

*Informe de
Sostenibilidad
25*



Empresa



Certificada

Índice

1. Introducción	3	5. Social	58
a. Bienvenida.....	3	a. Nuestros colaboradores.....	59
b. Carta de la presidencia.....	4	b. Salud, seguridad y bienestar	64
c. Destacados 2025.....	6	c. Entrenamiento, desarrollo y valorización	69
d. Moda con Significado	8	d. Cadena de suministro y relación con proveedores.....	74
e. Nuestra cadena de valor	10	e. Inversión social y relación con la comunidad.....	78
f. Nuestras marcas.....	12	6. Medio Ambiente	90
2. Estrategia de sostenibilidad	20	a. Moda Consciente	91
a. Visión de sostenibilidad.....	21	b. Procesos ecoeficientes	95
b. Doble materialidad.....	22	I. Fuentes de energía.....	96
c. Relación con ODS	24	II. Productos químicos.....	97
d. Estrategia de sostenibilidad.....	26	III. Agua y efluentes.....	98
3. Gobernanza	28	IV. Residuos sólidos.....	100
a. Estructura de gobernanza	29	V. Emisiones y gases de efecto invernadero.....	102
b. Gestión de riesgos.....	30	7. Resumen GRI	104
c. Cultura de la ética e integridad.....	32	8. Informaciones corporativas	113
d. Certificaciones, premios y reconocimientos	34	9. Créditos	113
e. Comunicación con las partes interesadas	43		
4. Económico	52		
a. Gestión económica	53		
b. Valor económico generado y distribuido.....	54		
c. Operación comercial y retail.....	56		

Introducción

Bienvenida

(2-3; 2-14)

Con gran satisfacción, presentamos el **Informe Anual de Sostenibilidad de Lunelli**, ahora en su séptima edición consecutiva. Este documento analiza el período entre el **1º de enero y el 31 de diciembre de 2025**. El análisis fue realizado por el área de Sostenibilidad, bajo el liderazgo de la Dirección de Personas, Gestión y Sostenibilidad, y aprobado por la Presidencia.

Reforzando nuestro compromiso con una gestión transparente, el informe reúne información sobre la estrategia y los resultados de la empresa **en los pilares ESG (económico, ambiental, social y de gobernanza)**. El contenido fue estructurado siguiendo las directrices de la **Global Reporting Initiative (GRI)**.

Reiteramos la importancia de la participación activa de todos los interesados y los invitamos a enviar sus dudas, sugerencias y comentarios relacionados con este documento al correo electrónico **sustentabilidade@lunelli.com.br**. Creemos que el intercambio y la colaboración son fundamentales para construir un futuro más sostenible.



Karla Delmiro Lourenço, Marketing - Lunelli Vestuario



Carta de la Presidencia

El 2025 fue desafiante. Aún en un escenario de mercado adverso, marcado por la incertidumbre interna y externa, **reafirmamos nuestra convicción en el negocio y en el potencial de nuestras personas. Además, registramos avances significativos en todas las dimensiones del ESG.**

En ese mismo año, dimos continuidad a nuestro plan de inversiones, que ya había recibido R\$ 63 millones en 2024. Invertimos otros R\$46 millones en 2025 en la implementación de tecnologías avanzadas, elevando el estándar de eficiencia de nuestras unidades y preparando nuestro parque industrial para desafíos futuros, lo que garantiza operaciones seguras y ambientalmente responsables.

También, **en 2025 obtuvimos la certificación B Corp, una certificación internacional de modelo de negocio en términos de sostenibilidad.** Las *Benefit Corporations*, o Empresas B, son aquellas que buscan utilizar los negocios para promover un impacto positivo tanto en las personas como en el planeta, generando valor a través de su actividad.

Otros reconocimientos importantes fueron: la certificación Great Place to Work en la unidad de Paraguay, en su primera aplicación de la encuesta, el avance en el ranking de las 20 Mejores Empresas para Trabajar, en el estado de Ceará, en la categoría Grandes

Empresas y la recertificación, por el quinto año consecutivo, de las unidades en Brasil como un “Excelente lugar para trabajar”.

En el último año, avanzamos y perfeccionamos nuestros controles y la gestión de indicadores ambientales en todas las unidades productivas y, además, evolucionamos en nuestro Inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEE), considerando los alcances 1, 2 y 3.

Promovimos la innovación en materiales y productos sostenibles: estampamos digitalmente más de 5,8 millones de metros de mallas y tejidos. Producimos más de 24,1 millones de piezas y 13,2 mil toneladas de mallas y tejidos. En 2025, también, avanzamos en el proyecto de identificación y clasificación de atributos de sostenibilidad en mallas y tejidos, con el objetivo de perfeccionar la trazabilidad de la materia prima y el nivel de información disponible para nuestros clientes y socios.

Reforzamos nuestro compromiso con la agenda global de sostenibilidad, como empresa signataria del Pacto Global de la **ONU** en las redes de Brasil y Paraguay. A partir de la invitación a participar en la **COP30 –Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambios Climáticos** realizada en Belém/PA-, presentamos al público nacional e internacional nuestras iniciativas y proyectos relacionados con

el ESG. Cerramos el año con una operación compuesta por 14 unidades, 55 tiendas y más de 21,5 mil clientes, alcanzando la facturación de R\$ 1,5 mil millones de reales.

Con inversiones constantes en tecnología, sostenibilidad y valoración de las personas, Lunelli se mantiene firme en su compromiso de **generar un impacto positivo en la sociedad y contribuir al futuro de la moda brasileña.**

Hacer moda con significado, que promueva un impacto positivo en el mundo y para todos, no es solo lo que guía nuestra estrategia de sostenibilidad en Lunelli, sino también lo que expresa nuestro **compromiso de valorar, respetar y cuidar a todas las personas y a los usuarios de nuestros productos.**

Agradezco a todos los colaboradores, representantes, franquiciados, proveedores, socios y clientes que nos acompañaron creando moda con significado. Deseo que podamos continuar juntos en esta jornada.

Viviane Cecilia Lunelli

Presidente

Destacados



2025

R\$ 1,5 mil millones

de facturación

13,2 mil

toneladas de mallas y tejidos producidos

24,1 millones

de piezas producidas

5,8 millones

de metros de tejidos
estampados digitalmente

4298 colaboradores

88% en Brasil y 12% en Paraguay

68% mujeres y 32% hombres

190 líderes

50% hombres y 50% mujeres

58 tiendas,

incluyendo tiendas propias,
franquicias y retail calificado Lunelli

+ 21 mil

clientes activos

Moda responsable:

100%

de las mallas y tejidos evaluados
según criterios de sostenibilidad

91,2%

de las mallas y tejidos con
atributos de sostenibilidad

80%

de los productos químicos en
conformidad con ZDHC

Moda con Significado



Rafaela Batista de Lima, Laboratorio - Lunelli Beneficiamientos Brasil

Presentación Institucional

Con más de cuatro décadas de historia, Lunelli se ha convertido en una de las mayores industrias textiles de Brasil. Fundada en 1981 por Antídio Aleixo Lunelli, junto a Beatriz Ender, la empresa creció impulsada por una gestión familiar comprometida, la excelencia operativa y el enfoque constante en la innovación y la sostenibilidad.

Más que una trayectoria empresarial, la historia de Lunelli es un hilo continuo de compromiso con la excelencia. Cada capítulo de esta trayectoria está tejido con el talento de personas que

comparten los mismos valores. Nació de un sueño emprendedor, dio lugar a marcas consolidadas y aún seguimos escribiendo esta historia con el mismo entusiasmo que nos trajo hasta aquí. Conozca más sobre nuestra historia en el sitio web www.lunelli.com.br.

A lo largo de 44 años, Lunelli creció y fortaleció su compromiso con hacer **Moda con Significado**. Con un modelo de negocio sostenible y ético, valorizamos a todos los involucrados en el proceso, desde proveedor hasta el cliente final.

Misión

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

Visión

Ser el grupo textil de moda más respetado del país.

Valores

Entusiasmo;
Simplicidad;
Obsesión por los resultados.

Propósito

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

Nuestra Cadena de Valor

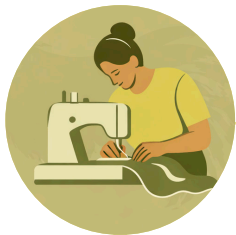
(2-6)

Contamos con una cadena de valor extensa y que integra todos nuestros procesos, desde la compra del hilo hasta la operación en tiendas. Lunelli actúa de manera verticalizada, con personas comprometidas en hacer moda con significado en cada etapa. Nuestra estructura industrial incluye procesos de tejeduría de punto, tintorería, estampación, acabado, corte, costura, doblado, expedición y operación en el retail.



Colaboradores

4.298 colaboradores
68% mujeres y **32%** hombres
88% en Brasil y **12%** en Paraguay
190 líderes (Dirección, Gerencia, Coordinaciones y Supervisiones)
50% hombres y **50%** mujeres
685 ideas de PNI implementadas, con un retorno estimado de **R\$ 6,4 millones**



Cadena de suministro

611 proveedores de materias primas
96% de proveedores nacionales de materias primas
91,2% de las mallas y tejidos con atributos de sostenibilidad identificados
Evaluación de riesgo socioambiental de proveedores
77% de los productos químicos en conformidad con ZDHC



Proceso de producción

02 unidades certificadas ISO 14001
09 unidades certificadas ABVTEX
09 unidades con compra de energía renovable en el mercado libre de energía
01 unidad con generación de energía solar
13,2 mil toneladas de mallas y tejidos producidos
24,1 millones de piezas producidas
5,8 millones de metros de tejidos estampados digitalmente



Comercialización y retail

07 marcas
58 tiendas, siendo
02 tiendas del colaborador
01 Espacio Hangar 33
55 tiendas Lez a Lez
09 tiendas propias
35 franquicias
11 VQLs
+21,5 mil clientes
311 representantes



Relación con la comunidad

R\$ 871 mil reales en inversión social
20 proyectos apoyados

Nuestras Marcas



Con 44 años de historia, Lunelli gestiona marcas destacadas en el mercado de la moda. A través de *Lunelli Malhas e Tecidos*, ofrecemos soluciones para la confección y para grandes minoristas **en todo Brasil y en el exterior.**

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

Además, actuamos bajo el formato de private label, confeccionando piezas exclusivas para grandes marcas nacionales e internacionales, reafirmando nuestra **versatilidad y capacidad** de atender a las más diversas demandas del sector.

Hacemos moda con significado mediante la gestión de marcas sólidas, combinando tecnología en la producción y ofreciendo soluciones para el mercado de la moda brasileña.

Lunelli

Lunelli Malhas e Tecidos es una referencia en mallas y tejidos diferenciados. Es reconocida por su excelencia, innovación y el alto estándar de calidad. Nuestros desarrollos combinan confort, performance, durabilidad y sofisticación, traduciendo tendencias en propuestas relevantes y alineadas con las necesidades de nuestros clientes.

Para dar vida a cada creación, contamos con el Estudio Lunelli, nuestro espacio creativo dedicado a la investigación, el desarrollo y la curaduría de estampas exclusivas. Allí, es donde construimos identidades visuales propias, definimos paletas de colores estratégicas y desarrollamos propuestas personalizadas que fortalecen las colecciones de nuestros socios.

Somos la mayor empresa de estampación digital de Brasil, con una tecnología que nos permite trabajar con alta definición, precisión de color y agilidad productiva, reduciendo impactos ambientales y ampliando las posibilidades creativas. Esta estructura consolida nuestra presencia en Brasil y fortalece nuestra actuación en toda América Latina.

La sostenibilidad orienta nuestras decisiones. Utilizamos materias primas responsables, invertimos continuamente en innovación y buscamos eficiencia en cada etapa del proceso, ofreciendo mallas y tejidos que elevan el estándar de calidad y reafirman nuestro compromiso con un futuro más consciente.

www.lunellimalhasetecidos.com.br

@lunellitextil

@lunellitextiles



Lunender

Lunender es una referencia en moda femenina y desarrolla colecciones pensadas para acompañar a las mujeres en todos los momentos del día a día. Con una propuesta de moda democrática, la marca combina información de moda, versatilidad y elegancia para valorar diferentes estilos, cuerpos y ocasiones.

Dirigida a mujeres reales, Lunender celebra la autenticidad y la fuerza femenina en piezas que combinan comodidad, calidad y practicidad. Este cuidado también se extiende a la forma en que la marca evoluciona en sus procesos, incorporando decisiones más responsables y ampliando su compromiso con una moda más consciente.

En el jeans, por ejemplo, la marca refuerza este posicionamiento al invertir en tecnología para ofrecer mayor comodidad y libertad de movimiento. Así, Lunender ofrece productos que combinan estilo y funcionalidad con una visión de moda más accesible, democrática y consciente.

@lunenderoficial



Lunender
mais mulher

Lez^aLez

Lez a Lez es una marca de moda Urban Beach para mujeres de espíritu joven, sofisticadas, modernas y femeninas, que les permite explorar diferentes ocasiones de uso, con propuestas leves y equilibradas, que combinan la sobriedad de tonos básicos con estampas auténticas, siendo naturalmente sensual.

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

Además, nuestros procesos reducen la generación de residuos textiles en el medio ambiente, con el 100% de recolección del volumen generado. Nuestros empaques, por su parte, son biodegradables, lo que disminuye los impactos ambientales. La búsqueda de iniciativas sostenibles alimentan nuestra esencia. Un mundo mejor es posible y, a través de nuestras acciones, podemos ayudar a preservarlo.

www.lezalez.com.br

@lezalez

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



Vila flor

Vila Flor nació con el propósito de desarrollar moda de forma sostenible y accesible.

A partir del aprovechamiento de excedentes de mallas y tejidos, la marca transforma recursos ya existentes en nuevos productos, contribuyendo a la reducción de desperdicios y a un ciclo más consciente dentro de la cadena textil.

Su concepto se basa en la creación de piezas que valoran diferentes cuerpos, talles y estilos, con moldes pensados para acompañar las diversas ocasiones y actividades del día a día.

Creemos que la moda es una forma de expresión personal y que debe ser práctica, ligera y democrática, ampliando el acceso al vestir con responsabilidad y propósito.

www.vilaflor.com.br

@modavilaflor



3|E HANGAR 33

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

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

La marca establece una conexión auténtica y verdadera con la aviación y, entre sus logros más memorables, se destaca la provisión de los uniformes icónicos de la Esquadilha da Fumaça, un símbolo de excelencia y tradición.

www.hangar33.com.br
[@hangar_33](https://www.instagram.com/hangar_33)





Fico Surfwear nació de la conexión con el mar y con el estilo de vida del litoral de São Paulo. Inspirada en la experiencia de Raphael Levy, quien pasó su adolescencia surfeando en las playas de Guarujá, la marca surgió en 1983 para traducir, en forma de producto, su pasión por el surf y por la libertad que este universo representa.

Con una identidad auténtica y casual, Fico construyó su trayectoria en el mercado nacional, consolidándose como una marca conectada con el deporte, la naturaleza y el *lifestyle* playero. Desde 2019, pasó a integrar el portafolio de Lunelli que sigue fortaleciendo su propuesta de combinar actitud, comodidad, originalidad y sostenibilidad.

Este posicionamiento se refleja en decisiones responsables a lo largo del desarrollo de producto, en el que gran parte de la colección se produce con Algodón Responsable Certificado, reforzando el compromiso de la marca con una moda más consciente, alineada con su esencia y con la búsqueda de un menor impacto socioambiental.

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





Alakazoo crea moda para transformar la infancia en un universo de imaginación, descubrimiento, transformación y ligereza. Inspirada en la belleza y la fantasía del mundo infantil, la marca desarrolla colecciones que valoran la creatividad, la alegría y la libertad de ser niño.

Esta mirada también se expresa en el proyecto Moda para Todos, que refuerza el compromiso de la marca con la inclusión, la empatía y la representatividad. La iniciativa busca ampliar posibilidades por medio de productos pensados para acoger las diferencias de la infancia, promoviendo mayor identificación, sentido de pertenencia y oportunidades para que cada niño pueda reconocerse en la moda de forma auténtica.

Además, Alakazoo incorpora bases sostenibles en el desarrollo de sus productos, alineando responsabilidad, cuidado e innovación. Así, la marca reafirma su propósito de contribuir no solo a un futuro mejor para los niños, sino también para el planeta.

@instalakazoo



Estrategia de



Sostenibilidad

*Visión de sostenibilidad:
Hacer moda con significado que
promueva un impacto positivo
en el mundo y para todos.*

Orientamos nuestra estrategia de sostenibilidad a partir de un enfoque integrado de sostenibilidad corporativa y **ESG**, mediante el cual buscamos promover el equilibrio entre los pilares económico, ambiental, social y de gobernanza.

Al integrar conceptos y buenas prácticas orientadas a la mitigación de impactos negativos y riesgos, así como a la potenciación de impactos positivos, trabajamos con una estrategia ESG y fortalecemos nuestro compromiso con hacer Moda con Significado.

E

Económico

Generación de empleos e ingresos, sostenibilidad financiera y generación de valor.

E

Ambiental

Gestión de recursos naturales y desarrollo de productos y servicios que reduzcan el impacto ambiental.

S

Social

Relaciones basadas en el respeto hacia todas las personas involucradas dentro y fuera de la empresa.

G

Gobernanza

Buenas prácticas de gestión organizacional, integridad, transparencia, equidad, responsabilización y sostenibilidad.

Doble materialidad

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

En 2025, actualizamos nuestra Matriz de materialidad mediante la aplicación del enfoque de Doble Materialidad. El proceso incluyó distintas fases: en primer lugar, el mapeo, en el que analizamos la cadena de valor, los direccionamientos estratégicos y los *stakeholders*. Luego, la definición de los temas potenciales, los riesgos y las oportunidades.

Realizamos la identificación de los temas materiales junto a diversos *stakeholders*, a través del proceso tradicional de consulta, y complementamos este análisis con la evaluación de los ejes financiero y socioambiental, con la participación de especialistas del mercado y líderes internos, para comprender mejor los impactos potenciales de cada tema tanto para el negocio como para la sociedad. Finalmente, elaboramos las matrices y realizamos su alineación estratégica junto con la Dirección.

La etapa inicial consistió en mapear la estructura de la empresa y analizar documentos estratégicos claves, como la evaluación de la competencia, el mapeo de riesgos, el diagnóstico como Empresa B, la evaluación Ethos, el informe de sostenibilidad y la planificación estratégica.

A partir de este conjunto de información, permitió comprender la cadena de valor, identificar riesgos y oportunidades, evaluar los lineamientos estratégicos de la organización, analizar el grado de madurez de los temas materiales actuales y observar el posicionamiento de la competencia. Este análisis también permitió definir los marcos de referencia (*frameworks*), estándares e instituciones que serían utilizados en la etapa siguiente, orientada a la identificación de temas materiales potenciales. Asimismo, el diagnóstico también contempló la evaluación de tendencias del sector textil.

A partir de una lista inicial de 100 temas materiales, se seleccionaron 21 temas potenciales para realización de la consulta con *stakeholders*.

La segunda etapa, correspondiente a la consulta de los *stakeholders*, consideró diferentes tipos de evaluaciones.

Para el eje financiero, se evaluaron diversas categorías de riesgo, conforme a la Política de Gestión de Riesgos de Lunelli. Este proceso permitió medir el impacto financiero de forma amplia, considerando también potenciales efectos derivados de fallas operativas o daños reputacionales. Para lograr una visión aún más completa, también se consideró y midió la probabilidad de ocurrencia de cada tema, lo que permitió una evaluación integral del riesgo. El impacto financiero puede ser tanto negativo (riesgos) como positivo (oportunidades). En este sentido, las oportunidades financieras también fueron evaluadas y complementadas con el análisis de su probabilidad de ocurrencia.

Para el eje socioambiental, el impacto fue evaluado de forma integral, considerando tres criterios principales: intensidad del efecto, alcance y persistencia en el tiempo. Asimismo, se analizó y midió la probabilidad de ocurrencia de cada tema, permitiendo una evaluación integrada del riesgo socioambiental.

En cuanto al eje de grado de importancia, se consideró exclusivamente el ranking de relevancia asignado por los *stakeholders*. Este eje funciona como un complemento a las demás evaluaciones, aportando la perspectiva de importancia percibida y fortaleciendo el análisis integrado.

Cuadrante 1: temas prioritarios, que representan impacto elevado en ambas dimensiones.

T10	Gestión del agua
T16	Atracción y retención de talentos
T21	Derechos humanos en la cadena de valor
T15	Responsabilidad socioambiental en la cadena de suministro
T3	Cadena de valor ética y responsable
T8	Fuentes y materiales responsables
T11	Gestión de productos químicos
T17	Calidad de vida y jornada de trabajo

Cuadrante 2: temas con mayor impacto financiero.

T18	Salud y seguridad
T1	Compliance y combate a la corrupción
T4	Relaciones con partes interesadas
T9	Gestión de energía

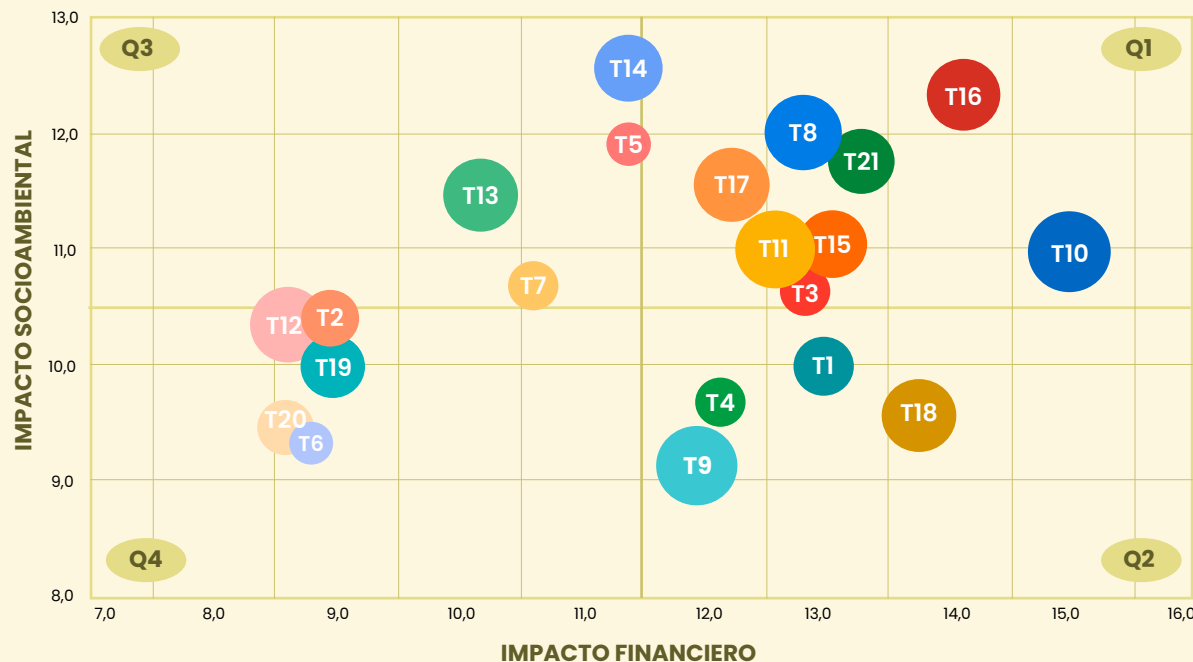
Cuadrante 3: temas con mayor impacto socioambiental.

T14	Mitigación y adaptación a los cambios climáticos
T5	Gestión de riesgo
T7	Innovación y tecnología
T13	Circularidad del producto

Cuadrante 4: temas de menor impacto en las dos dimensiones.

T2	Comunicación responsable
T19	Diversidad e inclusión
T6	Trazabilidad
T12	Producto de menor impacto negativo
T20	Relación con comunidades y inversión social

La matriz construida a partir de las dimensiones impacto (financiero x socioambiental) y grado de importancia fue estructurada en cuatro cuadrantes:



Legenda: El tamaño de las burbujas representa el grado de importancia.

