificado Lunelli).

Em 2025, realizamos a abertura de 07 novas lojas franqueadas e 06 lojas licenciadas no modelo VQL, totalizando 13 aberturas.

Realizamos aberturas em 08 estados brasileiros, em Santa Catarina (Joinville, São José e Joaçaba), Paraná (Cascavel e Londrina), Rio Grande do Sul (Porto Alegre e Gravataí), Minas Gerais (Belo Horizonte e Poços de Caldas), Espírito Santo (Vitória), Bahia (Luis Eduardo Magalhães), Mato Grosso (Sinop) e Tocantins (Araguaína).

Com uma presença em 17 estados brasileiros e 55 lojas ao todo, tivemos um aumento de aproximadamente 20% da operação de Varejo da marca Lez a Lez. A evolução do varejo demonstra nosso compromisso na expansão da presença da marca de forma estratégica, proporcionando crescimento e valorizando nossos parceiros comerciais.

## Multimarcas e Representantes

Estamos comprometidos em fortalecer a confiança e a parceria com nossos representantes e clientes, sempre alinhados aos nossos valores fundamentais. Em 2025, contamos com mais de 300 representantes comerciais, levando nossas marcas à maioria das cidades brasileiras e mais de 21,5 mil clientes ativos. Esses números expressivos não apenas refletem nossa ampla presença no mercado, mas também reafirmam a confiança contínua depositada em nossos produtos e serviços.



## Programa UNE

O Programa UNE é uma iniciativa que possibilita a geração de renda extra de forma simples e segura para pessoas físicas, colaboradores e lojistas. Por meio do programa, os interessados realizam o cadastro, divulgam os produtos das marcas da Lunelli para sua rede de contato e recebem comissão pelas vendas feitas com seus cupons nos e-commerces das marcas.

Todo processo, desde o cadastro até a realização das vendas, é 100% digital, tornando a experiência mais prática e acessível para todos os participantes.

Para a marca Lez a Lez, renomeamos o benefício para “CUPOM DO VENDEDOR”, concentrando os esforços nos vendedores de lojas próprias, franquias e licenciados, incentivando-os a divulgar seus códigos de cupom para compras online. Já para a marca Hangar 33, mantivemos o foco na comunidade.

Por meio do site [programaune.com.br](http://programaune.com.br), os membros da comunidade podem gerar seus próprios códigos e começar a promover a marca Hangar 33, criando oportunidades de renda adicional.

Em 2025, o Programa UNE representou 8% das vendas dos nossos e-commerces.

## Omnichannel

Em 2025, realizamos uma reestruturação dos Canais Digitais, com a descontinuidade de Lojas Virtuais (E-Commerce) das marcas Fico, Alakazzo e Lunender. Permanecendo as Marcas Hangar 33 e Lez a Lez.

Iniciamos a migração da plataforma de e-commerce para nova ferramenta, com o objetivo de elevar o nível de experiência dos clientes e impulsionar a performance do e-commerce. A nova plataforma proporciona um **ambiente mais moderno e intuitivo**, com foco na melhoria da taxa de conversão. Além disso, amplia nossa capacidade de exposição das coleções e organização dos produtos, permitindo uma comunicação de marketing mais estruturada, consistente e alinhada às melhores práticas dos principais players do mercado de moda.

Essa evolução também fortalece a **escalabilidade da operação**, criando uma base mais robusta para otimizações contínuas em usabilidade, performance e estratégias comerciais.

Outro destaque foi o lançamento do **novo aplicativo para a marca Lez a Lez**, apresentando uma navegação mais intuitiva e rápida, proporcionando uma **melhor experiência para as clientes**. O lançamento demonstrou impacto relevante nos resultados:



*31% de crescimento nas vendas*

No resultado do e-commerce em 2025, o canal OMNI (Entrega e Retira pelas Lojas) liderou a participação, com 14,5%, seguido pela Prateleira Infinita (5,30%) e pelo Cupom do Vendedor – Programa UNE (3,18%), evidenciando a relevância das iniciativas omnichannel na composição do faturamento.



# Social



Fabiana Sardagna Klein, Contabilidade Geral - Lunelli Comercial

O pilar social representa a ação contínua para cultivar o crescimento pessoal e geração de impacto positivo duradouro na vida das pessoas. O princípio fundamental, que sempre guiou nossas ações, é a responsabilidade com as pessoas ligadas a nós, sejam colaboradores, representantes, fornecedores, parceiros, franqueados, clientes e comunidade.

# Nossos Colaboradores

(2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 401-2, 405-1, 405-2)

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

Na Lunelli, fazemos moda com significado, buscando proporcionar um ambiente seguro e acolhedor para todas as pessoas, promovendo o desenvolvimento e o bem-estar. Sempre em conformidade com a legislação trabalhista, respeitando o direito e buscando uma relação próxima com os sindicatos atuantes em todas as regiões em que temos operação, participando de forma ativa das negociações coletivas que abrangem todos os nossos colaboradores.

No Paraguai, essa relação e participação acontece por meio de acordos estabelecidos diretamente com os órgãos governamentais.

Nós acreditamos que o sucesso da Lunelli tem como alicerce a felicidade e a satisfação dos nossos colaboradores. Por isso, buscamos proporcionar um ambiente de trabalho no qual o respeito é a base das relações, criando oportunidades de desenvolvimento e reconhecimento profissional.

Em 2025, nosso quadro foi composto por 4.298 colaboradores, sendo 88% no Brasil e 12% no Paraguai.

**RESPEITO  
INSPIRA  
RESPEITO**



| Colaboradores por categoria funcional e gênero | 2023       |            | 2024       |            | 2025       |            |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|  | Homens     | Mulheres   | Homens     | Mulheres   | Homens     | Mulheres   |
| Diretoria                                      | 90%        | 10%        | 89%        | 11%        | 75%        | 25%        |
| Gerência                                       | 69%        | 31%        | 76%        | 24%        | 76%        | 24%        |
| Supervisão e Coordenação                       | 48%        | 52%        | 45%        | 55%        | 45%        | 55%        |
| Colaboradores                                  | 31%        | 69%        | 30%        | 70%        | 32%        | 68%        |
| <b>Total</b>                                   | <b>32%</b> | <b>68%</b> | <b>31%</b> | <b>69%</b> | <b>32%</b> | <b>68%</b> |

Em 2025, tivemos a nomeação de uma nova Diretoria, como já mencionado no capítulo de Governança, o que contribuiu com o aumento da participação de Mulheres na categoria funcional de Diretoria.

Apresentamos o quadro de colaboradores por categoria funcional, gênero, raça e idade.

| Colaboradores por função, faixa etária e gênero | Até 21 anos |           | 22 anos até 29 anos |            | 30 anos até 49 anos |            | Acima de 50 anos |           |
|---|-------------|-----------|---------------------|------------|---------------------|------------|------------------|-----------|
|   | Homens      | Mulheres  | Homens              | Mulheres   | Homens              | Mulheres   | Homens           | Mulheres  |
| Diretoria                                       | 0%          | 0%        | 0%                  | 0%         | 50%                 | 13%        | 25%              | 13%       |
| Gerência  | 0%          | 0%        | 0%                  | 0%         | 57%                 | 24%        | 19%              | 0%        |
| Supervisão e Coordenação                        | 0%          | 0%        | 1%                  | 2%         | 40%                 | 47%        | 4%               | 6%        |
| Colaboradores                                   | 5%          | 7%        | 9%                  | 15%        | 15%                 | 38%        | 3%               | 8%        |
| <b>Total</b>                                    | <b>5%</b>   | <b>7%</b> | <b>8%</b>           | <b>14%</b> | <b>16%</b>          | <b>38%</b> | <b>3%</b>        | <b>8%</b> |

| Colaboradores por função, faixa etária e ano | Até 21 anos |            |            | 22 anos até 29 anos |            |            | 30 anos até 49 anos |            |            | Acima de 50 anos |           |            |
|--|-------------|------------|------------|---------------------|------------|------------|---------------------|------------|------------|------------------|-----------|------------|
|  | 2023        | 2024       | 2025       | 2023                | 2024       | 2025       | 2023                | 2024       | 2025       | 2023             | 2024      | 2025       |
| Diretoria                                    | 0%          | 0%         | 0%         | 0%                  | 0%         | 0%         | 80%                 | 67%        | 63%        | 20%              | 33%       | 38%        |
| Gerência                                     | 0%          | 0%         | 0%         | 11%                 | 0%         | 0%         | 83%                 | 92%        | 81%        | 6%               | 8%        | 19%        |
| Supervisão e Coordenação                     | 0%          | 0%         | 0%         | 5%                  | 7%         | 3%         | 88%                 | 85%        | 86%        | 7%               | 9%        | 11%        |
| Colaboradores                                | 11%         | 11%        | 12%        | 25%                 | 25%        | 24%        | 55%                 | 55%        | 53%        | 9%               | 9%        | 11%        |
| <b>Total</b>                                 | <b>10%</b>  | <b>11%</b> | <b>12%</b> | <b>25%</b>          | <b>24%</b> | <b>23%</b> | <b>56%</b>          | <b>56%</b> | <b>55%</b> | <b>9%</b>        | <b>9%</b> | <b>11%</b> |

| Quantidade de colaboradores em cargo de liderança, por gênero e raça | Homens     | Mulheres   |
|--|------------|------------|
| Negros autodeclarados  | 24%        | 76%        |
| Branco autodeclarados  | 53%        | 47%        |
| Asiáticos autodeclarados   | 0%         | 0%         |
| Indígenas autodeclarados   | 0%         | 0%         |
| Raça não informada   | 0%         | 0%         |
| <b>Total de cargos de liderança</b>                                  | <b>50%</b> | <b>50%</b> |

## Salários

(202-1)

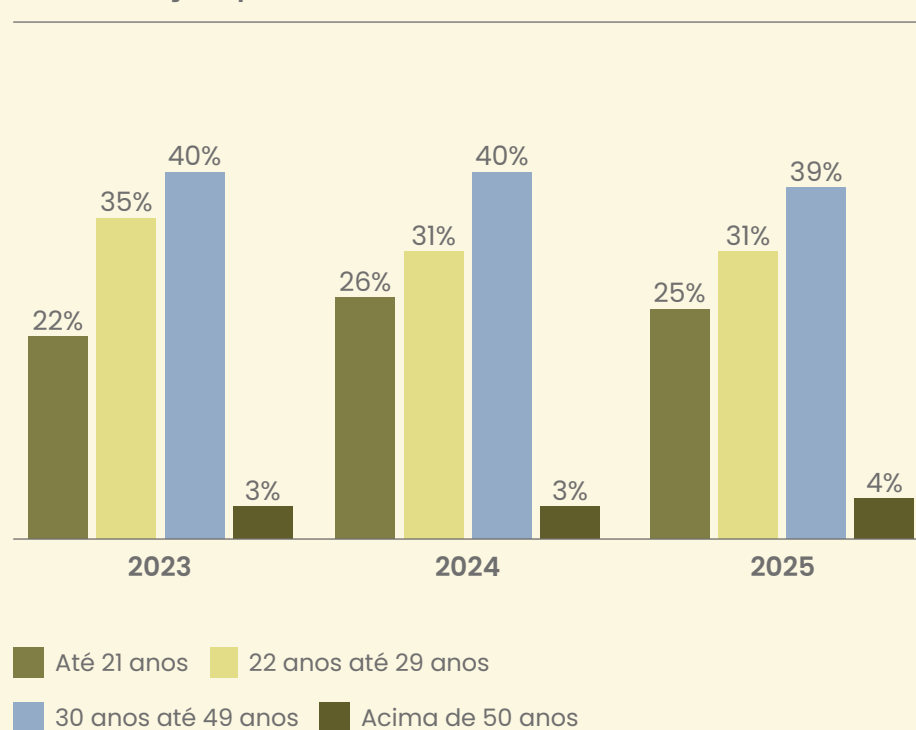
No período deste relatório, as unidades do Brasil tiveram remuneração superior ao salário-mínimo nacional (R\$1.518,00). Também praticamos a concessão de reajuste salarial após a experiência, ampliando a diferença entre o mínimo nacional e o valor recebido pelo colaborador. Para a unidade do Paraguai, devido à legislação diferenciada e à cultura local, os colaboradores ingressam na empresa com o salário-mínimo nacional sendo reconhecidos conforme experiência e entrega.

Não realizamos diferenciação de tabela de remuneração entre gênero, raça ou idade. A faixa salarial para cada categoria funcional possui intervalos sugeridos de prática salarial conforme atribuições, responsabilidades e experiência que são avaliadas e aplicadas.

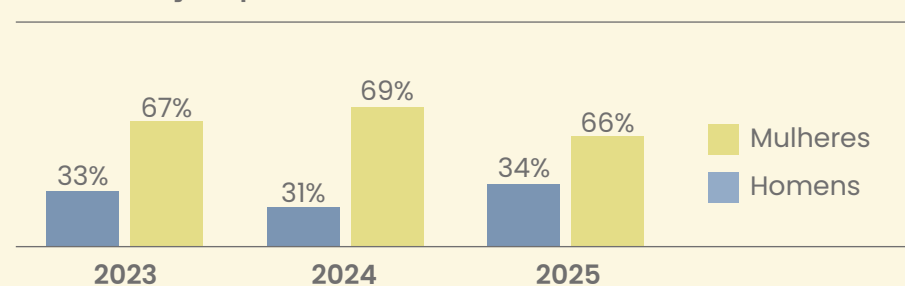
# Total de Contratações

A Lunelli reconhece a importância das pessoas para o seu desenvolvimento. Por isso, adotamos um processo de contratação baseado em valorização profissional.

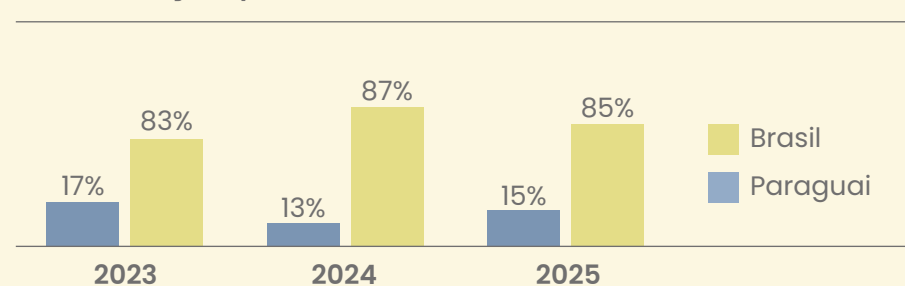
### Contratações por Faixa Etária



### Contratações por Gênero



### Contratações por País

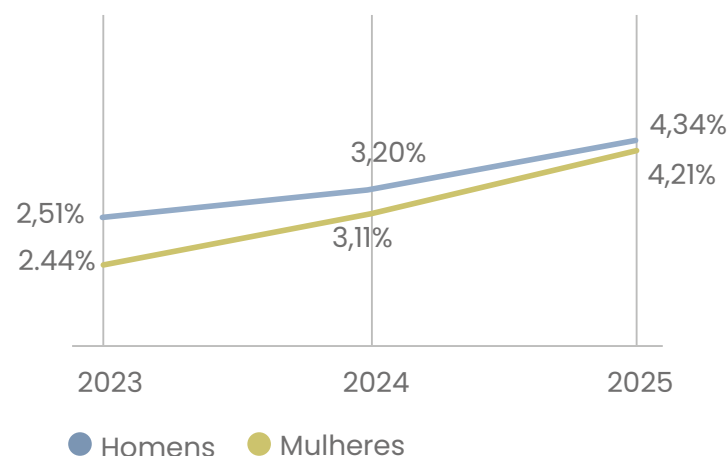


Para a taxa de rotatividade, consideramos o número de desligamentos pelo quadro médio do período.

