

Relatório de Sustentabilidade 24



SUMÁRIO

1. Introdução3

- a. Boas-vindas.....3
- b. Mensagem da Presidência 4
- c. Destaques de 2024..... 6

2. Moda com Significado 8

- a. Apresentação Institucional..... 9
- b. Linha do Tempo.....10
- c. Nosso Modelo de Negócio.....12
- d. Nossas Marcas.....14

3. Visão de Sustentabilidade22

- a. Temas Prioritários24
- b. Relação com ODS26
- c. Estratégia de Sustentabilidade28
- d. Como Geramos Valor29

4. Governança..... 30

- a. Estrutura de Governança 31
- b. Gestão de Riscos33
- c. Cultura da Ética e Integridade36
- d. Comunicação Consciente com os Públicos de Relacionamento.....39
- e. Participação na sociedade..... 48
- f. Certificações, Prêmios e Reconhecimentos 49

5. Econômico 56

- a. Gestão Econômica57
- b. Valor econômico gerado e distribuído..... 59
- c. Rede de Varejo e Franquias 60
- d. Multimarcas e Representantes 60
- e. Omnichannel 61

6. Social 62

- a. Colaboradores..... 63
- b. Saúde, Felicidade e Bem-estar 68
- c. Valorização e Desenvolvimento 68
- d. Ambiente Diverso e Seguro.....72
- e. Fornecedores.....80
- f. Envolvimento com a comunidade 85

7. Meio Ambiente 98

- a. Moda consciente..... 99
- b. Processos ecoeficientes104
 - I. Água105
 - II. Efluentes106
 - III. Energia.....107
 - IV. Produtos Químicos.....108
 - V. Resíduos.....109
 - VI. Gases de Efeito Estufa110

8. Sumário GRI112

9. Informações Corporativas 123

10. Créditos..... 123

Introdução

Boas-Vindas

(2-3; 2-14)

Com grande satisfação, apresentamos o Relatório Anual de Sustentabilidade da Lunelli, agora em sua sexta edição consecutiva. Este documento contempla o período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024** sendo desenvolvido pela área, sob a liderança de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade, com a aprovação da Presidência.

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

O Relatório de Sustentabilidade desempenha um papel estratégico ao promover a confiança entre a empresa e seus stakeholders e evidenciar o compromisso da Lunelli com a **geração de impacto positivo, servindo como um importante instrumento para demonstrar nossas ações e resultados**, reforçando nossa dedicação a um futuro mais responsável e sustentável.

Reiteramos a importância da participação ativa de todos os interessados. Convidamos você a enviar suas dúvidas, sugestões e comentários relacionados a este documento para o e-mail **sustentabilidade@lunelli.com.br**. Acreditamos que o diálogo construtivo é fundamental para enriquecer ainda mais nossa abordagem e aprimorar nossos esforços rumo a um futuro mais sustentável.



Mensagem da Presidência

(2-22)

Ao longo dos 43 anos da Lunelli, atuamos com consistência reforçando **o nosso compromisso em fazer moda com significado, o que nos possibilitou avançar em todos os pilares da sustentabilidade integrada ao EESG.**

Pelo quarto ano consecutivo, fomos certificados pelo Great Place to Work (GPTW) como um “Excelente lugar para se trabalhar”, além da presença por mais um ano no ranking entre as 20 Melhores Empresas para se Trabalhar em Santa Catarina, na categoria de Grandes Empresas e o ranking inédito no estado do Ceará. Ainda, recebemos o selo **Great People Mental Health**, que reconhece que a Lunelli promove a saúde mental, que o time de lideranças demonstra interesse e habilidade em abordar o tema em suas equipes e que nossos colaboradores sentem um ambiente de confiança em construção com foco em aprimorar a segurança psicológica. Fomos reconhecidos como a melhor Empresa Têxtil de 2024 em saúde, bem-estar e segurança no trabalho, indicação realizada pela Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) que reafirma nosso propósito de cuidar das pessoas e proporciona um ambiente de trabalho seguro, saudável e inclusivo. A conquista desses reconhecimentos é motivo de muito orgulho e nos impulsiona à melhoria contínua, reforçando **nosso propósito de promover o sucesso dos nossos clientes através da felicidade e satisfação dos nossos colaboradores.**

Em 2024, avançamos na agenda de Diversidade e Inclusão na Lunelli. Realizamos um trabalho colaborativo, que contou com a participação e construção conjunta dos líderes e colaboradores participantes dos grupos de trabalho locais. Como resultado desse

processo, coletamos sugestões, percepções e informações que compõem nossa **Política de Diversidade e Inclusão**. A partir da escuta ativa, foi possível construir um documento que representa nossas pessoas e nos conecta à cultura da Lunelli. Essa iniciativa faz parte do projeto **Respeito Inspira Respeito** que engloba todas as nossas iniciativas relacionadas ao tema.

Avançamos nos aspectos relacionados ao meio ambiente. Promovemos a inovação em materiais e produtos sustentáveis, estampamos digitalmente mais de 7,9 milhões de metros de malhas e tecidos. Produzimos mais de 15,4 mil toneladas de malhas e tecidos, sendo 99,88% dos fios de algodão responsável e 100% de fios de viscose responsável, além da utilização de Ecovero, Modal e Liocel. Também fomos reconhecidos pelo **Prêmio Expressão Ecologia com o projeto Moda Circular**, que utiliza algodão reciclado em sua composição.

Seguimos aprimorando o cálculo de emissões de gases de efeito estufa, considerando Escopos 1, 2 e 3, a ampliação na transição de compra de energia renovável e a continuidade dos nossos esforços para operações industriais ecoeficientes.

Reforçamos o nosso compromisso como empresa signatária ao Pacto Global da **ONU** Rede Brasil e Rede Paraguay, em que reafirmamos o nosso apoio e engajamento em implementar os Dez Princípios das Nações Unidas relacionados aos temas de Direitos Humanos, Anti-Corrupção, Trabalhadores e Meio Ambiente e na realização de ações e projetos que promovam os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Pelo segundo ano consecutivo, fomos convidados a participar da **COP29-Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas**, no qual apresentamos ao público internacional nossas iniciativas e projetos relacionados ao EESG. O convite para a participação na COP29 é um reflexo do contínuo compromisso da Lunelli com a sustentabilidade e da implementação de ações práticas para fazer moda com significado.

Na Lunelli, **sempre reforçamos a importância do pilar econômico para sustentabilidade do negócio**. Finalizamos o ano com 14 unidades, 46 lojas e mais de 21,5 mil clientes conosco. Atingimos o faturamento de R\$ 1,6 bilhão de reais, resultado este que é fruto do trabalho conjunto. Como forma de valorização, compartilhamos os resultados obtidos ao longo do ano e distribuímos mais de R\$ 15,6 milhões de reais aos nossos colaboradores, por meio do Programa de Conquista de Resultados e Prêmio de Produção.

Nos comprometemos em sempre ter os colaboradores e os clientes no centro das nossas decisões, compreendendo que são eles que promovem o sucesso da Lunelli. Neste relatório, compartilhamos com nossos stakeholders os principais resultados do ano, as informações e ações que realizamos guiados pela nossa ideologia e pela visão de sustentabilidade de **“fazer moda com significado que promova impacto positivo no mundo e para todos.”** Aproveito para agradecer especialmente a todos os colaboradores, representantes, franquizados, fornecedores, parceiros e clientes pela confiança e parceria. E ainda, desejo que possamos celebrar juntos todas as conquistas e avanços compartilhados nesta jornada.

Viviane Cecília Lunelli, Diretora-Presidente da Lunelli



DESTAQUES DE 2024

R\$ 1,6 bilhão

de faturamento

15,4 mil

toneladas de malhas produzidas

26,5 milhões

de peças produzidas

7,9 milhões

de metros de malhas
e tecidos estampados digitalmente

4887 colaboradores

69% mulheres e 31% homens

46 lojas

13 lojas próprias, 28 franquias
e 5 VQL (Varejo Qualificado Lunelli)

21,5 mil

clientes ativos

R\$ 15,6 milhões

distribuídos no Programa Conquista
de Resultados e Prêmio de Produção

Moda responsável:

99,88%

de fio de algodão BCI

100%

de fio de viscose responsável

19%

de redução no envio de resíduos
para aterro

Produtos químicos isentos
de substâncias restritas:

64,04%

na unidade Beneficiamentos Brasil

65,77%

na unidade Vestuário

Moda com Significado



Carlos Eduardo Lima Ferreira - Costura - Lunelli Nordeste

Apresentação Institucional

Em 2024, a Lunelli celebrou seus 43 anos de história. Ao longo desses anos, fomos orientados pela nossa ideologia, pela busca constante de crescimento e pela inspiração de criar moda com significado!

MISSÃO

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

VISÃO

Ser o mais respeitado Grupo Têxtil de Moda do país.

VALORES

Entusiasmo;
Simplicidade;
Obsessão por resultado.