Además de la matriz principal, también se realizó una evaluación específica de las oportunidades y los riesgos financieros, igualmente estructurada en cuadrantes. Este análisis complementario apoya la toma de decisiones estratégicas, especialmente en la identificación de temas con potencial de contribuir a la planificación corporativa.

La aplicación del enfoque de doble materialidad marca un paso decisivo para fortalecer la estrategia de sostenibilidad de la empresa. Al integrar las perspectivas financiera y socioambiental, el análisis permite identificar tanto el impacto que generamos como los riesgos y oportunidades que pueden afectar nuestros resultados.

Este proceso amplía la capacidad de toma de decisiones, fortalece la gestión de riesgos, orienta las inversiones y clarifica dónde enfocar los esfuerzos para generar valor.

Relación con ODS

Lunelli es signataria del Pacto Global Red Brasil y Paraguay, una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas que promueve que las empresas adopten principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. De este modo, reafirmamos nuestro compromiso de promover impactos positivos para la sociedad y el planeta.

Principales prácticas para enfrentar el **cambio climático y sus impactos**. Incluyen el fortalecimiento de la resiliencia y la capacidad de adaptación a riesgos climáticos y desastres naturales; la integración de medidas climáticas en políticas, estrategias y planes; la mejora de la educación, la concientización y las capacidades institucionales en materia de mitigación y adaptación; y la identificación y gestión de riesgos para el negocio.

Principales prácticas para promover el **consumo y la producción responsables**, incluyendo la adopción de principios de economía circular, la evaluación del impacto de los proveedores en el consumo de recursos y el establecimiento y la divulgación pública de metas de sostenibilidad.

Principales prácticas para la **reducción de las desigualdades**, incluyendo la inversión social, los beneficios y el cuidado de las personas; la promoción de oportunidades equitativas; el aumento de la representatividad en el plantel de colaboradores y en los liderazgos; y la promoción de la inclusión social y económica.

Principales prácticas para contribuir a la **industria, la innovación y la infraestructura**, incluyendo la construcción de infraestructura resiliente, la promoción de una industrialización inclusiva y sostenible y el fomento de la innovación.



Integramos la estrategia de sostenibilidad a los ODS y priorizamos nueve de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para orientar nuestras acciones, potencializando los resultados de nuestra gestión y alineando nuestro propósito de hacer moda con significado con las metas globales de sostenibilidad.



Estrategia de Sostenibilidad

(2-22)

La estrategia de sostenibilidad de Lunelli se organiza y se orienta a través de la Política de Sostenibilidad, el Plan de Sostenibilidad y Materialidad. Esta estructura guía la Jornada de Sostenibilidad Lunelli.

Para orientar la estrategia por macrotemas, definimos 5 ejes de trabajo, 8 iniciativas y 20 compromisos internos, alineados a la estrategia de la empresa y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.






























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



En 2025 realizamos la actualización del plan estratégico, la actualización de la materialidad, la reevaluación de la madurez de sostenibilidad para todos los temas y, además, la integración a las dimensiones del Sistema B a la estrategia de sostenibilidad de Lunelli.

Siempre reforzando nuestra visión de "Hacer moda con significado que promueve un impacto positivo en el mundo y para todos", orientamos el plan estratégico con un enfoque sistémico y integrado al negocio.

EJES	PILAR ESG	TEMA MATERIAL	TEMA DE IMPACTO	ODS	VALOR PAR EL NEGOCIO
 <p>EJE 1 Asegurar la gobernanza integral y sostenible</p>	Gobernanza	Cumplimiento normativo y lucha contra la corrupción	Propósito y gobernanza de los <i>stakeholders</i> (PGS)	  	Velar por la integridad en la conducción del negocio y preservar la reputación de la marca y la imagen institucional. Gestionar los riesgos económicos y socioambientales de la organización y de la cadena de valor, además de asegurar el cumplimiento de la legislación vigente.
		Cadena de valor ética y responsable	Derechos humanos (DDHH), gestión ambiental y circularidad (GAC)		
		Relación con las partes interesadas	Propósito y gobernanza de los <i>stakeholders</i> (PGS)		
		Gestión de riesgos	Requisito fundamental (RF)		
 <p>EJE 2 Garantizar el cuidado y la valoración de las personas en la cadena de valor</p>	Social	Atracción y retención de talentos	Trabajo justo (SJ), justicia, equidad, diversidad e inclusión (JEDI)	     	Ofrecer un ambiente de trabajo seguro y saludable, respetando plenamente los derechos humanos. Promover la diversidad y la inclusión basadas en el respeto, al mismo tiempo que proporcionamos el desarrollo, la capacitación y la valorización de nuestros empleados, con el objetivo de atraer y retener talentos comprometidos con una moda con significado.
		Calidad de vida y tiempo de trabajo	Trabajo justo (SJ)		
		Salud y seguridad	Trabajo justo (SJ), derechos humanos (DDHH)		
		Diversidad e inclusión	Justicia, equidad, diversidad e inclusión (JEDI)		
		Derechos humanos en la cadena	Derechos humanos (DDHH)		
 <p>EJE 3 Promover operaciones ecoeficientes y responsables</p>	Medio Ambiente	Mitigación y adaptación climática	Acción climática (AC)	      	Adoptar un enfoque responsable en el uso de los recursos y desarrollar soluciones para la ecoeficiencia. Gestionar el consumo y los impactos socioambientales generados. Fomentar una cadena de suministro de acuerdo con los compromisos de sostenibilidad, asegurando la integridad de la información en los procesos y productos desarrollados.
		Gestión de energía	Gestión ambiental y circularidad (GAC), acción climática (AC)		
		Gestión del agua	Gestión ambiental y circularidad (GAC)		
		Gestión de productos químicos	Gestión ambiental y circularidad (GAC)		
		Responsabilidad socioambiental en la cadena	Derechos humanos (DDHH), gestión ambiental y circularidad (GAC)		
	Gobernanza	Trazabilidad	Derechos humanos (DDHH), gestión ambiental y circularidad (GAC)		
 <p>EJE 4 Innovar en materiales y productos sustentables</p>	Medio Ambiente	Fuentes y materiales responsables	Derechos humanos (DDHH), gestión ambiental y circularidad (GAC)	 	Promover el uso responsable de los recursos naturales en colaboración con la cadena de producción para minimizar el impacto ambiental. Estimular la economía circular y proporcionar un aumento de la vida útil de los dos materiales.
		Producto de menor impacto negativo	Gestión ambiental y circularidad (GAC)		
		Circularidad del producto	Gestión ambiental y circularidad (GAC)		
	Gobernanza	Innovación y tecnología	Gestión ambiental y circularidad (GAC), acción climática (AC)		
 <p>EJE 5 Involucrar a la red de relaciones en la cultura de la moda con significado</p>	Social	Relación con las comunidades	Propósito y gobernanza de los <i>Stakeholders</i> (PGS), justicia, equidad, diversidad e inclusión (JEDI)	   	El fortalecimiento de la relación con las comunidades y la comunicación responsable amplían la transparencia y el diálogo con los <i>stakeholders</i> , reduciendo riesgos de conflictos sociales, pérdida de confianza y de reputación. Involucrar, capacitar y comunicar de manera estratégica para fortalecer la visión institucional de una moda con significado. Actuar en sinergia con las marcas y con la imagen institucional, además de difundir hacia la red de relacionamiento. Contribuir al impacto positivo en las comunidades y promover el desarrollo con la inversión social.
	Gobernanza	Comunicación responsable	Propósito y gobernanza de los <i>Stakeholders</i> (PGS)		

Gobernanza



Paula Ritto, Desarrollo - Lunelli Textil



Estructura de Gobernanza

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

Nuestra estructura de Gobernanza Corporativa se define a partir de un conjunto de mecanismos de monitoreo y control cuyo objetivo es asegurar que las decisiones del negocio se tomen en línea con los objetivos de largo plazo de la organización.

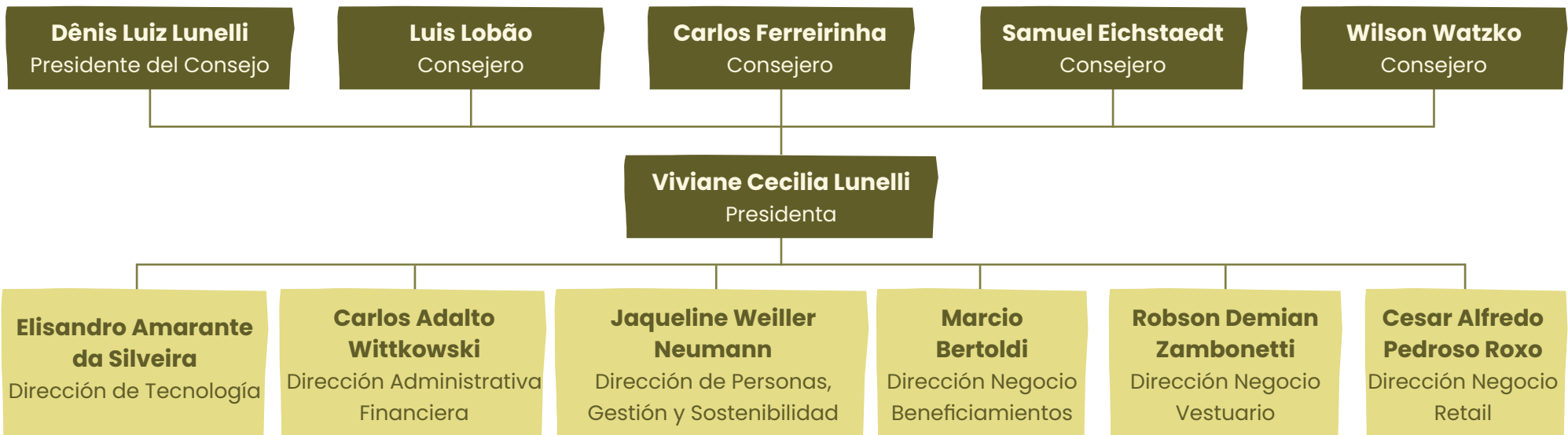
Las actividades de gobernanza, cumplimiento y gestión de riesgos se orientan de acuerdo con los principios de gobernanza: integridad, transparencia, equidad, responsabilización y sostenibilidad, establecidas por el IBGC (Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa) en el Código de las Mejores Prácticas de Gobernanza Corporativa.

Lunelli es una organización de capital cerrado, con tres socios accionistas pertenecientes a la familia fundadora y un consejo consultivo conformado por cinco miembros. Al Consejo le corresponde la orientación general de los negocios de la compañía, definiendo su misión, objetivos y directrices, así como planes, programas, proyectos estratégicos e inversiones. Asimismo, supervisa la implementación de la política de gestión de riesgos, la constitución de comités y el desempeño de la compañía, del propio Consejo y de la Dirección. La relación entre ejecutivos y demás stakeholders, entre otras atribuciones, se encuentra definido en el contrato social, así como en las políticas y procedimientos internos de la compañía.

El presidente del Consejo tiene, además de presidir las reuniones, la responsabilidad de organizar y coordinar las actividades, así como de articularlas con los intereses de la empresa, sus accionistas y las demás partes interesadas.

Nuestra estructura de gobernanza se rige por una Política de Gobernanza Corporativa. Asimismo, contamos con documentos clave como el Estatuto Social, el Reglamento Interno, el Código de Conducta para colaboradores y proveedores, el Plan de Negocios y Estrategia de Largo Plazo, y el Plan de Conquista de Resultados (PCR), además de políticas y procedimientos específicos de cada área.

En 2025, registramos la incorporación de un nuevo consejero, el Sr. Wilson Watzko, con foco en gestión económica y financiera. En el ámbito de la Dirección, se realizó una reestructuración para fortalecer la gestión del negocio, que pasó a estar compuesta por seis direcciones segmentadas por unidad de negocio: Mallas y Tejidos, Confección, Tecnología, Administrativa-Financiera, Retail y Personas, Gestión y Sostenibilidad. Con esta nueva estructura, el área de Sostenibilidad pasó a integrarse en la Dirección de Personas, Gestión y Sostenibilidad.



Gestión de Riesgos

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

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

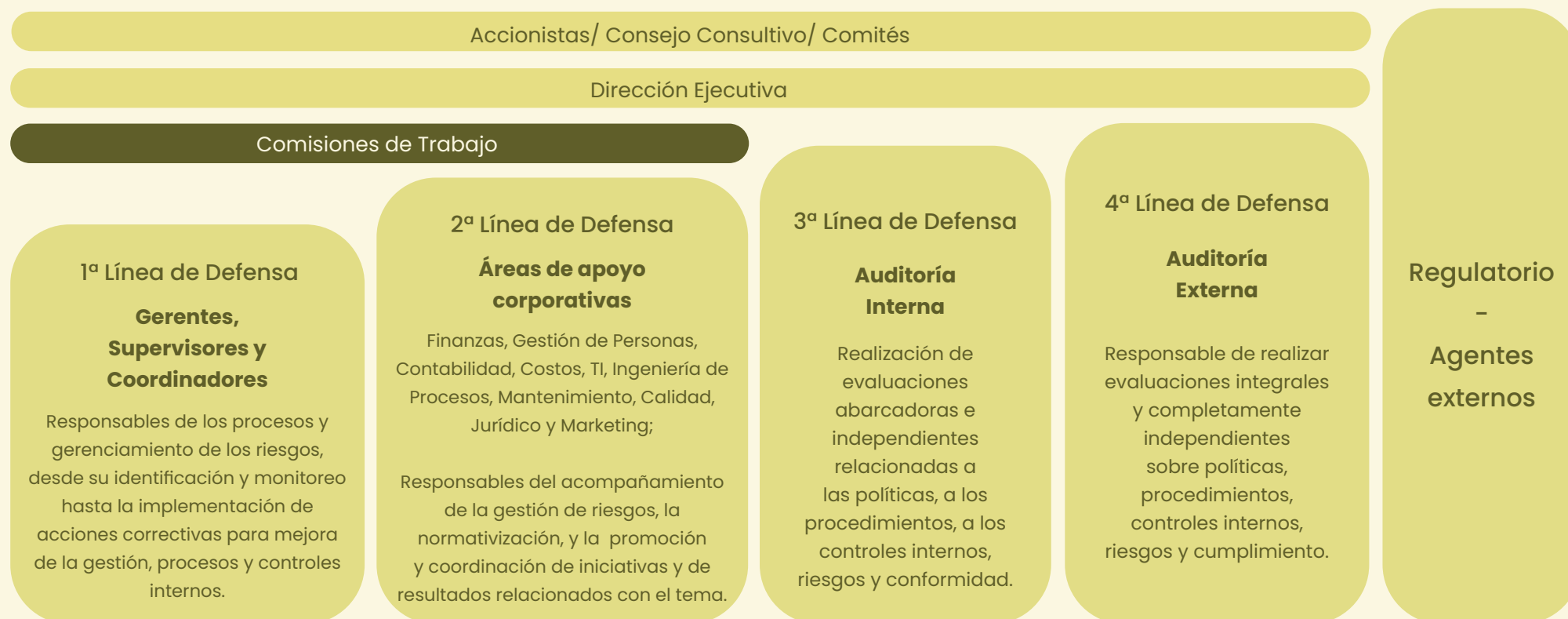
La gestión de riesgos constituye uno de los frentes clave de la estructura de gobernanza. La Política de Gestión de Riesgos y Crisis es el principal marco rector, cuyo objetivo es asegurar el nivel de gobernanza deseado mediante la adopción de líneas de defensa, la definición de prácticas y responsabilidades, y la implementación de planes de acción y contingencia.

Elaboramos un mapa de riesgos que proporciona una visión integral sobre nuestras operaciones, procesos y áreas, permitiéndonos identificar

y gestionar los diversos tipos de riesgos que pueden impactar en el desempeño del negocio y en la generación de valor. Los riesgos son identificados y clasificados, de acuerdo con su naturaleza, en cuatro macro categorías: estratégicos, financieros, operacionales y de conformidad. A partir de su identificación, evaluamos el grado de exposición al riesgo considerando el potencial impacto y la probabilidad de ocurrencia, así como las posibilidades de tratamiento y mitigación. Este análisis permite no solo reducir posibles impactos, sino también transformar desafíos en oportunidades, contribuyendo a una mejor toma de decisiones.

Para mitigar los riesgos identificados, la alta administración, junto con las áreas de apoyo y los líderes operativos vinculados a las líneas de defensa, asume la responsabilidad sobre el proceso de gestión de riesgos, desde su identificación y monitoreo hasta la implementación de acciones correctivas orientadas a mejorar la gestión, los procesos y los controles internos.

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



Las auditorías interna y externa cumplen funciones ejecutivas y de asesoramiento. En 2025, realizamos 26 auditorías internas y contratamos 1.960 horas de auditoría externa, con foco en industrialización, compras, outsourcing y estados financieros y fiscales.

Como parte del análisis de riesgos, en 2025 establecimos un procedimiento para el análisis, la evaluación y el monitoreo de los riesgos socioambientales relacionados con proveedores, con el objetivo de garantizar la conformidad con los compromisos de sostenibilidad, la seguridad en las relaciones comerciales y la promoción de buenas prácticas ESG en la cadena de suministro.

Para mitigar riesgos y dar soporte a la alta administración, contamos con una estructura de comisiones de trabajo. En 2025, integramos las comisiones de Gestión de Personas y Sostenibilidad y creamos la Comisión de Pricing para la Plataforma Lunelli.

- Competitividad y eficiencia operacional – Confección
- Competitividad y eficiencia operacional – Mallas y Tejidos*
- Infraestructura
- Transformación digital
- Financiera
- LunelliPrev
- Gestión de Personas y Sostenibilidad
- Pricing Plataforma Lunelli

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

En total, las comisiones estuvieron integradas por 37 colaboradores: 92% líderes y 8% colaboradores clave. La composición por género fue de 70% hombres y 30% mujeres. El tiempo promedio de participación en las comisiones fue de 1,9 años.

Comisiones de trabajo	2023	2024	2025
Cantidad de Reuniones	92	86	70
Cantidad de Propuestas	411	273	222
Propuestas Aprobadas	235	157	107
Propuestas Registradas	151	95	86
Propuestas Reprobadas	18	16	10

En 2025, la Comisión de Transformación Digital fue sustituida por un Comité de Transformación Digital, con la participación de miembros externos. Mantuvimos el Comité de Gestión de Personas y, además, dos grupos de trabajo/estudio: “Reforma Tributaria” y “Estudios Jurídicos Laborales y Previsionales”.

Cultura de la Ética e Integridad

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

El Código de Conducta de Lunelli fue elaborado con base en nuestra ideología, valores y principios. Este documento orienta nuestra conducta profesional y establece las normas y actitudes consideradas adecuadas para promover un excelente lugar de trabajo. Está organizado en tres ejes principales: ambiental, social y de gobernanza. Además, identifica los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU) vinculados a cada uno de estos ejes. En el documento se presentan directrices sobre conducta interna, derechos humanos, prácticas anticorrupción, privacidad de datos y otras orientaciones relacionadas con la ética y la integridad.

En el caso del Código de Conducta para Proveedores, se aplica la misma estructura. Asimismo, el proceso de lectura y aceptación del documento se incorpora tanto en los contratos firmados con proveedores y socios como en el proceso de homologación a través de la plataforma digital.

Buscamos liderar con el ejemplo y, junto con nuestros colaboradores, representantes, clientes, franquiciados, proveedores y demás partes interesadas, contamos con una gran capacidad para generar cambios positivos en nuestro entorno.

El Código de Conducta, tanto interno como para proveedores, está disponible en el sitio web.

Anticorrupción

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

En Lunelli, prohibimos cualquier acto o práctica que pueda caracterizar corrupción, sea de forma directa o indirecta, de acuerdo con la Ley Anticorrupción n° 12.846/2013. Todos los colaboradores, al conducir los negocios y actividades rutinarias, deben cumplir o hacer cumplir este dispositivo legal.

No admitimos actitudes ni acciones que involucren pago y/o recepción de beneficios indebidos (regalos, favores, préstamos, contribuciones,

servicios especiales) o que caractericen soborno, corrupción, propina o el intercambio de favores con empleados públicos, con el fin de obtener cualquier favorecimiento o privilegio de agentes gubernamentales.

Todas las orientaciones se refuerzan en nuestro Código de Conducta, en el cual incentivamos que la identificación de cualquier práctica sospechosa sea reportada por medio del Canal de Escucha.

Política de Seguridad de la Información

La Política de Seguridad de la Información refleja nuestro compromiso con la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información bajo nuestra responsabilidad, conforme a lo establecido por la Ley n.º 13.709/2018 (Ley General de Protección de Datos – LGPD). Este documento establece directrices para las conductas adecuadas en el manejo de la información de Lunelli.

Anualmente, realizamos comunicaciones internas dirigidas a todos los colaboradores para reforzar la concientización y destacar la importancia de este tema para la protección y el fortalecimiento del negocio.

En 2025, registramos 15 incidentes de seguridad y 27 casos vinculados a la LGPD, principalmente relacionados con consultas o solicitudes de eliminación de datos de nuestras bases, los cuales fueron atendidos de forma inmediata. Fortalecimos nuestra capacidad de respuesta, asegurando que el 100% de los casos fueran tratados con las medidas adecuadas, reafirmando nuestro compromiso con la seguridad y la protección de la información.

Canal de Escucha

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

Promovemos una cultura de transparencia y ética, y valoramos la participación activa de colaboradores, socios y de la comunidad para garantizar la alineación de nuestras prácticas con los principios establecidos en el Código de Conducta y demás directrices.

Ponemos a disposición de todos los *stakeholders* (colaboradores, representantes, franquiciados, proveedores, socios y comunidad en general) un Canal de escucha. Este atiende de manera unificada a todas las empresas del grupo. El canal está disponible 24 horas por día y permite que el contacto se realice de manera anónima.

Consideramos que la participación de todos es fundamental para fortalecer la integridad y la cultura ética en la organización. Por ello, todos los reportes son tratados con seriedad y absoluta confidencialidad. Nuestro equipo jurídico lleva adelante los análisis e investigaciones, garantizando un proceso imparcial y riguroso. En caso de que el denunciante opte por identificarse, garantizamos una respuesta de hasta cinco días corridos desde el momento del reporte.

En los casos en que las denuncias sean confirmadas, se adoptarán medidas correspondientes según la gravedad de cada situación. Este compromiso refleja nuestro esfuerzo continuo por mantener un entorno de trabajo seguro, ético y justo para todos.

En 2025, registramos 454 reportes en total, clasificados en tres categorías, principalmente: Personas; Patrimonial e Institucional; y Legal y otros. Esto representa un aumento del 41% en comparación con 2024, lo que evidencia el impacto positivo de las campañas internas realizadas y el aumento en la confianza en el uso del canal.

Incentivamos a todos a utilizar el canal siempre que sea necesario, reafirmando nuestro compromiso con la integridad, el respeto mutuo y la construcción de un entorno de trabajo transparente y responsable.

Canal de Escuchas

Llamadas internas | extensión 7488

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

E-mail | ouvidoria@lunelli.com.br



Certificaciones, premios y reconocimientos



¡Somos una empresa B certificada!

Lunelli forma parte de un movimiento global que promueve la acción colectiva para construir una economía más inclusiva, equitativa y justa. Actualmente, existen más de 10.000 Empresas B en el mundo, que en conjunto generan más de 1 millón de empleos* (B Lab Global (2022), Evaluación de Impacto B versión 1.6).

Como Empresa B Certificada, nos enorgullece formar parte de una comunidad de empresas que trabajan de manera conjunta por el cambio y participan en acciones colectivas para impulsar un objetivo común: una economía global que beneficie a las personas y al planeta.

Nuestras prácticas productivas y comerciales cumplen con estándares ambientales, sociales y de gobernanza. Trabajamos de forma continua para actuar con transparencia y responsabilidad respecto de nuestro impacto, y adaptamos nuestras prácticas para responder a las cuestiones sociales y ambientales en evolución, alineándonos con las demandas y valores de los consumidores.