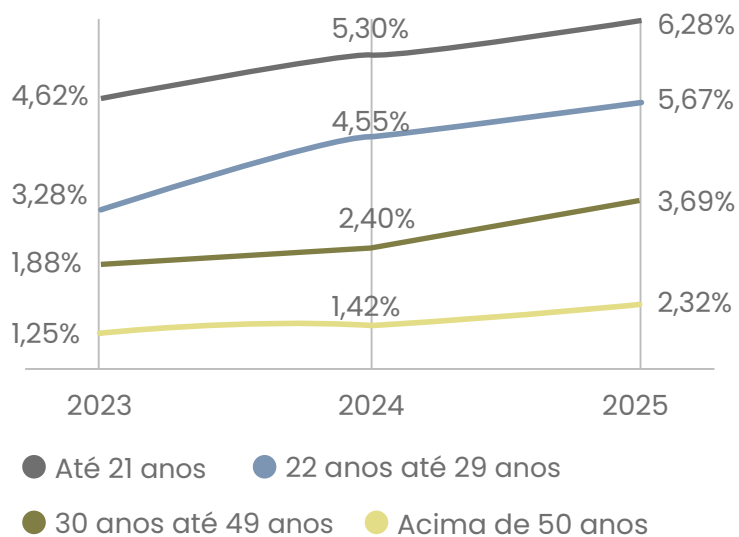
| 2023  | 2024  | 2025  |
|-------|-------|-------|
| 2,46% | 3,14% | 4,30% |

O relatório de Tendências em Gestão de Pessoas 2026, do Great Place to Work, aponta que o cenário atual é marcado por maior incerteza e transformação organizacional, com mudanças nas estruturas, adoção de tecnologias e reconfiguração das equipes, fatores que podem influenciar a mobilidade profissional e os indicadores de turnover. Dentre as empresas participantes do estudo, 39,2% das companhias participantes relataram aumento no turnover voluntário. Nesse contexto, a variação observada na taxa de rotatividade da empresa permanece compatível com o cenário atual do mercado, refletindo movimentos estruturais de gestão de pessoas e do ambiente organizacional contemporâneo. A Lunelli segue atuando de forma contínua no fortalecimento de um ambiente de trabalho seguro, saudável e no desenvolvimento das pessoas, alinhada aos seus compromissos de sustentabilidade e valorização dos colaboradores, conforme estabelecido em sua estratégia e políticas corporativas.

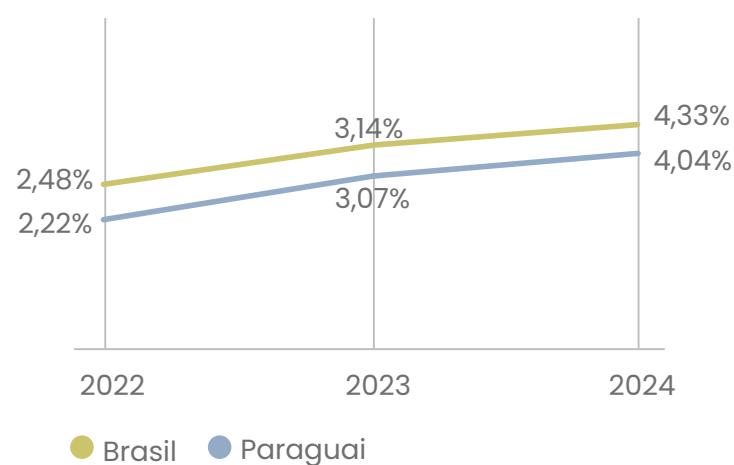
## Rotatividade - Gênero



## Rotatividade - Faixa etária



## Rotatividade - País



# Saúde, Segurança e Bem-estar

(403-1 - 403-10, 416-1)

Buscamos promover o bem-estar de nossos colaboradores e temos o compromisso de garantir a saúde e a segurança ocupacional de todos os colaboradores e prestadores de serviços.

Buscamos proporcionar locais de trabalho seguros e saudáveis, sempre atentos ao cumprimento de leis relativas à Saúde e à Segurança do Trabalho e à definição de saúde da Organização Mundial de Saúde (OMS), que é “um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não somente ausência de doença”.

Para o mapeamento de riscos, são realizadas avaliações periódicas dos riscos e perigos presentes nas atividades por meio de inspeções da CIPA e Brigada de Emergência, além do levantamento realizado pelo SESMT (Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho), apontado no PGR (Programa de Gerenciamento de Riscos) e alinhado com o PCMSO (Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional) para acompanhamento e tratativas, buscando minimização e/ou eliminação de riscos ocupacionais, atuando de forma constante na promoção de um ambiente saudável e seguro para a realização das operações.

O SESMT da Lunelli é composto por Médicos do Trabalho, Engenheiros de Segurança, Técnicos de Enfermagem e Técnicos de Segurança que promovem orientações e ações preventivas, buscando a minimização

de riscos e redução de acidentes e doenças ocupacionais, tanto dos colaboradores Lunelli, como de terceiros que prestam serviços nas dependências das unidades. Antes do início das atividades, todos os colaboradores passam por integração, em que recebem diversas informações importantes para sua jornada, dentre elas medidas e regras para um trabalho seguro.

As informações de Saúde e Segurança são compartilhadas também periodicamente, através de ações da CIPA, com eleição anual dos representantes, que atua para formar uma cultura de prevenção e segurança a partir de ações como a SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho). São realizados os diálogos setoriais de segurança, encontros com duração aproximada de 15 min, realizados no próprio local de trabalho, onde são abordados temas relacionados à saúde, prevenção de doenças, cuidados no trânsito, prevenção de acidentes de trabalho e trajeto, tipos de assédios, saúde mental, qualidade de vida e o outro. No ano, foram realizadas 12.318 horas de treinamentos para Segurança do Trabalho em todas as unidades do grupo.

A Brigada de Emergência é composta por 262 colaboradores voluntários, que são treinados anualmente para agir em situações de incêndios, acidentes de trabalho, vazamentos de produtos químicos, entre outros.

| Acidentes com afastamento                 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|------|------|------|
| Número total de acidentes com afastamento | 87   | 107  | 79   |
| Acidentes típicos                         | 60   | 79   | 62   |
| Acidentes de trajeto                      | 27   | 28   | 17   |

Em 2025, tivemos uma redução de 26% no número de acidentes de trabalho total com afastamento.

# Brigada Mirim

Considerando que nossa Brigada de Emergência sempre foi um motivo de grande orgulho para a Lunelli, decidimos expandir o programa, criando assim o projeto da Brigada Mirim Lunelli, oportunizando aos filhos de nossos colaboradores a aquisição de diversos conhecimentos, ao mesmo tempo que expande e amplia a cultura de cuidado da Lunelli para além de nossos colaboradores, impactando também suas famílias.

O projeto contempla crianças de 7 a 10 anos, que recebem aulas com profissionais das áreas de segurança, vivenciando e aprendendo sobre primeiros socorros, prevenção e educação em redes sociais, educação ambiental, educação no trânsito, prevenção e educação ao bullying e diversas outras atividades que ajudarão as crianças em sua formação técnica e pessoal.

Já foram realizadas turmas nas unidades de Guaramirim/SC, Corupá/SC e Paraguai. Em 2025, realizamos a primeira turma da Brigada Mirim em nossa unidade Lunelli Nordeste em Maracanaú/CE.



## Segurança, Organização e Limpeza



O Programa SOL da Lunelli é uma iniciativa focada na promoção de Segurança, Organização e Limpeza em todos os setores da empresa. Baseado nos princípios do 5S, o programa busca alcançar a excelência operacional por meio de práticas consistentes e colaborativas. O programa contou com a atuação, ao longo do ano, de 193 auditores, que realizam auditorias mensais para avaliar e aprimorar as práticas nos setores. Esses auditores são verdadeiros agentes de melhoria contínua, sempre à disposição para esclarecer dúvidas, oferecer orientações e, acima de tudo, incorporar os valores do 5S em suas atividades diárias.

O programa também promove oportunidades de treinamento e momentos específicos de reflexão, conduzindo ações de

conscientização e mobilização em toda a fábrica. Durante essas ações, são analisadas as possibilidades de reutilização de materiais e o compartilhamento de recursos, destacando a iniciativa “SOL em Ação”. Essa ação enfatiza a importância da conscientização e do descarte correto de resíduos, alinhando-se aos princípios de sustentabilidade.

O compromisso dos auditores do SOL vai além das auditorias mensais, refletindo-se em cada ação cotidiana. A média de desempenho das unidades no programa SOL foi de 9,35, em uma escala de 0 a 10. Esse trabalho contribui significativamente para a criação de um ambiente de trabalho mais seguro, organizado e limpo, alinhado aos objetivos de sustentabilidade e eficiência da Lunelli.

# Programa Viva Você

Para promoção da saúde e bem-estar de nossos colaboradores, ofertamos aulas de Yoga, Grupo de Corrida, Fisioterapia, Psicólogo, Nutricionista e Assistente Social.

Além da oferta das iniciativas de bem-estar do Programa Viva Você, ofertamos aos colaboradores Plano de Saúde e Plano Odontológico. Durante o ano, realizamos **11.136 aulas de ginástica laboral**, conduzidas por profissionais parceiros, com atividades práticas de acordo com a necessidade de cada setor. Essa atividade tem como objetivo prevenir doenças ocupacionais, reduzir dores físicas e aliviar o estresse, melhorando a saúde e o bem-estar do colaborador.

- Aulas de Yoga
- Grupo de Corrida
- Fisioterapia, com 1785 atendimentos
- Psicólogo, com 952 atendimentos
- Nutricionista, com 150 atendimentos

## Restaurante

Em 2025, foram servidas **877.753 refeições** em nossos restaurantes. Oferecemos alimentação elaborada por nutricionistas, conforme o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), nos restaurantes localizados em nossas unidades, e ofertamos Vale Alimentação aos colaboradores de nossas Lojas.

## Ambulatório

No último ano, realizamos **10.130 atendimentos ambulatoriais**, incluindo procedimentos de enfermagem, consultas médicas com Médico do Trabalho, consultas admissionais, periódicos, retorno ao trabalho, mudança de função e demissional. No ambulatório, também são realizados atendimentos complementares, como o Odontológico, com profissionais parceiros, e serviços com nutricionista, fisioterapeuta, assistente social e psicólogo.



Fabiana Silvestre De Almeida, Dobração – Lunelli Vestuário

# Mamães a Bordo e Licença Parental

(401-3)

É com grande satisfação que oferecemos às gestantes a participação no programa interno “Mamães a Bordo”, com a oportunidade de encontros com enfermeira, nutricionista e psicóloga na unidade. Nos encontros, as colaboradoras gestantes recebem orientações relacionadas à rotina da maternidade, cuidados pré e pós-parto, aspectos psicológicos na gestação e período de puerpério, aleitamento materno, cuidados com o recém-nascido e, ainda, a troca de experiências com outras gestantes participantes.

A licença parental é um reconhecimento da importância da vida familiar. Sabemos que estes momentos são preciosos e impactam não apenas na vida dos pais, mas também no desenvolvimento saudável dos filhos.

|   | 2023        |             | 2024        |             | 2025        |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | Maternidade | Paternidade | Maternidade | Paternidade | Maternidade | Paternidade |
| Total de licença maternidade  | 145         | 62          | 121         | 35          | 105         | 35          |
| Total que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade | 127         | 62          | 117         | 35          | 90          | 34          |
| Índice de retorno ao trabalho após a licença maternidade                  | 88%         | 100%        | 97%         | 100%        | 86%         | 97%         |
| Índice de retenção após 12 meses do retorno da licença maternidade        | 52%         | 70%         | 50%         | 70%         | 50%         | 57%         |

# LunelliPrev

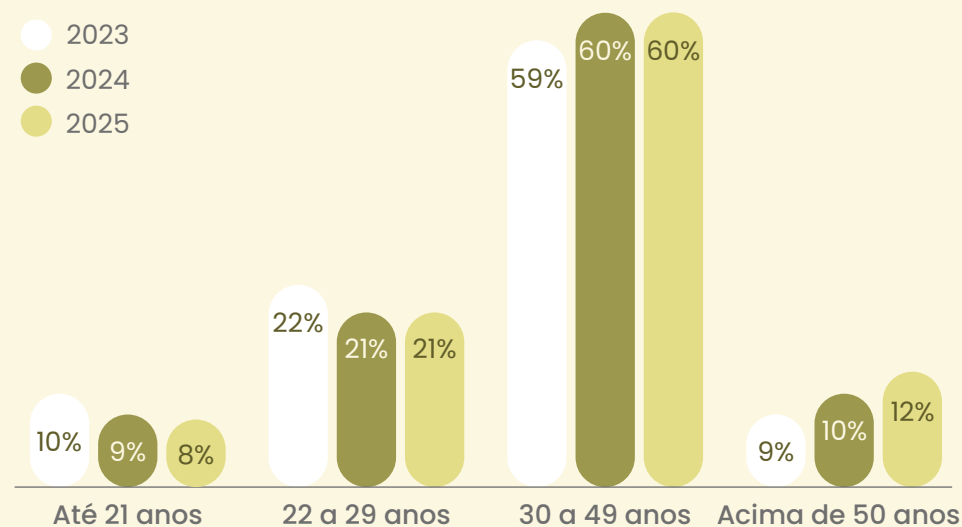
(201-3)

O LunelliPrev é um plano de previdência complementar oferecido pela Lunelli aos seus colaboradores, que tem dentre suas finalidades incentivar a construção de uma reserva financeira que propicie uma renda extra na aposentadoria, complementando a aposentadoria pública oferecida pelo Instituto Nacional do Seguro Social – INSS.

Os colaboradores aderentes ao benefício realizam contribuições mensais, de livre escolha, de um percentual do salário-base, não sendo inferior a 1%. Para colaborar com a jornada de construção da reserva financeira para aposentadoria, a Lunelli também realiza contribuições mensais ao plano. As contribuições da Lunelli são creditadas nas contas dos colaboradores participantes do plano, seguindo os critérios uniformes, equânimes e não discriminatórios de distribuição.

Acreditamos que, por meio deste benefício, influenciaremos positivamente nossos colaboradores, promovendo a educação financeira e incentivando o protagonismo em sua progressão de Trabalhador, para Poupador e, posteriormente, como Investidor, para construção de renda passiva complementar, bem como a criação de bons hábitos de planejamento e segurança financeira. Durante o ano, promovemos diversas ações para educação financeira e aportes complementares.

*Em 2025, tivemos uma adesão de 84,5%, com a participação de 3.012 colaboradores e patrimônio total de R\$ 43,5 milhões.*



Anualmente, realizamos a redistribuição do Fundo Previdenciário do nosso plano. Ao longo dos 6 anos de existência do LunelliPrev, já redistribuímos mais de **R\$760 mil reais** entre os colaboradores participantes. Esse é mais um incentivo da Lunelli aos colaboradores comprometidos com seu futuro. Finalizamos o ano de 2025 com um patrimônio total de mais de R\$ 43,5 milhões de reais. Saldo este composto em 31% por aportes da Lunelli e em 69% por aportes dos colaboradores. O montante total aferido em rentabilidade pelo plano foi de R\$ 3,9 milhões em 2025, equivalente a 103% do CDI ou 178% da poupança.



CENTRO DE TREINAMENTO  
**Abílio Lunelli**

# *Treinamento, Desenvolvimento e Valorização*

(404-1, 404-2, 404-3)

Na Lunelli, temos como missão “Melhorar a vida das pessoas através de oportunidades, produtos e serviços”. O Centro de Treinamento Abílio Lunelli é parte estratégica da aplicação da missão. Buscamos oportunizar a evolução de carreira e o crescimento pessoal, promovendo cursos de desenvolvimento interno e externo alinhado às necessidades e à estratégia do negócio.