PROPÓSITO

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

Linha do Tempo

Mais do que uma trajetória empresarial, a história da Lunelli é um fio contínuo de compromisso com a excelência. Cada capítulo dessa jornada é tecido com o talento de pessoas que compartilham os mesmos valores. De um sonho empreendedor a marcas consolidadas, seguimos escrevendo essa história com o mesmo entusiasmo que nos trouxe até aqui.



Continuamos a expansão das operações, inaugurando o novo prédio administrativo, financeiro e de expedição, a **Lunelli Comercial**, em Guaramirim/SC, e ainda a aquisição e instalação do processo de automatizado da expedição. A marca **Lunender** passa a ser exclusivamente o nome da marca feminina da empresa e, em 2011, foi criado o Conselho Consultivo da Lunelli. A década também marcou a criação da marca **Hangar 33**, a ampliação de unidades em Luiz Alves/SC e Maracanaú/CE, o início do investimento em estamparia digital e a fundação da **Lunelli Paraguai**.

Década de 2010

Década de 2020

Celebramos os **40 anos de Moda com Significado**. Recordes de faturamento, reconhecimento como uma das 20 melhores empresas para se trabalhar de Santa Catarina e Ceará, na categoria Grandes Empresas do **GPTW**, e participação na **COP** (Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas) refletem o compromisso da empresa com a sustentabilidade e responsabilidade social. A sucessão na presidência, com **Viviane Cecilia Lunelli** assumindo a posição, marca uma grande transição da empresa. Além disso, a assinatura do **Pacto Global da ONU** reafirma o comprometimento da Lunelli com as práticas sustentáveis, traçando o caminho para um futuro ainda mais promissor.

Nosso Modelo de Negócio

(2-6)

Contamos com pessoas comprometidas em fazer moda com significado em todos os nossos processos, desde a entrada do fio na malharia até a entrega da peça final.

Nossa estrutura industrial inclui processos de malharia, tinturaria, estamparia, beneficiamento em geral, corte, costura, estamparia, bordado, acabamentos, dobração, expedição, entre outros processos.

Em 2024, produzimos mais de 15,4 mil toneladas de malha, 7,9 metros de tecidos estampados digitalmente e 26,5 milhões de peças de confecção.

Nossos produtos estão presentes em 58% do território brasileiro

21,5 mil clientes

28 franquias e **5** VQLs (Varejo Qualificado Lunelli)

13 lojas próprias



2. Colaboradores

4887 colaboradores

69% de mulheres e 31% de homens

R\$ 15,6 MM distribuídos em Prêmio de Produção e Programa Conquista de Resultados

1. Fornecimento

535 fornecedores diretos

334 subcontratados e outsourcing

99,88 % de fios certificados BCI

100% de fios de viscose responsável





3. Fabricação

2 unidades certificadas ISO 14001
9 unidades certificadas ABVTEX
5 unidades com compra de energia renovável no mercado livre de energia.
1 unidade com placas solares.
15,4 mil toneladas de malhas produzidas
26,5 milhões de peças produzidas
7,9 milhões de metros de malhas e tecidos estampados digitalmente

4. Comercialização

13 lojas próprias
28 franquias
5 VQLs
21,5 mil clientes
318 representantes



6. Consumidores

Produtos estão presentes em **58%** do território brasileiro



5. Comunidade

R\$ 1,14 milhões investidos
13 projetos apoiados

NOSSAS MARCAS



Com **43 anos de história**, a Lunelli faz gestão de marcas de destaque no mercado da moda. Por meio da **Lunelli Malhas e Tecidos**, oferecemos soluções para confecções e grandes varejistas em todo o Brasil e exterior.

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

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

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

Lunelli

A Lunelli Malhas e Tecidos é reconhecida pela qualidade e inovação de seus produtos, que combinam conforto, durabilidade e sofisticação, atendendo às tendências do mercado e às necessidades de nossos clientes.

Para dar vida a esses tecidos, contamos com o Estúdio Lunelli, um espaço criativo onde desenvolvemos e selecionamos estampas exclusivas, criando designs que conferem identidade única a cada coleção e oferecendo soluções personalizadas para nossos parceiros.

Somos também a maior estamparia digital do Brasil, o que nos permite produzir com agilidade, precisão e menor impacto ambiental. Essa tecnologia de ponta nos proporciona alta definição nas estampas e uma produção mais sustentável, alinhada com a nossa missão de respeitar o meio ambiente em todas as etapas do processo.

A sustentabilidade está no coração do nosso trabalho. Usamos matérias-primas responsáveis e buscamos constantemente soluções que tornem nossa produção mais eficiente e ecológica, sem perder a qualidade que nos define.

Dessa forma, a Lunelli se destaca no mercado, entregando malhas e tecidos que não só atendem às expectativas de inovação e qualidade, mas também reafirmam nosso compromisso com um futuro mais sustentável.

www.lunellimalhasetecidos.com.br

@lunellitextil



Lunender

Referência em moda feminina, a Lunender apresenta, a cada coleção, peças criadas para acompanhar as mulheres em todas as ocasiões do dia a dia. Combinando informação de moda e estilo, a marca aposta em uma moda democrática, elegante e cheia de personalidade.

Pensada para mulheres reais, a Lunender celebra a autenticidade e o poder feminino, trazendo elegância e conforto em cada detalhe.

@lunenderoficial



Lunender
mais mulher

Lunender
H!TS



Coleção Alto Verão 2025



A Lez a Lez é uma marca de Moda Urban Beach para mulheres de espírito jovem, sofisticadas, modernas e femininas, que permite com que elas explorem suas diferentes ocasiões de uso, que seja leve e equilibrada, mesclando sobriedade de tons clássicos e estampas autênticas, sendo naturalmente sensual. Nosso compromisso é construir e comunicar moda com significado. A fabricação do jeans da nossa linha Don't Turn Your Back To The World passa por diversas etapas, da utilização de tecidos com base Eco Cycle, que possuem fibras de jeans reciclado na composição e economizam até 93% de água durante o acabamento, até o algodão com certificação BCI (Better Cotton Initiative).

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

www.lezalez.com

@lezalez



Vila flor

Autêntica e cheia de cor, a Vila Flor nasceu com o propósito de fazer moda de forma sustentável e democrática.

Nosso conceito é, a partir de excedentes de malhas e tecidos, desenvolver, de forma sustentável, produtos que abraçam as características de cada corpo, manequim e estilo. Além disso, as modelagens atendem às diversas ocasiões e atividades do dia a dia.

Acreditamos que a moda serve para expressar personalidade, que precisa ser fácil, leve e para todas.

www.vilaflor.com.br

@modavilaflor





HANGAR 33

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

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

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

www.hangar33.com.br

@hangar_33



Coleção Primavera 2024



A Fico Surfwear nasceu da ligação com o mar do litoral de São Paulo. Raphael Levy, que passou a adolescência surfando nas praias do Guarujá, decidiu desenvolver uma marca que expressasse o seu amor pelo esporte. Em 1983, ele iniciou oficialmente a mudança, 100% nacional e, em 2019, a Lunelli a adquiriu.

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





A Alakazoo faz moda para transformar a infância em um mundo mágico! Cada detalhe remete à beleza e à fantasia do universo infantil, proporcionando muita imaginação e fazendo entender que todas as pessoas são capazes de realizar pequenas mágicas para tornar o mundo um lugar melhor. Com inclusão e empatia, nós criamos um mundo cheio de oportunidades!

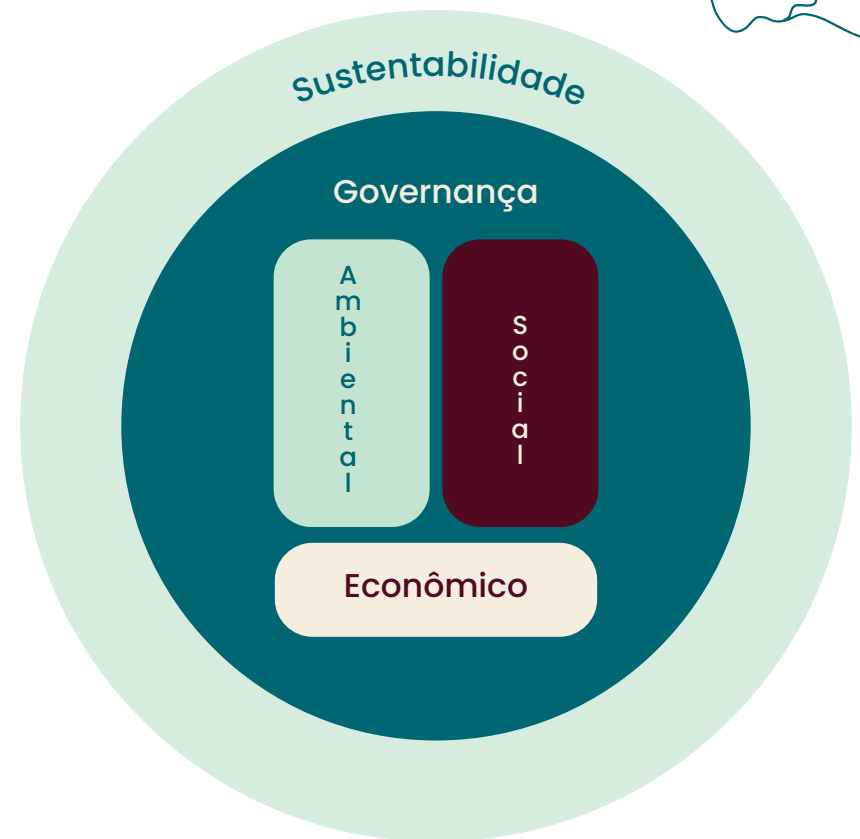
@instalakazoo



Visão de Sustentabilidade

Fazer Moda com Significado que Promova Impacto Positivo no Mundo e Para Todos.