Gediéli Toporosky Schmidt, Desarrollo - Lunelli Textile

Manifiesto Lunelli

Empresa B Certificada

El futuro es tejido con las elecciones que hacemos ahora. Con coraje, abrimos los ojos para el hoy.

Porque cuando miramos de verdad al otro y al mundo, entendemos que es **tiempo de actuar**.

Creemos que el futuro sucede basado en nuestras elecciones y en cuánto tiempo llevamos para tomarlas.

Por eso, Lunelli se convierte en una Empresa B. Está en nuestras manos la responsabilidad de formar parte de una **transformación**. De construir hoy, el mañana que deseamos compartir.

Comenzamos mirando hacia dentro: **¿qué podemos hacer?**

¡Crear Moda con significado, que promueva un impacto positivo en el mundo, y para todos!

Desde dentro hacia fuera, construimos juntos nuestra verdadera intención: **inspirar**. Ser B es más que una certificación.

Es formar parte de un movimiento global de empresas que colocan a **las personas y al planeta en el centro de las decisiones**.

Es estar al lado de clientes, proveedores y socios que creen en el poder del cambio.

Porque vestir con significado es también vestir el **compromiso con el futuro**.

Es coser relaciones más humanas, elecciones más conscientes y negocios más sostenibles.

No queremos ser los mejores del mundo. **Queremos ser mejores para el mundo**.

Lunelli es Moda con Significado.
Lunelli es Empresa B.

¡2^o mayor grupo de moda del país
en conquistar la Certificación B!

19^a empresa del mundo
en recibir la certificación, para el sector textil y de vestuario con más de 1.000 colaboradores.

Acceda al sitio para saber más:
www.lunelli.com.br/sistemab



Vea el video
Manifiesto

GPTW

Recibimos, por el quinto año consecutivo, la certificación “Great Place to Work”, que nos reconoce como un excelente lugar para trabajar. Además, por segundo año consecutivo, fuimos incluidos en el ranking de las Mejores Empresas para Trabajar en el estado de Ceará, en la categoría Grandes Empresas. Asimismo, obtuvimos por primera vez la certificación GPTW en Paraguay.

La participación fue voluntaria y alcanzó una tasa de adhesión del 88%, con un 89% de colaboradores participantes en Paraguay y un 84% en las unidades de Brasil. Estos resultados reflejan el compromiso de nuestro equipo con la escucha activa y la mejora continua, orientadas a promover un ambiente de trabajo saludable y acogedor.



En Paraguay, primera aplicación, con certificación obtenida



En Brasil, certificación por quinto año consecutivo



En Ceará, presencia en el ranking por segundo año consecutivo



Equipo Lunelli Noreste

Mental Health

Por segundo año consecutivo, recibimos la certificación de excelencia por promover y apoyar de manera consistente la salud mental en el entorno laboral. Esta evaluación fue realizada por la consultora *Great People Mental Health*, parte del ecosistema GPTW (*Great Place to Work*).



ABVTEX

La certificación de la Asociación Brasileña del Retail Textil (ABVTEX) está presente en nueve de nuestras unidades productivas, lo que refuerza nuestro compromiso con las buenas prácticas en el sector. En 2025, mantuvimos la certificación y avanzamos de cuatro unidades con Sello Oro en 2024 a siete unidades con esta distinción en 2025.

Este sello certifica el cumplimiento de rigurosos criterios de responsabilidad social y ambiental, además de otros aspectos fundamentales para una cadena productiva más ética y sostenible en la industria de la moda.

Lunelli Beneficiamientos Brasil, Lunelli Luiz Alves, Lunelli Comercial, Lunelli Vestuario, Lunelli Textil, Lunelli Avaré y Lunelli Nordeste.

empresa
aprobada

PROGRAMA
ABVTEX



Unidades de Costura AJD y Lunelli Confecciones.

empresa
aprobada

PROGRAMA
ABVTEX



Sello Equidad de Género e Inclusión

Ceará Biênio 2025/2026

El Sello de Equidad de Género e Inclusión es una certificación otorgada de manera bianual a empresas y organizaciones (públicas y privadas) que promueven el acceso, ascenso, remuneración y permanencia de trabajadores y trabajadoras sin discriminación de género y raza. Este reconocimiento es concedido por la Secretaría de las Mujeres del Estado de Ceará.

Lunelli fue reconocida con el Sello Bronce por la adopción de buenas prácticas en gestión de personas y cultura organizacional que promueven la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, en aspectos como el acceso, la permanencia, la remuneración y el desarrollo profesional. Asimismo, se destaca el apoyo a las necesidades específicas de las mujeres (especialmente en el cuidado de sus hijos) y la promoción de la inclusión étnico-racial y de personas con discapacidad.



Susana Rayol y Geraldo Magela, Lunelli Noreste, recibiendo reconocimiento



Geraldo Magela y Susana Rayol, Lunelli Noreste, recibiendo el Premio Ser Humano CE



Diego Felippi, Jaqueline Weiller Neumann y Jesoela Rigon, Lunelli Apparel, recibiendo el Premio Ser Humano SC

Premio Ser Humano – ABRHCE y ABRHSC

El Premio Ser Humano se otorga anualmente a organizaciones cuyas prácticas innovadoras alcanzan resultados significativos (tanto cuantitativos como cualitativos) y constituyen una referencia en el mercado.

Lunelli fue reconocida en el Premio Ser Humano ABRH-CE con el caso “Respeto Inspira Respeto”, en la categoría ESG – Acciones para la Diversidad. El proyecto fue desarrollado de manera colaborativa, involucrando a más de 180 personas entre colaboradores, líderes y áreas técnicas de distintas unidades. La escucha activa, el diálogo transparente y la atención a las realidades locales permitieron construir la Política de Diversidad e Inclusión, alineada con la ideología de Lunelli, el manifiesto “Respeto Inspira Respeto” y la estrategia de sostenibilidad. En 2025, además del reconocimiento en el estado de Ceará, también fuimos distinguidos en el Premio Ser Humano Santa Catarina en tres categorías:

- Gestión de Personas – Excelencia Organizacional: Programa Viva Você, orientado a la salud y el bienestar de los colaboradores mediante iniciativas como acceso a atención psicológica, clases de running y yoga, acompañamiento nutricional y asistencia social.
- Gestión de Personas – Desarrollo: Plan de previsión privada LunelliPrev, que ofrece un complemento para la jubilación y promueve el ahorro y la salud financiera.
- ESG – Acciones para la Diversidad: Proyecto “Respeto Inspira Respeto”, enfocado en la construcción colaborativa de la Política de Diversidad e Inclusión.

Estos reconocimientos refuerzan nuestro compromiso con la gestión de personas y con la agenda ESG, en línea con nuestro propósito de hacer moda con significado.

Excelencia en Gestión de Personas 2025

Fuimos reconocidos con el 4.º lugar en Brasil en el Premio Excelencia en Gestión de Personas, promovido por el Grupo Gestión RH.

La investigación, realizada con el apoyo técnico de FGV In Company, evalúa a las empresas en cuatro dimensiones fundamentales de la gestión del capital humano: salud psicológica de los colaboradores, ciudadanía corporativa, desarrollo humano y organizacional, y prácticas de gestión de personas.

Este reconocimiento reafirma el compromiso de Lunelli con el cuidado de las personas, la promoción de un entorno laboral saludable y el desarrollo humano y profesional de cada colaborador.

Premio Economía Circular en la Industria

Foro Mundial de Economía Circular (WCEF)

La Federación de las Industrias del Estado de São Paulo (FIESP) y la Confederación Nacional de la Industria (CNI) evaluaron y clasificaron nuestra iniciativa de economía circular, desarrollada a través de la marca Vila Flor, como uno de los casos de mejores prácticas del sector industrial en América Latina y el Caribe. La iniciativa forma parte del e-book de proyectos destacados lanzado durante el Foro Mundial de Economía Circular. *Acceda al material completo aquí.*

Vila Flor nació con el propósito de desarrollar moda de forma sostenible y accesible. A partir del aprovechamiento de excedentes de mallas y tejidos, la marca transforma recursos existentes en nuevos productos, contribuyendo a la reducción de desperdicios y a un ciclo más consciente dentro de la cadena textil.



Premio Expresión Ecología 2025



Lunelli fue ganadora de la 31.ª edición del Premio Expresión Ecología en **tres categorías**. Reconocido como uno de los premios más tradicionales del país en materia de sostenibilidad y preservación ambiental, ha recibido más de 3.500 proyectos a lo largo de su historia, evaluados según criterios como relevancia, innovación, impacto ambiental y potencial de replicabilidad.

En esta edición, Lunelli se destacó como la única organización, entre 151 proyectos presentados, en obtener tres reconocimientos. Entre los proyectos premiados.

“Brigada Mirim Lunelli” (Educación Ambiental): desarrollado en la unidad de Corupá (SC), ofrece formación a niños de entre 7 y 10 años (hijos de colaboradores) en temas como educación ambiental, primeros auxilios, seguridad vial y uso responsable de redes sociales. El proyecto impactó directamente a 27 niños, fomentando el protagonismo y el compromiso comunitario.

Residuos sólidos: implementación de **envases biodegradables y compostables** para la marca Lez a Lez, sustituyendo el 100% de los embalajes plásticos tradicionales.

“Destilador de Agua para Estampación Digital”: proyecto que permitió la producción interna de agua destilada para el sector de estampación, eliminando el uso de bidones plásticos y reduciendo las emisiones de CO₂ asociadas al transporte. Desarrollado en el marco del Programa Nuevas Ideas, retiró de circulación cerca de 3.300 envases por año y generó un ahorro anual de casi R\$ 60 mil.

Este fue el séptimo Premio Expresión Ecología obtenido por Lunelli, lo que refuerza la consistencia de sus iniciativas de sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Sello de Excelencia ABF y Premio ABF ESG

El Sello ABF (Asociación Brasileña de *Franchising*) es uno de los principales reconocimientos del sector de franquicias en Brasil. Evalúa la calidad y excelencia de las empresas franquiciadoras en función de sus prácticas de gestión, desempeño y relaciones, considerando la opinión de los propios franquiciados y, de forma indirecta, de los clientes.

En 2025, la marca Lez a Lez fue **reconocida en dos instancias** por la ABF, consolidando su posición en el sector nacional: Sello de Excelencia en *Franchising* (**por séptimo año consecutivo**) **Premio Destaque en Sostenibilidad**, otorgado al caso LunelliPrev, iniciativa de previsión complementaria orientada al bienestar financiero de los colaboradores

Kadrize Vailon, franquiciada de Lez a Lez Chapecó y Cesar Roxo, director Retail



Orden del Mérito Industrial 2025

Nuestra presidenta, Viviane Cecilia Lunelli, recibió la Orden del Mérito Industrial 2025 otorgada por la Federación de las Industrias de Santa Catarina (FIESC). Esta distinción es el mayor reconocimiento que concede la entidad a industriales que se destacan por su contribución al desarrollo del estado y de la comunidad.



Antidio Aleixo Lunelli, Viviane Cecilia Lunelli y Dênis Luiz Lunelli



Equipo Lunelli Paraguay recibiendo a Santiago Peña y su equipo

Visita Presidencial en Paraguay

En el Día de la Industria en Paraguay (8 de septiembre), recibimos en nuestra unidad de Beneficiamientos Paraguay la visita del presidente de la República, Santiago Peña.

Lunelli cree en el poder de la industria como motor de transformación, generación de empleo, desarrollo de talentos y dinamización de las comunidades. Hace una década, la empresa eligió Minga Guazú como parte de su proceso de expansión y, desde entonces, ha contribuido a generar oportunidades e impulsar la economía local.



Kleiton Roberto Schwarz, Gerente Industrial - Lunelli Paraguay recibiendo reconocimiento.

Cámara de Empresarios

Ciudad del Este y Alto Paraná - Paraguay

Recibimos el reconocimiento de la Cámara de Empresarios de Ciudad del Este y Alto Paraná por haber obtenido la certificación como Empresa B, reflejo del compromiso de Lunelli Paraguay con el impacto positivo, la sostenibilidad y el bienestar de las personas y del entorno.



Kleiton Roberto Schwarz, Gerente Industrial - Lunelli Paraguay recibiendo reconocimiento

Cámara de Empresas Maquilladoras del Paraguay

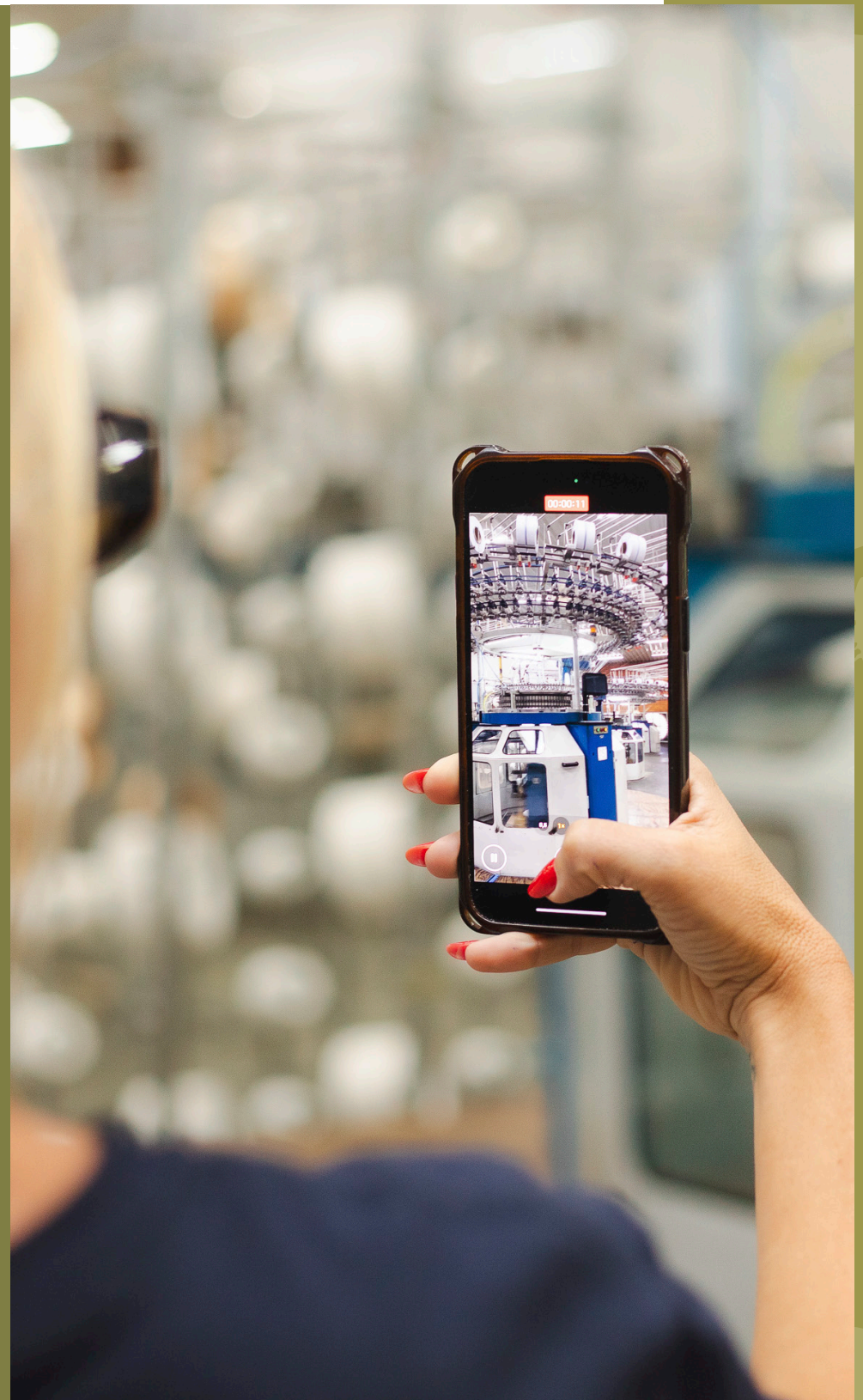
CEMAP

Lunelli recibió el Premio a la Excelencia en Sostenibilidad Empresarial y Contribución al Ecosistema de Empresas B, un reconocimiento que refuerza su compromiso con prácticas de alto impacto en el país. La distinción fue otorgada en el 9.º Reconocimiento a Maquilladoras Destacadas 2025, organizado por la CEMAP.

Comunicación con el público de relaciones

(2-29)

Para garantizar una comunicación consciente y responsable con nuestras partes interesadas, actualizamos el mapeo de stakeholders y definimos los canales y medios más adecuados. De este modo, buscamos informar, fortalecer el vínculo y comprometer a todos con la estrategia de sostenibilidad de Lunelli.



Compromiso y Comunicación con el Público interno

Sou Lunelli

Aplicativo Sou Lunelli

La aplicación Sou Lunelli es una herramienta digital de comunicación corporativa a través de la cual los colaboradores acceden a información sobre beneficios, campañas, marcas y productos. Además, permite realizar publicaciones propias, compartiendo su día a día laboral y logros con otros integrantes de la empresa. También ofrece acceso a información laboral, como recibos de sueldo, registro de horas y control de jornada, comprobantes de vacaciones e informes de ingresos, entre otros.

Café con Esencia

Se trata de un espacio en el que los colaboradores pueden inscribirse para participar en una conversación con la presidenta, promoviendo el intercambio de ideas y resolución de dudas y la propuesta de sugerencias orientadas a la mejora continua de los procesos.



Homenaje por Antigüedad

Anualmente realizamos eventos de reconocimiento por antigüedad (5, 10, 15 y 20 años), que incluyen una ceremonia y celebración. Asimismo, organizamos una cena especial para los colaboradores que cumplen entre 25 y 40 años en la empresa, junto con sus familias, la dirección y los accionistas. Este momento de reconocimiento permite compartir historias, logros personales y trayectorias dentro de Lunelli, reforzando nuestra misión de mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios.



Dénis Luiz Lunelli, Márcio Bertoldi, Gisele Bertoldi, Isabela Bertoldi y Viviane Cecilia Lunelli

Reunión de Ventas

Organizamos convenciones de ventas con lanzamientos de colecciones dirigidas al equipo comercial, representantes y franquiciados, con el objetivo de alinear la estrategia comercial. En los encuentros presenciales, promovemos una inmersión en el universo de las marcas y en los conceptos de cada colección, facilitando su comunicación y posicionamiento en el mercado. Durante estos eventos, también reconocemos a los representantes por su trayectoria en la empresa, como forma de valorar su trabajo y agradecer su compromiso a lo largo del tiempo.



Eventos y Comunicación con el Público Externo

ONDM

El ONDM (*O Negócio da Moda*) es uno de los principales eventos de contenido y conexión del sector textil y de moda en Brasil. Para Lunelli, constituye un espacio estratégico de intercambio de conocimiento, fortalecimiento de marca y vinculación con el mercado. En este ámbito, presentamos nuestras soluciones en mallas y tejidos, acompañamos tendencias, participamos en charlas y reforzamos nuestro posicionamiento en innovación, estampación digital y sostenibilidad.

Lunelli Inspira

Lunelli Inspira es un evento propio de la marca, creado para inspirar a clientes, socios y profesionales de la moda. Más que presentar productos, promueve contenido, intercambio creativo y experiencias, conectando tendencias, procesos, sostenibilidad, estampación y comportamiento de consumo. Es un espacio de cercanía en el que Lunelli comparte conocimiento y refuerza su rol como socia creativa de las marcas.



Inside Fashion Business 2025:

Innovación y sostenibilidad en el retail de moda

Participamos en el *Inside Fashion Business 2025*, un encuentro realizado en el Google Campus de São Paulo que reunió a referentes del retail de moda para debatir los desafíos y oportunidades del sector, con foco en innovación, sostenibilidad y transformación humana.

Condujimos el panel “El futuro y el crecimiento de la industria con enfoque en la sostenibilidad” y, además, presentamos nuestro Informe de Sostenibilidad 2024, en el que compartimos los principales resultados y acciones del año, guiados por nuestra ideología y por la visión de “hacer moda con significado que promueva un impacto positivo en el mundo y para todos”.



In Fashion Lectra

Participamos en el evento *In Fashion Lectra*, integrando un panel sobre sostenibilidad, un eje central de la estrategia de Lunelli y clave para la sostenibilidad del negocio a largo plazo. Compartimos nuestra trayectoria y mostramos cómo la sostenibilidad está integrada en todas las etapas del proceso productivo, reforzando la importancia de actuar en el presente para construir un futuro más equilibrado. El evento reunió a líderes y empresas del sector, constituyendo una valiosa oportunidad para el intercambio de experiencias y la reflexión sobre el rol de la innovación y la responsabilidad socioambiental en la moda.



Colombiatex

Colombiatex es una de las ferias textiles más importantes de América Latina, realizada en Colombia. Para Lunelli, representa una vitrina internacional para presentar mallas, estampas y soluciones sostenibles, además de fortalecer su presencia en el mercado latinoamericano y ampliar vínculos comerciales y creativos.

Conexión Origen Sostenible

Lunelli participó en Conexión Origen Sostenible, uno de los principales eventos del sector calzadista orientado al debate sobre ESG. Formamos parte del panel "Impactar personas, transformar realidades", junto a Klabin y Sebrae RS. El evento, organizado por Abicalçados y ASSINTECAL, refuerza nuestro compromiso con la integración del enfoque ESG en toda la cadena productiva, contribuyendo al desarrollo de una industria más consciente y responsable.

Brascol Transforma 2025

Lunelli participó en Brascol Transforma 2025, un evento enfocado en el mercado infantil. El panel abordó la conexión entre industria y retail, incluyendo desafíos como la digitalización, los cambios en el comportamiento de compra y la búsqueda de calidad y sostenibilidad.

Congreso Internacional de la Felicidad

Participamos nuevamente como patrocinadores del Congreso Internacional de la Felicidad, un evento alineado con nuestro propósito de “impulsar el éxito de nuestros clientes a través del bienestar y la satisfacción de nuestros colaboradores”. Esta alianza refleja nuestra visión de ir más allá de la moda y contribuir a la construcción de una sociedad más consciente y orientada al bienestar.

Durante dos días, compartimos conocimientos y ampliamos perspectivas junto a ponentes de distintas regiones de Brasil y de otros países, abordando el concepto de felicidad desde múltiples enfoques. Creemos que la moda también implica generar impacto positivo y bienestar, y nuestra participación en este evento refuerza el compromiso con el desarrollo humano y el cuidado de las personas.



Conferencia de las Partes

COP30 (Belém, Brasil)

COP30
BRASIL
AMAZÔNIA
BELÉM 2025

Lunelli participó en la COP30, realizada en Belém, integrando una agenda que refuerza su compromiso con la moda sostenible y la construcción de alianzas estratégicas.

Durante cinco días, representantes de la empresa participaron en debates en la Blue Zone y en otros espacios, abordando temas como economía circular, trazabilidad, gobernanza y el avance de las Empresas B en Brasil y América Latina.

La participación en la COP30 consolida la visión de sostenibilidad de Lunelli: hacer moda con significado que genere un impacto positivo en el mundo y para todos. En el marco de la COP30, también participamos en diversas actividades y espacios, entre ellos:





Estación Gasômetro - Belém/PA

Regenera Project – “Negocios que regeneran. El poder de las organizaciones de la moda comprometidas con la generación de impacto positivo”



Casa ComBio – Ilha do Combu - Belém/PA

Evento Sistema B Brasil & Latin America – Lanzamiento del Guía de Moda B



BlueZone COP30 - Belém/PA

Panel “Empresas B por el futuro: Usando la fuerza de los negocios para promover el bien social y ambiental”
Con Natura y Sistema B



BlueZone COP30 - Belém/PA

Panel “El poder de los negocios para el desarrollo sostenible” Con Prof. Luis Lobão



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

BlueZone COP30 – Belém/PA

Panel “Cosiendo un futuro sostenible” Con Renner, Capricórnio, Brand Textil, LACES y “Economía Circular y Proyectos ESG” Con AkzoNobel, LACES y Brand Textil

Además, participamos en otros eventos y paneles temáticos durante la COP30, como el panel de ABIT y ABDI – Recircula Brasil, sobre circularidad en la industria y transformación de residuos en recursos, realizado en la Green Zone. También asistimos, en el Teatro Margarida Schivasappa, al evento del Grupo Mujeres de Brasil, donde se llevó a cabo el lanzamiento de la Carta de las Mujeres. En la Ilha do Combu, participamos en el Impact Business Day y en Designing 2030, junto al Sistema B Brasil & Latin America y otras empresas B certificadas.