*Em 2025, foram 225  
colaboradores beneficiados  
com bolsas de estudo,  
representando mais de  
R\$345 mil reais investidos.*

Por meio do programa de Bolsas de Estudos oferecidos pela Lunelli, apoiamos a realização de cursos técnicos, idiomas, graduação e pós-graduação.

# *10 anos do Centro de Treinamento Abílio Lunelli*

O Centro de Treinamento Abílio Lunelli é a realização do sonho do nosso atual Presidente do Conselho, Dênis Luiz Lunelli, que sempre idealizou oferecer formação aos colaboradores, permitindo acesso ao conhecimento de forma gratuita e facilitada. Com conteúdo formal continuado, de conhecimentos gerais ou técnicos, mas, especialmente, formações que agregem valor à vida das pessoas, pois sempre acreditamos que é pela educação que podemos ser melhores profissionais e seres humanos.



CENTRO DE TREINAMENTO  
**Abílio Lunelli**

## Objetivos do Centro de Treinamento Abílio Lunelli

- **Disseminar a educação como meio de crescimento pessoal e profissional;**
- **Promover capacitação técnica para as áreas operacionais de interesse;**
- **Reforçar para a conscientização da cultura e valores organizacionais;**
- **Gerar mais um elemento de orgulho, engajamento e conhecimento;**
- **Assegurar mais qualidade, produtividade e menor desperdício e retrabalho.**

O nome Abílio Lunelli é uma homenagem ao pai dos acionistas Antidio, Dênis e Viviane, que sempre incentivou os filhos na busca do conhecimento e do desenvolvimento. Esse sonho começou a se tornar realidade em outubro de 2015.

# Linha do Tempo



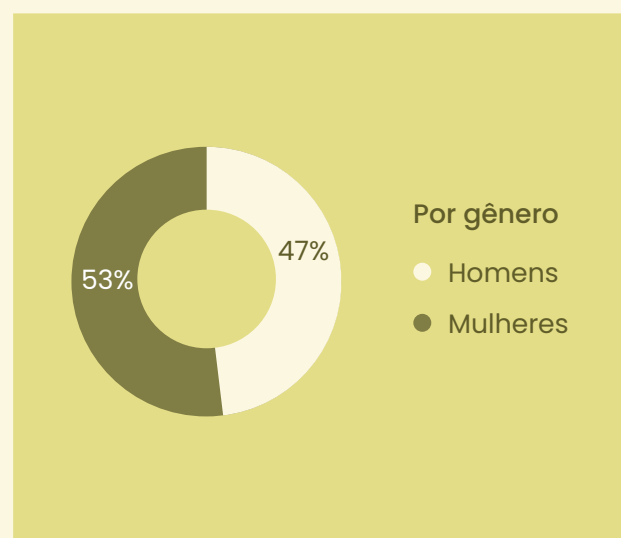
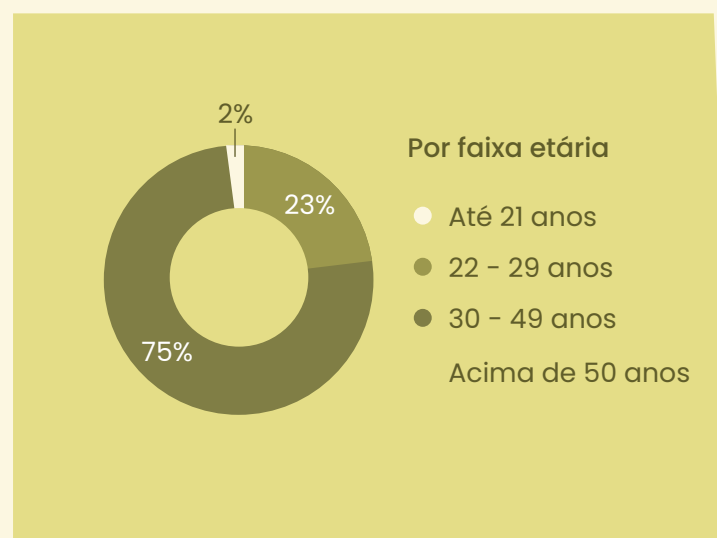
*Ao longo de 10 anos de atuação, o Centro de Treinamento Abílio Lunelli certificou mais de 3.330 colaboradores, proporcionando acesso ao conhecimento de maneira gratuita e facilitada.*

Em 2025, foram formados 109 colaboradores, entre cursos profissionalizantes, capacitação e formação de lideranças. Além da realização das capacitações e sensibilizações realizadas para todos os colaboradores durante todo o ano. No ano, foram investidos R\$ 1,9 milhões para Treinamentos e desenvolvimento.



Rodolfo Paes, PCP - Lunelli Avaré

#### Colaboradores formados no Centro de Treinamento Abílio Lunelli em 2025:



#### Formação de lideranças:

59% mulheres

41% homens

#### Cursos profissionalizantes:

51% mulheres

49% homens

# *PNI – Programa Novas Ideias*

Incentivamos o desenvolvimento de novas ideias e a inovação por meio do Programa Novas Ideias (PNI), fundamentado no conceito de Círculos de Controle de Qualidade (CCQ). Cada colaborador participante do PNI desempenha um papel essencial como agente ativo da melhoria contínua.

O PNI é composto por grupos multissetoriais, com cinco integrantes cada, que desenvolvem projetos qualitativos e quantitativos, sendo categorizados pelos valores da Lunelli (entusiasmo, simplicidade e obsessão por resultado), convertendo ideias em ações concretas durante todo o ano e acumulando pontuação. Ao final do ciclo, as equipes que atingem, no mínimo, 70% da pontuação máxima são classificadas para participação na Mostra PNI. A mostra é um evento que celebra e apresenta os projetos de inovação implantados e os resultados alcançados. O evento marca o encerramento do ciclo e premia as equipes destaque.

Em 2025, o PNI contou com a participação de 76 grupos, envolvendo, em média, 367 colaboradores durante o ano. Ao todo, foram geradas 1.301 ideias, com a implantação de 685 projetos, o que gerou o resultado de retorno estimado de R\$ 6,4 milhões de reais.

Esse resultado demonstra a importância do incentivo da inovação interna, a promoção de ideias e a escuta ativa das equipes para a melhoria contínua.



Luis Kendi Watanabe, Engenharia de Processos – Lunelli Vestuário

# *Cadeia de Abastecimento e Relação com Fornecedores*

(301-1, 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2)

Atuamos em uma cadeia produtiva verticalizada e conectada em todo o processo produtivo, desde a entrada do fio na malharia, passando pelos processos de beneficiamento têxtil, processos de confecção e acabamentos até a entrega do produto para o cliente. Contamos com um ecossistema de fornecedores e parceiros que atuam em diferentes etapas da nossa operação.

## Tier 1

Produção e extração de matéria-prima como fibras naturais, artificiais, indústria química, etc.

## Tier 2

Fornecedores de matéria-prima como fiações, produtos químicos em geral, corantes e outros insumos.

## Tier 3

Fornecedores e parceiros de processamento de matéria-prima como tecelagens, tinturaria, estamparia, lavanderia e outros.

## Tier 4

Fornecedores e subcontratados de produtos acabados, costura, dobração e outros.



Ricardo Danyel Silva Souza, Tesouraria - Lunelli Comercial

Por se tratar de uma cadeia de abastecimento complexa, estabelecemos um procedimento para análise, avaliação e monitoramento dos riscos socioambientais relacionados aos fornecedores, visando garantir a conformidade com os compromissos de sustentabilidade da organização, a segurança nas relações comerciais e a promoção de boas práticas ESG na cadeia de fornecimento. Esse processo é aplicado a todos os fornecedores classificados como “A” e “B”, na curva ABC de gastos anuais, abrangendo todas as categorias de fornecimento, inclusive nacionais e internacionais. Os fornecedores são categorizados em “Serviços Terceirizados”, “Matéria-prima e insumos” e “Logística”. A primeira macro categoria foi aberta em subcategorias de Confecção/Serviço Têxtil, Manutenção/Instalações, Restaurante e Lavanderia/Serviços de beneficiamento. A segunda macro categoria foi aberta em subcategorias de Fios, Aviamentos, Tecidos, Químicos e Embalagens. E a última macro categoria, em duas subcategorias, sendo Transporte e Combustíveis.

Para cada subcategoria, são avaliados os temas de Água, Ar e Clima, Substâncias Químicas, Resíduos e Direitos Humanos. Dessa forma,

identificamos que os riscos relacionados a Direitos Humanos, relações e condições de trabalho realizado por terceiros estão relacionados aos fornecedores de costura terceirizada. Para os demais temas, identificamos riscos mais significativos para diferentes subcategorias, dependendo da atuação. Para Água, os fornecedores de químicos, lavanderia e tecidos. Para Ar e Clima, os fornecedores de matéria-prima em geral e de logística. Para Substâncias Químicas, os fornecedores de químicos, lavanderia, combustíveis e tecidos. E para Resíduos, os fornecedores de manutenção/instalações, restaurante, lavanderias e todos os fornecedores de matérias-primas e insumos.

Seguimos realizando a análise documental baseada em certificações (ex: ISO 14001, ABVTEX, SASSMAQ), licenças ambientais e demais requisitos legais, conforme categoria do fornecedor. Reforçamos o processo de homologação de fornecedores, em que eles devem preencher um formulário que avalia a existência de políticas e práticas socioambientais (código de ética, canal de denúncia, política de diversidade, gestão ambiental, entre outros). E, ainda, é obrigatório que todos os fornecedores manifestem concordância formal com o Código de Conduta da organização.

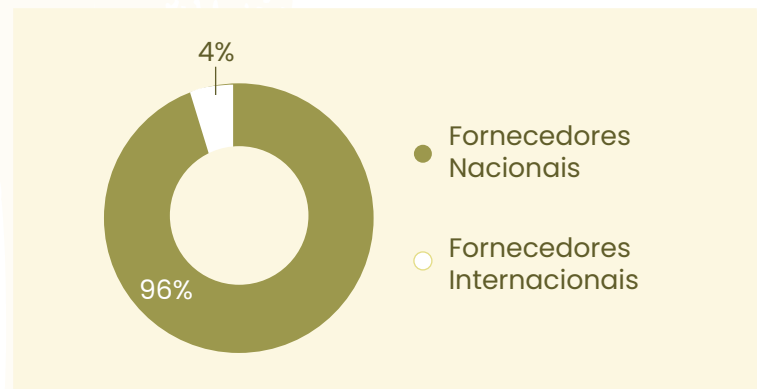
# Cadeia de Abastecimento

(204-1, 301-1)

Contamos com uma rede qualificada de fornecedores de matérias-primas e serviços de industrialização que desempenham um papel estratégico na nossa cadeia produtiva.

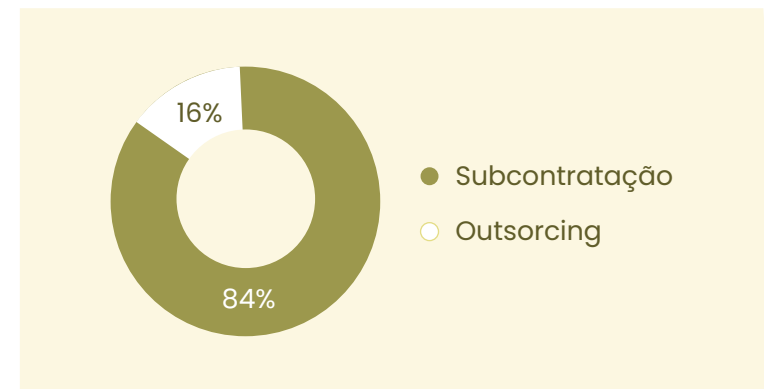
Para matéria-prima, contamos com fornecedores nacionais e internacionais, garantindo acesso a insumos essenciais para nossa produção.

Número de fornecedores nacionais e internacionais:

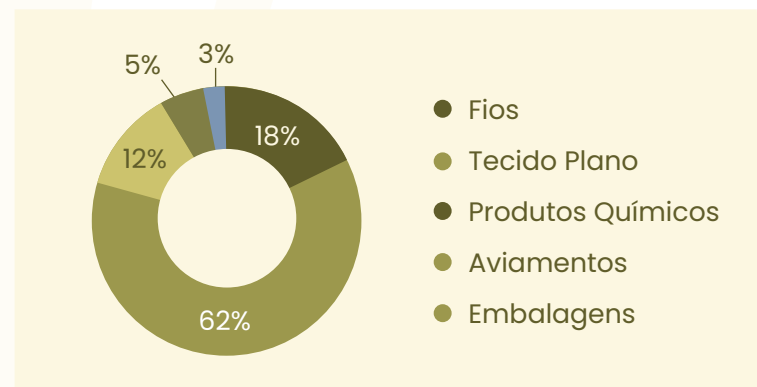


Para Serviços de industrialização, contamos com parceiros subcontratados para costura, industrialização e outros. Além disso, com fornecedores de outsourcing com desenvolvimento e produção.

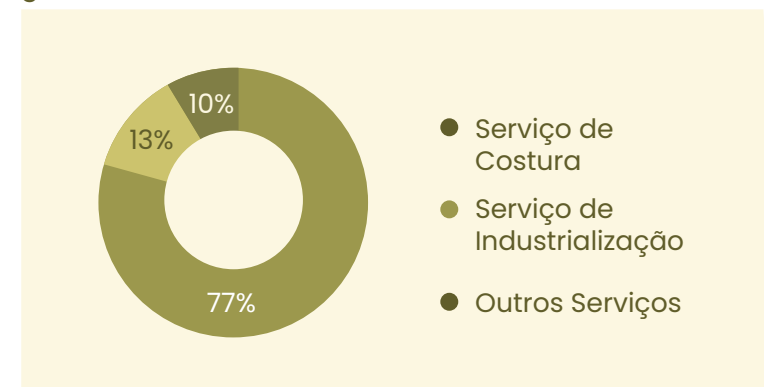
Fornecedores de serviços subcontratados e outsourcing, por volume gasto:



Consumo de matéria-prima por volume gasto:



Tipos de serviços subcontratados, por volume gasto.



# Capacitação de Fornecedores de Costura

Em 2025, encerramos o segundo ciclo de capacitação de fornecedores de costura. Este ciclo foi realizado em parceria com o Sebrae/SC, com capacitação e consultoria para as micro e pequenas empresas com os temas gestão de indicadores, gestão financeira, gestão de pessoas, processos produtivos e sustentabilidade.

O objetivo do programa é promover o desenvolvimento e a competitividade dos pequenos negócios da cadeia de fornecimento em suas principais dimensões competitivas: Produtividade, Qualidade e Velocidade.

O programa contou com a participação de 24 empresas, de 12 municípios diferentes e impactou mais de 490 pessoas.

Ao longo do ciclo de 2024-2025, foram realizadas oficinas presenciais e online, além do acompanhamento individual com os consultores do programa para atendimento e desenvolvimento das empresas

envolvidas. Ao final do ciclo, realizamos a premiação das tr empresas destaque, com a entrega de uma Máquina de Costura, um Notebook e um Curso profissionalizante do Sebrae.

Para o próximo ano, daremos continuidade ao programa com nova turma 2026-2027 para realização do “Ciclo 1”, como o realizado em 2024-2025, com a programação focada em produtividade, qualidade, gestão de pessoas, finanças e sustentabilidade. E, ainda, uma turma para o “Ciclo 2”, que será composta por empresas participantes da turma 2024-2025, dando continuidade ao trabalho realizado no último ciclo, com foco em liderança corporativa, planejamento estratégico e qualidade total.