Orientamos a nossa estratégia de sustentabilidade a partir do conceito do desenvolvimento sustentável e os princípios **ESG**, com os quais buscamos promover o equilíbrio entre os pilares Econômico, Social e Ambiental, incluindo a Governança como pilar estruturante. Unindo esses conceitos e boas práticas ao compromisso em fazer Moda com Significado e à ideologia da Lunelli, trabalhamos internamente como **EESG**.



E

Econômico

Geração de emprego e renda, sustentabilidade financeira do negócio, distribuição de resultados e geração de valor.

E

Ambiental

Cuidados da empresa com os recursos e produtos / serviços para redução de impacto ambiental.

S

Social

Relações humanas da empresa, dentro e fora, com colaboradores, comunidade, clientes, fornecedores e parceiros em geral.

G

Governança

Boas práticas de gestão das organizações (políticas, processos, cultura, etc.), integridade, transparência, equidade, responsabilização e sustentabilidade.

Temas Prioritários

(3-1)

Nosso último processo de materialidade contou com as seguintes etapas:

- 1** Análise de documentos internos e externos, além de análise mercadológica, relatórios setoriais e estratégias EESG para atualização da lista de temas potenciais;
- 2** Realização de processo de escuta, com entrevistas com stakeholders e líderes internos, e pesquisa via formulário online com stakeholders externos;
- 3** Análise dos resultados coletados e revisão dos temas materiais do ciclo anterior para comparação e verificação de atualizações e avanços.
- 4** Estruturação da Matriz de Materialidade atualizada e início do movimento de comunicação com stakeholders.

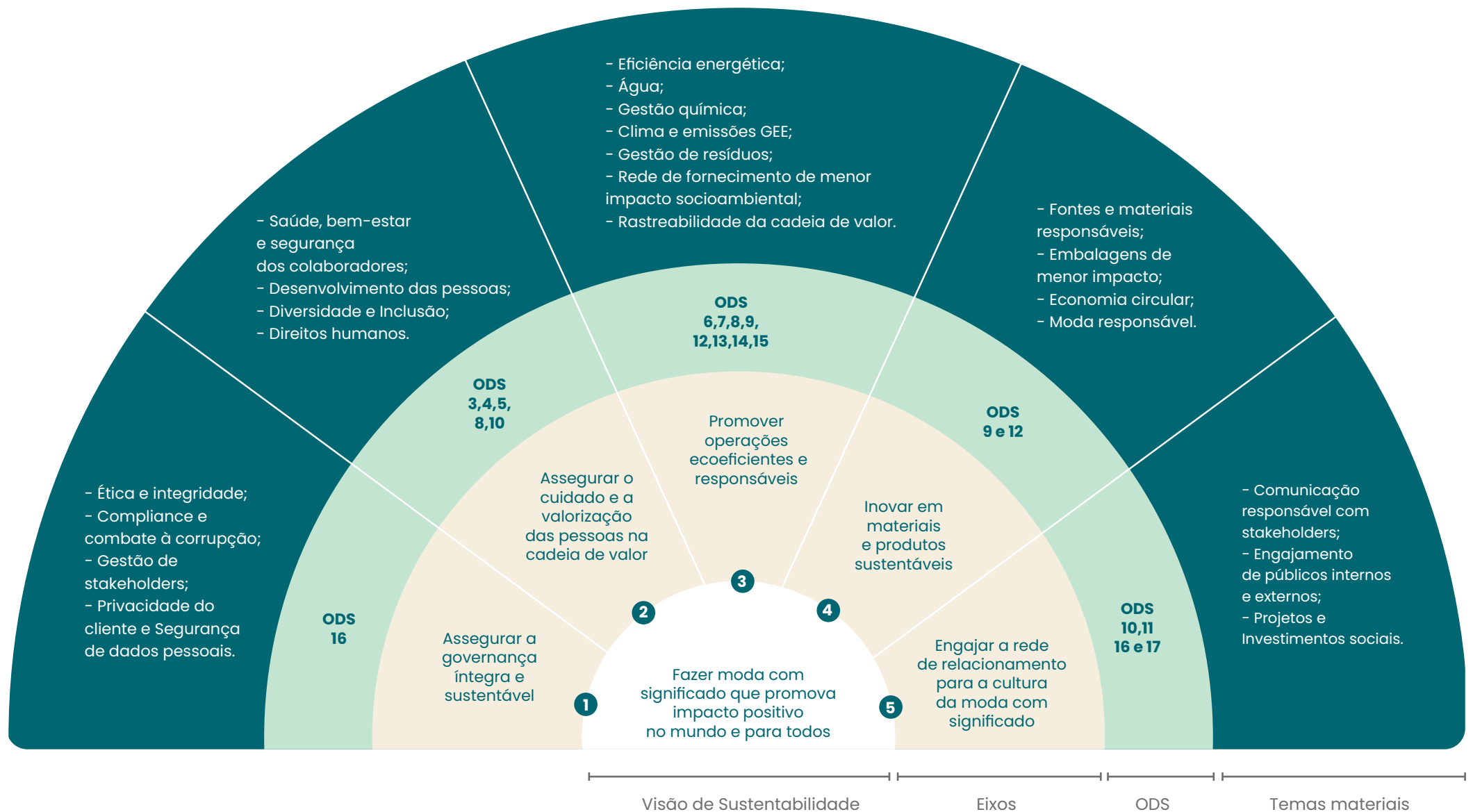
Com base na coleta dos temas materiais identificados, estruturamos uma Matriz de Materialidade, organizando-a conforme sua relevância e impacto. Esse processo destacou os assuntos mais significativos para a Lunelli e seus stakeholders. A lista de temas materiais foi integrada à estratégia de sustentabilidade, alinhando-se aos nossos eixos e iniciativas.

A revisão de materialidade fortalece nossa visão sobre o contexto empresarial, permitindo decisões mais estratégicas e fundamentadas em nosso compromisso contínuo com a sustentabilidade. Estamos empenhados em transformar essas percepções em ações concretas, impulsionando um impacto positivo e duradouro para todas as partes interessadas.



Lista de Temas Materiais

(3-2)



Relação com ODS

Em 2023, a Lunelli, Brasil e Paraguai, tornou-se signatária do Pacto Global da ONU, uma iniciativa da Organização das Nações Unidas que estimula empresas a adotar princípios universais relacionados aos direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Essa adesão representa um marco importante em nossa trajetória, conectando-nos a uma comunidade global comprometida com a sustentabilidade.

Para isso, priorizamos 9 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estratégicos para orientar nossas ações, potencializando os resultados de nossa gestão e alinhando nosso propósito de fazer moda com significado a metas globais de sustentabilidade.

Além disso, para 2024, reforçamos o compromisso com o desenvolvimento sustentável ao fortalecer a comunicação interna sobre os ODS. Buscamos não apenas explicar cada um dos 17 ODS, mas também destacar aqueles que são prioritários para a Lunelli. Essa ação visa ampliar o entendimento e o engajamento de nossos colaboradores, fortalecendo a cultura de sustentabilidade dentro da empresa.

Desse modo, reafirmamos nosso compromisso em promover impactos positivos para a sociedade e o planeta. Essa iniciativa reforça nossa perspectiva de que a moda pode ser um motivador de transformação para gerar mudanças positivas a todos.





ODS 3 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir com a promoção de Saúde e Bem-estar dos nossos colaboradores e comunidade, como práticas, benefícios e programas que auxiliam em uma vida saudável e promovem o bem-estar para todos, em qualquer idade.



ODS 4 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir para promover a educação de qualidade, como aumentar o número de colaboradores treinados em desenvolvimento técnico e de capacitação básica, aumentar o número de líderes com formação e desenvolvimento de capacidades, aumentar a oferta e maior adesão às bolsas de estudos e oportunidades de desenvolvimento profissional para todos.



ODS 5 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir com a promoção de igualdade de gênero, como aumentar a representação feminina em geral, em cargos gerenciais e na cadeia de abastecimento, realizar a gestão de reclamações relacionadas à discriminação de gênero e fornecer capacitação sobre a não discriminação.



ODS 6 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir com a preservação o uso consciente da água, inclusive fornecer acesso à água potável e ao saneamento em nossas operações, na comunidade e na cadeia de abastecimento, conduzir avaliações do risco hídrico e realizar a gestão de águas residuais e de substâncias químicas na operação.