La participación de Lunelli en la COP30 consolida su visión de sostenibilidad: hacer moda con significado que promueva un impacto positivo en el mundo y para todos.



Participación en la Sociedad

(2-28)

Fortalecemos nuestras alianzas con entidades y asociaciones, promoviendo el intercambio de conocimiento, el debate estratégico y la construcción de propuestas alineadas con los intereses y desafíos de la compañía.



ABVTEX

Asociación Brasileña del Retail Textil

Acompañamos las agendas promovidas por la institución y contamos con certificación ABVTEX en nueve unidades de costura y de mallas y tejidos de Lunelli.



BCI – Better Cotton Initiative

Organización responsable del mayor programa de sostenibilidad del algodón a escala global. Somos miembros de BCI e incorporamos esta certificación como criterio para la compra de materia prima.

ABIT – Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección

Formamos parte del Comité de Sostenibilidad desde el inicio de sus actividades. Este comité actúa en el desarrollo sostenible del sector textil, con foco en economía circular, descarbonización, uso eficiente de recursos, derechos humanos y conformidad ESG. Además, promueve la colaboración entre empresas, gobierno y sociedad civil para anticipar tendencias y contribuir a la evolución de prácticas sostenibles en el sector.



Sou de Algodão

Apoyamos este movimiento, una iniciativa de Abrapa (Asociación Brasileña de los Productores de Algodón), cuyo objetivo es fortalecer la cadena del algodón brasileño.



Rede Brasil

Pacto Global de las Naciones Unidas

Somos signatarios en las redes de Brasil y Paraguay.

Outras associações:

ACIJS – Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul

ACIAG – Asociación Empresarial de Guarapiranga

ACIAC – Asociación Empresarial de Corupá

ACIA – Asociación Comercial, Industrial y Agropecuaria de Avaré

ABRH – Asociación Brasileña de Recursos Humanos

ABF – Asociación Brasileña de Franchising

Económico



Gestión económica

Nuestra visión de sostenibilidad considera la generación de valor económico como un pilar estratégico. Priorizamos la sostenibilidad financiera del negocio y tenemos como objetivos principales la generación de empleo e ingresos, la distribución de resultados y la creación de valor a largo plazo.

El crecimiento y la sostenibilidad del negocio se apoyan en una gestión económica estructurada en cuatro macroetapas relacionadas entre sí. Cada una cuenta con desdoblamientos y acciones estratégicas específicas, cuya ejecución resulta esencial para el crecimiento y la continuidad del negocio.

Este proceso permite optimizar de manera eficiente la asignación de recursos, en línea con la planificación estratégica de Lunelli, reafirmando nuestro compromiso con la responsabilidad y la transparencia en la gestión, y con la búsqueda de resultados sostenibles.

Generación de Valor Económico



Desempeño Financiero

(203-1, 203-2)

Aunque 2025 se presentó como un año desafiante, con un escenario de mercado adverso y marcado por la incertidumbre interna y externa, reafirmamos nuestra convicción en el negocio y en el potencial de nuestras personas. Dando continuidad a nuestro plan de inversiones (que ya había destinado R\$ 63 millones en 2024), invertimos otros R\$ 46 millones en 2025 en tecnologías avanzadas y equipos de alto rendimiento. Estas inversiones permitieron elevar el nivel de eficiencia de nuestras unidades y consolidar un parque industrial moderno, preparado para los desafíos futuros. En 2025, la facturación alcanzó los R\$ 1.549 millones.

Valor Económico Generado y Distribuido

(201-1)

Hace más de cuatro décadas operamos de forma sólida y consolidada en el mercado, siempre con foco en el crecimiento sostenible del negocio. En 2025, se registró un incremento en el grupo "Personal", debido principalmente a la remuneración gradual de la nómina. La "Remuneración de capitales de terceros" aumentó, principalmente, por la suba de la tasa de interés (SELIC), mientras que la "Remuneración de capitales propios" se vio impactada por el resultado del ejercicio.

Demostración del Valor Agregado			
Distribución del Valor Agregado	2023	2024	2025
Personal	40,9%	44,4%	52,6%
Impuestos, tasas y contribuciones	22,7%	18,0%	21,8%
Remuneración de capitales de terceros	19,4%	21,0%	29,0%
Remuneración de capitales propios	17,0%	16,6%	-3,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La demostración de valor agregado abarca todas las operaciones de Lunelli.

Programa de Conquista de Resultados y Premio de Producción

Lunelli cuenta con dos programas destinados a compartir los resultados alcanzados con sus colaboradores: el Programa de Conquista de Resultados (PCR) y el Premio de Producción y Calidad. Cada unidad participa en uno de ellos, según la naturaleza de su actividad.

El PCR reconoce el resultado anual y se paga en una única cuota. En cambio, el Premio de Producción y Calidad reconoce resultados mensuales y se abona junto con la nómina.

En 2025, se pagaron más de R\$ 2.900.000 en concepto de Premio de Producción y Calidad.

Operación Comercial y Retail

Nuestra operación comercial y de retail se estructura a través de ventas B2B para el negocio de mallas y tejidos (marca Lunelli) y, en el caso de las marcas de vestuario, mediante socios multimarca, franquiciados, licenciados y tiendas propias. Además, contamos con tiendas internas destinadas a colaboradores y comunidad, con presencia de todas las marcas del grupo, así como una operación específica de Hangar 33, totalizando 58 tiendas.

55 tiendas Lez a Lez
35 franquicias
09 tiendas propias
11 VQL

(Varejo Calificado Lunelli)

Red de Retail y Franquicias

Para la marca Lez a Lez, operamos con 55 tiendas entre propias, franquicias y unidades bajo el modelo VQL (Varejo Calificado Lunelli).

En 2025, abrimos 13 nuevas tiendas: 7 franquicias y 6 unidades VQL. Las aperturas se realizaron en ocho estados de Brasil: Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Espírito Santo, Bahía, Mato Grosso y Tocantins.

Con presencia en 17 estados y 55 tiendas en total, la operación de retail de Lez a Lez creció aproximadamente un 20%, lo que refleja una expansión estratégica y el fortalecimiento de los socios comerciales.

Multimarcas y Representantes

Estamos comprometidos con fortalecer la confianza y la alianza con nuestros representantes y clientes, siempre alineados con nuestros valores fundamentales. En 2025, contamos con más de 300 representantes comerciales y más de 21,5 mil clientes activos, lo que refleja nuestra amplia presencia en el mercado y la confianza sostenida en nuestros productos y servicios.



Programa UNE

El Programa UNE permite la generación de ingresos adicionales de forma simple y segura para personas físicas, colaboradores y socios comerciales. A través del programa, los participantes se registran, promocionan productos y reciben comisiones por ventas realizadas mediante sus cupones en los *e-commerce* de las marcas.

Todo el proceso es 100% digital, lo que facilita la participación.

En Lez a Lez, el beneficio fue renombrado como “Cupón del Vendedor”, enfocándose en vendedores de tiendas propias, franquicias y licenciados. En Hangar 33, el programa mantiene su enfoque en la comunidad.

A través del sitio programaune.com.br, los usuarios pueden generar sus códigos y promover la marca.

En 2025, el Programa UNE representó 8% de las ventas de nuestros *e-commerces*.

Omnichannel

En 2025 realizamos una reestructuración de los canales digitales, discontinuando los *e-commerce* de las marcas Fico, Alakazoo y Lunender, y manteniendo activos los de Hangar 33 y Lez a Lez.

Asimismo, iniciamos la migración hacia una nueva plataforma de *e-commerce*, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y optimizar el rendimiento. La nueva herramienta ofrece un entorno más **moderno e intuitivo**, mejora la tasa de conversión y permite una mejor organización y exposición de las colecciones y organización de los productos, permitiendo una comunicación de marketing más estructurada, consistente y alineada con las mejores prácticas de los principales actores del mercado de la moda.

También fortalece la **escalabilidad de la operación** y habilita mejoras continuas en usabilidad, performance y estrategias comerciales.

Otro hito fue el lanzamiento del nuevo aplicativo de Lez a Lez, con una navegación más ágil e intuitiva, que impactó positivamente en los resultados:



**31% de crecimiento
en ventas**

En 2025, el canal OMNI (entrega y retiro en tienda) lideró la participación en *e-commerce* con un 14,5%, seguido por *Prateleira Infinita* (5,3%) y el Cupón del Vendedor – Programa UNE (3,18%).



Social



Fabiana Sardagna Klein, Contabilidad General - Lunelli Comercial

El pilar social representa la acción continua para cultivar el crecimiento personal y generación de impacto positivo duradero en la vida de las personas. El principio fundamental que siempre guió nuestras acciones es la responsabilidad con las personas ligadas a nosotros, sean colaboradores, representantes, proveedores, socios, franquiciados, clientes o la comunidad.

Nuestros colaboradores

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

Nuestro propósito es “promover el éxito de nuestros clientes a través de la felicidad y la satisfacción de nuestros colaboradores”.

En Lunelli hacemos moda con significado, buscando ofrecer un ambiente de trabajo seguro y acogedor, que promueva el desarrollo y el bienestar de las personas. Actuamos en conformidad con la legislación laboral vigente, respetando los derechos de los trabajadores y manteniendo una relación cercana con los sindicatos en todas las regiones donde operamos, participando activamente en las negociaciones colectivas que abarcan a nuestros colaboradores.

En Paraguay, esta relación se establece a través de acuerdos directos con los organismos gubernamentales correspondientes.

Creemos que el éxito de Lunelli se sustenta en la felicidad y la satisfacción de nuestros colaboradores. Por ello, fomentamos un entorno laboral basado en el respeto, que promueve oportunidades de desarrollo y reconocimiento profesional.

En 2025, nuestro equipo estuvo compuesto por 4.298 colaboradores, de los cuales el 88% se desempeñó en Brasil y el 12% en Paraguay.

**RESPEITO
INSPIRA
RESPEITO**



Colaboradores por categoría funcional y de género	2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Dirección	90%	10%	89%	11%	75%	25%
Gerencia	69%	31%	76%	24%	76%	24%
Supervisión y Coordinación	48%	52%	45%	55%	45%	55%
Colaboradores	31%	69%	30%	70%	32%	68%
Total	32%	68%	31%	69%	32%	68%

En 2025 tuvimos la nominación de una nueva Directora, como ya mencionamos en el capítulo de Gobernanza, lo que contribuyó con el aumento de la participación de Mujeres en la categoría funcional de Director.

Presentamos el cuadro de colaboradores por categoría funcional, género, raza y edad.

Colaboradores por función, franja etaria y género.	Hasta 21 años		entre 22 y 29 años		entre 30 y 49 años		Arriba de 50 años	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Dirección	0%	0%	0%	0%	50%	13%	25%	13%
Gerencia	0%	0%	0%	0%	57%	24%	19%	0%
Supervisión y Coordinación	0%	0%	1%	2%	40%	47%	4%	6%
Colaboradores	5%	7%	9%	15%	15%	38%	3%	8%
Total	5%	7%	8%	14%	16%	38%	3%	8%

Colaboradores por función, franja etaria y año.	Hasta 21 años			entre 22 y 29 años			entre 30 y 49 años			Arriba de 50 años		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Dirección	0%	0%	0%	0%	0%	0%	80%	67%	63%	20%	33%	38%
Gerencia	0%	0%	0%	11%	0%	0%	83%	92%	81%	6%	8%	19%
Supervisión y Coordinación	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%
Total	10%	11%	12%	25%	24%	23%	56%	56%	55%	9%	9%	11%

Cantidad de colaboradores en cargo de líderes, por género y raza	Hombres	Mujeres
Negros autodeclarados	24%	76%
Blancos autodeclarados	53%	47%
Asiáticos autodeclarados	0%	0%
Indígenas autodeclarados	0%	0%
Raza no informada	0%	0%
Total de cargos de líderes	50%	50%

Salarios

(202-1)

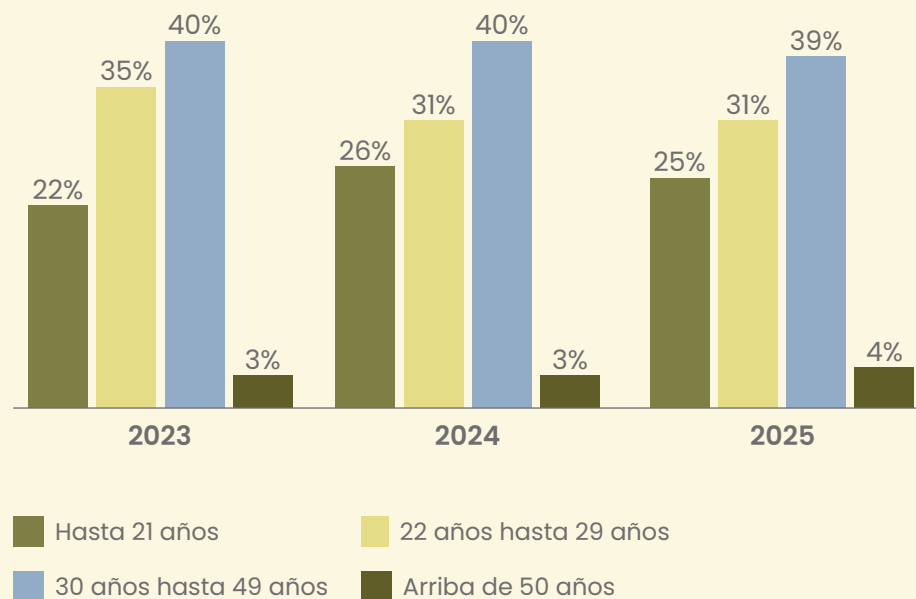
En el período de este informe, las unidades de Brasil tuvieron remuneración superior al salario mínimo nacional (R\$1.518,00). También practicamos la concesión de reajuste salarial después del período de prueba, ampliando la diferencia entre el salario mínimo nacional y el valor recibido por el colaborador. Para la unidad de Paraguay, debido a la legislación diferenciada y a la cultura local, los colaboradores ingresan a la empresa con el salario mínimo nacional, siendo reconocidos conforme experiencia y desempeño.

No realizamos diferenciación de tabla de remuneración entre género, raza o edad. La franja salarial para cada categoría funcional posee intervalos sugeridos de práctica salarial conforme atribuciones, responsabilidades y experiencia que son evaluadas y aplicadas.

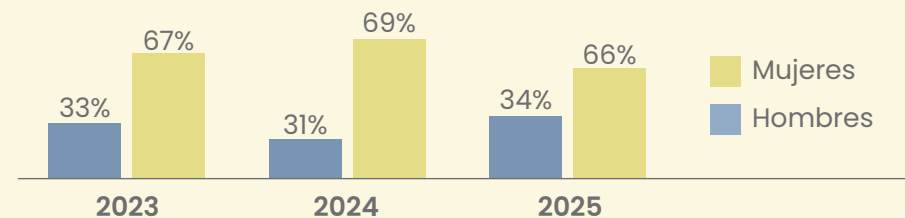
Total de Contrataciones

Lunelli reconoce la importancia de las personas para su desarrollo. Por ello, adoptamos un proceso de contratación basado en valorización profesional.

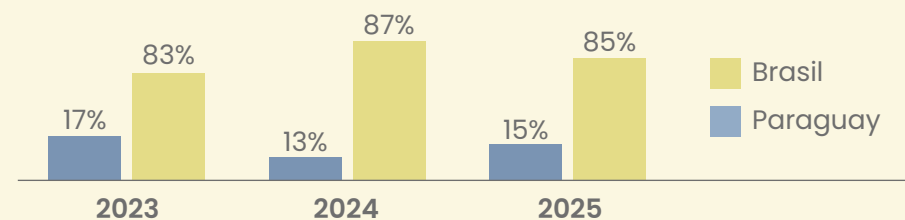
Contrataciones por Franja Etaria



Contratación por Género



Contratación por País

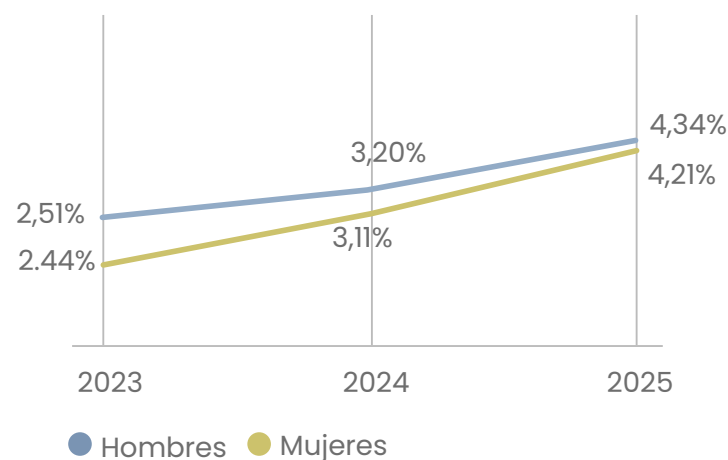


Para la tasa de rotatividad, consideramos el número de desvinculaciones por el cuadro promedio del período.

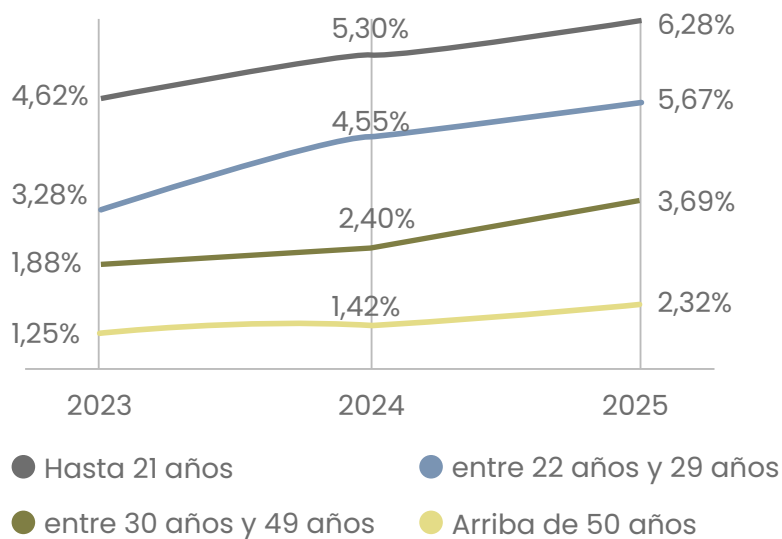
2023	2024	2025
2,46%	3,14%	4,30%

El informe *Tendencias en Gestión de Personas 2026*, de *Great Place to Work*, señala que el escenario actual está marcado por una mayor incertidumbre y transformación organizacional, con cambios en las estructuras, adopción de tecnologías y reconfiguración de los equipos, factores que pueden influir en la movilidad profesional y en los indicadores de rotación. Entre las empresas participantes del estudio, el 39,2% reportó un aumento en la rotación voluntaria. En este contexto, la variación observada en la tasa de rotación de la empresa se mantiene en línea con el escenario actual del mercado, reflejando movimientos estructurales en la gestión de personas y en el entorno organizacional contemporáneo. Lunelli continúa trabajando de forma sostenida en el fortalecimiento de un ambiente laboral seguro y saludable, así como en el desarrollo de las personas, en línea con sus compromisos de sostenibilidad y valoración de los colaboradores, según lo establecido en su estrategia y políticas corporativas.

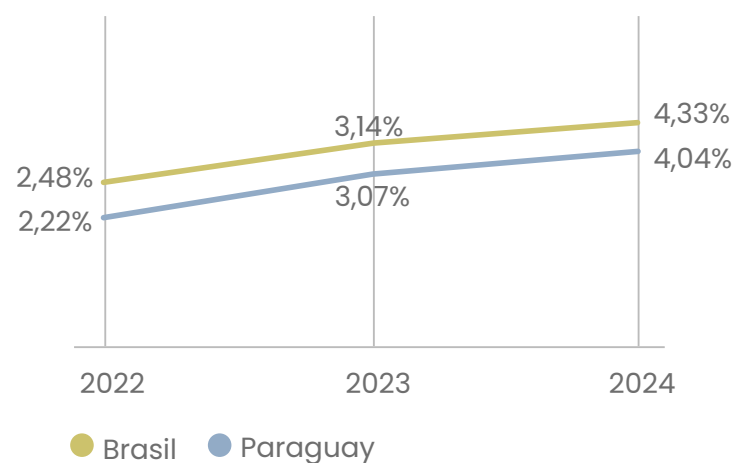
Rotatividad - Género



Rotatividad - Franja Etaria



Rotatividad - País



Salud, Seguridad y Bienestar

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

Buscamos promover el bienestar de nuestros colaboradores y asumimos el compromiso de garantizar la salud y la seguridad ocupacional de todos ellos, así como de los prestadores de servicios.

Buscamos ofrecer entornos de trabajo seguros y saludables, en cumplimiento con la normativa vigente en materia de salud y seguridad laboral y en consonancia con la definición de salud de la Organización Mundial de la Salud, entendida como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de enfermedad.

Para la identificación y gestión de riesgos, realizamos evaluaciones periódicas de los peligros presentes en las actividades mediante inspecciones de la CIPA (Comisión Interna de Prevención de Accidentes) y de la Brigada de Emergencia, además de relevamientos efectuados por el SESMT (Servicio Especializado en Seguridad y Medicina del Trabajo). Estos análisis se integran en el PGR (Programa de Gestión de Riesgos) y se articulan con el PCMSO (Programa de Control Médico y Salud Ocupacional), con el objetivo de monitorear la salud de los colaboradores y minimizar o eliminar los riesgos ocupacionales. De este modo, trabajamos de forma continua en la promoción de un ambiente laboral seguro y saludable.

El SESMT de Lunelli está conformado por médicos laborales, ingenieros

en seguridad, técnicos en enfermería y técnicos en seguridad, quienes desarrollan acciones preventivas y brindan orientación permanente para reducir riesgos, accidentes y enfermedades laborales, tanto entre colaboradores como entre terceros que prestan servicios en nuestras instalaciones. Antes de iniciar sus actividades, todos los colaboradores participan de una instancia de inducción, en la que reciben información clave sobre su función y sobre las normas y prácticas de trabajo seguro.

La información vinculada a salud y seguridad también se difunde de manera periódica a través de acciones impulsadas por la CIPA, cuyos representantes se eligen anualmente. Este espacio promueve una cultura de prevención mediante iniciativas como la SIPAT (Semana Interna de Prevención de Accidentes de Trabajo). Asimismo, se realizan diálogos sectoriales de seguridad: encuentros breves, de aproximadamente 15 minutos, en los propios espacios de trabajo, donde se abordan temas como prevención de enfermedades, seguridad vial, prevención de accidentes laborales y de trayecto, acoso, salud mental y calidad de vida, entre otros. Durante el año se llevaron a cabo 12.318 horas de capacitación en seguridad laboral en todas las unidades del grupo.

La Brigada de Emergencia está integrada por 262 colaboradores voluntarios, que reciben formación anual para actuar ante situaciones como incendios, accidentes laborales o fugas de productos químicos, entre otros escenarios críticos.

Accidentes con licencias	2023	2024	2025
Número total de accidentes con ausencia	87	107	79
Accidentes	60	79	62
Accidentes de ruta	27	28	17

En 2025, tuvimos una reducción de 26% en el número de accidentes de trabajo total con licencias.

Brigada Mirim

A partir del orgullo que representa nuestra Brigada de Emergencia, decidimos ampliar el programa y crear la Brigada Mirim Lunelli. Esta iniciativa ofrece a los hijos de nuestros colaboradores la oportunidad de adquirir conocimientos valiosos, al mismo tiempo que se extiende la cultura de cuidado más allá del ámbito laboral, alcanzando también a las familias.