Dessa maneira, fortalecemos as micro e pequenas empresas fornecedoras da cadeia de abastecimento da Lunelli, elevando a competitividade, impulsionando o desempenho econômico e consolidando práticas de gestão de alto desempenho.



Empresa destaque  
Gustavo Gehrke Confeccões



Empresa destaque  
Mari Confeccões



Empresa destaque  
Luai Confeccão

# Investimento Social e Relação com a Comunidade

203-1, 413-1, 413-2)

Na Lunelli, o envolvimento com a comunidade e a responsabilidade social corporativa fazem parte da estratégia de Sustentabilidade. Realizamos a gestão do investimento social para potencializar nosso impacto positivo na sociedade em geral e, principalmente, nas comunidades em que atuamos.

Os projetos, ações desenvolvidas e apoiadas consideram três pilares fundamentais: Ética, Cidadania e Atitude. Esses três pilares orientam o “Preservar É Amar”, projeto que nasceu em 2002 como uma iniciativa de Educação Ambiental e com o objetivo de influenciar a comunidade e as crianças para atitudes positivas. Hoje aplicamos o legado do “Preservar é Amar” como conceito norteador para o investimento social da Lunelli.

Temos o compromisso com o desenvolvimento social, ambiental e cultural para a contribuição de forma direta e indireta com os compromissos corporativos de sustentabilidade. O investimento social é realizado de forma estratégica, com práticas alinhadas ao papel de corresponsabilidade da empresa, por meio de apoios a projetos socioambientais e culturais e com a implementação de projetos personalizados, por meio de doações, patrocínios ou leis de incentivo fiscal.

Em 2025, realizamos o aporte total de R\$ 871 mil reais em investimento social, sendo 59% em doações e patrocínios para projetos e ações socioambientais e 41%, a partir do incentivo fiscal, para projetos relacionados ao cuidado da pessoa idosa, criança e adolescente, incentivo ao esporte, cultura e reciclagem.

| Item / Ano                                       | 2025                  |             |
|--|-----------------------|-------------|
| Doações Filantrópicas                            | R\$ 517.805,54        | 59%         |
| Aportes por leis de incentivo federal e estadual | R\$ 353.191,96        | 41%         |
| <b>Total</b>                                     | <b>R\$ 870.997,50</b> | <b>100%</b> |

\*Para doações, não estão considerados valores patrocinados a eventos ou projetos de marketing ou promoção de produtos com viés comercial. As doações filantrópicas incluem apenas contribuições financeiras e doações de bens e serviços a organizações não governamentais ou sem fins lucrativos.

## Projetos apoiados via Leis de Incentivo

Em 2025, apoiamos 20 projetos, a partir do incentivo fiscal, para projetos relacionados ao cuidado da pessoa idosa, criança e adolescente, incentivo ao esporte, cultura e reciclagem. Neste relatório, apresentamos alguns projetos destaque realizados no último ano.

# Cultura

## Projeto Territórios da Leitura

Maracanaú/CE

O Territórios da Leitura promove a revitalização do espaço da biblioteca, além de atividades educativo-culturais de artes com foco na leitura, dentro de escolas públicas, prevendo contações de histórias, apresentações teatrais e oficinas literárias, bem como a aquisição de acervo bibliográfico, jogos educativos-culturais, mobiliários e equipamentos eletrônicos para a biblioteca escolar.

## Casa de Vovó Dedé

Fortaleza/CE

O projeto Plano Anual de Atividades da Casa de Vovó Dedé visa promover a formação cultural e cidadã por meio da manutenção dos cursos, apresentações e outras atividades da instituição.

A Casa de Vovó Dedé é uma Organização da Sociedade Civil (OSC), de direito privado e sem fins lucrativos, fundada em 1993, na Barra do Ceará, populoso bairro de baixíssimo índice de Desenvolvimento humano - IDH, em Fortaleza/CE.

Sua missão é de promover o desenvolvimento humano pessoal, educacional, profissional, por meio da excelência no ensino da música, arte, cultura e tecnologia de crianças e jovens de 6 a 29 anos, em situação de risco e vulnerabilidade social, estimulando o comprometimento dos alunos, famílias e a comunidade, tudo de forma 100% gratuita.



Susana Rayol, Geraldo Magela, Natália Barros, Wesley Rodrigues - Lunelli Nordeste

## Fundação Beto Studart de Incentivo ao Talento

Fortaleza/CE

O projeto Cultivando Talentos - Ampliação e Fortalecimento é um projeto da Fundação Beto Studart, em parceria com o Conservatório de Música Alberto Nepomuceno, que oferece formação musical gratuita e oportuniza o desenvolvimento de talentos de adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade social.

Desde 2004, quando foi fundada, a FBS atua no desenvolvimento de talentos em várias formas de expressão, tanto na cultura, como no esporte e na educação. E acredita que a cultura seja um dos melhores caminhos para a transformação da realidade social de muitas pessoas.

## Sociedade Cultura Artística - SCAR

Jaraguá do Sul/SC e Guaramirim/SC

Apoiamos a SCAR através de dois projetos em 2025. A Escola SCAR de Criatividade e a manutenção do NUVO - Núcleo Vocal. O NUVO tem como objetivo a manutenção de dois corais eruditos: o Coro Sinfônico SCAR e o Coral SCAR, que, com 50 anos de história, é um marco na cultura musical da região.

Além de preservar essa tradição, o projeto busca promover a excelência em canto coral em Santa Catarina, fortalecendo a integração e a inclusão social por meio da música. São oferecidas 65 bolsas de estudos gratuitas, com o intuito de manter e qualificar os grupos vocais, seguindo uma abordagem pedagógica estruturada e voltada para o desenvolvimento contínuo.

# Criança e Adolescente

## Instituto IDEAR

Maracanaú/CE

O projeto IdearTEC consiste na construção e aplicação de metodologias ativas previstas no modelo de aprendizagem baseada em projetos, nas quais aplicamos conceitos e elementos das Tecnologias Digitais e da Computação, no contexto da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), em especial quanto aos eixos Pensamento Computacional, Tecnologia e Cultura Digital, conforme proposto pela Sociedade Brasileira de Computação (SBC) e organização curricular tecnológica proposta pelo Centro de Inovação para a Educação Brasileira (CIEB), tendo como público-alvo alunos do ensino fundamental e médio, preferencialmente da rede pública de ensino. De uma forma mais ampla, o projeto espera incluir os seus beneficiários no mundo digital, tornando-os independentes e autônomos para utilizarem essa tecnologia em prol de suas atividades acadêmicas e pessoais.

## Jaraguá Mais Saudável

Jaraguá do Sul/SC

O projeto “Mais Visão, Menos Reprovação: Saúde Ocular nas Escolas Estaduais de Jaraguá do Sul” teve início em 2023 e, na primeira etapa (2023–2024), o projeto contemplou duas escolas estaduais, em que foi constatado que 27% dos estudantes precisavam de avaliação oftalmológica especializada. Todos os óculos foram confeccionados e entregues gratuitamente aos alunos. Em sua segunda fase, iniciada em 2025, a proposta foi ampliar o alcance para cerca de 1.800 crianças do 1º ao 5º ano de seis escolas estaduais com maiores índices de reprovação. O objetivo é garantir saúde ocular, reduzir dificuldades de aprendizagem relacionadas à visão, melhorar o desempenho escolar e produzir dados epidemiológicos locais que fortaleçam políticas públicas mais eficazes em saúde visual infantil.

# Esporte

## Instituto Educa Mais Esporte

Fortaleza/CE

Apoiamos o projeto “Faixa Preta no Tatame e na Vida”, do Instituto Educa Mais Esporte em 2025. O instituto reafirma a convicção de que o desenvolvimento humano e a valorização ética de cada colaborador, voluntário e prestador de serviço são a base essencial para a obtenção de resultados de alto impacto. Ao educar uma criança ou adolescente, transformamos toda uma comunidade. Acreditamos no poder criativo e intelectual da juventude como motor de inovação, capaz de revolucionar comportamentos e construir novas realidades sociais, e o esporte é uma ferramenta imprescindível para a inclusão social.

## Escolinha de Triathlon Maracanaú

Fortaleza/CE

Escolinha de Triathlon Formando Campeões, iniciada em 2015, em Curitiba/PR, é hoje um modelo de formação da modalidade no Brasil. A Escolinha de Triathlon Formando Campeões, em Maracanaú/CE, atende 50 crianças, tem execução da Federação de Triathlon do Estado do Ceará, com apoio do Instituto Lucimário Caitano. O projeto visa proporcionar a crianças e adolescentes, entre 8 e 16 anos, que estejam regularmente matriculados na rede pública do estado do Ceará, a inserção da prática da modalidade esportiva do Triathlon.

## Sou Seleto

Guaramirim/SC

Escola oficial do SELETO tem como objetivo atender a comunidade e a região com aulas gratuitas de futebol. Busca proporcionar educação, bem-estar e saúde, através do esporte, inserindo valores éticos e morais na sua metodologia, sendo um local de apoio para as famílias e a sociedade. O projeto atende 350 crianças, meninos e meninas de 6 a 16 anos, sendo 80% alunos de escolas públicas. O projeto é apoiado pela Lunelli desde 2017, com acompanhamento das atividades e orgulho em contribuir para o desenvolvimento de crianças e adolescentes.

# Idoso

## Instituto Idear

Maracanaú/CE

O projeto Chá Tecnológico consiste no desenvolvimento e aplicação de uma metodologia de ensino inovadora para promover a inclusão sociodigital de idosos no Estado do Ceará, através de aulas interativas e conteúdos adaptados para o ensino online. Para tanto, o projeto conta com uma equipe de pedagogos, psicólogos e profissionais de áreas complementares e com a disponibilidade de equipamentos (tablets) com internet, além de um ambiente próprio de EAD.

## Casa Sábios

Maracanaú/CE

O Instituto Casa Sábios tem como objetivo promover e prestar assistência relacionada às pessoas idosas, em situação de risco, abandono e vulnerabilidade social, material e nutricional, comprovadamente sem condições de serem acolhidos por suas famílias, visando à preservação de sua saúde física e mental. O Projeto “Linha do Tempo: um caminho para um envelhecimento ativo e saudável”, apoiado pela Lunelli, atende 60 idosos e tem como objetivo promover um espaço de encontro, com vistas ao diálogo e ao resgate de seus saberes e experiências.

## Hospital São José

Jaraguá do Sul/SC

O Programa 60+ é um programa institucional com uma série de ações com o principal objetivo de qualificar o atendimento ao paciente idoso, proporcionando mais humanização, dignidade e segurança durante o tratamento à saúde no Hospital. O projeto “Reabilitação 60+ cuidado com o paciente idoso” busca transformar a internação hospitalar do idoso em um processo de recuperação, preservando sua autonomia e qualidade de vida com foco no atendimento especializado e individualizado.



Jeferson Ferrari, Captação de Recursos, Hospital São José; Mariana Riskoski Emmerich, Sustentabilidade Lunelli; e Maurício José Souto-Maior, Diretor Geral do Hospital São José.

# PRONON

Programa Nacional de  
Apoio à Atenção Oncológica

## Instituição Bethesda

Joinville/SC

Realizamos o apoio para ampliação do diagnóstico e estadiamento de pacientes oncológicos com lesão de pele, buscando a redução do tempo de espera para diagnósticos, a realização de mais de 2.880 atendimentos especializados e o fortalecimento do acesso equitativo ao tratamento oncológico. Há mais de 90 anos, a Instituição Bethesda se destaca como referência em saúde e cuidado, atendendo às regiões norte e nordeste de Santa Catarina.

## Hospital Marieta Konder Bornhausen

Itajaí/SC

O Hospital Marieta é o maior hospital em número de leitos de Santa Catarina, localizado em Itajaí/SC, possui mais de 30 especialidades, maternidade de referência com UTI neonatal, banco de leite humano e diversas certificações, sendo alta complexidade em oncologia (UNACON), oferece um atendimento completo para aproximadamente 3,6 mil pacientes ao mês. Apoiamos o projeto “Fortalecimento do Serviço de Radioterapia com o Aperfeiçoamento do Equipamento Acelerador Linear do HMMKB”, que teve como objetivo atualizar o Acelerador Linear, visando oferecer tratamentos radioterápicos mais rápidos, precisos, menos invasivos, com qualidade e eficácia.

# *Projetos e Iniciativas Apoiadas*

## Programa Protetor Ambiental (PROA)

Política Militar Ambiental

Uma das iniciativas de destaque é nosso apoio ao PROA (Programa Protetor Ambiental), um programa que promove a educação ambiental e a formação de protetores ambientais, habilitando adolescentes de 12 a 14 anos a exercerem seu papel na construção de uma sociedade mais consciente. A formação ocorre através de aulas sobre cidadania, ecologia, gestão de flora, fauna, resíduos e recursos hídricos; conhecimento sobre unidades de conservação e legislação. Os Protetores Ambientais realizam saídas de campo, viagens de estudo, limpeza de mananciais, blitz ecológicas e atividades de cunho social com as comunidades onde vivem. Em 2025, o programa foi realizado em Guaramirim/SC e formou 30 novos Protetores Ambientais, que seguem como jovens multiplicadores da preservação em suas comunidades, aplicando e difundindo boas práticas ambientais.





## Café & Inclusão

O evento teve como objetivo divulgar o projeto “Respeito Inspira Respeito” e o Programa de Inclusão da Pessoa com Deficiência da Lunelli às entidades socioassistenciais e serviços públicos. Foi uma oportunidade de apresentarmos o histórico da empresa, as ações e programas, com realização de visita interna na fábrica para conhecerem o processo produtivo e nossas instalações e finalizando com um café de confraternização. Foi uma oportunidade de conexão entre os profissionais, com trocas de ideias, experiências e iniciativas que podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. O evento foi realizado nas unidades Lunelli Vestuário e Lunelli Beneficiamentos, contando com 55 participantes, representando as entidades socioassistenciais e serviços públicos das Secretarias de Assistência Social dos municípios de Jaraguá do Sul, Guaramirim e Corupá (CRAS, CREAS, Abrigos), APAE, AMAE, ONG SOL, Ação Social, SINE, Conselho da Pessoa com Deficiência, INSS, SESI. Esse encontro foi apresentado e acompanhado pela assistente social e pela psicóloga, que atendem o esse programa, possibilitando uma troca técnica e articulação com os representantes dos serviços.



## Moda para Todos

Em 2025, lançamos a quarta coleção Moda para Todos na Alakazoo, uma linha de pijamas inclusiva, que visa estimular os sentidos através de aplicações, texturas e escritas em braile. Para a 4ª edição, lançamos o livro “AlakaTEA - Mundo onde o respeito nos cerca”, que celebra a neurodiversidade e ensina sobre respeito e inclusão, com peças que são confortáveis para os sentidos. Conforto e acolhimento para todas as crianças!

A linha Moda Para Todos é uma iniciativa da Alakazoo, um exemplo de como a moda infantil se une à responsabilidade social, levando mais informação e ajudando a transformar o mundo. Com essa nova edição de livros, o projeto distribuiu 14 mil exemplares para instituições que trabalham com desenvolvimento infantil e inclusão. A Moda Para Todos até o momento realizou a doação de 27 mil livros para instituições que atuam com o desenvolvimento infantil no Brasil.

## Moda Eficiente Avaré

O projeto Moda Eficiente é realizado pela Lunelli, em parceria com a Secretaria Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência de Avaré (SEDIPD), no qual desenvolvemos um desfile de moda adaptado e pensado especialmente para pessoas com deficiência atendidas pela secretaria.