ODS 8 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para promover o trabalho decente e o crescimento econômico, incluindo o pagamento de um salário justo, a garantia de condições justas de trabalho em nossas operações e a disponibilização de oportunidades de desenvolvimento profissional.



ODS 9 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir com a promoção indústria, inovação e infraestrutura, incluindo construção de infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.



ODS 10 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para promover a redução das desigualdades, incluindo o investimento social, benefícios e cuidado com as pessoas, a promoção de oportunidades igualitárias, o aumento da representatividade no quadro geral de colaboradores e lideranças, o empoderamento e a promoção da inclusão social e econômica.



ODS 12 – Destaca as principais práticas que podemos adotar para contribuir com a promoção do consumo e produção responsáveis, incluindo a adoção de princípios da economia circular, a avaliação do impacto dos fornecedores sobre o consumo de recursos e o estabelecimento e divulgação pública de metas de sustentabilidade.



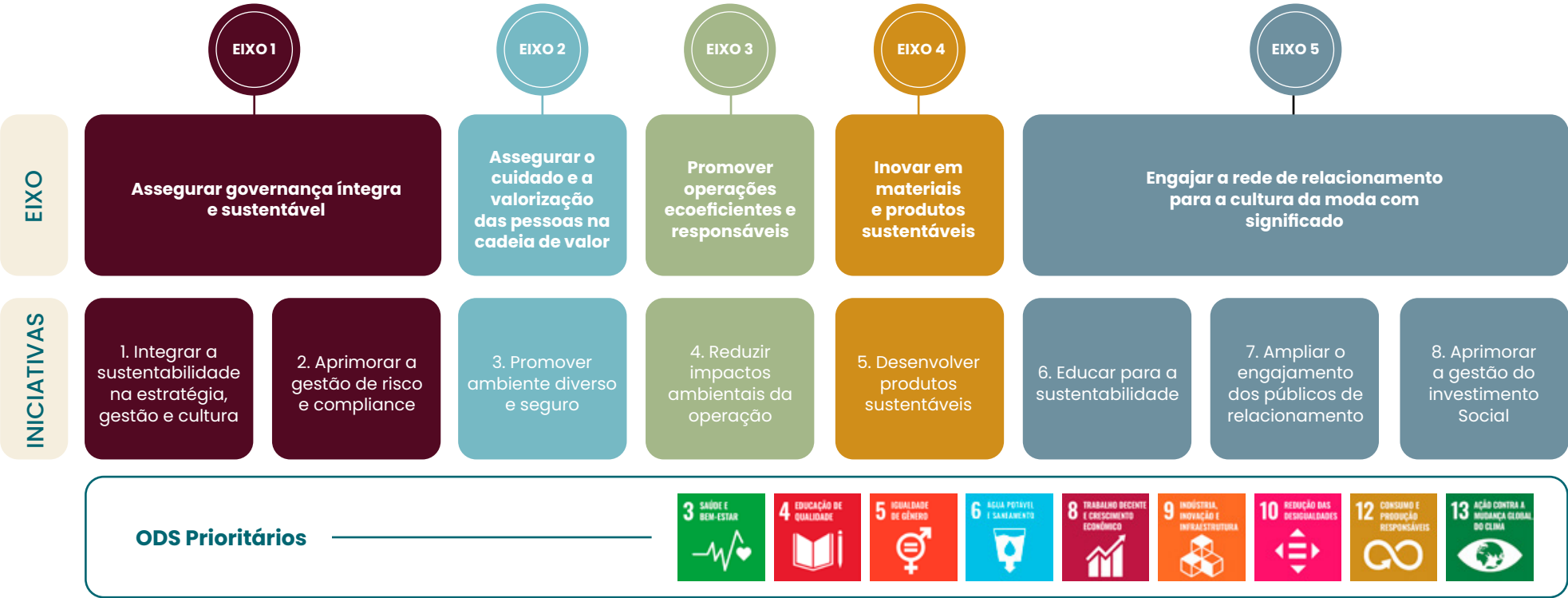
ODS 13 – Destaca as principais práticas que podemos adotar contra a mudança global do clima e os seus impactos. Além de reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados ao clima e às catástrofes naturais, integrar medidas de mudança do clima nas políticas, estratégias e planejamentos, melhorar a educação, aumentar a conscientização e a capacidade humana e institucional sobre mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce da mudança do clima e realizar a identificação a gestão dos riscos para o negócio.

Estratégia de Sustentabilidade

(2-22, 3-3)

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

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



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



Como Geramos Valor (2-24; 3-3)

EIXO	ODS	Tema Material	Valor para o negócio	Limite interno ou externo
EIXO 1 Assegurar a governança íntegra e sustentável		- Ética e Integridade; - Compliance e combate à corrupção; - Gestão de Stakeholders; - Privacidade do cliente & Segurança de Dados pessoais.	Zelar pela integridade na condução do negócio e preservar pela reputação da marca e imagem institucional. Gerenciar os riscos econômicos e socioambientais da organização e da cadeia de valor, além de assegurar a conformidade com a legislação vigente.	Interno e externo
EIXO 2 Assegurar o cuidado e a valorização das pessoas na cadeia de valor	    	- Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores; - Desenvolvimento das pessoas; - Diversidade e Inclusão; - Direitos Humanos.	Oferecer um ambiente de trabalho seguro e saudável, respeitando integralmente os direitos humanos. Promover a diversidade e a inclusão com base no respeito, enquanto proporcionamos o desenvolvimento, a capacitação e a valorização de nossos colaboradores, visando atrair e reter talentos comprometidos com uma moda com significado.	Interno e externo
EIXO 3 Promover operações ecoeficientes e responsáveis	       	- Eficiência energética; - Água; - Gestão química; - Clima e emissões GEE; - Gestão de resíduos; - Rede de fornecimento de menor impacto socioambiental; - Rastreabilidade da cadeia de valor.	Adotar uma abordagem responsável na utilização dos recursos e desenvolver soluções para ecoeficiência. Gerenciar o consumo e os impactos socioambientais gerados. Fomentar uma cadeia de fornecimento em conformidade com os compromissos de sustentabilidade, assegurando a integridade das informações nos processos e produtos desenvolvidos.	Interno e externo
EIXO 4 Inovar em materiais e produtos sustentáveis	 	- Fontes e Materiais responsáveis; - Embalagens de menor impacto; - Moda Circular.	Promover o uso responsável de recursos naturais em colaboração com a cadeia produtiva para minimizar o impacto ambiental. Estimular a economia circular e proporcionar o aumento da vida útil dos materiais.	Interno e externo
EIXO 5 Engajar a rede de relacionamento para a cultura da moda com significado	   	- Comunicação com Stakeholders; - Marketing responsável; - Projetos e Investimentos sociais.	Engajar, treinar e comunicar de maneira estratégica para fortalecer a visão institucional de uma moda com significado. Atuar com sinergia com as marcas e com a imagem institucional, além de divulgar para a rede de relacionamentos. Contribuir para o impacto positivo nas comunidades e promover o desenvolvimento com o investimento social.	Interno e externo

Governança



A integridade e a transparência são o alicerce do nosso modo de operar. Para a Lunelli, fazer moda vai além das peças que criamos, trata-se de cultivar significado em cada passo do processo. Priorizamos relações que promovam um ambiente de colaboração e prosperidade mútua, deixando um impacto positivo em todos os envolvidos.

*moda com
significado*



Julia Eloisa Heupa de Souza – CRL – Lunelli Comercial

Estrutura da Governança

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

Definimos nossa Governança Corporativa com o auxílio de um conjunto de mecanismos de monitoramento e controle que têm o objetivo de assegurar que as decisões do negócio sejam tomadas em linha com os objetivos de longo prazo da organização. A atuação das atividades de governança, conformidade e gestão de riscos é orientada em consonância com os princípios de governança, conforme o Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa: Integridade, Transparência, Equidade, Responsabilização e Sustentabilidade, estabelecidas pelo IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa).