El proyecto está dirigido a niños de entre 7 y 10 años, quienes participan en clases dictadas por profesionales de distintas áreas. A través de estas instancias, aprenden sobre primeros auxilios, educación vial, uso responsable de redes sociales, cuidado del medio ambiente, prevención del bullying y otras temáticas clave para su desarrollo personal.

El programa ya se implementó en las unidades de Guaramirim (SC), Corupá (SC) y Paraguay. En 2025, además, se realizó la primera edición en la unidad Lunelli Nordeste, en Maracanaú (CE).



Seguridad, Organización y Limpieza



El Programa SOL de Lunelli promueve la seguridad, la organización y la limpieza en todos los sectores de la empresa. Basado en la metodología 5S, busca alcanzar la excelencia operativa mediante prácticas consistentes y colaborativas. Durante el año, 193 auditores participaron activamente del programa, realizando evaluaciones mensuales para mejorar los procesos en cada sector. Además de auditar, estos colaboradores cumplen un rol clave como agentes de mejora continua: orientan, acompañan y refuerzan la aplicación de los principios del programa en el día a día.

El SOL también impulsa instancias de capacitación y reflexión, fomentando la concientización en toda la organización. En este marco, se desarrollan acciones como "SOL en Acción", enfocadas en

la correcta gestión de residuos, la reutilización de materiales y el uso responsable de los recursos.

El compromiso sostenido con estas prácticas se refleja en el desempeño de las unidades, que alcanzaron un promedio de 9,35 en una escala de 0 a 10. Este resultado contribuye directamente a la construcción de entornos de trabajo más seguros, ordenados y eficientes.

Programa Viva Você

Para la promoción de la salud y bienestar de nuestros colaboradores, ofrecemos clases de yoga, grupo de *running*, kinesiología, psicología, nutricionista y asistente social.

Además ofrecemos a los colaboradores Plan de salud y Plan odontológico. Durante el año, realizamos **11.136 clases de gimnasia laboral**, conducidas por profesionales socios, con actividades prácticas de acuerdo con la necesidad de cada sector. Esta actividad tiene como objetivo prevenir enfermedades ocupacionales, reducir dolores físicos y aliviar el estrés, mejorando la salud y el bienestar del colaborador.

- Clase de yoga, con 960 participaciones
- Grupo de *running*, con 880 participaciones
- Kinesiología, con 1785 atenciones
- Psicólogo, con 952 atenciones
- Nutricionista, con 150 atenciones

Restaurante

En 2025 se sirvieron **877.753 comidas** en nuestros restaurantes. La alimentación es planificada por nutricionistas, en línea con el Programa de Alimentación del Trabajador (PAT). Para los colaboradores de tiendas, se ofrece vale alimentación.

Ambulatorio

En el último año, realizamos **10.130 atenciones ambulatorias**, que incluyeron procedimientos de enfermería, consultas con médicos laborales y exámenes de ingreso, periódicos, de retorno al trabajo, cambio de función y egreso.

En el ambulatorio también se brindan atenciones complementarias, como servicio odontológico con profesionales asociados y otras prestaciones orientadas al cuidado integral de la salud de los colaboradores.



Fabiana Silvestre De Almeida, Dobra – Lunelli Vestuario

Mamás a Bordo y Licencia de Paternidad

(401-3)

Con gran satisfacción, ofrecemos a las colaboradoras gestantes la posibilidad de participar en el programa interno “Mamás a Bordo”, que incluye encuentros con profesionales de enfermería, nutrición y psicología en cada unidad. En estos espacios, se abordan temas vinculados con la maternidad, como cuidados pre y posparto, aspectos psicológicos del embarazo y el puerperio, lactancia materna, cuidados del recién nacido, además de promover el intercambio de experiencias entre las participantes.

Asimismo, la licencia parental reconoce la importancia de la vida familiar. Entendemos que estos momentos son fundamentales e impactan no solo en la vida de los padres, sino también en el desarrollo saludable de los hijos.

	2023		2024		2025	
	Maternidad	Paternidad	Maternidad	Paternidad	Maternidad	Paternidad
Total de licencias por maternidad	145	62	121	35	105	35
Total de personas que regresaron al trabajo después de finalizar la licencia maternidad	127	62	117	35	90	34
Tasa de retorno al trabajo después de la licencia por maternidad	88%	100%	97%	100%	86%	97%
Tasa de retención después de 12 meses del regreso de la licencia por maternidad	52%	70%	50%	70%	50%	57%

LunelliPrev

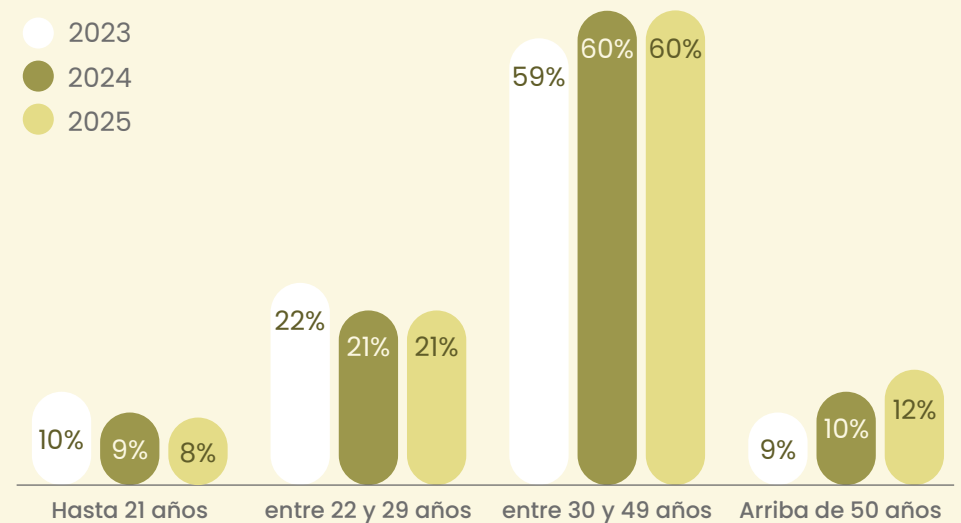
(201-3)

LunelliPrev es un plan de previsión complementaria ofrecido a los colaboradores, cuyo objetivo es fomentar la construcción de una reserva financiera que genere un ingreso adicional en la jubilación, complementando el sistema público administrado por el Instituto Nacional del Seguro Social (INSS).

Los colaboradores que adhieren al plan realizan aportes mensuales, eligiendo libremente un porcentaje de su salario base (con un mínimo del 1%). Como parte del beneficio, Lunelli también realiza contribuciones mensuales, que se acreditan en las cuentas individuales de los participantes bajo criterios uniformes, equitativos y no discriminatorios.

A través de esta iniciativa, buscamos promover la educación financiera y acompañar a los colaboradores en la construcción de hábitos de ahorro y planificación a largo plazo. El programa incentiva un recorrido progresivo (de trabajador a ahorrista y, posteriormente, a inversor) orientado a la generación de ingresos pasivos complementarios y mayor seguridad financiera. Durante el año, se desarrollan diversas acciones de educación financiera y estímulo a aportes adicionales.

En 2025, el plan alcanzó una adhesión del 84,5%, con la participación de 3.012 colaboradores y un patrimonio total de R\$ 43,5 millones.



Anualmente se realiza la redistribución del Fondo Previsional. A lo largo de los seis años de existencia de LunelliPrev, ya se redistribuyeron más de **R\$ 760 mil** entre los participantes, como un incentivo adicional al compromiso con la planificación financiera. Al cierre de 2025, el patrimonio del plan superó los R\$ 43,5 millones, compuesto en un 31% por aportes de Lunelli y en un 69% por aportes de los colaboradores. En ese mismo año, la rentabilidad total alcanzó los R\$ 3,9 millones, equivalente al 103% del CDI o al 178% del rendimiento del ahorro.



CENTRO DE TREINAMENTO
Abílio Lunelli

Entrenamiento, Desarrollo y Valorización

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

En Lunelli, nuestra misión es “Mejorar la vida de las personas a través de oportunidades, productos y servicios”. En este marco, el Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli constituye un pilar estratégico para llevarla a la práctica. Su objetivo es promover el desarrollo profesional y el crecimiento personal de los colaboradores, a través de programas de formación interna y externa alineados con las necesidades y la estrategia del negocio.



En 2025, 225 colaboradores accedieron a becas de estudio, lo que representó una inversión superior a R\$ 345 mil.

A través de este programa, se fomenta la formación en cursos técnicos, idiomas, carreras de grado y posgrado.

10 años del Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli

El Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli nace como la concreción del sueño de Dênis Luiz Lunelli, actual presidente del Consejo, quien impulsó la creación de un espacio que facilitara el acceso al conocimiento de forma gratuita y accesible para los colaboradores. El centro ofrece formación continua, tanto en contenidos generales como técnicos, con un enfoque especial en propuestas que aporten valor a la vida de las personas. Este enfoque parte de la convicción de que la educación es clave para el desarrollo profesional y humano.

Objetivos del Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli

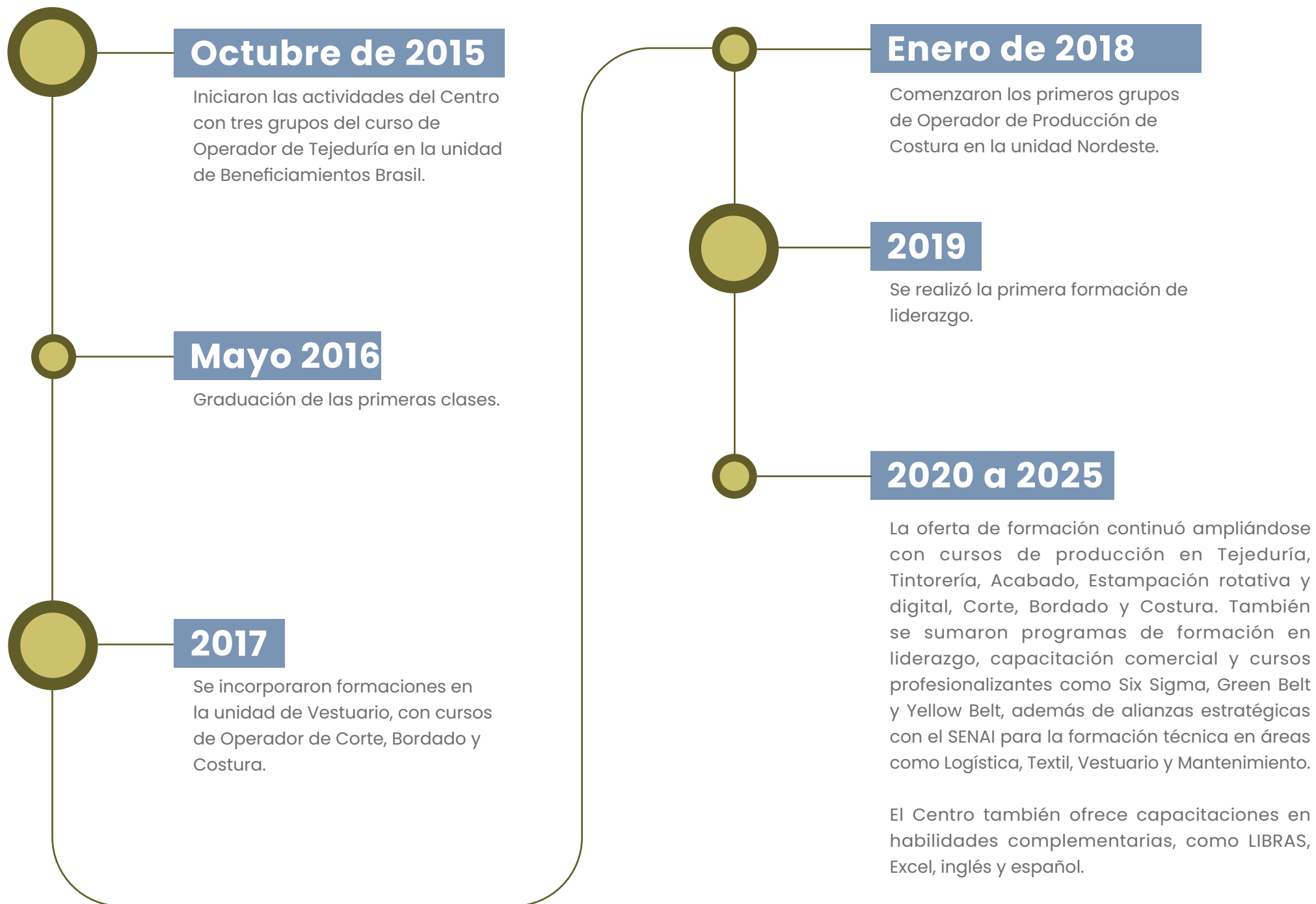
- **Promover la educación como herramienta de crecimiento personal y profesional;**
- **Brindar capacitación técnica para áreas operativas estratégicas;**
- **Fortalecer la cultura organizacional y sus valores;**
- **Generar compromiso, orgullo y conocimiento;**
- **Mejorar la calidad, la productividad y reducir desperdicios y retrabajos.**

El nombre Abílio Lunelli rinde homenaje al padre de la familia fundadora, quien incentivó a sus hijos en la búsqueda del conocimiento y el desarrollo. Este proyecto comenzó a concretarse en octubre de 2015.



CENTRO DE TREINAMENTO
Abilio Lunelli

Línea de Tiempo



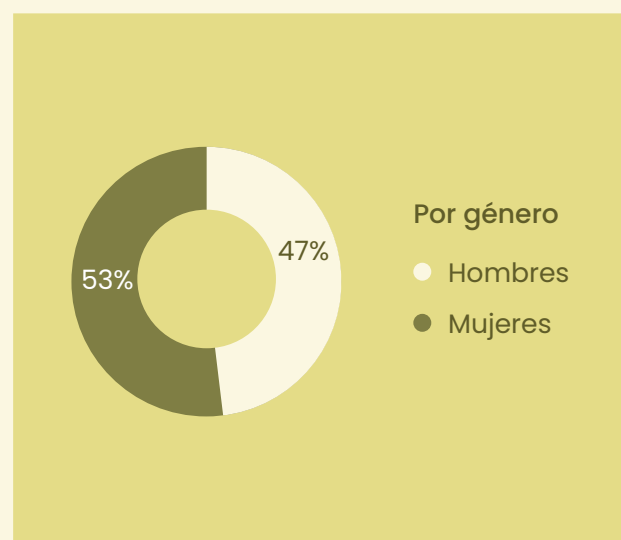
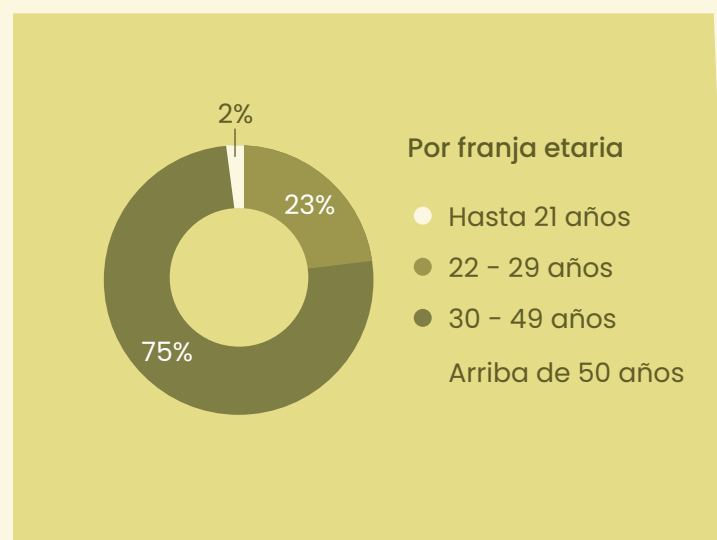
A lo largo de sus 10 años de trayectoria, el Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli certificó a más de 3.330 colaboradores, facilitando el acceso a la formación de manera gratuita.

En 2025, 109 colaboradores completaron programas de formación entre cursos técnicos, capacitaciones y desarrollo de liderazgo. Además, se llevaron a cabo instancias de capacitación y sensibilización dirigidas a todo el personal durante el año. La inversión total en formación y desarrollo alcanzó los R\$ 1,9 millones.

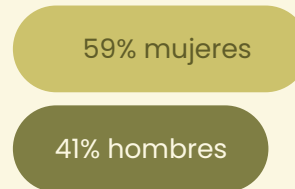


Rodolfo Paes, PCP - Lunelli Avaré

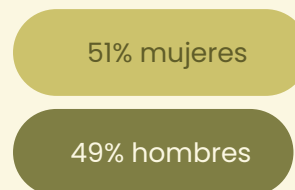
Colaboradores formados en el Centro de Entrenamiento Abílio Lunelli en 2025.



Formación de líderes:



Cursos profesionalizantes:



PNI – Programa Nuevas Ideas

Fomentamos la innovación y la mejora continua a través del Programa Nuevas Ideas (PNI), basado en el concepto de Círculos de Control de Calidad (CCQ). En este marco, cada colaborador participante asume un rol activo como agente de transformación dentro de la organización.

El PNI está conformado por grupos multisectoriales de cinco integrantes, que desarrollan proyectos tanto cualitativos como cuantitativos. Estas iniciativas se alinean con los valores de Lunelli (entusiasmo, simplicidad y orientación a resultados) y buscan transformar ideas en acciones concretas a lo largo del año, acumulando una puntuación en función de su desempeño. Al finalizar el ciclo, los equipos que alcanzan al menos el 70% de la puntuación máxima son seleccionados para participar en la Muestra PNI, un evento en el que se presentan los proyectos implementados y los resultados obtenidos. Esta instancia marca el cierre del ciclo y reconoce a los equipos destacados.

En 2025, el programa contó con la participación de 76 grupos, involucrando en promedio a 367 colaboradores. En total, se generaron 1.301 ideas, de las cuales 685 fueron implementadas, generando un retorno estimado de R\$ 6,4 millones.

Estos resultados reflejan la importancia de promover la innovación interna, incentivar la generación de ideas y fortalecer la escucha activa como herramientas clave para la mejora continua.



Luis Kendi Watanabe, Ingeniería de Procesos – Lunelli Vestuario

Cadena de Suministro y Relación con Proveedores

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

Operamos con una cadena productiva verticalizada e integrada, que abarca todas las etapas del proceso: desde el ingreso del hilo en la tejeduría, pasando por los procesos de beneficiamiento textil, confección y acabado, hasta la entrega del producto final al cliente. Para ello, contamos con un ecosistema de proveedores y socios estratégicos que participan en las distintas etapas de la operación, contribuyendo al funcionamiento eficiente y articulado de toda la cadena productiva.

Tíer 1

Producción y extracción de materias primas como fibras naturales, artificiales, industria química, etcartificiais, indústria química, etc.

Tíer 2

Proveedores de materias primas como hilados, productos químicos en general, colorantes y otros insumosquímicos em geral, corantes e outros insumos,

Tíer 3

Proveedores y socios de procesamiento de materias primas como tejido, tintorería, estampado, lavandería y otros.

Tíer 4

Proveedores y subcontratistas de productos terminados, costura, plegado y otros.



Ricardo Danyel Silva Souza, Tesorería – Lunelli Comercial

Dada la complejidad de nuestra cadena de suministro, implementamos un procedimiento sistemático para el análisis, la evaluación y el monitoreo de riesgos socioambientales asociados a los proveedores. El objetivo es asegurar el cumplimiento de nuestros compromisos de sostenibilidad, fortalecer la seguridad en las relaciones comerciales y promover buenas prácticas ESG en toda la cadena de suministro. Este proceso se aplica a todos los proveedores clasificados como “A” y “B” según la curva ABC de gastos anuales, abarcando todas las categorías de suministro, tanto nacionales como internacionales. Los proveedores se agrupan en tres macro categorías: Servicios tercerizados: confección/servicios textiles, mantenimiento/instalaciones, restaurantes y lavandería/beneficiamiento. Materia prima e insumos: hilos, avíos, tejidos, productos químicos y embalajes. Logística: transporte y combustibles.

Para cada subcategoría se evalúan aspectos vinculados a agua, aire y clima, sustancias químicas, residuos y derechos humanos. Este análisis permite identificar los principales riesgos según el tipo de actividad. En este sentido, los riesgos más relevantes asociados a derechos humanos –especialmente en relación con condiciones laborales y

trabajo tercerizado— se concentran en proveedores de confección. En cuanto a los demás aspectos: Los riesgos relacionados con agua se destacan en proveedores de químicos, lavandería y tejidos. En aire y clima, los principales impactos se asocian a proveedores de materia prima y logística. En sustancias químicas, a proveedores de químicos, lavandería, combustibles y tejidos. En residuos, a proveedores de mantenimiento, restaurantes, lavanderías y materia prima en general.

El proceso se complementa con un análisis documental basado en certificaciones (como ISO 14001, ABVTEX y SASSMAQ), licencias ambientales y otros requisitos legales según la categoría del proveedor. Asimismo, reforzamos el proceso de homologación, mediante el cual los proveedores deben completar un formulario que evalúa la existencia de políticas y prácticas socioambientales (código de ética, canal de denuncias, políticas de diversidad, gestión ambiental, entre otros). Además, es obligatorio que todos los proveedores adhieran formalmente al Código de Conducta de la organización.

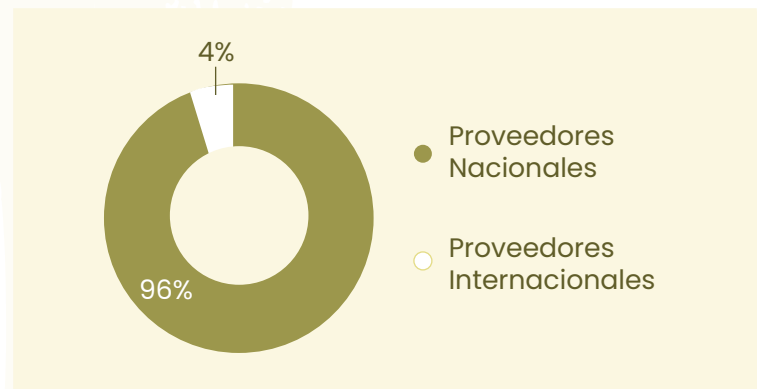
Cadena de Suministro

(204-1, 301-1)

Contamos con una red calificada de proveedores de materias primas y servicios de industrialización que cumplen un rol estratégico en nuestra cadena productiva.

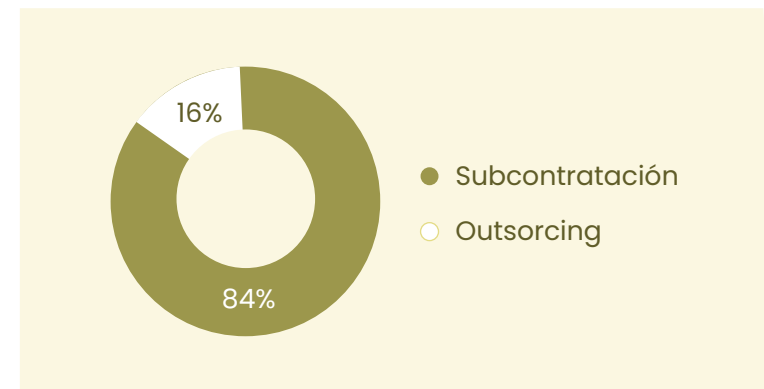
En el caso de las materias primas, trabajamos con proveedores tanto nacionales como internacionales, lo que nos permite asegurar el acceso a insumos clave para la continuidad y calidad de la producción.