Em 2025, o desenvolvimento da coleção contou com a participação de Ana Laura Lunelli Bosse, e a confecção das peças foi realizada pelos alunos e jovens aprendizes do curso de Costureiro Industrial do Vestuário do SENAI em parceria com a Lunelli Avaré/SP.

A experiência da participação foi um aprendizado além da aplicação da técnica da confecção, com a prática da empatia, inclusão e a vivência de fazer moda com significado. Os modelos foram os verdadeiros protagonistas desse desfile, representando com orgulho o propósito e a beleza da moda acessível e inclusiva.

O desfile foi realizado pelo 3º ano consecutivo da parceria e é motivo de orgulho para todos os colaboradores, alunos e parceiros envolvidos.



Equipe Lunelli Avaré/SP e participantes voluntários da Turma de Aprendizagem Industrial em Costura Industrial da Lunelli Avaré/SP



*Atitudes são transformadoras, através delas ativamos conexões mágicas que permitem que todos se sintam amados.*

O Alakazoo Pró-Down ensina sobre respeito, inclusão e amor ao próximo, transformando conceitos e levando informação. Neste universo sem limites, há apenas um caminho: o amor



*Acreditamos que o mundo é feito de peças que se encaixam, criando infinitas possibilidades de ser, sentir e viver.*

O projeto Meu Mundo Azul, da Alakazoo, ilumina a inclusão, o respeito e o acolhimento das crianças com autismo. Que possamos aprender a ver o mundo com os olhos do outro, a escutar com o coração e a celebrar cada conexão, abraçando a todos.

Para celebrar o Dia Mundial do Autismo e para promover a conscientização sobre a Síndrome de Down,

*a marca também realiza campanhas especiais com depoimentos de mães e pais, compartilhando seus desafios, superações, alegrias e como eles transformam o mundo a sua volta.*

## Fios da Terra

### Lez a Lez e Grupo Mulheres do Brasil

A Lez a Lez apresentou uma cápsula especial de fim de ano, que carrega história, propósito e beleza artesanal: peças exclusivas com a delicada renda Tenerife, confeccionadas manualmente pelo grupo Terrartesã, iniciativa do Grupo Mulheres do Brasil. Mais do que moda, essa cápsula celebra o resgate de uma arte têxtil ancestral, quase esquecida, e que hoje ganha nova vida pelas mãos de artesãs cearenses.

A partir da renda tenerife, forte identidade cultural no Ceará, o projeto promove a inserção de artesãs no processo produtivo da indústria da moda, gerando renda digna, valorização do fazer manual e protagonismo feminino.

Como parte desse compromisso, apoiamos a realização de cursos de capacitação para produção da renda tenerife voltados a mulheres em situação de vulnerabilidade e artesãs do estado do Ceará. Foram realizadas turmas em parceria com associações e projetos já existentes.

#### A produção da renda foi realizada em parceria com 06 associações.

**Vozes da Liberdade (Fortaleza/CE):** o projeto acolhe mulheres egressas do sistema prisional e em situação de vulnerabilidade social, promovendo a transformação e o desenvolvimento de negócios, oportunizando a construção de uma rede de apoio que engloba acompanhamento socioemocional, cursos de qualificação em empreendedorismo e gestão de negócios, treinamento em confecção de artesanato com curadoria especializada e oferta de microcrédito.

**Centro Comunitário Lagoa do Coração (Fortaleza/CE):** que tem como objetivo promover a integração e o desenvolvimento da comunidade local, onde os moradores se reúnem para participar das atividades, buscando apoio e recursos para melhorar a qualidade de vida local.

**Associação nas Ondas da Arte (Fortaleza/CE):** grupo de mulheres produtoras de artesanato e oferecem cursos para a comunidade, mães e jovens na cidade de Fortaleza/CE.



**Centro de Rendeiras (Iguape/CE):** artesãs de tradição feito à mão! Seguem firmes, com orgulho e esperança, mantendo viva a tradição das rendas do Ceará.

**Força Flor desenvolvimento humano e defesa cultural (Paracuru/CE):** uma instituição cearense há 23 anos transformando vidas. Com projetos que envolvem corte e costura, artesanato, escolinha de futebol, reforço escolar e diversas ações semanalmente.

**Cooperativa Linha Viva (Tauá/CE):** cooperativa que transforma fios em histórias únicas. Artesanato dos Inhamuns, feito à mão com amor, tradição e modernidade.

**Ao todo, o projeto contou com**

*93 artesãs, impactando  
372 pessoas indiretamente.*

**Foram produzidos**

*3.996 kits, resultando  
em mais de 10 mil aplicações  
de renda confeccionadas no total.*

A renda Tenerife é uma arte delicada, que atravessa séculos e fronteiras. Originalmente criada na ilha de Tenerife, nas Ilhas Canárias, essa técnica chegou ao Brasil e encontrou solo fértil no Nordeste, especialmente no Ceará, onde foi acolhida, reinterpretada e transformada em tradição. Feita à mão com fios finos e muita paciência, a renda Tenerife é tecida sobre moldes circulares, formando desenhos que lembram mandalas, flores ou estrelas.

No Ceará, ela se mantém viva nas mãos de rendeiras que imprimem sua própria identidade em cada peça. Muito mais que um artesanato, a renda Tenerife é um elo entre passado e presente, no qual o tempo corre no ritmo da agulha e cada ponto carrega um pouco de história, afeto e pertencimento.

Assista ao vídeo completo do projeto aqui:





# *Voluntariado Bem do Nosso Jeito*

Promovemos ações voluntárias para fortalecer os valores da Lunelli, incentivando uma cultura cidadã, com participação ativa dos colaboradores em suas comunidades.

Julio Friedemann, Marketing - Lunelli Vestuário

## Natal Feliz 2025

Anualmente realizamos uma ação corporativa de voluntariado com a participação de todas as unidades do grupo. Em 2025, foram arrecadadas e doadas 354 cestas básicas, 828 litros de leite, 315 brinquedos novos, 14 kits de fraldas infantis, geriátricas e lenço umedecido e 238 kits de produtos de limpeza. A ação beneficiou 14 instituições que realizam o atendimento da comunidade e de pessoas em vulnerabilidade social em todas as regiões de operação da Lunelli.



## Núcleo de Voluntariado Corporativo

A Lunelli faz parte do Núcleo de Voluntariado Corporativo, da Associação Empresarial de Jaraguá do Sul/SC, para promover o desenvolvimento do voluntariado empresarial. Como empresa nucleada, promovemos e participamos de ações realizadas pelo núcleo, compartilhando as oportunidades de voluntariado para nossos colaboradores, como a destinação dos lacres coletados em campanha interna, campanhas de arrecadação de alimentos, agasalhos, ações de educação ambiental, entre outras.



Núcleo de  
Voluntariado  
Corporativo  
ACIJS

## Pedágio AMA

Participação no Pedágio da AMA 2025, no qual estiveram presentes 25 colaboradores voluntários, auxiliando na arrecadação financeira para manutenção da entidade.



# Meio Ambiente



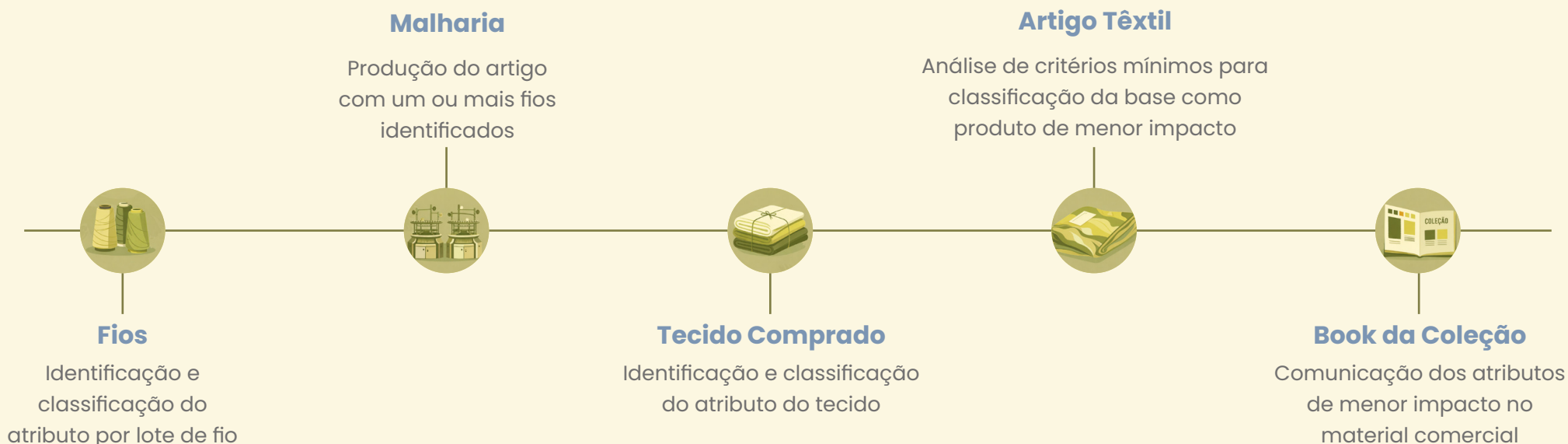
Rodrigo Gaio, Compras - Lunelli Vestuário; Ediani Kulkamp, Gestão de Pessoas - Lunelli Beneficiamentos Brasil; Lorena e Helena Kulkamp Gaio.



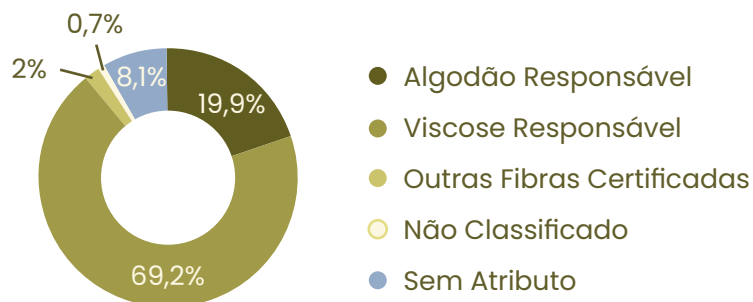
# Moda Consciente

Buscamos reduzir e mitigar o impacto negativo gerado ao meio ambiente, investindo em processos ecoeficientes e responsáveis, inovando em materiais e produtos com atributos de sustentabilidade.

Em 2025, avançamos no projeto de identificação e classificação de atributos de sustentabilidade em malhas e tecidos, buscando aprimorar a rastreabilidade da matéria-prima e o nível de informação disponível para nossos clientes e parceiros.



No último ano, de toda matéria-prima de fios para malharia e tecidos comprados, 91,2% foram classificados com atributo de sustentabilidade. Apenas 8,1% não tiveram nenhum atributo vinculado e 0,71% não foram classificados.



Para o artigo têxtil final, realizamos a análise de critérios mínimos para classificação da base como produto de menor impacto, seguindo uma tabela de referência de composição mínima de matéria-prima de menor impacto, que foi desenvolvida internamente.

Esse avanço na classificação de atributos de sustentabilidade para matéria-prima faz parte da estratégia de sustentabilidade da Lunelli, com a qual buscamos desenvolver e inovar em materiais de menor impacto, aprimorar e desenvolver a cadeia de abastecimento para as melhores práticas ESG e proporcionar maior transparência e informações de qualidade para nossos clientes e parceiros.

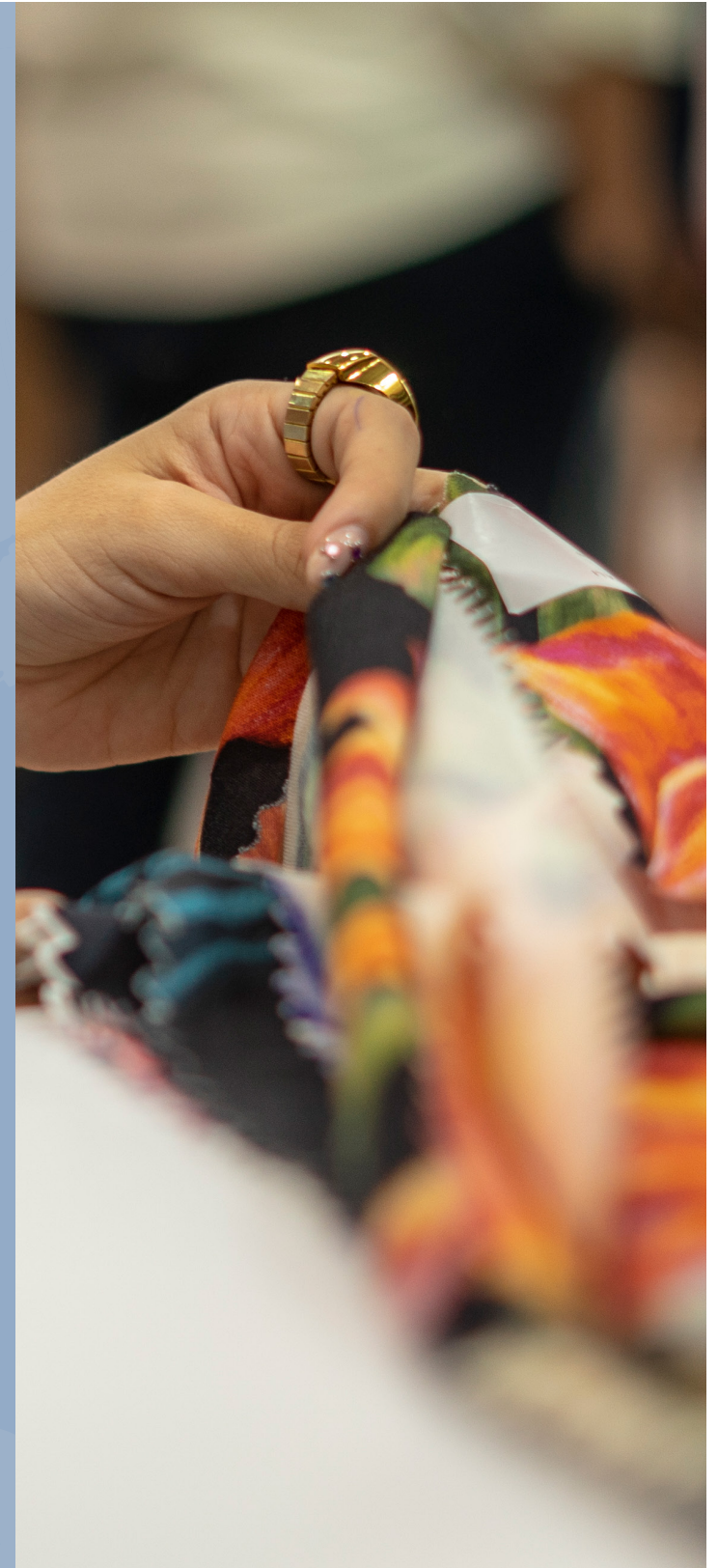
## Algodão Responsável

Somos membros do BCI – Better Cotton Initiative, uma associação que surgiu para tornar a produção global de algodão melhor em todas as etapas do processo produtivo. A partir da união e apoio ao movimento, criamos e produzimos de maneira mais responsável e promovemos cadeia da moda de forma mais consciente. A BCI é responsável por conectar pessoas e organizações, desde o campo até as lojas, promovendo melhorias contínuas na cadeia do algodão, para as pessoas, para o meio ambiente e para o futuro do setor como um todo.

## Viscose Responsável

A certificação garante que a extração da celulose para produção de viscose seja proveniente de madeira de manejo florestal, cultivada por meio de um rigoroso processo que reduz o impacto ambiental e que cumpre as normas FSC® ou PEFC. Também utilizamos o Canopy Hot Button Report como referência para classificação dos nossos fornecedores de viscose responsável.