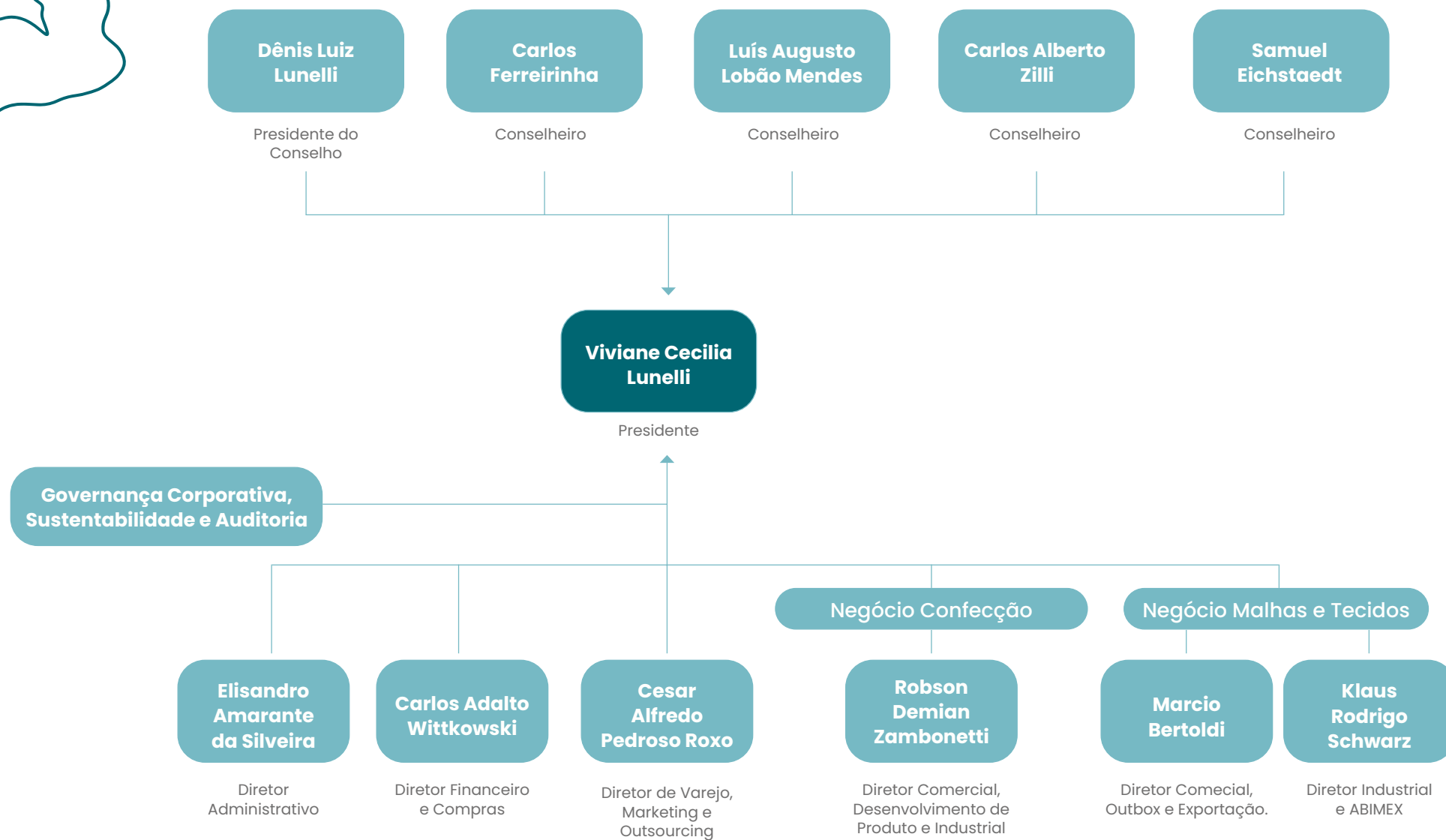
A Lunelli é uma organização de capital fechado, com três sócios acionistas pertencentes à família fundadora da empresa e o conselho consultivo formado por 5 representantes. Ao Conselho, compete a orientação geral dos negócios da companhia, definindo sua missão, objetivos e diretrizes, além de planos,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

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

Em 2024, registramos a mudança de posição de Samuel Eichstaedt, que deixou a diretoria para assumir o cargo de conselheiro da empresa, com foco em projetos de pesquisa e inovação. No mesmo período, tivemos a saída de dois conselheiros: Antídio Aleixo Lunelli e Carlos Alberto Zilli.

No âmbito da diretoria, também foi registrada a saída de mais um profissional, o que motivou a reestruturação do corpo diretivo e de suas respectivas atribuições. Para dar sustentação à gestão do negócio, a Diretoria passou a ser composta por seis diretores, além da Diretora-Presidente, com atividades segmentadas por unidades de negócio e áreas de gestão.

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



Gestão de Riscos

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

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

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

Estrutura de Linhas de Defesa – Gestão de Riscos e Crises:



As auditorias interna e externa têm a função executiva e de assessoramento. Concluímos o ano de 2024 com 31 auditorias internas e 1.960 horas de auditoria externa contratada, com foco em operações e demonstrações financeiras e fiscais.

Para complementar a gestão de risco, elaborou-se o mapa de risco que proporciona uma visão ampla sobre as nossas operações, processos e áreas. Essa ferramenta nos permite identificar e gerenciar os diversos tipos de riscos que podem impactar no desempenho do negócio e a geração de valor. Os riscos são identificados e classificados, de acordo com a sua natureza, em quatro macro categorias: Riscos Estratégicos, Financeiros, Operacionais e de Conformidade.



A partir da identificação, é realizada a avaliação do grau de exposição ao risco, considerando o potencial de impacto e a probabilidade de materialização, bem como as possibilidades de tratamento e mitigação. Essa análise nos permite não apenas mitigar possíveis impactos, mas também transformar desafios em oportunidades, contribuindo para a tomada de decisão.

Para mitigar os riscos identificados, a alta administração, bem como as áreas de apoio e lideranças operacionais relacionadas às linhas de defesa, têm responsabilidade sobre os processos o gerenciamento direto dos riscos desde a sua identificação, monitoramento, ações corretivas para melhoria da gestão, processos e controles internos. Para compor a análise de riscos, realizamos um mapeamento direcionado a à cadeia de abastecimento, identificando oportunidades de melhoria na gestão de fornecedores, abastecimento de insumos e matéria-prima e terceirizações. A partir do impacto causado pelas enchentes no Rio Grande do Sul, realizamos uma análise de riscos operacionais, financeiros e estratégicos para o negócio e, motivados pelos recentes eventos climáticos extremos, incorporamos na análise de riscos para o negócio.

Para mitigação dos riscos e suporte à alta administração, contamos com a estrutura de Comissões de Trabalho, que foi reestruturada em 2024, alinhando suas atividades e dando sustentação ao crescimento e atingimento dos projetos e objetivos estratégicos da Lunelli.

- Competitividade e eficiência operacional/ Malhas e Tecidos
- Competitividade e eficiência operacional/ Confecção
- Infraestrutura
- Transformação digital
- Financeira
- LunelliPrev
- Gestão de Pessoas
- Sustentabilidade

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

No total, as comissões foram compostas por 43 colaboradores, sendo 86% líderes e 14% de colaboradores-chaves. Além disso, a representatividade de gênero foi composta por 77% de homens e 23% de mulheres.

Devido à reestruturação, o tempo médio de participação dos membros da comissão foi de 1,5 ano.

Comissões de Trabalho - Estatísticas	2022	2023	2024
Quantidade de Reuniões	115	92	86
Quantidade de Propostas	470	411	273
Propostas Aprovadas	245	235	157
Propostas Registradas	195	151	95
Propostas Reprovadas	26	18	16

Em 2024, mantivemos o Comitê de Gestão de Pessoas, composto pelo Presidente do Conselho, um Conselheiro, a Presidência e a Gerência da área de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade. Esse comitê reforça nosso compromisso com a governança corporativa e a valorização das pessoas, assegurando uma gestão estratégica e sustentável.

No mesmo ano, criamos nove Plataformas de Negócios da Lunelli para atender aos objetivos estratégicos de avanço das marcas, buscando o crescimento do faturamento com share e lucratividade. Cada plataforma é acompanhada pelo diretor responsável e composta por colaboradores-chave.



Cultura da Ética e Integridade

Código De Conduta

(2-23; 205-2)



O Código de Conduta da Lunelli foi elaborado com base na ideologia, valores e princípios. O documento norteia nossa conduta profissional, estabelece as normas e atitudes consideradas adequadas para a promoção de um excelente lugar para se trabalhar.

O documento está organizado em três temas principais: Ambiental, Social e Governança. Além dessa estrutura, o Código de Conduta apresenta quais ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU – estão vinculados com cada tema.

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

Em 2023, realizamos o treinamento de 100% dos colaboradores no Código de Conduta.

No ano de 2024, esse processo foi incorporado na integração dos novos colaboradores, garantindo que, ao iniciarem sua jornada na Lunelli, já tenham conhecimento sobre nossos princípios e valores organizacionais. Realizamos um plano de comunicação interna para reforçar e manter o tema sempre presente, abordando de forma clara e acessível todos os tópicos do Código de Conduta.

Em relação ao **Código de Conduta para Fornecedores**, após realizarmos o mapeamento completo de nossos parceiros, iniciamos o processo de consentimento formal para todos os fornecedores com contratos jurídicos. Com isso, garantimos que eles estejam cientes e concordem com as premissas estabelecidas no documento. Em 2024, encerramos o ano com 85% dos contratos já contendo a cláusula de ciência sobre o Código de Conduta de Fornecedores. Os contratos que não incluíram essa cláusula no início do processo foram identificados e um plano de ação corretivo foi implementado, assegurando que tais omissões não se repetissem. Esse plano tem como objetivo fortalecer nosso compromisso com a ética e o alinhamento aos nossos valores em todas as relações comerciais.

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

Código de
Conduta de
fornecedores
e parceiros



Código de
Conduta



POLÍTICA DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

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

Em 2024, intensificamos a comunicação sobre a Política de Segurança da Informação para todos os colaboradores, reforçando a conscientização e destacando a importância fundamental desse tema para a proteção e o fortalecimento do nosso negócio.