Número de proveedores nacionales e internacionales:

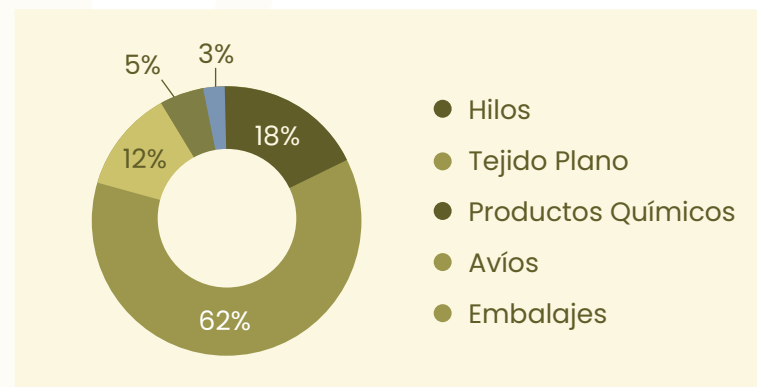


Para servicios de industrialización, contamos con socios subcontratados para servicios de costura, industrialización y otros. Además, poseemos proveedores de outsourcing para el desarrollo y la producción.

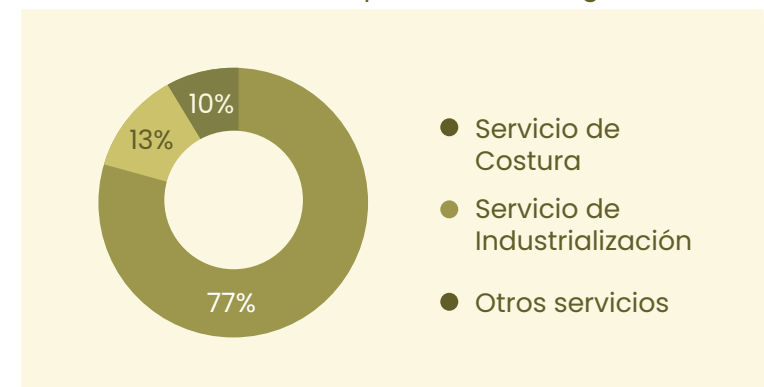
Proveedores de servicios subcontratados y outsourcing, por volumen de gasto:



Consumo de materia prima en volumen de gasto:



Proveedores de servicios, por volumen de gasto:



Capacitación de Proveedores de Costura

En 2025 finalizamos el segundo ciclo del programa de capacitación para proveedores de costura, desarrollado en alianza con Sebrae/SC. Este ciclo incluyó instancias de capacitación y consultoría dirigidas a micro y pequeñas empresas, abordando temas como gestión de indicadores, gestión financiera, gestión de personas, procesos productivos y sostenibilidad.

El objetivo del programa es promover el desarrollo y la competitividad de los pequeños negocios que integran la cadena de suministro, fortaleciendo sus principales dimensiones competitivas: productividad, calidad, mediante la reducción de desperdicios; velocidad, mejorando la puntualidad en la entrega de pedidos.

El programa contó con la participación de 24 empresas, provenientes de 12 municipios, e impactó a más de 490 personas. A lo largo del ciclo 2024-2025, se realizaron talleres presenciales y virtuales, complementados con acompañamiento individual por parte de consultores del programa, con

el fin de apoyar el desarrollo específico de cada empresa participante. Al finalizar el ciclo, se llevó a cabo una instancia de reconocimiento a las tres empresas destacadas, con la entrega de los siguientes premios: una máquina de coser, una notebook y un curso profesionalizante brindado por Sebrae.

Para el próximo año, se dará continuidad al programa con una nueva cohorte 2026-2027. Por un lado, se desarrollará el Ciclo 1, replicando la estructura del período 2024-2025, con foco en productividad, calidad, gestión de personas, finanzas y sostenibilidad. Por otro lado, se implementará el Ciclo 2, destinado a empresas que participaron en la edición anterior, con el objetivo de profundizar el trabajo realizado, incorporando contenidos vinculados al liderazgo corporativo, la planificación estratégica y la gestión de la calidad total.

De esta manera, fortalecemos a las micro y pequeñas empresas proveedoras de la cadena de suministro de Lunelli, incrementando su competitividad, impulsando su desempeño económico y consolidando prácticas de gestión de alto nivel.



Empresa ganadora
Gustavo Gehrke Confecções



Empresa ganadora
Mari Confecções



Empresa ganadora
Lual Confecção

Inversión Social y Relación con la Comunidad

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

En Lunelli, la participación en la comunidad y la responsabilidad social corporativa forman parte integral de la estrategia de sostenibilidad. Gestionamos la inversión social con el objetivo de potenciar nuestro impacto positivo en la sociedad en general y, especialmente, en las comunidades donde operamos.

Las acciones y proyectos desarrollados y apoyados se estructuran en torno a tres pilares fundamentales: Ética, Ciudadanía y Actitud. Estos pilares orientan el programa Preservar es Amar, iniciativa que nació en 2002 con foco en la educación ambiental y con el objetivo de fomentar actitudes positivas en la comunidad, especialmente en niños y niñas. Actualmente, este programa continúa siendo el concepto rector de la inversión social de Lunelli.

Mantenemos un firme compromiso con el desarrollo social, ambiental y cultural, contribuyendo de forma directa e indirecta a los objetivos corporativos de sostenibilidad. La inversión social se gestiona de manera estratégica, alineada con el rol de corresponsabilidad de la empresa, mediante el apoyo a proyectos socioambientales y culturales, así como a través de iniciativas propias, donaciones, patrocinios y el uso de leyes de incentivo fiscal.

En 2025, destinamos un total de R\$ 871 mil a inversión social. De ese monto, el 59% correspondió a donaciones y patrocinios de proyectos y acciones socioambientales, mientras que el 41% se canalizó a través de incentivos fiscales dirigidos a iniciativas vinculadas al cuidado de personas mayores, niños y adolescentes, así como al fomento del deporte, la cultura y el reciclaje.

Item / Año	2025	
Donación Filantrópica*	R\$ 517.805,54	59%
Contribuciones por Leyes de Incentivos Federales y Estatales	R\$ 353.191,96	41%
Total	R\$ 870.997,50	100%

*Cabe destacar que las donaciones no incluyen valores destinados a eventos o proyectos de marketing o promoción con fines comerciales. Las donaciones filantrópicas comprenden exclusivamente contribuciones financieras y la entrega de bienes y servicios a organizaciones sin fines de lucro.

Proyectos apoyados vía Leyes de Incentivo

En 2025 apoyamos 20 proyectos a través de incentivos fiscales, vinculados principalmente al cuidado de personas mayores, niños y adolescentes, así como al deporte, la cultura y el reciclaje. A continuación, se presentan algunos de los proyectos más destacados del período.

Cultura

Proyecto Territorios de la Lectura

Maracanaú/CE

Este proyecto promueve la revitalización de bibliotecas escolares y el desarrollo de actividades educativo-culturales centradas en la lectura dentro de escuelas públicas. Incluye narración de historias, presentaciones teatrales, talleres literarios y la provisión de acervo bibliográfico, juegos educativos, mobiliario y equipamiento para las bibliotecas.

Casa de Vovó Dedé

Fortaleza/CE

El Plan Anual de Actividades de la Casa de Vovó Dedé impulsa la formación cultural y ciudadana a través del mantenimiento de cursos, presentaciones y diversas actividades.

Se trata de una organización de la sociedad civil sin fines de lucro, fundada en 1993 en Barra do Ceará, una zona con bajo índice de desarrollo humano.

Su misión es promover el desarrollo personal, educativo y profesional de niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, mediante la enseñanza gratuita de música, arte, cultura y tecnología.



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

Fundación Beto Studart de Incentivo al Talento

Fortaleza/CE

El proyecto Cultivando Talentos - Ampliación y Fortalecimiento, desarrollado en conjunto con el Conservatorio de Música Alberto Nepomuceno, ofrece formación musical gratuita para jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

La fundación, desde su creación en 2004, promueve el desarrollo de talentos en áreas como cultura, deporte y educación, entendiendo la cultura como una herramienta clave de transformación social.

Sociedad Cultura Artística (SCAR)

Jaraguá do Sul/SC e Guaramirim/SC

En 2025 apoyamos dos iniciativas: la Escuela SCAR de Creatividad y el mantenimiento del NUVO (Núcleo Vocal). Este último contempla dos coros eruditos —el Coro Sinfónico SCAR y el Coral SCAR— con más de 50 años de trayectoria.

El proyecto busca preservar esta tradición, promover la excelencia en el canto coral y fortalecer la inclusión social a través de la música, ofreciendo además 65 becas de estudio gratuitas.

Niño y Adolescente

Instituto IDEAR

Maracanaú/CE

El proyecto IdearTEC se basa en metodologías activas de aprendizaje orientadas a la integración de tecnologías digitales y computacionales en el ámbito educativo, en línea con la Base Nacional Común Curricular (BNCC).

Está dirigido a estudiantes de nivel primario y secundario, principalmente de la red pública, y busca fomentar el pensamiento computacional, la cultura digital y la autonomía en el uso de tecnologías. En un sentido más amplio, el proyecto apunta a la inclusión digital de sus beneficiarios, promoviendo su desarrollo académico y personal

Jaraguá Más Saludable

Jaraguá do Sul/SC

El proyecto “Más Visión, Menos Reprobación: Salud Ocular en las Escuelas Estaduales de Jaraguá do Sul” se inició en 2023. En su primera etapa (2023–2024), alcanzó a dos escuelas estaduales, donde se detectó que el 27% de los estudiantes requería evaluación oftalmológica especializada. En todos los casos, los lentes fueron confeccionados y entregados de forma gratuita a los alumnos. En su segunda fase, iniciada en 2025, el proyecto amplió su alcance a cerca de 1.800 niños de 1º a 5º año pertenecientes a seis escuelas con mayores índices de reprobación. El objetivo es garantizar la salud ocular, reducir dificultades de aprendizaje vinculadas a problemas visuales, mejorar el rendimiento escolar y generar datos epidemiológicos locales que contribuyan al desarrollo de políticas públicas más eficaces en salud visual infantil.

Deporte

Instituto Educa Más Deporte

Fortaleza/CE

Apoyamos el proyecto “Faixa Preta en el Tatame y en la Vida”, que promueve el desarrollo integral de niños y adolescentes a través del deporte.

La iniciativa se basa en valores éticos y en la convicción de que el deporte es una herramienta clave para la inclusión social y la transformación comunitaria

Escolinha de Triathlon Maracanaú

Fortaleza/CE

Este programa, iniciado en 2015, es hoy un referente en Brasil en la formación deportiva.

En Maracanaú atiende a 50 niños y adolescentes de entre 8 y 16 años, estudiantes de la red pública, promoviendo su inclusión en la práctica del triatlón.

Sou Seletto

Guaramirim/SC

La escuela oficial del proyecto ofrece clases gratuitas de fútbol a 350 niños y adolescentes (80% provenientes de escuelas públicas).

La iniciativa promueve valores éticos, bienestar y salud, posicionándose también como un espacio de contención para las familias.

Lunelli apoya este proyecto desde 2017.

Adulto Mayor

Instituto Idear

Maracanaú/CE

El proyecto Té Tecnológico tiene como objetivo promover la inclusión sociodigital de personas mayores en el estado de Ceará, a través de una metodología de enseñanza innovadora basada en clases interactivas y contenidos adaptados al aprendizaje en línea. Para su implementación, el programa cuenta con un equipo interdisciplinario de pedagogos, psicólogos y otros profesionales, además de la provisión de dispositivos (tablets) con acceso a internet y una plataforma propia de educación a distancia.

Casa Sábios

Maracanaú/CE

El Instituto Casa Sábios brinda asistencia integral a personas mayores en situación de riesgo, abandono y vulnerabilidad social, material y nutricional, que no cuentan con apoyo familiar. Su objetivo es preservar la salud física y mental de esta población.

El proyecto “Línea del Tiempo: Un camino hacia un envejecimiento activo y saludable”, apoyado por Lunelli, beneficia a 60 adultos mayores y promueve espacios de encuentro, diálogo y valorización de sus saberes y experiencias.

Hospital São José

Jaraguá do Sul/SC

El Programa 60+ es una iniciativa institucional orientada a mejorar la atención de pacientes adultos mayores, promoviendo mayor humanización, dignidad y seguridad en los procesos de cuidado. En este marco, el proyecto “Rehabilitación 60+: cuidado del paciente adulto mayor” busca transformar la internación hospitalaria en un proceso de recuperación integral, preservando la autonomía y la calidad de vida mediante una atención especializada e individualizada.



Jeferson Ferrari, Recaudación de Fondos, Hospital São José; Mariana Riskoski Emmerich, Lunelli Sostenibilidad; y Maurício José Souto-Maior, director general del Hospital São José.

PRONON

Programa Nacional de Apoyo
a la Atención Oncológica

Institución Bethesda

Joinville/SC

Apoyamos la ampliación del diagnóstico y la estadificación de pacientes oncológicos con lesiones cutáneas, con el objetivo de reducir los tiempos de espera, realizar más de 2.880 atenciones especializadas y fortalecer el acceso equitativo al tratamiento. Con más de 90 años de trayectoria, la Institución Bethesda es una referencia en salud y cuidado en las regiones norte y nordeste de Santa Catarina.

Hospital Marieta Konder Bornhausen

Itajaí/SC

El Hospital Marieta es el mayor hospital en cantidad de camas del estado de Santa Catarina. Cuenta con más de 30 especialidades, una maternidad de referencia con UTI neonatal, banco de leche humano y diversas certificaciones. Es, además, un centro de alta complejidad en oncología (UNACON), atendiendo aproximadamente a 3.600 pacientes por mes. Apoyamos el proyecto "Fortalecimiento del Servicio de Radioterapia mediante la actualización del Acelerador Lineal del HMMKB", cuyo objetivo fue modernizar el equipamiento para ofrecer tratamientos más rápidos, precisos y menos invasivos, mejorando la calidad y eficacia de la atención.

Proyectos y Iniciativas Apoyadas

Programa Protector Ambiental (PROA)

Policía Militar Ambiental

Una de las iniciativas destacadas es nuestro apoyo al PROA (Programa Protector Ambiental), un programa que promueve la educación ambiental y la formación de protectores ambientales, capacitando a adolescentes de entre 12 y 14 años para ejercer su papel en la construcción de una sociedad más consciente. La formación se lleva a cabo mediante clases sobre ciudadanía, ecología, gestión de flora, fauna, residuos y recursos hídricos, así como conocimientos sobre unidades de conservación y legislación ambiental. Los Protectores Ambientales participan en salidas de campo, viajes de estudio, limpieza de fuentes hídricas, operativos ecológicos y actividades de carácter social junto a las comunidades donde viven. En 2025, el programa se desarrolló en Guaramirim/SC y formó a 30 nuevos Protectores Ambientales, quienes continúan actuando como jóvenes multiplicadores de la preservación ambiental en sus comunidades, aplicando y difundiendo buenas prácticas ambientales.





Café y Inclusión

El evento tuvo como objetivo divulgar el proyecto “El Respeto Inspira Respeto” y el Programa de Inclusión de Personas con Discapacidad de Lunelli ante entidades socioasistenciales y servicios públicos. Fue una oportunidad para presentar la trayectoria de la empresa, sus acciones y programas, además de realizar una visita interna a la fábrica para conocer el proceso productivo y nuestras instalaciones, finalizando con un café de confraternización. También fue una oportunidad de conexión entre profesionales, promoviendo el intercambio de ideas, experiencias e iniciativas que pueden contribuir a la inclusión de personas con discapacidad en el mercado laboral. El evento se realizó en las unidades Lunelli Vestuario y Lunelli Beneficiamientos, con la participación de 55 personas, representando entidades socioasistenciales y servicios públicos de las Secretarías de Asistencia Social de los municipios de Jaraguá do Sul, Guaramirim y Corupá (CRAS, CREAS y hogares de acogida), además de APAE, AMAE, ONG SOL, Acción Social, SINE, Consejo de Personas con Discapacidad, INSS y SESI. Este encuentro fue presentado y acompañado por la trabajadora social y la psicóloga responsables del programa, permitiendo un intercambio técnico y la articulación con los representantes de los servicios participantes.



Moda para Todos

En 2025, lanzamos la cuarta colección Moda para Todos de Alakazoo, una línea inclusiva de pijamas diseñada para estimular los sentidos a través de aplicaciones, texturas y textos en braille. Para esta cuarta edición, lanzamos el libro “AlakaTEA - Un mundo donde el respeto nos rodea”, que celebra la neurodiversidad y enseña sobre respeto e inclusión, acompañado de prendas cómodas para los sentidos. ¡Confort y acogida para todos los niños!

La línea Moda para Todos es una iniciativa de Alakazoo y un ejemplo de cómo la moda infantil puede unirse a la responsabilidad social, llevando más información y contribuyendo a transformar el mundo. Con esta nueva edición de libros, el proyecto distribuyó 14 mil ejemplares a instituciones que trabajan con desarrollo infantil e inclusión.

Hasta el momento, Moda para Todos ha donado 27 mil libros a instituciones que trabajan con el desarrollo infantil en Brasil.

Moda Eficiente Avaré

El proyecto Moda Eficiente es desarrollado por Lunelli en alianza con la Secretaría Especial de los Derechos de las Personas con Discapacidad de Avaré (SEDIPD), mediante la creación de un desfile de moda adaptada, pensado especialmente para personas con discapacidad atendidas por la secretaría.

En 2025, el desarrollo de la colección contó con la participación de Ana Laura Lunelli Bosse, y la confección de las prendas fue realizada por alumnos y jóvenes aprendices del curso de Costura Industrial de Vestuario del SENAI, en colaboración con Lunelli Avaré/SP.

La experiencia de participación representó un aprendizaje que fue más allá de la aplicación de técnicas de confección, promoviendo la práctica de la empatía, la inclusión y la vivencia de crear moda con significado. Los modelos fueron los verdaderos protagonistas del desfile, representando con orgullo el propósito y la belleza de una moda accesible e inclusiva.

El desfile se realizó por tercer año consecutivo como parte de esta alianza y es motivo de orgullo para todos los colaboradores, alumnos y socios involucrados.



Equipo de Lunelli Avaré/SP y participantes voluntarios del curso de aprendizaje de costura industrial en Lunelli Avaré/SP.



Las actitudes son transformadoras; a través de ellas activamos conexiones mágicas que permiten que todos se sientan amados.

Alakazoo Pró-Down enseña sobre respeto, inclusión y amor al prójimo, transformando conceptos y llevando información. En este universo sin límites, solo existe un camino: el amor.



Creemos que el mundo está hecho de piezas que encajan, creando infinitas posibilidades de ser, sentir y vivir.

El proyecto Mi Mundo Azul de Alakazoo ilumina la inclusión, el respeto y la acogida de niños con autismo. Que podamos aprender a ver el mundo con los ojos del otro, a escuchar con el corazón y a celebrar cada conexión, acogiendo a todos.

Para celebrar el Día Mundial del Autismo y promover la concientización sobre el Síndrome de Down,

la marca también realiza campañas especiales con testimonios de madres y padres, compartiendo sus desafíos, superaciones, alegrías y la manera en que transforman el mundo a su alrededor.

Hilos de la Tierra

Lez a Lez y Grupo Mulheres do Brasil

Lez a Lez presentó una cápsula especial de fin de año que reúne historia, propósito y belleza artesanal: piezas exclusivas con delicado encaje Tenerife, confeccionadas manualmente por el grupo Terrartesã, una iniciativa del Grupo Mulheres do Brasil. Más que moda, esta cápsula celebra el rescate de un arte textil ancestral, casi olvidado, que hoy cobra nueva vida en las manos de artesanas del estado de Ceará.

A partir del encaje Tenerife, una fuerte expresión de identidad cultural en Ceará, el proyecto promueve la inclusión de artesanas en el proceso productivo de la industria de la moda, generando ingresos dignos, valorizando el trabajo manual y fortaleciendo el protagonismo femenino.

Como parte de este compromiso, apoyamos la realización de cursos de capacitación para la producción del encaje Tenerife dirigidos a mujeres en situación de vulnerabilidad y a artesanas del estado de Ceará. Se organizaron grupos de formación en alianza con asociaciones y proyectos ya existentes.

La producción del encaje se realizó en colaboración con seis asociaciones.

Vozes da Liberdade (Fortaleza/CE): proyecto que acoge a mujeres egresadas del sistema penitenciario y en situación de vulnerabilidad social, promoviendo la transformación y el desarrollo de emprendimientos mediante la construcción de una red de apoyo que incluye acompañamiento socioemocional, cursos de formación en Emprendimiento y Gestión de Negocios, capacitación en producción artesanal con curaduría especializada y acceso a microcréditos.

Centro Comunitario Lagoa do Coração (Fortaleza/CE): iniciativa que busca promover la integración y el desarrollo de la comunidad local, donde los habitantes participan en actividades y buscan apoyo y recursos para mejorar la calidad de vida de la región.

Associação nas Ondas da Arte (Fortaleza/CE): grupo de mujeres artesanas que producen artesanías y ofrecen cursos para la comunidad, madres y jóvenes de la ciudad de Fortaleza/CE.



Centro de Rendeiras (Iguape/CE): artesanas de tradición hecha a mano que continúan preservando, con orgullo y esperanza, la tradición de los encajes de Ceará.

Força Flor desenvolvimento humano e defesa cultural (Paracuru/CE): institución cearense que desde hace 23 años transforma vidas mediante proyectos relacionados con corte y confección, artesanía, escuela de fútbol, apoyo escolar y diversas acciones semanales.

Cooperativa Linha Viva (Tauá/CE): cooperativa que transforma hilos en historias únicas, produciendo artesanía de la región de Inhamuns hecha a mano con amor, tradición y modernidad.

En total, el proyecto contó con la participación de 93 artesanas, impactando indirectamente a 372 personas.

Se produjeron 3.996 kits, lo que resultó en más de 10 mil aplicaciones de encaje confeccionadas en total.

El encaje Tenerife es un arte delicado que atraviesa siglos y fronteras. Originalmente creado en la isla de Tenerife, en las Islas Canarias, esta técnica llegó a Brasil y encontró un terreno fértil en el Nordeste, especialmente en Ceará, donde fue acogida, reinterpretada y transformada en tradición. Hecho a mano con hilos finos y mucha paciencia, el encaje Tenerife se teje sobre moldes circulares, formando diseños que recuerdan mandalas, flores o estrellas.

En Ceará, permanece vivo en las manos de encajeras que imprimen su propia identidad en cada pieza. Mucho más que una artesanía, el encaje Tenerife representa un vínculo entre el pasado y el presente, donde el tiempo avanza al ritmo de la aguja y cada puntada lleva consigo historia, afecto y sentido de pertenencia.

Vea el video completo del proyecto aquí:





Voluntariado Bien a Nuestra Manera

Promovemos acciones de voluntariado para fortalecer los valores de Lunelli, incentivando una cultura ciudadana con la participación activa de los colaboradores en sus comunidades.

Julio Friedemann, Marketing - Lunelli Vestuario

Navidad Feliz 2025

Cada año realizamos una acción corporativa de voluntariado con la participación de todas las unidades del grupo. En 2025, se recolectaron y donaron 354 canastas básicas de alimentos, 828 litros de leche, 315 juguetes nuevos, 14 kits de pañales infantiles, geriátricos y toallitas húmedas, además de 238 kits de productos de limpieza. La acción benefició a 14 instituciones que brindan atención a la comunidad y a personas en situación de vulnerabilidad social en todas las regiones donde Lunelli opera.



Núcleo de Voluntariado Corporativo

Lunelli forma parte del Núcleo de Voluntariado Corporativo de la Asociación Empresarial de Jaraguá do Sul/SC, con el objetivo de promover el desarrollo del voluntariado empresarial. Como empresa integrante del núcleo, promovemos y participamos en acciones desarrolladas por el grupo, compartiendo oportunidades de voluntariado con nuestros colaboradores, como la entrega de tapitas recolectadas en campañas internas, campañas de recolección de alimentos y abrigo, acciones de educación ambiental, entre otras iniciativas.



Núcleo de
Voluntariado
Corporativo
ACIJS

Peaje Solidario AMA

Participación en el Peaje Solidario AMA 2025, con la participación de 25 colaboradores voluntarios, apoyando la recaudación de fondos para el mantenimiento de la institución.