A Canopy é uma organização ambiental sem fins lucrativos, que trabalha para proteger as florestas ancestrais e ameaçadas do mundo. Essa iniciativa colabora com marcas para implementar políticas de abastecimento que garantam que as florestas ancestrais e ameaçadas não acabem sendo usadas em têxteis.



## Fibras Lenzing

*Em parceria com a Lenzing, a Lunelli foi a primeira empresa têxtil do Brasil a utilizar a viscose ecológica Lenzing EcoVero™.*

As fibras LENZING™ são fabricadas a partir da madeira, uma matéria-prima natural e renovável, cuidadosamente obtida de florestas gerenciadas de maneira responsável, de origens controladas ou certificadas, que cumprem as normas FSC® ou PEFC, seguindo as diretrizes rigorosas da Política de Madeira e Polpa da Lenzing (Lenzing Wood and Pulp Policy).

A Lenzing também promove soluções de conservação para proteger florestas ancestrais e ameaçadas. Em 2017, a Lenzing foi o primeiro produtor de fibra de celulose a concluir a auditoria de verificação da Iniciativa CanopyStyle. Os esforços da Lenzing foram reconhecidos com a “Dark Green Shirt” (Camisa Verde-Escura), a melhor classificação no Canopy Hot Button Report.

As fibras LENZING™ ECOVERO™, TENCEL™ Modal e TENCEL™ Liocel são certificadas com o amplamente reconhecido rótulo ecológico da UE para produtos têxteis. Esse rótulo é atribuído a produtos que cumprem elevados padrões ambientais. Os principais critérios de avaliação incluem processos de produção que limitam o uso de substâncias nocivas para a saúde humana ou para o ambiente e que minimizam os principais impactos ambientais, ao longo de todo seu ciclo de vida.

  
**Modal**  
Lunelli

  
**Liocel**  
Lunelli

  
**EcoVero™**

## Moda Circular

A Lunelli reafirma seu compromisso com a sustentabilidade por meio da iniciativa Moda Circular, consolidando nossa jornada rumo a um modelo de negócio mais responsável. Essa linha é baseada na utilização de fibras têxteis recicladas, promovendo a redução de resíduos e a valorização de materiais reaproveitados.

## Coleção Colors

As camisetas da linha Colors passam por um processo de tingimento em lavanderia, sob demanda do pedido realizado. Ou seja, as camisetas são confeccionadas na cor branca e recebem as cores que estão no pedido. Assim evitamos eventuais excedentes e, ainda, reduzimos o consumo de corantes, sais, ácidos e auxiliares presentes no processo de tingimento, contribuindo ecologicamente em toda cadeia têxtil.

## Ecodenim

No processo convencional de acabamento na etapa de lavanderia de uma calça jeans, utilizavam-se 25 litros de água. Atualmente, com a adoção de tecnologias inovadoras, são necessários apenas 250 ml, ou seja, 1 copo de água, gerando uma redução de até 99% de consumo. Além disso, usamos ozônio, produtos biodegradáveis, biopolimento e reutilizamos a água envolvida nesse processo. Também aplicamos laser para fazer os efeitos de “desgaste” do jeans, substituindo o processo de lavanderia com água e produzindo uma peça com técnicas mais limpas e livres de produtos químicos.

## Embalagem Biodegradável e Compostável

Na marca Lez a Lez, adotamos embalagens desenvolvidas com plástico 100% reciclado e ácido graxo derivado do óleo de coco de palmeira. A biodegradação, em ambiente controlado, pode levar até 2,5 anos. Para 2025, essas embalagens representaram mais de 4,5 milhões de unidades compradas.

## Estamparia Digital

Estampamos 5,8 milhões de metros de malhas e tecidos digitalmente em 2025. Com processo de menor impacto para o meio ambiente, a estamparia digital aumenta a produtividade em 20%, com economia de, no mínimo, 15% do consumo de água em comparação com a tradicional estamparia rotativa e resulta em um tecido com maior lavabilidade e qualidade. Além da economia de recursos naturais, a estamparia digital ainda elimina perdas e geração de resíduos durante o processo de encaixe de desenho e reduz significativamente (90%) o tamanho de amostras para conferência de cores.

## Brasil que se Estampa

O Brasil que se Estampa é um projeto autoral da Lunelli que valoriza a cultura, a diversidade e as riquezas brasileiras por meio da estamparia digital. Cada coleção é inspirada em regiões, histórias e elementos do Brasil, transformando referências culturais em estampas exclusivas, cheias de identidade e significado. É a Lunelli usando sua expertise em estamparia para contar histórias brasileiras através do tecido.



# Processos Ecoeficientes

A Lunelli tem seu Sistema de Gestão Ambiental certificado ISO14001 desde 2006.

Em 2006, a Lunelli Beneficiamentos no Brasil foi certificada na norma ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental e, desde então, aplica as melhores práticas para a prevenção da poluição, redução e mitigação dos impactos negativos e promoção dos impactos positivos, reduzindo a geração de resíduos, do consumo de água, de energia e da emissão de gases. E, em 2024, também certificamos a unidade Lunelli Beneficiamentos Paraguai, em Minga Guazú, expandindo as melhores práticas de gestão ambiental realizadas na operação do Brasil também para o Paraguai.

A ISO 14001 é uma certificação internacional que valida o Sistema de Gestão Ambiental e engloba um conjunto de normas e processos a serem adotados por empresas que buscam ter uma atuação ecologicamente correta.

Adotamos uma abordagem responsável na utilização dos recursos e no desenvolvimento de soluções para ecoeficiência. Gerenciamos o consumo e os impactos socioambientais gerados, fomentamos uma cadeia de fornecimento em conformidade com os compromissos de sustentabilidade, asseguramos a integridade das informações nos processos e produtos desenvolvidos.



Regina Oliveira Do Espirito Santo - Lunelli Beneficiamentos Brasil

# Fontes de Energia

(302-1-302-5)

Operamos com uma matriz energética diversa, com uso de energia elétrica, gás natural, diesel, biomassa e solar. Utilizamos energia elétrica proveniente do mercado livre de energia incentivada e complementamos com uso de gás natural para processos específicos, biomassa de madeira reflorestada para alimentação das caldeiras para geração de vapor, diesel para geradores de emergência e outros equipamentos e a energia solar para geração própria em um dos galpões de operação.

Em 2025, avançamos de 05 para 09 unidades com uso de energia renovável, expandindo assim o consumo de energia de menor impacto e renovável. Nas unidades Lunelli Beneficiamentos Brasil, Lunelli Vestuário, Lunelli Comercial, Lunelli Nordeste, Lunelli Avaré, Lunelli Outbox, Lunelli Confecções e Lunelli Luiz Alves realizamos o uso de energia limpa e renovável adquirida no mercado livre.

Em 2024, a Lunelli consumiu 24.503,025 MWh de energia renovável incentivada. Com base nesse montante, reduzimos 1.339,73 tCO2 equivalente. As emissões evitadas voluntariamente são equivalentes a 9.380 árvores, em 30 anos, em um projeto de reflorestamento. Os dados de 2025 serão disponibilizados pela COMERC em maio/2026, após a publicação deste relatório.

| Fonte de Energia            | 2023       | 2024       | 2025       |
|-----------------------------|------------|------------|------------|
| Energia Elétrica (kWh)      | 32.887.024 | 35.704.729 | 31.115.996 |
| Cavaco (m³)                 | 115.140    | 116.890    | 96.825     |
| Gás natural (m³)            | 5.556.962  | 5.938.741  | 5.531.012  |
| Combustível fóssil (litros) | 34.822     | 46.077     | 99.134     |

Em 2025, tivemos uma redução de 13% no consumo total de energia elétrica, 17% no consumo de biomassa e 7% no consumo de gás natural. O aumento no consumo de diesel (combustível fóssil) se deu principalmente o uso emergencial de gerador. A exemplo da Lunelli Nordeste, que passou por dias operacionais sem energia

elétrica. Expansões e melhorias estruturais, como na Beneficiamentos Paraguai e Brasil, também exigiram um consumo maior desse combustível para suas operações.



Realizamos o cálculo de intensidade energética para controle da eficiência operacional no uso de energia elétrica para a unidade de Negócio Confecção e no uso de energia elétrica, gás natural e biomassa para a unidade de Negócio Malhas e Tecidos.

| Intensidade Energética                         | 2023      | 2024       | 2025       |
|--|-----------|------------|------------|
| <b>Negócio Confecção</b>                       |           |            |            |
| Energia Elétrica (kWh)                         | 6.040.131 | 6.786.416  | 6.401.900  |
| Quantidade de peça produzida (peças)           | 24.454.92 | 26.510.357 | 24.120.336 |
| Taxa de intensidade (kWh/peça)                 | 0,25      | 0,26       | 0,26       |
| <b>Negócio Confecção</b>                       |           |            |            |
| Energia Elétrica (kWh)                         | 26.846.89 | 28.918.313 | 24.714.805 |
| Cavaco (m³)                                    | 115.140   | 116.890    | 96.825     |
| Gás natural (m³)                               | 5.484.961 | 5.872.830  | 5.469.841  |
| Quantidade de malha produzida (t)              | 14.043    | 15.414     | 13.202     |
| Taxa de intensidade energia elétrica (kWh/ton) | 1.911,76  | 1.876,15   | 1.871,98   |
| Taxa de intensidade Biomassa (m³/ton)          | 8,20      | 7,58       | 7,33       |
| Taxa de intensidade Gás Natural (m³/ton)       | 390,58    | 381,02     | 414,31     |

Para unidade de Negócio Confecção, mantivemos a intensidade energética em 0,26 kWh/peça. Para unidade de Negócio Malhas e Tecidos, tivemos uma intensidade energética kWh/tonelada produzida muito próxima a realizada em 2024. Para intensidade de biomassa por tonelada de malha produzida, tivemos uma redução de m³/tonelada de 3,2% e para uso do gás natural, um aumento no consumo de m³ de gás por tonelada produzida de 8,7%.

# Produtos Químicos

Realizamos a gestão de químicos, buscando eliminar o uso de produtos perigosos em nossos processos produtivos. Implementamos a verificação dos produtos químicos utilizados em relação à conformidade com o programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Essa iniciativa visa eliminar substâncias nocivas da cadeia de abastecimento da indústria da moda, promovendo uma produção de menor impacto e mais segura para trabalhadores, consumidores e para o meio ambiente.

Todos os produtos químicos utilizados nos processos têxteis da Lunelli passam por uma avaliação baseada na FDS – Ficha de Dados de Segurança. O setor responsável pela análise verifica se os produtos estão isentos de substâncias restritas e se apresentam condições adequadas de manuseio e armazenamento para garantir a segurança dos colaboradores.

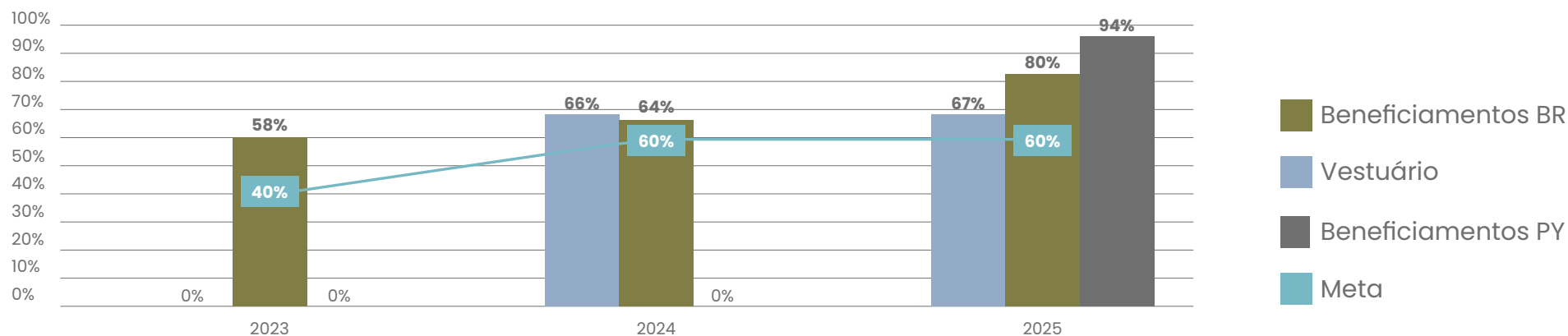
Em 2025, conseguimos superar a meta de adequação e substituição de produtos químicos perigosos para não perigosos e, ainda, ampliamos a meta para a unidade Beneficiamentos Paraguai.

Encerramos 2025 com 67% de produtos químicos adequados ao ZDHC para unidade Lunelli Vestuário, com 80% de adequação para unidade Beneficiamentos Brasil, que representa o maior consumo de produtos químicos de todas as operações do grupo. E, ainda, com 94% de adequação para a unidade Beneficiamentos Paraguai. Considerando todos os produtos químicos aplicáveis ao ZDHC, fechamos o ano com 77% adequados ao programa, correspondendo a um aumento de adequação de 12p.p em relação ao ano anterior.

Dessa forma, seguimos avançando na substituição de produtos químicos por alternativas seguras e livres de substâncias restritas e na seleção de fornecedores de produtos químicos parceiros que atendam às exigências do programa.

## Ø ZDHC

### Porcentagem de produtos químicos adequados ao ZDHC



# Água e Efluentes

(303-1-303-5)

## Água

Efetuamos o abastecimento de água de nossas unidades e processos de diferentes formas, atendendo às características de operação e dos locais onde operamos, garantindo o cumprimento das normas e regulamentações ambientais. Realizamos a captação de água superficial de rios, captação de água por concessionárias locais, captação de água subterrânea com poços e algumas iniciativas de captação de água de chuva.

| <b>CAPTAÇÃO DE ÁGUA (MEGALITROS)</b>       | <b>2023</b>     | <b>2024</b>     | <b>2025</b>     |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Captação - Negócio Confecção</b>        | <b>44,06</b>    | <b>55,69</b>    | <b>54,48</b>    |
| Abastecimento de concessionária            | 26,90           | 25,68           | 25,59           |
| Água captada em rios                       | 0,00            | 0,00            | 0,00            |
| Água captada em poços                      | 17,16           | 30,01           | 28,89           |
| <b>Captação - Negócio Malhas e Tecidos</b> | <b>1.376,66</b> | <b>1.507,96</b> | <b>1.169,76</b> |
| Abastecimento de concessionária            | 0,88            | 0,86            | 0,49            |
| Água captada em rios                       | 1.375,78        | 1.505,47        | 1.168,26        |
| Água captada em rios                       | 0,00            | 0,00            | 0,00            |
| <b>Consumo total</b>                       | <b>1.420,72</b> | <b>1.563,65</b> | <b>1.224,24</b> |

Para a operação do Negócio Confecção, realizamos o uso da água prioritariamente para consumo humano, com exceção de processos como estamperia localizada e outros processos que realizam o consumo de água na operação. A principal fonte de água são as concessionárias locais e água subterrânea captada em poços.

Para a operação do Negócio Malhas e Tecidos, o consumo de água está diretamente relacionado à produção industrial, no qual ocorre o maior consumo de água em nosso ciclo produtivo. A unidade Lunelli Beneficiamentos Brasil, que está localizada na cidade de Corupá/SC, realiza a captação no rio Ribeirão Grande do Norte. A unidade Lunelli Beneficiamentos Paraguai, localizada em Minga Guazú na região do Alto Paraná no Paraguai, realiza a captação do rio Monday. Após a captação do corpo hídrico, a água é armazenada e passa pelo tratamento na Estação de Tratamento de Água (ETA), antes de ser utilizada nos processos produtivos.