Ao avaliarmos os resultados de 2024, registramos um total de 18 incidentes relacionados à Política de Segurança da Informação. No entanto, fortalecemos nossa capacidade de resposta, assegurando que 100% dos casos fossem tratados com as medidas corretivas adequadas, reafirmando nosso compromisso com a segurança e a proteção das informações.

ANTICORRUPÇÃO

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

Não admitimos atitudes e ações que envolvam pagamento e/ou recebimento de benefícios indevidos (presentes, favores, empréstimos, contribuições, serviços especiais) ou que caracterizem suborno, corrupção, propina ou a troca de favores com servidores públicos, a fim de obter qualquer favorecimento ou privilégio de agentes governamentais.

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

Canal de Ouvidoria (2-26; 406-1)

Na busca constante por transparência e ética, valorizamos a participação ativa de nossos colaboradores e da comunidade para garantir o alinhamento aos princípios estabelecidos em nosso Código de Conduta.

Para facilitar a comunicação de dúvidas ou o relato de ações que possam estar em desacordo com esses princípios, disponibilizamos canais de ouvidoria acessíveis 24 horas por dia, por meio de nossos canais de comunicação. Os canais permitem que o contato seja feito de forma anônima, ou seja, sem a necessidade de identificação.

Acreditamos que a contribuição de todos é essencial para fortalecer a integridade e a cultura ética em nossa organização. Assim, todos os relatos recebidos são tratados com seriedade e total confidencialidade. Nossa equipe jurídica conduz as análises e investigações, assegurando um processo imparcial e rigoroso para cada situação relatada.

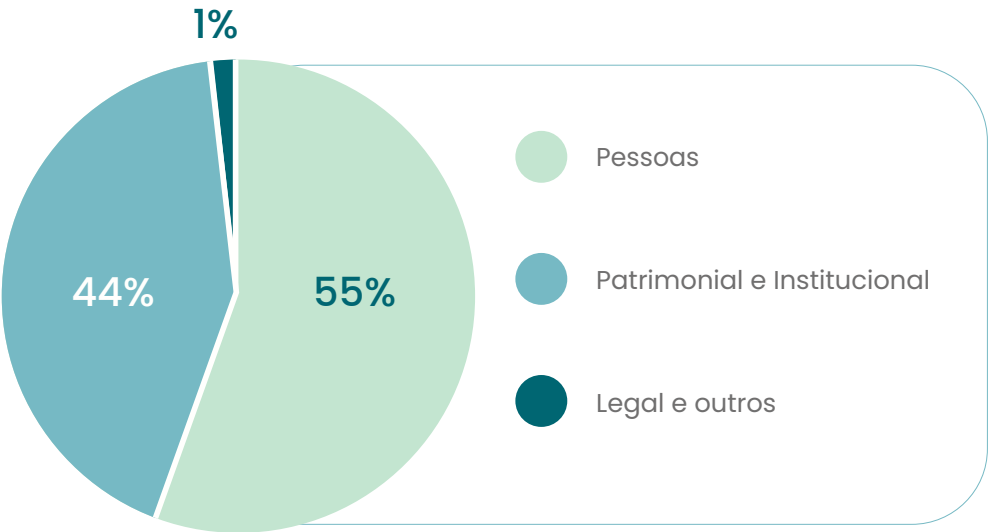
Caso o relator opte por se identificar, garantimos um posicionamento em até cinco dias corridos após o relato, reforçando nosso compromisso com um retorno ágil e eficiente.

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

Para 2024, disponibilizamos o acesso à Ouvidoria também no formato QR Code, que está disponível em vários pontos das unidades e pelo aplicativo Sou Lunelli, disponível para todos os nossos colaboradores, além do telefone e e-mail. Com os novos formatos, estimulamos ainda mais a utilização deste canal, totalizando 322 interações, sendo classificadas em três principais temas: **Pessoas; Patrimonial e Institucional; e Legal e outros.**

Canal de Ouvidoria

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



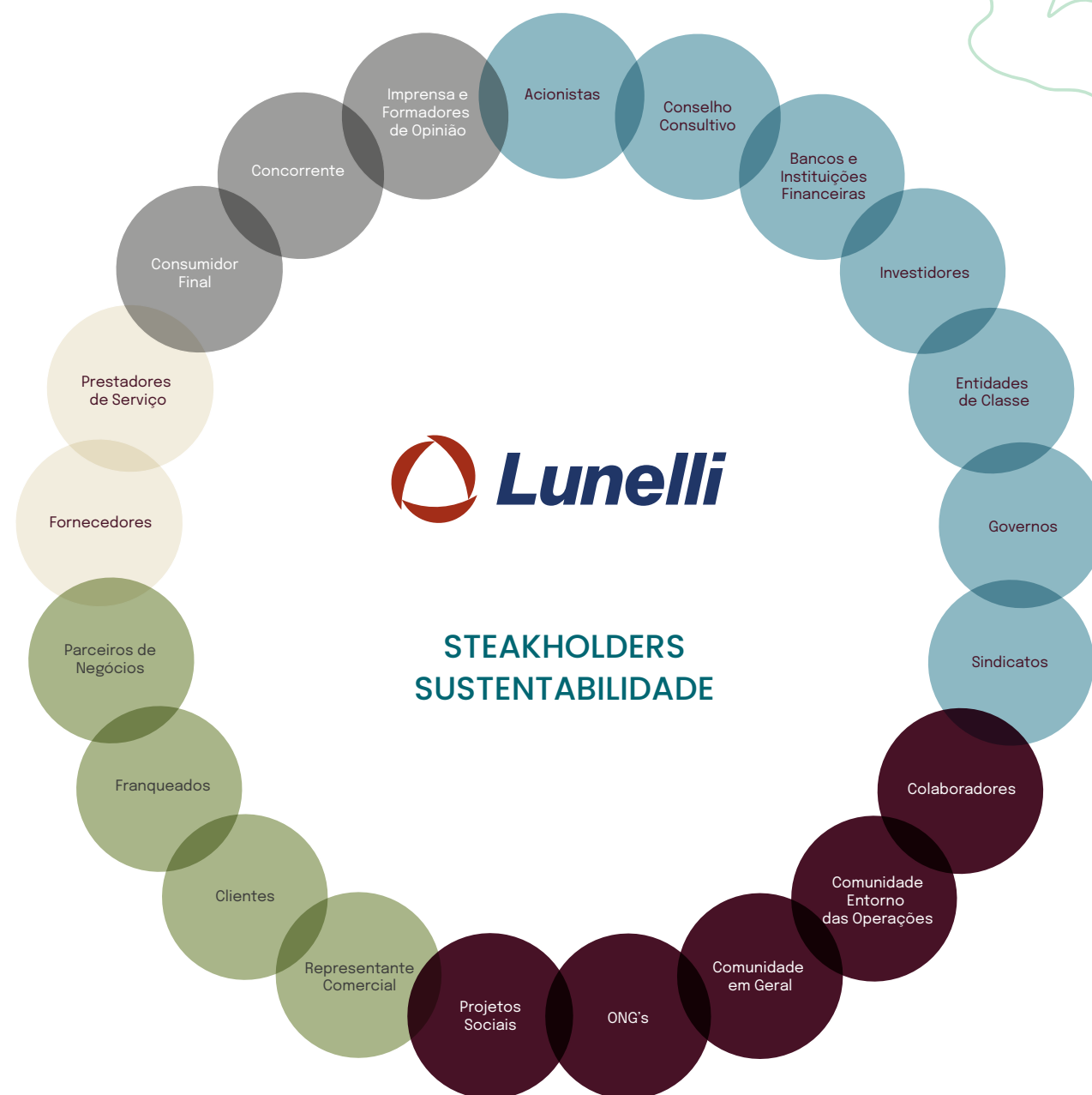
Encorajamos todos a utilizarem os canais de ouvidoria sempre que necessário, reafirmando nosso compromisso com a integridade, o respeito mútuo e a construção de um ambiente de trabalho transparente e responsável.



Comunicação Consciente com os Públicos de Relacionamento

(2-29)

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



Engajamento e Comunicação com Público Interno

Realizamos a comunicação com nosso público interno, buscando o fortalecimento das nossas relações, a promoção da transparência e a comunicação responsável.

Para nossos líderes e colaboradores, realizamos reuniões trimestrais de resultados, apresentando os principais números e o desempenho do negócio e as principais ações realizadas no período. Também realizamos a comunicação por meio dos canais de Endomarketing e a realização de pesquisa de engajamento e clima.



Priscila Elen Pessati Dalpra – Gestão de Pessoas – Lunelli Vestuário
Sueli da Cunha Colasio – Gestão de Pessoas – Lunelli Vestuário

Aplicativo Sou Lunelli

Em 2024 realizamos o lançamento do aplicativo Sou Lunelli, uma ferramenta digital de comunicação corporativa, através da qual todos os colaboradores recebem informações sobre nossos benefícios, campanhas, nossas marcas e produtos, além da possibilidade de realizarem suas próprias postagens, compartilhando seu dia a dia e conquistas com colegas de empresa. O aplicativo também fornece acesso a dados da relação de trabalho, como folha de pagamento, extrato de horas e cartão ponto, recibos de férias, informes de rendimentos, entre outros.