Medio Ambiente



Rodrigo Gaio, Compras - Lunelli Vestuario; Ediani Kulkamp, Gestión de Recursos Humanos - Lunelli Beneficiamientos; Lorena y Helena Kulkamp Gaio.



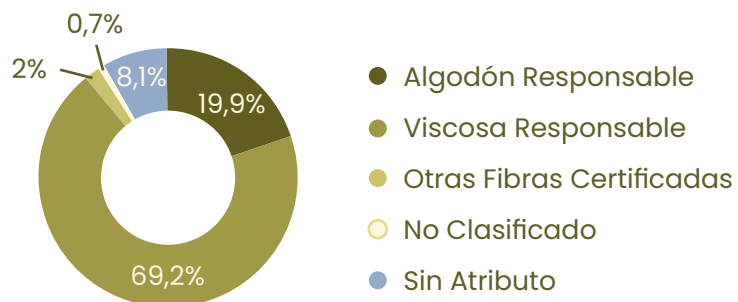
Moda Consciente

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

En 2025, avanzamos en el proyecto de identificación y clasificación de atributos de sostenibilidad en tejidos de punto y telas, buscando mejorar la trazabilidad de las materias primas y el nivel de información disponible para nuestros clientes y socios.



En el último año, del total de materias primas de hilos para tejidos de punto y telas compradas, el 91,2% fue clasificado con atributos de sostenibilidad. Solo el 8,1% no presentó ningún atributo asociado y el 0,71% no fue clasificado.



Para el artículo textil final, realizamos un análisis de criterios mínimos para clasificar la base como un producto de menor impacto, siguiendo una tabla de referencia de composición mínima de materias primas de menor impacto desarrollada internamente.

Este avance en la clasificación de atributos de sostenibilidad para materias primas forma parte de la estrategia de sostenibilidad de Lunelli, mediante la cual buscamos desarrollar e innovar en materiales de menor impacto, fortalecer y desarrollar la cadena de suministro conforme a las mejores prácticas ESG, y proporcionar mayor transparencia e información de calidad a nuestros clientes y socios.

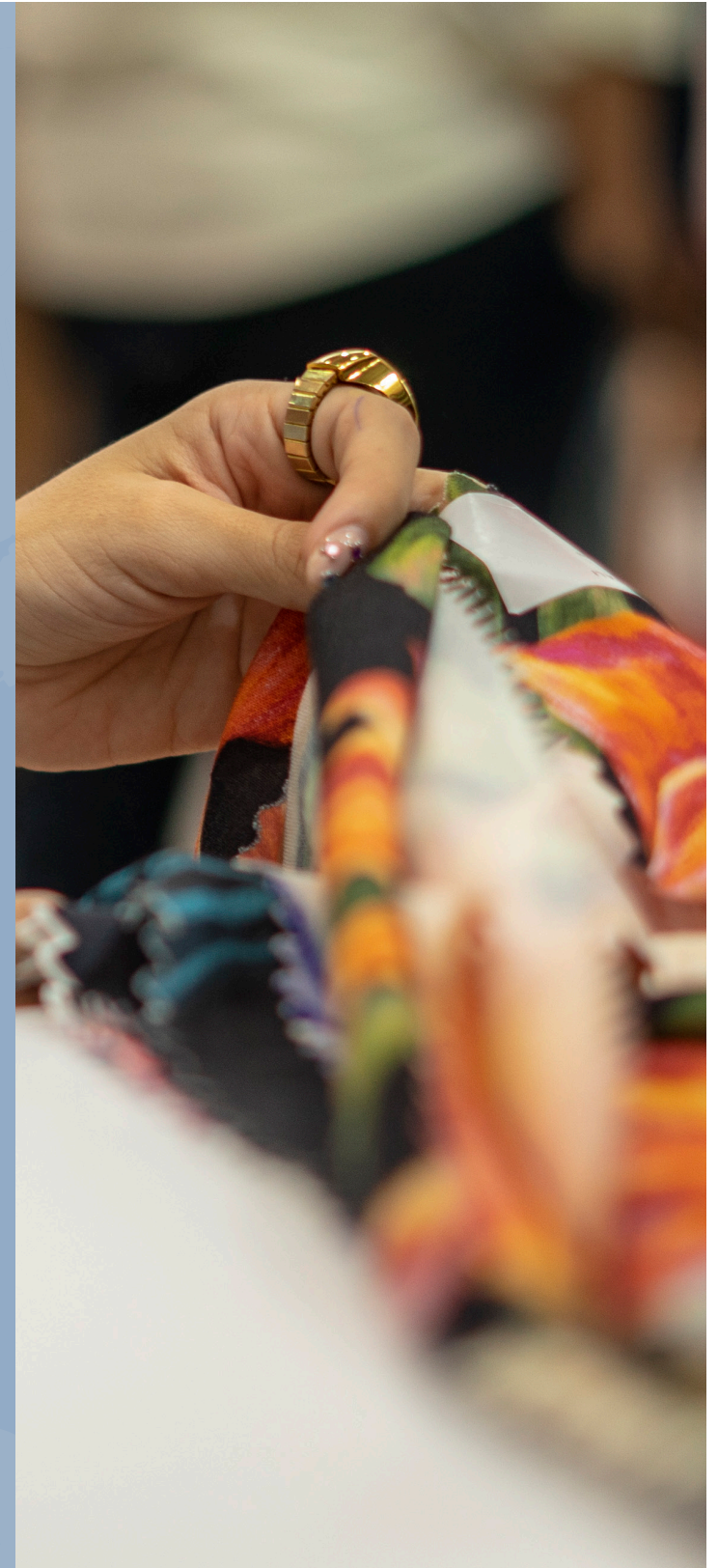
Algodón responsable

Somos miembros de BCI – Better Cotton Initiative, una asociación creada para mejorar la producción mundial de algodón en todas las etapas del proceso productivo. A través de esta alianza y del apoyo al movimiento, desarrollamos y producimos de manera más responsable, promoviendo una cadena de la moda más consciente. BCI conecta a personas y organizaciones, desde el campo hasta los puntos de venta, impulsando mejoras continuas en la cadena del algodón para las personas, el medio ambiente y el futuro de toda la industria.

Viscosa responsable

La certificación garantiza que la extracción de celulosa para la producción de viscosa proviene de madera obtenida mediante manejo forestal responsable, cultivada a través de un riguroso proceso que reduce el impacto ambiental y cumple con las normas FSC® o PEFC. También utilizamos el Canopy Hot Button Report como referencia para la clasificación de nuestros proveedores de viscosa responsable.

Canopy es una organización ambiental sin fines de lucro que trabaja para proteger los bosques antiguos y amenazados del mundo. Esta iniciativa colabora con marcas para implementar políticas de abastecimiento que garanticen que estos bosques no sean utilizados en la producción textil.




Fibras Lenzing

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

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

Lenzing también impulsa soluciones de conservación para proteger bosques antiguos y amenazados. En 2017, fue el primer productor de fibras celulósicas en completar la auditoría de verificación de la iniciativa CanopyStyle. Sus esfuerzos fueron reconocidos con la "Dark Green Shirt" (Camisa Verde Oscura), la máxima clasificación otorgada en el Canopy Hot Button Report.

Las fibras LENZING™ ECOVERO™, TENCEL™ Modal y TENCEL™ Lyocell cuentan con la reconocida etiqueta ecológica de la Unión Europea para productos textiles. Esta certificación se concede a productos que cumplen altos estándares ambientales. Entre los principales criterios de evaluación se incluyen procesos productivos que limitan el uso de sustancias nocivas para la salud humana y el medio ambiente, además de minimizar los principales impactos ambientales a lo largo de todo el ciclo de vida del producto.


Modal
Lunelli


Liocel
Lunelli


EcoVero™

Moda Circular

Lunelli reafirma su compromiso con la sostenibilidad a través de la iniciativa Moda Circular, consolidando nuestra trayectoria hacia un modelo de negocio más responsable. Esta línea se basa en el uso de fibras textiles recicladas, promoviendo la reducción de residuos y la valorización de materiales reutilizados.

Colección Colors

Las camisetas de la línea Colors pasan por un proceso de teñido en lavandería bajo demanda, de acuerdo con cada pedido realizado. Es decir, las prendas se confeccionan inicialmente en color blanco y posteriormente reciben los colores solicitados. De esta manera, evitamos excedentes de producción y reducimos el consumo de colorantes, sales, ácidos y auxiliares utilizados en el proceso de teñido, contribuyendo a una cadena textil más sostenible

Ecodenim

En el proceso convencional de acabado de una prenda de jeans, durante la etapa de lavandería, se utilizaban 25 litros de agua por pieza. Actualmente, con la adopción de tecnologías innovadoras, se requieren apenas 250 ml —equivalente a un vaso de agua—, lo que representa una reducción de hasta el 99% en el consumo hídrico. Además, utilizamos ozono, productos biodegradables, biopulido y reutilización del agua involucrada en el proceso. También aplicamos tecnología láser para crear los efectos de desgaste del denim, sustituyendo procesos tradicionales que utilizan agua y permitiendo una producción con técnicas más limpias y libres de productos químicos.

Embalaje Biodegradable y Compostable

En la marca Lez a Lez, adoptamos embalajes desarrollados con plástico 100% reciclado y ácido graso derivado del aceite de coco de palma. En condiciones controladas, el proceso de biodegradación puede tardar hasta 2,5 años. En 2025, estos embalajes representaron más de 4,5 millones de unidades adquiridas.

Estampado Digital

En 2025, estampamos digitalmente 5,8 millones de metros de tejidos de punto y telas. Con un proceso de menor impacto ambiental, el estampado digital incrementa la productividad en un 20%, genera un ahorro mínimo del 15% en el consumo de agua en comparación con el estampado rotativo tradicional y produce tejidos con mayor resistencia al lavado y mejor calidad. Además del ahorro de recursos naturales, el estampado digital elimina pérdidas y la generación de residuos durante el proceso de ajuste de diseños, y reduce significativamente (90%) el tamaño de las muestras utilizadas para la verificación de colores.

Brasil que se Estampa

Brasil que se Estampa es un proyecto autoral de Lunelli que valoriza la cultura, la diversidad y la riqueza brasileña a través del estampado digital. Cada colección se inspira en regiones, historias y elementos de Brasil, transformando referencias culturales en estampados exclusivos, llenos de identidad y significado. Es Lunelli utilizando su experiencia en estampado para contar historias brasileñas a través de los tejidos.



Procesos Ecoeficientes

Lunelli cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la norma ISO 14001 desde 2006.

Ese mismo año, Lunelli Beneficiamientos Brasil obtuvo la certificación ISO 14001 – Sistema de Gestión Ambiental y, desde entonces, aplica las mejores prácticas para la prevención de la contaminación, la reducción y mitigación de impactos negativos y la promoción de impactos positivos, disminuyendo la generación de residuos, el consumo de agua y energía, así como la emisión de gases. En 2024, también certificamos la unidad Lunelli Beneficiamientos Paraguay, ubicada en Minga Guazú, ampliando las mejores prácticas de gestión ambiental implementadas en Brasil también a nuestras operaciones en Paraguay.

La ISO 14001 es una certificación internacional que valida el Sistema de Gestión Ambiental, el cual comprende un conjunto de normas y procesos adoptados por empresas que buscan operar de manera ambientalmente responsable.

Adoptamos un enfoque responsable en el uso de recursos y en el desarrollo de soluciones orientadas a la ecoeficiencia, gestionando el consumo y los impactos socioambientales generados, promoviendo una cadena de suministro alineada con los compromisos de sostenibilidad y garantizando la integridad de la información en los procesos y productos desarrollados.



Regina Oliveira Do Espirito Santo – Lunelli Beneficiamientos

Fuentes de Energía

(302-1-302-5)

Operamos con una matriz energética diversificada, utilizando energía eléctrica, gas natural, diésel, biomasa y energía solar. Utilizamos energía eléctrica proveniente del mercado libre de energía incentivada y complementamos su uso con gas natural para procesos específicos, biomasa de madera reforestada para alimentar las calderas destinadas a la generación de vapor, diésel para generadores de emergencia y otros equipos, además de energía solar para generación propia en uno de nuestros galpones operativos.

En 2025, ampliamos de 5 a 9 el número de unidades que utilizan energía renovable, expandiendo así el consumo de energía de menor impacto ambiental y de origen renovable. Las unidades Lunelli Beneficiamientos Brasil, Lunelli Vestuario, Lunelli Comercial, Lunelli Nordeste, Lunelli Avaré, Lunelli Outbox, Lunelli Confecciones y Lunelli Luiz Alves utilizan energía limpia y renovable adquirida en el mercado libre. En 2024, Lunelli consumió 24.503,025 MWh de energía renovable incentivada. Con base en este volumen, logramos reducir 1.339,73 tCO2 equivalente.

Las emisiones evitadas voluntariamente equivalen a la plantación de 9.380 árboles durante 30 años en un proyecto de reforestación. Los datos correspondientes a 2025 serán proporcionados por COMERC en mayo de 2026, después de la publicación de este informe.

Fuente de Energía	2023	2024	2025
Energía Eléctrica (kWh)	32.887.024	35.704.729	31.115.996
Cavaco (m³)	115.140	116.890	96.825
Gas natural (m³)	5.556.962	5.938.741	5.531.012
Combustible fósil (litros)	34.822	46.077	99.134

En 2025, tuvimos una reducción de 13% en el consumo total de energía eléctrica, 17% en el consumo de biomasa y 7% en el consumo de gas natural. El aumento en el consumo de diésel (combustible fósil) se dio principalmente el uso emergencial de generador. A ejemplo de Lunelli Nordeste, que pasó por días operacionales sin energía eléctrica.

Expansiones y mejoras estructurales, como en Beneficiamientos Paraguay y Brasil, también exigieron un consumo mayor de ese combustible para sus operaciones.



Realizamos el cálculo de intensidad energética para control de la eficiencia operacional en el uso de energía eléctrica para la unidad de Negocio Confección y en el uso de energía eléctrica, gas natural y biomasa para la unidad de Negocio Mallas y Tejidos

Intensidad Energética	2023	2024	2025
Negocio de Confección			
Energía Eléctrica (kWh)	6.040.131	6.786.416	6.401.900
Cantidad de Piezas Producidas	24.454.92	26.510.357	24.120.336
Tasas de intensidad (kWh/pieza)	0,25	0,26	0,26
Negócio Confeção			
Energía Eléctrica (kWh)	26.846.89	28.918.313	24.714.805
(m³)	115.140	116.890	96.825
Gas natural (m³)	5.484.961	5.872.830	5.469.841
Cantidad de malla producida (t)	14.043	15.414	13.202
Tasa de intensidad de energía eléctrica (kWh/ton)	1.911,76	1.876,15	1.871,98
Tasa de intensidad de biomasa (m³/ton)	8,20	7,58	7,33
Tasa de intensidad de gas natural (m³/ton)	390,58	381,02	414,31

Para la unidad de negocio de Confección, mantuvimos la intensidad energética en 0,26 kWh por pieza. En la unidad de Mallas y Tejidos, la intensidad energética (kWh por tonelada producida) se mantuvo en niveles muy similares a los registrados en 2024. En cuanto al consumo de biomasa, se observó una reducción del 3,2% en m³ por tonelada de malla producida. Por otro lado, el uso de gas natural presentó un incremento del 8,7% en m³ por tonelada producida.

Productos Químicos

Gestionamos el uso de productos químicos con el objetivo de eliminar progresivamente aquellos considerados peligrosos en nuestros procesos productivos. En este sentido, implementamos la verificación de conformidad de los insumos químicos con el programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals), una iniciativa global que busca eliminar sustancias nocivas de la cadena de suministro de la industria de la moda, promoviendo una producción más segura y de menor impacto para los trabajadores, los consumidores y el medio ambiente.

Todos los productos químicos utilizados en los procesos textiles de Lunelli son evaluados a partir de su Ficha de Datos de Seguridad (FDS). El área responsable analiza si los productos están libres de sustancias restringidas y si cumplen con las condiciones adecuadas de manipulación y almacenamiento, garantizando la seguridad de los colaboradores.

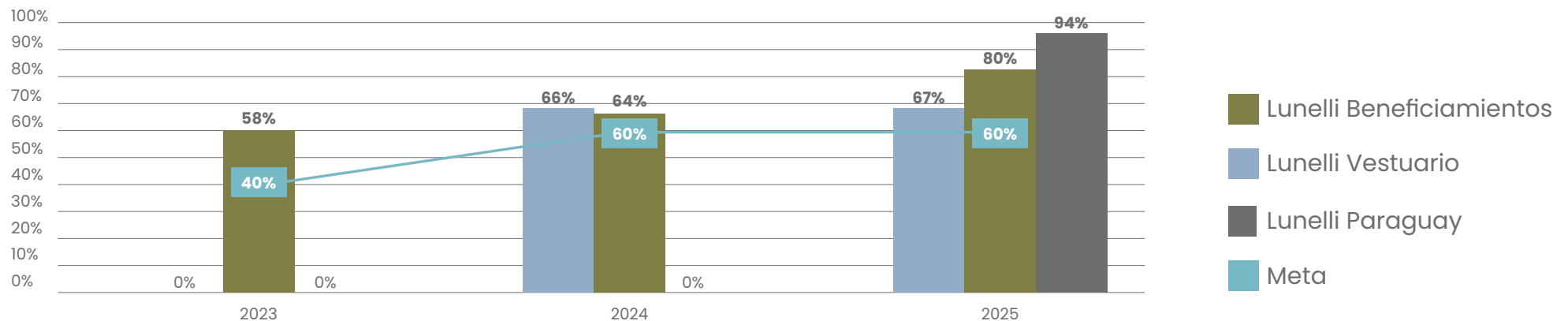
En 2025, logramos superar la meta de adecuación y sustitución de productos químicos peligrosos por alternativas no peligrosas. Asimismo, ampliamos este objetivo para incluir la unidad de Beneficiamiento en Paraguay, fortaleciendo así nuestro compromiso con una gestión química más segura y sostenible.

Cerramos 2025 con un 67% de productos químicos adecuados al estándar ZDHC en la unidad Lunelli Vestuario. En la unidad de Beneficiamientos Brasil —que concentra el mayor consumo de productos químicos del grupo— alcanzamos un 80% de adecuación, mientras que en la unidad de Beneficiamientos Paraguay logramos un 94%. Considerando el total de productos químicos aplicables al programa ZDHC, finalizamos el año con un 77% de adecuación, lo que representa un incremento de 12 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

De esta manera, continuamos avanzando en la sustitución de productos químicos por alternativas más seguras y libres de sustancias restringidas, así como en la selección de proveedores estratégicos que cumplan con los requisitos del programa.

Ø ZDHC

Porcentaje de productos químicos adecuados al ZDHC



Agua y Efluentes

(303-1-303-5)

Agua

El abastecimiento de agua en nuestras unidades se realiza a través de diversas fuentes, en función de las características operativas y de la localización de cada instalación, garantizando siempre el cumplimiento de la normativa ambiental vigente. Entre las principales fuentes utilizadas se incluyen: captación de agua superficial (ríos), suministro por parte de concesionarias locales, captación de agua subterránea mediante pozos, e iniciativas de captación y aprovechamiento de agua de lluvia.

CAPTACIÓN DE AGUA (MEGALITROS)	2023	2024	2025
Captación - Negocio de Confección	44,06	55,69	54,48
Suministro de concesionaria	26,90	25,68	25,59
Agua captada en ríos	0,00	0,00	0,00
Agua captada en pozos	17,16	30,01	28,89
Captación - Negocio de Mallas y Tejidos	1.376,66	1.507,96	1.169,76
Suministro de concesionaria	0,88	0,86	0,49
Agua captada en ríos	1.375,78	1.505,47	1.168,26
Agua captada en pozos	0,00	0,00	0,00
Consumo total	1.420,72	1.563,65	1.224,24

Para la operación del negocio de Confección, el uso del agua se destina prioritariamente al consumo humano, con excepción de algunos procesos específicos (como la estampería localizada) que también requieren consumo de agua en la operación. Las principales fuentes de abastecimiento son las concesionarias locales y la captación de agua subterránea mediante pozos.

En el negocio de Mallas y Tejidos, el consumo de agua está directamente vinculado a la producción industrial, concentrando el mayor uso dentro del ciclo productivo. La unidad Lunelli Beneficiamientos Brasil, ubicada en Corupá/SC, realiza la captación en el río Ribeirão Grande do Norte. Por su parte, la unidad Lunelli Beneficiamientos Paraguay, localizada en Minga Guazú (Alto Paraná), capta agua del río Monday. Luego de la captación, el agua es almacenada y tratada en la Estación de Tratamiento de Agua (ETA) antes de ser utilizada en los procesos productivos.

En 2025, registramos una reducción del 22% en el consumo total de agua. En las unidades de Beneficiamientos, el consumo fue de 88,6 L/kg, lo que representa una disminución del 9% en el consumo de agua por kilogramo de malla producida en comparación con el año anterior.

Efluentes

Tras su utilización, el agua genera distintos tipos de efluentes. El agua destinada al consumo humano se convierte en efluente sanitario, el cual es derivado a tratamiento adecuado. Por otro lado, los efluentes industriales, generados en los procesos productivos, son tratados en la Estación de Tratamiento de Efluentes (ETE), donde atraviesan procesos biológicos y físico-químicos antes de su devolución al cuerpo hídrico.

Se realizan análisis mensuales para asegurar el cumplimiento de la legislación ambiental vigente, incluyendo la Resolución 222/02 de Paraguay y las resoluciones CONSEMA n.º 181/2021 y CONAMA n.º 430/2011 de Brasil, garantizando así que los efluentes tratados cumplan con los estándares establecidos para su vertido.

EFLUENTES (MEGALITROS)	2023	2024	2025
Efluentes - Negocio de Confección	2,46	2,31	1,98
Efluentes - Negocio de Mallas y Tejidos	1.302,22	1.372,91	1.156,80
Efluentes total	1304,68	1375,22	1.158,77

En 2025, tuvimos una reducción de 16% en la generación total de efluentes para todas las unidades del grupo y una reducción de 2% de la generación de efluentes por kilo de malla producido en relación al año anterior, llegando a 87,6 L/Kg.



Residuos Sólidos

(306-1 - 306-5)

Nuestra operación abarca todo el proceso productivo, desde la entrada del hilo hasta la pieza final, lo que implica la generación de residuos tanto líquidos como sólidos en sus distintas etapas. Los residuos líquidos son tratados y gestionados de forma adecuada, tal como se detalla en el apartado de Agua y efluentes.

En relación con los residuos sólidos, realizamos el monitoreo de su generación y destino en todas las unidades productivas, implementando buenas prácticas de gestión y disposición final. El fortalecimiento de iniciativas como la metodología 5S, a través del Programa SOL, resulta clave para la mejora continua en la gestión de residuos y la mitigación de riesgos asociados. Asimismo, promovemos instancias de capacitación para nuestros colaboradores sobre la correcta separación de residuos, fomentando una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y al uso responsable de los recursos.

Residuos no peligrosos y peligrosos (toneladas)	2023	2024	2025
Total residuos NO peligrosos	8.734,23	8.378,79	8.472,42
Reciclaje - Negocios de Mallas y Tejidos	1.538,72	1.552,97	1.416,19
Reciclaje - Negocios de Confección	2.002,61	2.145,11	2.340,17
Total enviado para reciclaje	3.541,33	3.698,08	3.756,36
Vertedero Industrial - Negocios de Mallas y Tejidos	2.441,03	1.835,77	2.167,11
Vertedero Industrial - Negocios de Confección	522,97	553,54	2.548,95
Total enviado para el vertedero	2.964,00	2.389,31	4.716,06*
Total enviado a otros destinos (coprocesamiento, tratamiento térmico, incineración)	2.228,90	2.291,39	0,00

Total residuos peligrosos	270,05	279,45	199,37
Vertedero Industrial** - Negocio de Mallas y Tejidos	224,65	178,84	124,81
Vertedero Industrial** - Negocio de Confección	33,83	32,67	31,46
Total enviado para vertedero	258,48	211,51	156,27
Total enviado para otros destinos (coprocesamiento, tratamiento térmico, incineración)	11,57	67,94	43,10

Total de residuos generados y destinados	9.004,28	8.658,24	8.671,79
---	-----------------	-----------------	-----------------

*Realizamos cambios en el destino de algunas categorías de residuos no peligrosos hacia vertedero. Sin embargo, no se registraron alteraciones significativas en la generación total de residuos en relación con el año anterior.