*Em 2025, tivemos uma redução do consumo de água total em 22%. Para as unidades Beneficiamentos, tivemos um consumo de 88,6 L/Kg, representando uma redução de consumo de água por quilo de malha produzida de 9% em relação ao ano anterior.*

## Efluentes

Após o consumo de água no processo ou para consumo, são gerados os efluentes. A água utilizada para consumo humano torna-se efluente sanitário e é destinada para tratamento adequado. E os efluentes industriais, gerados a partir do uso de água no processo industrial, são destinados para tratamento na Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), onde passam por tratamento biológico e físico-químico antes de serem devolvidos ao corpo hídrico. São realizadas análises mensais para assegurar a conformidade com a legislação ambiental, incluindo a Resolución 222/02 do Paraguai e as resoluções CONSEMA nº 181/2021 e CONAMA nº 430/2011 do Brasil e garantindo o atendimento aos padrões de lançamento de efluentes após o tratamento.

| EFLUENTES (MEGALITROS)               | 2023     | 2024     | 2025            |
|--------------------------------------|----------|----------|-----------------|
| Efluentes - Negócio Confecção        | 2,46     | 2,31     | <b>1,98</b>     |
| Efluentes - Negócio Malhas e Tecidos | 1.302,22 | 1.372,91 | <b>1.156,80</b> |
| Efluentes total                      | 1304,68  | 1375,22  | <b>1.158,77</b> |

Em 2025, tivemos uma redução de 16% na geração total de efluentes para todas as unidades do grupo e uma redução de 2% da geração de efluentes por quilo de malha produzido em relação ao ano anterior, chegando a 87,6 L/Kg.



# Resíduos Sólidos

(306-1 - 306-5)

Nossa operação se estende da entrada do fio à peça final e, em todos os processos produtivos, temos a geração de resíduos líquidos ou sólidos. Os resíduos líquidos são tratados e destinados corretamente, como já mencionado no capítulo Água e Efluentes.

Para os resíduos sólidos, realizamos o monitoramento da geração e destinação de todos os resíduos, para todas as unidades produtivas, implementando boas práticas de gestão e descarte adequado. O fortalecimento de iniciativas como o 5S, através do Programa SOL, é essencial para melhoria contínua na gestão de resíduos e mitigação de riscos. Além disso, promovemos treinamentos para nossos colaboradores sobre a importância da separação adequada dos resíduos e incentivando a cultura organizacional orientada para sustentabilidade.

| Resíduos não perigosos e perigosos (toneladas)   | 2023            | 2024            | 2025             |
|--|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>Total resíduos NÃO perigosos</b>  | <b>8.734,23</b> | <b>8.378,79</b> | <b>8.472,42</b>  |
| Reciclagem - Negócio Malhas e Tecidos  | 1.538,72        | 1.552,97        | 1.416,19         |
| Reciclagem - Negócio Confecção   | 2.002,61        | 2.145,11        | 2.340,17         |
| <b>Total enviado para reciclagem</b>   | <b>3.541,33</b> | <b>3.698,08</b> | <b>3.756,36</b>  |
| Aterro Industrial - Negócio Malhas e Tecidos   | 2.441,03        | 1.835,77        | 2.167,11         |
| Aterro Industrial - Negócio Confecção  | 522,97          | 553,54          | 2.548,95         |
| <b>Total enviado para aterro</b>   | <b>2.964,00</b> | <b>2.389,31</b> | <b>4.716,06*</b> |
| <b>Total enviado para outros destinos</b> (coprocessamento, tratamento térmico, incineração) | <b>2.228,90</b> | <b>2.291,39</b> | <b>0,00</b>      |

|  |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|
| <b>Total resíduos perigosos</b>  | <b>270,05</b> | <b>279,45</b> | <b>199,37</b> |
| Aterro Industrial** - Negócio Malhas e Tecidos   | 224,65        | 178,84        | 124,81        |
| Aterro Industrial** - Negócio Confecção  | 33,83         | 32,67         | 31,46         |
| <b>Total enviado para aterro</b>   | <b>258,48</b> | <b>211,51</b> | <b>156,27</b> |
| <b>Total enviado para outros destinos</b> (coprocessamento, tratamento térmico, incineração) | <b>11,57</b>  | <b>67,94</b>  | <b>43,10</b>  |

|   |                 |                 |                 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Total de resíduos gerados e destinados</b> | <b>9.004,28</b> | <b>8.658,24</b> | <b>8.671,79</b> |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|

\*Realizamos a troca de destinação de algumas categorias de resíduos não perigosos para aterro. Não houve alteração significativa na geração total de resíduos em relação ao ano anterior.

Em 2025, continuamos evoluindo na gestão de resíduos:

**-26%** em envio de resíduos perigosos para aterro

**+2%** em envio de resíduos não perigosos para reciclagem

**-3%** em geração de resíduos têxteis

**-30%** em geração de resíduos perigosos

## Resíduos Têxteis

Os resíduos têxteis gerados no processo são coletados e destinados para a Eurofios, empresa parceira da Lunelli no processo de separação e reciclagem. O processo tem início com a coleta de resíduos têxteis provenientes de nossas operações industriais, como retalhos, ourelas de rama e aparas. Essa etapa é conduzida pela empresa parceira especializada, que realiza a separação manual dos materiais por cor. Em seguida, os resíduos passam pelos processos de desfibragem e cardagem, transformando-se em fibras prontas para a fiação. Os produtos resultantes desse processo são certificados pelo Global Recycled Standard (GRS), com diversas aplicabilidades no mercado têxtil, de decoração e artesanato. Após a produção dos fios reciclados, o material retorna ao nosso fluxo produtivo, sendo utilizado na tecelagem, corte, modelagem e confecção de novas peças de vestuário e jeans.

*Em 2025, reduzimos a geração de resíduo têxtil em 3% em relação a 2024, com destinação de 2.506 toneladas de resíduos têxteis para reciclagem.*

**Resultados:** 18 organizações de catadores e operadores de reciclagem beneficiados. A compensação ambiental destinou para a reciclagem uma massa equivalente a 312 carros populares<sup>1</sup>. E, com essa destinação, a emissão de 450,242t de dióxido de carbono foi potencialmente evitada<sup>2</sup>.

1. Um carro popular pesa em média uma tonelada

2. Estimativa da emissão de carbono potencialmente evitada com a compensação ambiental realizada.

Estudo disponível em: <https://info.eureciclo.com.br/-estudo-carbonoeureciclo-planton>

## Compensação de Embalagens



A parceria entre a Lunelli e a eureciclo representa um elo vital na consolidação de práticas inovadoras para mitigação do impacto das embalagens pós-consumo. Por meio dessa colaboração, promovemos a compensação ambiental de nossas embalagens, contribuindo para a redução dos impactos negativos associados ao consumo e descarte de resíduos sólidos. Essa iniciativa não apenas atende às exigências legais previstas na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), mas amplia nosso compromisso com a responsabilidade socioambiental, incentivando a destinação adequada dos resíduos e o fortalecimento da cadeia de reciclagem (GRI 2-22).

A parceria com a eureciclo conecta operações a uma rede estruturada de cooperativas e operadores de reciclagem, ampliando o alcance e a efetividade das ações de logística reversa. Ao longo do período deste relatório, a compensação ambiental beneficiou 18 cooperativas e/ou operadores em 15 estados brasileiros, sendo eles: Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, gerando impactos socioeconômicos relevantes. Esse processo não apenas promove a inclusão social e a geração de renda, mas também contribui para o fortalecimento econômico das comunidades locais e aprimora a eficiência do sistema de coleta e triagem de resíduos (GRI 2-6).

# *Emissões e Gases de Efeito Estufa*

(305-1-305-5)

Para evitar ou mitigar os impactos da mudança climática, devemos limitar o aumento da temperatura global em 1,5°C acima do nível pré-industrial e alcançar emissões líquidas nulas até 2050. Os eventos climáticos extremos, secas agravadas e maior risco de incêndios florestais são impactos das mudanças climáticas que já estão afetando todas as regiões do Brasil e do mundo. O primeiro passo para agir é entender os impactos gerados pela nossa operação através do inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE).

O Inventário de Emissões de GEE é um instrumento gerencial utilizado para quantificar os impactos potenciais sobre as mudanças climáticas. Essa quantificação é realizada considerando as emissões de GEE diretas e indiretas.

O inventário seguiu os padrões internacionais, contemplando todas as Emissões Diretas (Escopo 1) e Emissões Indiretas por Consumo de Energia (Escopo 2), além das Emissões Indiretas por outras Fontes da cadeia de valor (Escopo 3). O documento foi elaborado conforme os princípios e requisitos da norma internacional ISO 14064:2022 - Parte 1: Especificação e orientação a organizações para quantificação e elaboração de relatórios de emissões e remoções de gases de efeito estufa e as diretrizes do Programa Brasileiro do GHG Protocol. Essa abordagem garante que os dados inventariados e relatados estejam livres de erros significativos e possam ser confiáveis.

Sob a abordagem do controle operacional, contabilizamos 100% das emissões e remoções de GEE das operações sobre as quais a organização tem controle (ABNT ISO 14064-1). As unidades operacionais inventariadas estão listadas a seguir:

## **Lojas e Franquias**

### **Negócio Confecção**

- Lunelli Vestuário
- Lunelli Comercial
- Lunelli Avaré
- Lunelli Luiz Alves
- Lunelli Nordeste
- Lunelli Confecção Paraguai
- Lunelli Comercial Jaraguá
- Lunelli Massaranduba
- Unidade de Costura Lunelli Confecções
- Unidade de Costura AJD

### **Negócio Malhas e Tecidos**

- Abimex Importação e Exportação
- Lunelli Beneficiamentos Brasil
- Lunelli Beneficiamentos Paraguai
- Lunelli Têxtil
- Out Box
- Showroom Lunelli Têxtil

As fontes emissoras foram mapeadas a partir de diagnósticos realizados e categorizadas de acordo com GHG Protocol e Programa Brasileiro do GHG Protocol.

## Emissões de GEE (tCO2e) desagregadas por categoria em 2025

| Escopo                 | Categoria  | Emissões (tCO2e)  | Representatividade (%) |
|------------------------|--|-------------------|------------------------|
| Escopo 1               | Combustão estacionária                           | 24.825,29         | 15,08%                 |
|                        | Combustão móvel                                  | 398,98            | 0,24%                  |
|                        | Efluentes  | 2.872,40          | 1,75%                  |
|                        | Emissões fugitivas                               | 3.915,45          | 2,38%                  |
| <b>Escopo 1 Total</b>  |  | <b>32.012,11</b>  | <b>19,45%</b>          |
| Escopo 2               | Energia elétrica - Método baseado na Localização | 1.393,51          | 0,85%                  |
| <b>Escopo 2 Total</b>  |  | <b>1.393,51</b>   | <b>0,85%</b>           |
| Escopo 3               | Compra de bens e serviços                        | 4.251,93          | 2,58%                  |
|                        | Bens de capital                                  | 927,06            | 0,56%                  |
|                        | Atividades relacionadas a energia e combustíveis | 424,42            | 0,26%                  |
|                        | Transporte e Distribuição (upstream)             | 117.027,61        | 71,11%                 |
|                        | Resíduos   | 2.272,94          | 1,38%                  |
|                        | Viagens a negócios                               | 404,23            | 0,25%                  |
|                        | Deslocamento de funcionários                     | 1.642,71          | 1%                     |
|                        | Transporte e Distribuição (downstream)           | 2.885,49          | 1,75%                  |
| Franquias              | 1.336,21   | 0,81%             |                        |
| <b>Escopo 3 Total</b>  |  | <b>131.172,60</b> | <b>79,70%</b>          |
| <b>Emissões Totais</b> |  | <b>164.578,23</b> | <b>100%</b>            |

## Liga de Descarbonização ABIT

A Lunelli é signatária da Liga de Descarbonização do setor Têxtil e de Moda, um movimento coletivo que responde ao desafio climático com engajamento e ação. A iniciativa, liderada pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT com o apoio de entidades mobilizadoras, tem como propósito acelerar a transição das empresas do setor rumo a uma economia de baixo carbono. Suas raízes remontam ao Colabora Moda Sustentável, primeira grande coalizão multisectorial da moda no Brasil. Criada em 2017, a iniciativa reuniu diversos atores da cadeia da moda - indústria, varejo, associações, ONGs, academia e especialistas - em torno de um objetivo comum: construir soluções coletivas e inovadoras para os desafios do setor. Essa experiência demonstrou que a cooperação é um caminho eficaz para a transformação rumo a um futuro mais sustentável. Tal legado abriu espaço para novos avanços e ações conjuntas, como a união de esforços entre ABVTEX, ABIT e SENAI CETIQT para promover

## Emissões de GEE - Compilado por Escopo com comparativo ano a ano

| Escopo                 | 2022              | 2023              | 2024              | 2025              |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Escopo 1               | 36.312,06         | 41.228,69         | 21.832,84         | 32.012,11         |
| Escopo 2               | 1.031,26          | 951,12            | 1.449,53          | 1.393,51          |
| Escopo 3               | 70.821,52         | 68.790,48         | 126.307,40        | 131.172,60        |
| <b>Emissões Totais</b> | <b>108.164,84</b> | <b>110.970,29</b> | <b>149.589,77</b> | <b>164.578,23</b> |

As mudanças observadas entre 2024 e 2025 refletem o processo de expansão das unidades de Beneficiamentos no Brasil e no Paraguai. Enquanto a unidade brasileira passou por modernização da caldeira, a operação no Paraguai foi ampliada, com novos espaços e equipamentos. Esses movimentos impactaram diretamente as emissões do Escopo 1. Paralelamente, o aprimoramento da coleta de dados permitiu incorporar informações antes indisponíveis, especialmente relacionadas a transporte, o que influenciou de forma relevante os resultados do Escopo 3.

capacitação e troca de conhecimento entre empresas da indústria e do varejo, culminando na publicação "Moda e Clima: um guia para medição e inventário de Gases de Efeito Estufa", o qual a Lunelli também colaborou para sua construção. A partir dessa trajetória colaborativa, consolidou-se um novo marco de engajamento e ação climática: a Liga de Descarbonização, que dá visibilidade às companhias que já assumem compromissos concretos frente às mudanças climáticas - que mensuram e divulgam suas emissões de gases de efeito estufa (GEE) -, bem como incentiva aquelas que estão iniciando essa jornada, que se comprometem em publicar os totais de suas emissões até 2027. Com o engajamento e o compromisso de cada empresa, garantimos a competitividade dessa indústria, fortalecendo sua resiliência e capacidade de estar preparada para o futuro.