Sou Lunelli



Reunião de Vendas

Realizamos as convenções de vendas, com lançamentos de coleções, para nosso time comercial, representantes e franqueados, com o objetivo de realizarmos o alinhamento comercial e estratégico. Em nossas reuniões presenciais, organizamos uma imersão ao universo das marcas e aos temas de cada coleção, como forma de transmitir a coleção e desenvolvê-la para representar as marcas ao mercado.

Nesse encontro, homenageamos os representantes por tempo dedicado à empresa. Nosso objetivo é reconhecer de forma formal seu trabalho, agradecendo sua dedicação e competência ao longo dos anos.



Lunelli Luiz Alves

Café com essência

Este é um momento especial em que os colaboradores têm a oportunidade de se inscrever para uma conversa junto a Presidente, promovendo a troca de aprendizados, esclarecimento de dúvidas e compartilhamento de sugestões. Em 2024, esses encontros foram realizados nas unidades de Beneficiamentos, Luiz Alves, Outbox, Abimex, LNL Têxtil, Vestuário e Comercial, todas localizadas em Santa Catarina, além da Unidade Nordeste, no Ceará.

Eventos e Comunicação com Público Externo

Para todos os públicos e partes interessadas externas, realizamos a comunicação Institucional por meio de mídias sociais, site institucional e marcas, relatório de sustentabilidade e comunicações de imprensa.

Para atendimento aos nossos clientes, realizamos o atendimento por meio da Central de Relacionamento Lunelli, além dos canais de atendimento das plataformas de ecommerce e redes sociais.

Buscamos manter abertos os canais de diálogo e escuta com toda a nossa rede de relacionamentos.

Em 2024, demos continuidade ao **“Walk the Talk”**, movimento de comunicação com partes interessadas, promovendo e participando de diálogos e debates para os temas relacionados ao **EESG**.

Gumz Transforma 2024

Inspirar para agir,
transformar
para crescer

O evento é voltado para temas estratégicos como gestão, cenário econômico, empreendedorismo, performance, motivação e vendas. Contou com a presença e palestra de Clóvis de Barros Filho e nossa participação no painel “Cultura, ambiente e felicidade no trabalho”, com Viviane Cecilia Lunelli e July Rodermel discutindo a importância da cultura organizacional na performance e no engajamento dos colaboradores. Um ambiente saudável impulsiona produtividade e inovação.

Mulheres que Inspiram 2024

Participamos e apoiamos o evento “Talk Mulheres Brilhantes”, que fortalece o empreendedorismo e networking feminino. Em sua quarta edição, reuniu empresárias e líderes para compartilhar experiências e insights sobre desafios e inovação nos negócios. Entre as palestrantes, destacamos a participação da nossa Presidente Viviane Cecilia Lunelli, além de outras lideranças femininas de grande relevância como Juliana S. Tridapalli, delegada regional de Blumenau, e Valda Stange, CEO da TopMed.



FIESC: Radar Reinvenção 2024

Participamos do evento “Radar Reinvenção 2024”, promovido pela FIESC, debatendo o futuro da indústria catarinense. No painel “Referências – Performance nos Negócios”, nossa presidente, Viviane Cecilia Lunelli, compartilhou insights sobre governança corporativa e indicadores de performance, reforçando o compromisso com a sustentabilidade empresarial, juntamente com Leonardo Zipf (Duas Rodas) e Hugo Schneider (Grupo H. Carlos Schneider) e com moderação de Alex Marson (Neoliderança) e Caroline Maldaner (F.M. Pneus).



Seminário Sul do IBGC

Participamos do painel Walk The Talk: Cultura de Integridade, destacando a importância da ética em nossas práticas e relações, em conjunto com Alberto Conrad Lowndes, presidente da Haco e com moderação de Bruno Basso, coordenador do capítulo Santa Catarina do IBGC. A integridade está no centro da nossa cultura, orientando operações e promovendo um ambiente de confiança e respeito.



ONDM – O Negócio da Moda

Com grande satisfação, a Lunelli participou das duas edições ONDM de 2024. Em Goiânia, o evento, além de oferecer uma grande feira de negócios e ativações de marca, proporciona ao público palestras com os maiores especialistas do mercado. Durante o painel “Muito além da moda: ações que transformam através do ESG”, tivemos a oportunidade de trocar experiências com o Fundador e CEO do Grupo Sallo, Marcos Silva e o Fundador da Multiplier e sócio da GL Têxtil, Caetano Laudelino, com quem compartilhamos insights sobre o olhar para o meio ambiente, inovação de produtos com baixo impacto e uma governança justa e ética. Em Santa Catarina, o Presidente do Conselho, Dênis Lunelli, juntamente com Jaqueline Drews (GL Têxtil) e Thiago Casagrande (Casagrande Consultores), debateram o futuro das vendas via representantes comerciais.

Walk the Talk – Diálogos para um Futuro Mais Responsável

Apresentamos os principais destaques do Relatório de Sustentabilidade 2023, reforçando iniciativas e práticas para atuarmos de forma mais sustentável. Foi um momento de troca sobre avanços, desafios e compromissos futuros, alinhados à responsabilidade social e ambiental.



Isabella de Quadros Brustolim – Sustentabilidade – Lunelli Vestuário
Caio Mandolesi – Mediador e Jornalista
Mariana Riskoski Emmerich – Sustentabilidade – Lunelli Vestuário



CONCARH

No painel “Conversas Necessárias – Um diálogo entre CEOs, RHs e Lideranças”, abordamos diversidade, inclusão e economia do cuidado, enfatizando que cultura organizacional sustenta estratégias eficazes. Estivemos ao lado de Gladys Dinis, Diretora de Capital Humano em Angola, e Dione de Quadros, Diretora de Gente e Gestão da Intelbras, com mediação de Eliane Ramos, Vice-Presidente do Conselho da ABRH Brasil.



1º Haco Summit

No 1º Haco Summit, nossa presidente, Viviane Cecilia Lunelli, participou de um talk sobre gestão, debatendo desafios e oportunidades do setor têxtil, ao lado de Alberto Conrad Lowndes, presidente da Haco, e Tiago Altenburg, presidente da Altenburg, com mediação de Marco Antônio Oliveira, CEO da O4B Consultoria. O evento foi uma troca enriquecedora sobre inovação e competitividade na indústria da moda.

Lide Tendências

Participamos do Lide Tendências, promovido pelo LIDE SC, no qual foi apresentado o “Manifesto Educação para o Futuro”, conectando academia, setor produtivo e sociedade. O objetivo é fortalecer a educação como base para o desenvolvimento socioeconômico sustentável de Santa Catarina.



Congresso Internacional da ABIT

Tivemos a honra de participar do Congresso Internacional da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, com o painel “O desenvolvimento sustentável como driver estratégico para a competitividade”, junto a painelistas como Lars Fogh Mortensen, especialista em Economia Circular da Dinamarca, Sissi Alves da Silva, Coordenadora-geral de Bioeconomia e Economia Circular do MDIC, Leandro Ito, Head de Sustentabilidade da C&A, e Paulo Amaury Sarmento Costa, sócio da Nova Kaeru, com moderação de Fernando Valente Pimentel, Diretor Superintendente da ABIT. Seguimos comprometidos em construir um futuro sustentável com moda de impacto positivo.



Congresso Internacional de Felicidade

Estivemos presentes no Congresso Internacional de Felicidade, um evento que se conecta profundamente com o nosso propósito. Acreditamos que moda é sobre impacto positivo e bem-estar. Participar do Congresso Internacional de Felicidade reforça nosso compromisso com o desenvolvimento humano e o cuidado com cada pessoa. Seguimos inspirados pelo propósito que nos guia: Promover o sucesso do nosso cliente através da felicidade e satisfação do nosso colaborador.



COP29

Baku
Azerbaijan



COP 29

Pelo segundo ano consecutivo, a Lunelli foi convidada a participar da COP 29 - 29ª Edição da Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas. Esse é um evento global e essa edição aconteceu em Baku, no Azerbaijão.

Durante a conferência, a empresa participou de um painel exclusivo, no qual apresentou os projetos desenvolvidos para fortalecer sua agenda de sustentabilidade e os resultados alcançados em temas como moda circular, inventário de gases de efeito estufa, diversidade e inclusão e desenvolvimento da cadeia de fornecedores. Além disso, a Lunelli foi convidada a participar de outros dois painéis temáticos: o primeiro abordou a importância da escuta e da construção colaborativa para a diversidade e o segundo discutiu as ações da indústria da moda para promover a economia circular.

A COP29 tem como foco central a urgência de alinhar políticas globais aos compromissos do Acordo de Paris, firmado em 2015, e que exige que os países signatários apresentem anualmente seu progresso na redução das emissões de gases de efeito estufa. Em sua edição deste ano, o evento abordou também temas como diversidade e inclusão, economia circular e os desafios das cadeias de suprimentos globais, fundamentais para uma transição justa e inclusiva para uma economia verde.