En 2025, continuamos avanzando en la gestión de residuos, con los siguientes resultados:

-26%

en el envío de residuos peligrosos a vertedero

+2%

en el envío de residuos no peligrosos a reciclaje

-3%

en la generación de residuos textiles

-30%

en generación de residuos peligrosos

Residuos Textiles

Los residuos textiles generados en el proceso productivo son recolectados y destinados a Eurofios, empresa socia de Lunelli especializada en procesos de separación y reciclaje. El proceso comienza con la recolección de materiales provenientes de nuestras operaciones industriales, como retazos, orillos y recortes. Posteriormente, los residuos son clasificados manualmente por color y sometidos a procesos de desfibrado y cardado, transformándose en fibras aptas para la hilatura. Los productos resultantes cuentan con certificación Global Recycled Standard (GRS) y tienen diversas aplicaciones en los sectores textil, de decoración y artesanal. Una vez producidos los hilos reciclados, el material retorna a nuestro flujo productivo, siendo reutilizado en las etapas de tejido, corte, modelaje y confección de nuevas prendas.

En 2025, redujimos la generación de residuos textiles en un 3% en comparación con 2024, destinando 2.506 toneladas a procesos de reciclaje.

Resultados: 18 organizaciones de recicladores y operadores de reciclaje beneficiadas. La compensación ambiental permitió destinar a reciclaje una masa equivalente a 312 autos populares¹. A partir de esta destinación, se evitó potencialmente la emisión de 450,242 t de dióxido de carbono (CO₂e)².

Compensación de Envases



La alianza entre Lunelli y eureciclo representa un elemento clave en la consolidación de prácticas orientadas a la mitigación del impacto de los envases postconsumo. A través de esta colaboración, promovemos la compensación ambiental de nuestros envases, contribuyendo a la reducción de los impactos asociados a su consumo y disposición final. Esta iniciativa no solo cumple con las exigencias legales establecidas por la Política Nacional de Residuos Sólidos (PNRS), sino que también refuerza nuestro compromiso con la responsabilidad socioambiental, incentivando el destino adecuado de los residuos y el fortalecimiento de la cadena de reciclaje.

Además, la alianza con eureciclo conecta nuestras operaciones con una red estructurada de cooperativas y operadores de reciclaje, ampliando el alcance y la efectividad de las acciones de logística reversa. Durante el período reportado, la compensación ambiental benefició a 18 cooperativas y operadores de reciclaje en 15 estados brasileños (Bahía, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Paraná, Río de Janeiro, Río Grande do Sul, Santa Catarina y São Paulo), generando impactos socioeconómicos relevantes. Este proceso no solo promueve la inclusión social y la generación de ingresos, sino que también contribuye al fortalecimiento económico de las comunidades locales y a la mejora de la eficiencia del sistema de recolección y clasificación de residuos.

1. Un auto popular pesa, en promedio, una tonelada.

2. Estimación de emisiones de carbono potencialmente evitadas mediante la compensación ambiental realizada. Estudio disponible en: <https://info.eureciclo.com.br/-estudo-carbonoeureciclo-planton>

Emisiones y Gases de Efecto Invernadero

(305-1-305-5)

Para mitigar los impactos del cambio climático, es fundamental limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales y avanzar hacia emisiones netas nulas hacia 2050. Eventos climáticos extremos, sequías más intensas y el aumento del riesgo de incendios forestales ya afectan a distintas regiones de Brasil y del mundo. En este contexto, el primer paso para una gestión climática efectiva es comprender los impactos generados por nuestras operaciones, a través del inventario de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

El Inventario de Emisiones de GEI es una herramienta de gestión que permite cuantificar los impactos potenciales sobre el cambio climático, considerando tanto emisiones directas como indirectas.

El inventario siguió estándares internacionales, contemplando todas las Emisiones Directas (Alcance 1) y las Emisiones Indirectas por Consumo de Energía (Alcance 2), además de las Emisiones Indirectas provenientes de otras fuentes de la cadena de valor (Alcance 3). El documento fue elaborado de acuerdo con los principios y requisitos de la norma internacional ISO 14064:2022 - Parte 1: Especificación y orientación para organizaciones sobre cuantificación y elaboración de informes de emisiones y remociones de gases de efecto invernadero, así como con las directrices del Programa Brasileño del GHG Protocol. Este enfoque garantiza que los datos inventariados y reportados estén libres de errores significativos y puedan considerarse confiables.

Bajo el enfoque de control operacional, contabilizamos el 100% de las emisiones y remociones de GEI de las operaciones sobre las cuales la organización tiene control (ABNT ISO 14064-1). Las unidades operativas incluidas en el inventario se presentan a continuación:

Tiendas y Franquicias

Negocio Confecciones

- Lunelli Vestuario
- Lunelli Comercial
- Lunelli Avaré
- Lunelli Luiz Alves
- Lunelli Nordeste
- Lunelli Confección Paraguay
- Lunelli Comercial Jaraguá
- Lunelli Massaranduba
- Unidad de Costura Lunelli Confecciones
- Unidad de Costura AJD

Negocio Mallas y Tejidos

- Abimex Importación y Exportación
- Lunelli Beneficiamientos Brasil
- Lunelli Beneficiamientos Paraguay
- Lunelli Textil
- Out Box
- Showroom Lunelli Textil

Las fuentes emisoras fueron identificadas a partir de diagnósticos específicos y clasificadas de acuerdo con las metodologías del GHG Protocol y del Programa Brasileño del GHG Protocol.

Emisiones de GEI (tCO2e) desagregadas por categoría en 2025

Alcance	Categoría	Emisiones (tCO2e)	Representatividad (%)
Alcance 1	Combustión estacionaria	24.825,29	15,08%
	Combustión móvil	398,98	0,24%
	Efluentes	2.872,40	1,75%
	Emisiones fugitivas	3.915,45	2,38%
Escopo 1 Total		32.012,11	19,45%
Alcance 2	Energía eléctrica - Método Basado en la Localización	1.393,51	0,85%
Escopo 2 Total		1.393,51	0,85%
Alcance 3	Compra de bienes y servicios	4.251,93	2,58%
	Bienes de capital	927,06	0,56%
	Actividades relacionadas con energía y combustibles	424,42	0,26%
	Transporte y distribución (upstream)	117.027,61	71,11%
	Residuos	2.272,94	1,38%
	Viajes de negocios	404,23	0,25%
	Desplazamiento de colaboradores	1.642,71	1%
	Transporte y distribución (downstream)	2.885,49	1,75%
Franquicias	1.336,21	0,81%	
Alcance 3 Total		131.172,60	79,70%
Emisiones totales		164.578,23	100%

Liga de Descarbonización ABIT

Lunelli es signataria de la Liga de Descarbonización del sector textil y de la moda, un movimiento colectivo que responde al desafío climático con compromiso y acción. La iniciativa, liderada por la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección, tiene como objetivo acelerar la transición de las empresas del sector hacia una economía baja en carbono. Sus orígenes se remontan a Colabora Moda Sustentable, la primera gran coalición multisectorial de la moda en Brasil, creada en 2017. Esta iniciativa reunió a diversos actores de la cadena de valor (industria, retail, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, academia y especialistas) con el propósito de construir soluciones colectivas e innovadoras frente a los desafíos del sector. Esta experiencia evidenció que la cooperación es un camino efectivo para impulsar la transformación hacia un modelo más sostenible. A partir de este proceso, se generaron nuevos avances relevantes, como la colaboración entre Abvtex, Abit y Senai Cetiqt, que dio origen a la publicación “Moda

Emisiones de GEI – Compilado por Alcance con comparativo año a año.

Alcance	2022	2023	2024	2025
Alcance 1	36.312,06	41.228,69	21.832,84	32.012,11
Alcance 2	1.031,26	951,12	1.449,53	1.393,51
Alcance 3	70.821,52	68.790,48	126.307,40	131.172,60
Emisiones totales	108.164,84	110.970,29	149.589,77	164.578,23

Los cambios observados entre 2024 y 2025 reflejan el proceso de expansión de las unidades de Beneficiamientos en Brasil y Paraguay. Mientras que la unidad brasileña atravesó un proceso de modernización de la caldera, la operación en Paraguay fue ampliada con nuevos espacios y equipos. Estos movimientos impactaron directamente las emisiones del Alcance 1. Paralelamente, la mejora en la recopilación de datos permitió incorporar información que anteriormente no estaba disponible, especialmente relacionada con el transporte, lo que influyó de manera significativa en los resultados del Alcance 3.

y Clima: una guía para medición e inventario de Gases de Efecto Invernadero”, en cuya elaboración también participó Lunelli. Como resultado de esta trayectoria colaborativa, se consolidó un nuevo marco de acción climática: la Liga de Descarbonización. Esta iniciativa da visibilidad a las empresas que ya asumen compromisos concretos frente al cambio climático (medición y divulgación de sus emisiones de GEI) y, al mismo tiempo, incentiva a aquellas que están en etapas iniciales a avanzar en la publicación de sus inventarios hasta 2027. A través del compromiso conjunto de las empresas participantes, se fortalece la competitividad del sector, promoviendo su resiliencia y preparación frente a los desafíos futuros.



Sumário GRI

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
GRI 2: Contenido general 2021			
2-1	Detalles de organización	Lunelli Participaciones Ltda	16
2-2	Entidades incluidas en el informe de sostenibilidad de la organización	El contenido aquí presentado contempla todas las unidades operativas de Lunelli. Negocio Confección: Lunelli Vestuario, Lunelli Comercial, Lunelli Avaré, Lunelli Luiz Alves, Lunelli Nordeste, Lunelli Confección Paraguay, Lunelli Comercial Jaraguá, Lunelli Massaranduba, Unidad de Costura Lunelli Confecciones y Unidad de Costura AJD. Negocios Tejidos y Malhas: Abimex Importación y exportación, Lunelli Beneficiamientos Brasil, Lunelli Beneficiamientos Paraguay, Lunelli Textil, Out Box y Showroom Lunelli Textil.	16
2-3	Período de informe, frecuencia y punto de contacto	Página 03	16
2-4	Reformulación de informaciones	No hubo reformulaciones de la información.	16
2-5	Verificación externa	En esta edición, no optamos por una verificación externa.	16
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Página 11	16
2-7	Empleados	Página 59	8
2-8	Trabajadores que no son empleados	Página 59	8
2-9	Estructura de gobernanza y su composición	Página 29	16
2-10	Nombramiento y selección para el más alto órgano de gobernanza	Página 29	16
2-11	Presidente del más alto órgano de gobernanza	El Presidente del Consejo no posee funciones ejecutivas en la Compañía. Sepa más sobre la estructura de gobernanza en la página 29	16
2-12	Rol desempeñado por el más alto órgano de gobernanza en la supervisión de la gestión de los impactos	Página 29	16
2-13	Delegación de responsabilidad en la gestión de impactos	Página 29	16
2-14	Rol desempeñado por el más alto órgano de gobernanza en el reporte de sostenibilidad	Página 03	16

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
2-15	Conflictos de interés	Conflictos de interés. Definimos en el estatuto del Consejo Consultivo y en el Código de Conducta de colaboradores las premisas que pueden generar conflictos de interés. En ese sentido, los mismos deben siempre informar a sus superiores cualquier situación que pueda generar conflicto de interés.	16
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas	La comunicación de la gestión del canal de denuncias es responsabilidad del área jurídica y se realiza en formato de registro para el Consejo Consultivo.	16
2-17	Conocimiento colectivo del más alto órgano de gobernanza	Página 29	16
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobernanza	Realizamos internamente, con frecuencia anual, una evaluación formal del desempeño del Consejo Consultivo, así como una evaluación individual de los miembros de dicho Consejo.	16
2-19	Políticas de remuneración	El Consejo Consultivo posee una remuneración fija. La Dirección posee una remuneración fija y una remuneración variable relacionada al cumplimiento de metas de la compañía e individuales, garantizando el compromiso necesario de la alta dirección, además de beneficios asociados al cargo.	16
2-20	Proceso para la determinación de la remuneración	El proceso de determinación de la remuneración es sugerido por el Comité de Gestión de Personas, que posteriormente es analizado por el Consejo Consultivo y aprobado por los accionistas.	16
2-21	Proporción da remuneración total anual	No disponible	-
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Página 26	16
2-23	Compromisos en política	Página 32	16
2-24	Incorporación de compromisos en política	Página 20-27, Página 32	16
2-24	Incorporación de compromisos en política	Página 20-27, Página 32	16
2-25	Procesos para reparar impactos negativos	Página 30	16
2-26	Mecanismos para el asesoramiento y la presentación de preocupaciones	Página 33	16
2-28	Participación en asociaciones	Página 51	17
2-29	Enfoque para el compromiso de los stakeholders	Página 43-50	16, 17
2-30	Acuerdos de negociación colectiva	Página 59	8

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
3-1	Proceso de definiciones de temas materiales	Página 22-23	-
3-2	Lista de temas materiales	Página 23	-
3-3	Gestión dos temas materiales	Página 22-23	-
GRI 101: Biodiversidad 2024			
101-1	Políticas para detener y revertir a la pérdida de biodiversidad	No disponible	-
101-2	Gestión de impactos en la biodiversidad	No disponible	-
101-3	Acceso y reparto justo e equitativo de beneficios	No disponible	-
101-4	Identificación de impactos en la biodiversidad	No disponible	-
101-5	Lugares con impacto en la biodiversidad	No disponible	-
101-6	Factores directos en la pérdida de la biodiversidad	No disponible	-
101-7	Cambios en el estado de la biodiversidad	No disponible	-
101-8	Servicios ecosistémicos	No disponible	-
GRI 201: Desarrollo económico 2016			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Página 54	8
201-2	Implicaciones financieras y oportunidades derivadas de los cambios climáticos	Página 30-31, 74-76	8, 12, 13
201-3	Obligación del plan de beneficio definido y otros planes de jubilación	Página 68	3, 10
201-4	Apoyo financiero recibido del gobierno	No disponible	-
GRI 202: Presencia en el mercado 2016			
202-1	Proporción entre el salario más bajo y el salario mínimo local, desglosada por género	Página 61	8, 10
202-2	Proporción de miembros de la dirección contratados en la comunidad local	Entre los miembros de nuestra dirección, todos fueron contratados en nuestra comunidad local. Consideramos como miembros de la dirección a los colaboradores que ocupan cargos de Presidencia y demás direcciones estatutarias. Consideramos como comunidad local el estado donde se encuentran ubicadas nuestras unidades.	8, 10
GRI 204: Prácticas de Compra 2016			
203-1	Inversiones, infraestructura y apoyo a servicios	Página 54	8, 9, 12

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Página 54	8, 9, 12
GRI 204: Prácticas de compra 2016			
204-1	Proporción de gastos con productores locales	Página 74-77	9, 12
GRI 205: Lucha contra la corrupción 2016			
205-1	Operaciones evaluadas en relación al riesgo relacionado a la corrupción	Página 32	16
205-2	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de lucha en contra a la corrupción	Página 32	16
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	No hubo	16
GRI 206: Competencia desleal 2016			
206-1	Acciones judiciales desleales, prácticas de antimonopolio y monopolio	No hubo	16
GRI 207: Tributos 2019			
207-1	Abordaje tributario	No disponible	16
207-2	Gobernanza, control y gestión de riesgo fiscal	No disponible	16
207-3	Participación de los stakeholders interesadas y gestión de sus preocupaciones sobre los impuestos	No disponible	16
207-4	Informe sobre el país	No disponible	16
GRI 301: Materiales 2016			
301-1	Materiales utilizados, desglosados por peso o volumen	Página 76	12
301-2	Materias primas o materiales reciclados utilizados	No disponible	12
301-3	Productos y sus envases reaprovechados	No disponible	12
GRI 302: Energía 2016			
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Página 96	7, 12, 13
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	No disponible	7, 12, 13
302-3	Intensidad energética	Página 96	7, 12, 13
302-4	Reducción del consumo de energía	En 2025, tuvimos una reducción de 13% en el consumo total de energía eléctrica.	7, 12, 13

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
302-5	Reducción energética de productos y servicios	Página 96	7, 12, 13
GRI 303: Desarrollo del agua 2018			
303-1	Interacciones con el agua como un recurso compartido	Página 98	6, 12, 14
303-2	Gestión de impactos relacionados al descarte del agua	Página 99	6, 12, 14
303-3	Captación del agua	Página 98	6, 12, 14
303-4	Eliminación del agua	Página 99	6, 12, 14
303-5	Utilización del agua	Página 98	6, 12, 14
GRI 304: Biodiversidad 2016			
304-1	Unidades operativas propias, alquiladas o gestionadas dentro o en las adyacencias de las áreas de protección ambiental y las áreas de alto valor de biodiversidad situadas fuera de las áreas de protección ambiental	La unidad de Beneficios ubicada en Coupá/ SC tiene un área verde y un área de protección permanente (APP) de 101.542,15m ² , que representa el 30% del área total.	15
304-2	Impactos significativos en las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	No disponible	15
304-3	Habitats protegidos o restaurados	No disponible	15
304-4	Especies juntas en la lista roja de la IUCN y en las listas nacionales de conservación con hábitats en lugares afectados por operaciones de la organización	No disponible	15
GRI 305: Emisiones 2016			
305-1	Emisiones directas (Escopo 1) de gases de efecto invernadero (GEE)	Página 103	7, 9, 12, 13
305-2	Emisiones indirectas (Escopo 2) de gases de efecto invernadero (GEE) provenientes de la adquisición energía	Página 103	7, 9, 12, 13
305-3	Otras emisiones indirectas (Escopo 3) de gases de efecto invernadero (GEE)	Página 103	7, 9, 12, 13

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
305-4	Intensidad de emisión de gases de efecto invernadero (GEE)	No disponible	7, 9, 12, 13
305-5	Reducción de emisión de gases del efecto invernadero GEE)	Página 103	7, 9, 12, 13
305-6	Emisiones de sustancias que destruyen la capa de ozono (SDO)	No disponible	7, 9, 12, 13
305-7	Emisiones de NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	No disponible	7, 9, 12, 13
GRI 306: Resíduos 2016			
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados a los residuos	Página 100	12
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados a residuos	Página 100	12
306-3	Residuos generados	Página 100	12
306-4	Residuos no destinados para la disposición final	Página 100	12
306-5	Residuos destinados para disposición final	Página 100	12
GRI 308: Evaluación ambiental proveedores 2016			
308-1	Nuevos proveedores seleccionados con base en criterios ambientales	Página 75-77	12
308-2	Impactos ambientales negativos de la cadena de productores y medidas hechas	Página 75-77	12
GRI 401: Trabajos 2016			
401-1	Nuevas contrataciones y cambio de empleados	Página 62	8
401-2	Beneficios ofrecidos a los empleados a tiempo completo que no se ofrecen a los empleados temporales o a tiempo parcial	Página 58-73	8
401-3	Licencia por maternidad/ paternidad	Página 67	3, 5, 8, 10
GRI 402: Relaciones de trabajo 2016			
402-1	Plazo mínimo de aviso sobre cambios operativos	No hay procedimiento o definición del plazo mínimo de aviso sobre los cambios operacionales.	-

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
GRI 403: Salud y seguridad del trabajo 2018			
403-1	Sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo	Página 64	3, 8
403-2	Identificación de peligrosidad, evaluación de riesgos e investigación de incidente	Página 64-65	3, 8
403-3	Servicios de salud y del trabajo	Página 64-67	3, 8
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación a los trabajadores en relación con la salud y seguridad en el trabajo	Página 64-67	3, 8
403-5	Capacitación de trabajadores en salud y seguridad del trabajo	Página 64-67	3, 8
403-6	Promoción de la salud del trabajador	Página 64-67	3, 8
403-7	Prevención y mitigación de los impactos de salud y seguridad del trabajo directamente vinculados con relaciones de negocios	Página 64-67	3, 8
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de salud y seguridad del trabajo	Página 64-67	3, 8
403-9	Accidentes de trabajo	Página 64-67	3, 8
403-10	Enfermedades del profesional	Página 64-67	3, 8
GRI 404: Capacitación y educación 2016			
404-1	Promedio de horas de capacitación por año, por empleado	Página 69-72	4, 8
404-2	Programas para la mejora de las competencias de los empleados y de asistencia para la transición profesional	Página 69-72	4, 8
404-3	Evolución y desarrollo profesional	Página 69-72	4, 8
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016			
405-1	Diversidad en lugares de gobernanza y empleados	Página 58-61	5, 10
405-2	Proporción entre el salario base y la remuneración recibida por las mujeres y recibido por los hombres	Página 61	5, 10
GRI 406: No discriminación 2016			

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas tomadas	Página 33	8, 16
GRI 407: Libertad sindical y negociación colectiva 2016			
407-1	Operaciones y proveedores en que el derecho a la libertad sindical y la negociación colectiva.	Página 74-77	8, 16
GRI 408: Trabajo infantil 2018			
408-1	Operaciones y proveedores con peligro significativo de casos del trabajo infantil	Página 74-77	8, 16
GRI 409: Trabajo forzado o análogo a la esclavitud 2016			
409-1	Operaciones y proveedores con peligro significativo de casos de trabajo forzado o análogo a la esclavitud	Página 74-77	8, 16
GRI 410: Prácticas de seguridad 2016			
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Todo el equipo de Seguridad Patrimonial interno y externo está capacitado con el Código de Conducta de Lunelli y otros procedimientos existentes.	16
GRI 411: Derechos de los Pueblos Indígenas 2016			
411-1	Casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas	No hubo	-
GRI 413: Comunidades locales 2016			
413-1	Operaciones con compromiso, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo para la comunidad local	Página 78-89	-
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos reales o con potencial a las comunidades locales.	No hubo	-
GRI 414: Evaluación social de proveedores			
414-1	Nuevos proveedores seleccionados con base en criterios sociales	Página 74-77	8
414-2	Impactos sociales negativos de la cadena de proveedores y medidas tomadas.	Página 74-77	8, 12, 16
GRI 415: Políticas públicas 2016			
415-1	Contribuciones políticas	No hubo	16

NORMA	CONTENIDO	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
GRI 416: Salud del consumidor 2016			
416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad causados por categorías de productos y servicios	Página 64-67	3
416-2	Casos de incumplimiento en relación con los impactos en la salud y la seguridad causados por productos y servicios	En 2025, no hubo registro de casos de incumplimiento en relación con los impactos en la salud y la seguridad causados por los productos y servicios de Lunelli.	3
GRI 417: Marketing y etiqueta 2016			
417-1	Requisitos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Mediante la colocación de la etiqueta en los productos, podemos organizar e identificar la información relevante de cada artículo. Para cumplir con la legislación brasileña de etiquetado, seguimos los estándares de la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT). Informamos la razón social, CNPJ, el país de origen, las instrucciones de conservación según NM ISO 3758:2013 y la composición según producto/ tejido. Para una mejor trazabilidad del producto, el número de pedido de producción y la referencia del producto se informan en la etiqueta	16
417-2	Casos de incumplimiento en relación con la información y el etiquetado de productos y servicios	No hubo	16
417-3	Casos de incumplimiento en relación con la comunicación de marketing	No hubo	16
GRI 418: Privacidad del cliente 2016			
418-1	Quejas comprobadas sobre violación de la privacidad y pérdida de datos de clientes	No hubo	-

INFORMACIÓN CORPORATIVA

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

CRÉDITOS

Coordinación general y redacción

Equipo de Gestión de personas y sostenibilidad

Colaboración

de todas las áreas de la empresa.

Identidad visual y diagramación

Rafael Schunck

Producción fotográfica

Colección Lunelli



Lunender

Lunelli

lez^{lez}

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 | Exportação: +55 (47) 3373-7139

Tel: +55 (47) 3373-7000 | lunelli.com.br