# Sumário GRI

| NORMA                        | CONTEÚDO   | PÁGINA/RESPOSTA   | ODS |
|------------------------------|--|---|-----|
| GRI 2: Conteúdos Gerais 2021 |  |   |     |
| 2-1                          | Detalhes da organização  | Lunelli Participações Ltda  | 16  |
| 2-2                          | Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização                           | <p>O conteúdo aqui apresentado contempla todas as unidades operacionais da Lunelli.</p> <p><b>Negócio Confecção:</b> Lunelli Vestuário, Lunelli Comercial, Lunelli Avaré, Lunelli Luiz Alves, Lunelli Nordeste, Lunelli Confecção Paraguai, Lunelli Comercial Jaraguá, Lunelli Massaranduba, Unidade de Costura Lunelli Confecções e Unidade de Costura AJD.</p> <p><b>Negócio Malhas e Tecidos:</b> Abimex Importação e Exportação, Lunelli Beneficiamentos Brasil, Lunelli Beneficiamentos Paraguai, Lunelli Têxtil, Out Box e Showroom Lunelli Têxtil.</p> | 16  |
| 2-3                          | Período de relato, frequência e ponto de contato   | Página 03   | 16  |
| 2-4                          | Reformulações de informações   | Não houve reformulações de informações.   | 16  |
| 2-5                          | Verificação externa  | Nesta edição, não optamos por uma verificação externa.  | 16  |
| 2-6                          | Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios                                  | Página 11   | 16  |
| 2-7                          | Empregados   | Página 59   | 8   |
| 2-8                          | Trabalhadores que não são empregados   | Página 59   | 8   |
| 2-9                          | Estrutura de governança e sua composição   | Página 29   | 16  |
| 2-10                         | Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança                                    | Página 30   | 16  |
| 2-11                         | Presidente do mais alto órgão de governança  | O Presidente do Conselho não possui funções executivas na Companhia. Saiba mais sobre a estrutura de governança na página 31  | 16  |
| 2-12                         | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos | Página 29   | 16  |
| 2-13                         | Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos                                      | Página 30   | 16  |
| 2-14                         | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade        | Página 03   | 16  |

| <b>NORMA</b> | <b>CONTEÚDO</b>   | <b>PÁGINA/RESPOSTA</b>  | <b>ODS</b> |
|--------------|---|---|------------|
| 2-15         | Conflitos de interesse  | Definimos no estatuto do Conselho Consultivo e no Código de Conduta de colaboradores as premissas que poderão causar conflito de interesses. Ciente disso, os mesmos devem sempre informar aos superiores qualquer situação que possam gerar conflito de interesse.               | 16         |
| 2-16         | Comunicação de preocupações cruciais                          | A comunicação da gestão do canal de ouvidoria é de responsabilidade da área jurídica e acontece no formato de registro para o Conselho Consultivo.  | 16         |
| 2-17         | Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança        | Página 29   | 16         |
| 2-18         | Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança      | Realizamos internamente, com frequência anual, a avaliação formal de desempenho do Conselho Consultivo e a avaliação individual dos membros do Conselho Consultivo.   | 16         |
| 2-19         | Políticas de remuneração                                      | O conselho consultivo possui uma remuneração fixa. A Diretoria possui uma remuneração fixa e remuneração variável relacionada ao alcance das metas da Companhia e individuais, garantindo o comprometimento necessário da alta liderança, além de benefícios concedidos ao cargo. | 16         |
| 2-20         | Processo para determinação da remuneração                     | O processo de determinação de remuneração é sugerido pelo Comitê de Gestão de Pessoas, no qual posteriormente é analisada pelo Conselho Consultivo e aprovadas pelos acionistas.  | 16         |
| 2-21         | Proporção da remuneração total anual                          | Não disponível  | -          |
| 2-22         | Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável    | Página 26   | 16         |
| 2-23         | Compromissos de política                                      | Página 32   | 16         |
| 2-24         | Incorporação de compromissos de política                      | Página 20-27, Página 32   | 16         |
| 2-25         | Processos para reparar impactos negativos                     | Página 30   | 16         |
| 2-26         | Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações | Página 33   | 16         |
| 2-27         | Conformidade com leis e regulamentos                          | Não existem casos significativos de multas ou sanções. Premissas: valores acima de R\$ 500.000,00 e trânsito em julgado de processos judiciais.   | 16         |
| 2-28         | Participação em associações                                   | Página 51   | 17         |
| 2-29         | Abordagem para engajamento de stakeholders                    | Página 43-50  | 16, 17     |
| 2-30         | Acordos de negociação coletiva                                | Página 59   | 8          |

| NORMA                              | CONTEÚDO  | PÁGINA/RESPOSTA  | ODS       |
|------------------------------------|---|--|-----------|
| GRI 3: Temas Materiais 2021        |   |  |           |
| 3-1                                | Processo de definição de temas materiais  | Página 22-23   | -         |
| 3-2                                | Lista de temas materiais  | Página 23  | -         |
| 3-3                                | Gestão dos temas materiais  | Página 22-23   | -         |
| GRI 101: Biodiversidade 2024       |   |  |           |
| 101-1                              | Políticas para deter e reverter a perda de biodiversidade                                   | Não disponível   | -         |
| 101-2                              | Gestão de impactos na biodiversidade  | Não disponível   | -         |
| 101-3                              | Acesso e repartição justa e equitativa de benefícios  | Não disponível   | -         |
| 101-4                              | Identificação de impactos na biodiversidade   | Não disponível   | -         |
| 101-5                              | Locais com impactos na biodiversidade   | Não disponível   | -         |
| 101-6                              | Fatores diretos de perda de biodiversidade  | Não disponível   | -         |
| 101-7                              | Mudanças no estado da biodiversidade  | Não disponível   | -         |
| 101-8                              | Serviços ecossistêmicos   | Não disponível   | -         |
| GRI 201: Desempenho Econômico 2016 |   |  |           |
| 201-1                              | Valor econômico direto gerado e distribuído   | Página 54  | 8         |
| 201-2                              | Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas  | Página 30-31, Página 74-76   | 8, 12, 13 |
| 201-3                              | Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria                  | Página 68  | 3, 10     |
| 201-4                              | Apoio financeiro recebido do governo  | Não disponível   | -         |
| GRI 202: Presença no Mercado 2016  |   |  |           |
| 202-1                              | Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero | Página 61  | 8, 10     |
| 202-2                              | Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local                           | Dentre os membros de nossa diretoria, todos foram contratados em nossa comunidade local. Consideramos como diretoria os colaboradores ocupantes de cargos de Presidência e demais diretores estatutários. Consideramos como comunidade local o estado em que nossas unidades estão sediadas. | 8, 10     |

| NORMA                                      | CONTEÚDO  | PÁGINA/RESPOSTA | ODS       |
|--|---|-----------------|-----------|
| GRI 203: Impacto Econômicos Indiretos 2016 |   |                 |           |
| 203-1                                      | Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços                            | Página 54       | 8, 9, 12  |
| 203-2                                      | Impactos econômicos indiretos significativos                                  | Página 54       | 8, 9, 12  |
| GRI 204: Práticas de Compra 2016           |   |                 |           |
| 204-1                                      | Proporção de gastos com fornecedores locais                                   | Página 74-77    | 9, 12     |
| GRI 205: Combate à Corrupção 2016          |   |                 |           |
| 205-1                                      | Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção                  | Página 32       | 16        |
| 205-2                                      | Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção | Página 32       | 16        |
| 205-3                                      | Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas                              | Não houve       | 16        |
| GRI 206: Concorrência Desleal 2016         |   |                 |           |
| 206-1                                      | Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio      | Não houve       | 16        |
| GRI 207: Tributos 2019                     |   |                 |           |
| 207-1                                      | Abordagem tributária  | Não disponível  | 16        |
| 207-2                                      | Governança, controle e gestão de risco fiscal                                 | Não disponível  | 16        |
| 207-3                                      | Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos   | Não disponível  | 16        |
| 207-4                                      | Relato país-a-país  | Não disponível  | 16        |
| GRI 301: Materiais 2016                    |   |                 |           |
| 301-1                                      | Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume                        | Página 76       | 12        |
| 301-2                                      | Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados                            | Não disponível  | 12        |
| 301-3                                      | Produtos e suas embalagens reaproveitados                                     | Não disponível  | 12        |
| GRI 302: Energia 2016                      |   |                 |           |
| 302-1                                      | Consumo de energia dentro da organização                                      | Página 96       | 7, 12, 13 |
| 302-2                                      | Consumo de energia fora da organização  | Não disponível  | 7, 12, 13 |

| <b>NORMA</b>                          | <b>CONTEÚDO</b>   | <b>PÁGINA/RESPOSTA</b>  | <b>ODS</b>   |
|---------------------------------------|---|---|--------------|
| 302-3                                 | Intensidade energética  | Página 96   | 7, 12, 13    |
| 302-4                                 | Redução do consumo de energia   | Em 2025, tivemos uma redução de 13% no consumo total de energia elétrica.   | 7, 12, 13    |
| 302-5                                 | Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços  | Página 96   | 7, 12, 13    |
| <b>GRI 303: Água e Efluentes 2018</b> |   |   |              |
| 303-1                                 | Interações com a água como um recurso compartilhado   | Página 98   | 6, 12, 14    |
| 303-2                                 | Gestão de impactos relacionados ao descarte de água   | Página 99   | 6, 12, 14    |
| 303-3                                 | Captação de água  | Página 98   | 6, 12, 14    |
| 303-4                                 | Descarte de água  | Página 99   | 6, 12, 14    |
| 303-5                                 | Consumo de água   | Página 98   | 6, 12, 14    |
| <b>GRI 304: Biodiversidade 2016</b>   |   |   |              |
| 304-1                                 | Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental | A unidade de Beneficiamentos localizada em Coupá/SC possui área verde e área de proteção permanente (APP) de 101.542,15m <sup>2</sup> , que representa 30% da área total. | 15           |
| 304-2                                 | Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade  | Não disponível  | 15           |
| 304-3                                 | Habitats protegidos ou restaurados  | Não disponível  | 15           |
| 304-4                                 | Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização   | Não disponível  | 15           |
| <b>GRI 305: Emissões 2016</b>         |   |   |              |
| 305-1                                 | Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)   | Página 103  | 7, 9, 12, 13 |
| 305-2                                 | Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia  | Página 103  | 7, 9, 12, 13 |
| 305-3                                 | Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)  | Página 103  | 7, 9, 12, 13 |

| <b>NORMA</b>   | <b>CONTEÚDO</b>  | <b>PÁGINA/RESPOSTA</b>   | <b>ODS</b>   |
|--|--|--|--------------|
| 305-4  | Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | Não disponível   | 7, 9, 12, 13 |
| 305-5  | Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | Página 103   | 7, 9, 12, 13 |
| 305-6  | Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)  | Não disponível   | 7, 9, 12, 13 |
| 305-7  | Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas   | Não disponível   | 7, 9, 12, 13 |
| <b>GRI 306: Resíduos 2016</b>                            |  |  |              |
| 306-1  | Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos  | Página 100   | 12           |
| 306-2  | Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos  | Página 100   | 12           |
| 306-3  | Resíduos gerados   | Página 100   | 12           |
| 306-4  | Resíduos não destinados para disposição final  | Página 100   | 12           |
| 306-5  | Resíduos destinados para disposição final  | Página 100   | 12           |
| <b>GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016</b> |  |  |              |
| 308-1  | Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais   | Página 75-77   | 12           |
| 308-2  | Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas  | Página 75-77   | 12           |
| <b>GRI 401: Emprego 2016</b>                             |  |  |              |
| 401-1  | Novas contratações e rotatividade de empregados  | Página 62  | 8            |
| 401-2  | Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial | Página 58-73   | 8            |
| 401-3  | Licença maternidade/paternidade  | Página 67  | 3, 5, 8, 10  |
| <b>GRI 402: Relações de trabalho 2016</b>                |  |  |              |
| 402-1  | Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais  | Não há em procedimento a definição do prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais. | -            |

| <b>NORMA</b>  | <b>CONTEÚDO</b>   | <b>PÁGINA/RESPOSTA</b> | <b>ODS</b> |
|---|---|------------------------|------------|
| <b>GRI 403: Saúde e Segura do Trabalho 2018</b>               |   |                        |            |
| 403-1   | Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho  | Página 64              | 3, 8       |
| 403-2   | Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes                                   | Página 64-65           | 3, 8       |
| 403-3   | Serviços de saúde do trabalho   | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-4   | Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-5   | Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho   | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-6   | Promoção da saúde do trabalhador  | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-7   | Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios  | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-8   | "Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho"                                  | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-9   | Acidentes de trabalho   | Página 64-67           | 3, 8       |
| 403-10  | Doenças profissionais   | Página 64-67           | 3, 8       |
| <b>GRI 404: Capacitação e Educação 2016</b>                   |   |                        |            |
| 404-1   | Média de horas de capacitação por ano, por empregado  | Página 69-72           | 4, 8       |
| 404-2   | Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira         | Página 69-72           | 4, 8       |
| 404-3   | Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira            | Página 69-72           | 4, 8       |
| <b>GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016</b> |   |                        |            |
| 405-1   | Diversidade em órgãos de governança e empregados  | Página 58-61           | 5, 10      |

| <b>NORMA</b>  | <b>CONTEÚDO</b>   | <b>PÁGINA/RESPOSTA</b>  | <b>ODS</b> |
|---|---|---|------------|
| 405-2   | Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens    | Página 61   | 5, 10      |
| <b>GRI 406: Não discriminação 2016</b>                        |   |   |            |
| 406-1   | Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas   | Página 33   | 8, 16      |
| <b>GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016</b> |   |   |            |
| 407-1   | Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco  | Página 74-77  | 8, 16      |
| <b>GRI 408: Trabalho Infantil 2018</b>                        |   |   |            |
| 408-1   | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil                              | Página 74-77  | 8, 16      |
| <b>GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016</b>   |   |   |            |
| 409-1   | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo         | Página 74-77  | 8, 16      |
| <b>GRI 410: Práticas de Segurança 2016</b>                    |   |   |            |
| 410-1   | Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos                           | Toda a equipe de Segurança Patrimonial interna e externa é capacitada com o Código de Conduta da Lunelli e demais procedimentos existentes. | 16         |
| <b>GRI 411: Direitos de Povos Indígenas 2016</b>              |   |   |            |
| 411-1   | Casos de violação de direitos de povos indígenas  | Não houve   | -          |
| <b>GRI 413: Comunidades Locais 2016</b>                       |   |   |            |
| 413-1   | Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local | Página 78-89  | -          |
| 413-2   | Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais                  | Não houve   | -          |
| <b>GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores</b>              |   |   |            |
| 414-1   | Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais   | Página 74-77  | 8          |

| NORMA   | CONTEÚDO  | PÁGINA/RESPOSTA   | ODS       |
|---|---|---|-----------|
| 414-2   | Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas                                  | Página 74-77  | 8, 12, 16 |
| GRI 415: Políticas Públicas 2016              |   |   |           |
| 415-1   | Contribuições políticas   | Não houve   | 16        |
| GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016 |   |   |           |
| 416-1   | Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviço               | Página 64-67  | 3         |
| 416-2   | Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços | Em 2025, não houve registro de casos de não conformidades em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços da Lunelli.   | 3         |
| GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016           |   |   |           |
| 417-1   | Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços  | Por meio da colocação da etiqueta nos produtos, conseguimos organizar e identificar as informações relevantes de cada item. Para cumprimos com a legislação brasileira de etiquetagem, seguimos os padrões da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Informamos a razão social, CNPJ, o país de origem, as instruções de conservação conforme NM ISO 3758:2013 e a composição de acordo com produto/tecido. Para melhor rastreabilidade do produto, é informado na etiqueta o número da ordem de produção e a referência do produto | 16        |
| 417-2   | Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços                   | Não houve   | 16        |
| 417-3   | Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing   | Não houve   | 16        |
| GRI 418: Privacidade do Cliente 2016          |   |   |           |
| 418-1   | Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes                    | Não houve   | -         |

## **INFORMAÇÕES CORPORATIVAS**

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

## **CRÉDITOS**

### **Coordenação geral e Redação**

Equipe de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade

### **Colaboração**

Contribuições de todas as áreas da empresa.

### **Identidade visual e diagramação**

Rafael Schunck

### **Produção fotográfica**

Acervo Lunelli



Lunender

Lunelli

lez<sup>lez</sup>

Makazoo

HANGAR 33

FICO

Vila flor

Rua Athanásio Rosa, 833 - Centro - CEP: 89270-000 - Caixa Postal 111 - Guaramirim/SC - Brasil

Central de Relacionamento - Telefone e WhatsApp: 0800-721-1414 - E-mail: [crl@lunelli.com.br](mailto:crl@lunelli.com.br) | Exportação: +55 (47) 3373-7139

Tel: +55 (47) 3373-7000 | [lunelli.com.br](http://lunelli.com.br)