O convite para a participação na COP29 é um reflexo do contínuo compromisso da Lunelli com a sustentabilidade e da implementação de ações práticas, mas seguimos com a jornada, acreditando que cada passo dado em direção a um futuro mais sustentável tem o poder de transformar a indústria da moda.

Participação na Sociedade

(2-28; 2-23)

Em 2024, fortalecemos nossas parcerias com entidades e associações, promovendo a troca de conhecimento, o debate estratégico e a construção de propostas alinhadas aos interesses e desafios da companhia.



ABVTEX – Associação Brasileira do Varejo Têxtil
Acompanhamos as agendas promovidas pela instituição e somos certificados ABVTEX nas unidades de costura e malhas e tecidos da Lunelli.



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



Rede Brasil

Pacto Global – Signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).



ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Buscamos estabelecer relação entre nosso negócio e os impactos positivos que podemos gerar para alcançarmos, enquanto sociedade, os objetivos definidos pela ONU.



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

Outras associações:

ACIJS – Associação Empresarial de Jaraguá do Sul

ACIAG – Associação Empresarial de Guaramirim

ACIAC – Associação Empresarial de Corupá

ACIA – Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Avaré

ABRH – Associação Brasileira de Recursos Humanos

ABF – Associação Brasileira de Franchising

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

Certificações, Prêmios e Reconhecimentos

GPTW SC E CE

Recebemos, pelo quarto ano consecutivo, o selo “Great Place to Work”, sendo reconhecida como excelente lugar para se trabalhar, figurando pela terceira vez consecutiva no ranking das melhores empresas para se trabalhar em Santa Catarina, na categoria grandes empresas, sendo a única empresa em seu segmento de atuação classificada no ranking.

A pesquisa realiza um diagnóstico aprofundado e aponta as melhores empresas para trabalhar, reconhecimento da excelência em gestão e de um cenário organizacional destacado, colocando-a como uma marca empregadora voltada ao desenvolvimento da carreira e futuro dos colaboradores.

O ano de 2024 marcou ainda o ingresso da Lunelli no ranking das melhores empresas para se trabalhar no estado do Ceará.



Viviane Cecília Lunelli – Diretora-Presidente – Lunelli Comercial
Jaqueline Weiller Neumann – Gestão de Pessoas e Sustentabilidade – Lunelli Vestuário
Geraldo Magela Albuquerque Costa – Gerente Geral – Lunelli Nordeste
Susana Karla Monteiro Rayol – Gestão de Pessoas – Lunelli Nordeste
Maria Valdenice Moraes da Silva – Qualidade – Lunelli Nordeste
Jesoela de Paula Rigon – Gestão de Pessoas – Lunelli Vestuário

Selo Mental Health



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

O caderno de comentários abertos registrados por nossos colaboradores foi avaliado, através de algoritmos de inteligência artificial, embasados em pesquisas da neurociência organizacional, e os resultados apresentados certificaram a Lunelli como uma empresa Mentalhealth e em nível estratégico. Esse selo reconhece que a Lunelli promove a saúde mental, que o time de lideranças demonstra interesse e habilidade em abordar o tema em suas equipes e nossos colaboradores sentem um ambiente de confiança em construção, com foco em aprimorar a segurança psicológica.

A Câmara Municipal de Jaraguá do Sul realizou uma moção de aplausos à Lunelli pela certificação Great People Mental Health.

Abvtex



A certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) está presente em nove de nossas unidades produtivas, reforçando nosso compromisso com boas práticas no setor. Em 2024, ampliamos esse reconhecimento ao conquistar a certificação para mais uma unidade, localizada em Luiz Alves.

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



4 unidades na classificação ouro
Luiz Alves, Avaré, Confecções e Nordeste



3 unidades na classificação prata
Comercial, Vestuário e AJD



2 unidades na classificação bronze
Beneficiamentos e Têxtil

Empresa Parceira Programa 60+ Hospital São José de Jaraguá do Sul

Recebemos o prêmio de responsabilidade social como empresa parceira do Programa 60+, em evento promovido pelo hospital para investidores sociais, com objetivo de apresentar as conquistas e estreitar o relacionamento com os parceiros, além da realização de prestação de contas. O Programa 60+ é um programa institucional com uma série de ações, cujo objetivo principal é qualificar o atendimento ao paciente idoso, proporcionando mais humanização, dignidade e segurança durante o tratamento da saúde no hospital.

Lunelli é condecorada com Medalha de Honra ao Mérito em Maracanaú

Recebemos a Medalha de Honra ao Mérito da Prefeitura de Maracanaú, em reconhecimento aos 40 anos de dedicação e parceria.

É uma honra sermos reconhecidos pelo nosso compromisso em contribuir para o desenvolvimento e bem-estar da comunidade de Maracanaú.



Geraldo Magela Albuquerque Costa - Gerente Geral - Lunelli Nordeste

Prêmio Expressão de Ecologia – Moda Circular

Celebramos a conquista ao receber, pela **sexta vez, o Prêmio Expressão de Ecologia**, durante a 30ª edição do evento em Florianópolis. Criado pela Editora Expressão, é um dos mais prestigiados no Brasil quando se trata de reconhecimento ambiental no setor empresarial.

O reconhecendo do nosso projeto **“Moda Circular”**, na categoria Reciclagem, demonstra o nosso comprometimento contínuo com as práticas sustentáveis e com a agenda ESG.

O projeto premiado, **“Moda Circular”**, é uma iniciativa no setor de moda que visa promover a reciclagem e a sustentabilidade através do reaproveitamento de fibras têxteis.

No processo, o resíduo têxtil gerado nas operações da Lunelli é cuidadosamente separado por cor, passando por etapas de desfibragem e cardagem, que transformam esses resíduos em novas fibras para a fiação e reincorporação no processo produtivo. Além disso, a Lunelli utiliza tecnologias inovadoras na etapa de lavanderia, que permitem uma **redução de 20 a 30% no consumo de água**, o uso de corantes reativos bi-funcionais de baixo impacto ambiental, e amaciamento por nebulização, garantindo peças de alta qualidade e maior durabilidade. Esse ciclo fechado de produção é um exemplo claro de economia circular, que busca minimizar o desperdício e maximizar o uso dos recursos.



Isabella de Quadros Brustolim – Sustentabilidade – Lunelli Vestuário
Viviane Cecília Lunelli – Diretora-Presidente – Lunelli Comercial
Paulo Roberto Sensi Filho – Proprietário e Diretor Comercial do Grupo Eurofios
Deizimara de Oliveira – Desenvolvimento Jeans – Lunelli Vestuário
Ana Laura Lunelli Bosse

Selo ABF

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

A marca Lez a Lez ganhou, em 2024, pela 6ª vez consecutiva o Prêmio Internacional de Franquias e o 6º prêmio em Excelência em Franchising.



Gislaïne Satler - Varejo - Lunelli Vestuário

Prêmio Líderes 2024

Categoria Liderança Empresarial do Ano

Conquistamos o Prêmio Líderes 2024, na categoria Liderança Empresarial, em uma edição histórica do prêmio. Nossa presidente, Viviane Cecília Lunelli, foi a vencedora e passou a integrar, de forma inédita, o rol como a primeira presença feminina nesta prestigiosa categoria, consolidando sua liderança.

O Prêmio Líderes é uma das mais importantes premiações do estado, reconhecendo aqueles que se destacam pelo impacto positivo no desenvolvimento econômico e social. A premiação celebra, anualmente, a resiliência, o talento e a capacidade de transformar negócios e comunidades. Para a Lunelli, o prêmio simboliza não apenas o trabalho árduo de sua liderança, mas também o comprometimento e a dedicação de toda a sua equipe, que trabalha para impulsionar a empresa e levá-la a novos patamares de gestão e resultados.

Vale destacar que, em 2022, já havíamos sido reconhecidos pelo Prêmio LIDE na categoria de Governança, concedido pelo Grupo de Líderes Empresariais de Santa Catarina. Essa conquista reforçou as boas iniciativas implementadas pela Lunelli. O reconhecimento contínuo reforça nossa trajetória de evolução e consolidação no setor.



Viviane Cecília Lunelli – Diretora-Presidente da Lunelli
Delton Batista – Presidente do LIDE SC



Jaqueline Weiller Neumann – Gestão de Pessoas e Sustentabilidade – Lunelli Vestuário
Antonio Gleidson Herculano de Queiroz – Segurança do Trabalho – Lunelli Vestuário

Prêmio Animaseg 2024

Fomos reconhecidos como a melhor empresa têxtil de 2024 em Saúde, Bem-estar e Segurança no Trabalho.

A indicação foi realizada pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), e o prêmio foi concedido pelos Comendadores em Segurança e Saúde no Trabalho (SST), profissionais com mais de 30 anos de experiência e dedicação à causa.

Recebemos a certificação por sermos reconhecidos com práticas éticas, acolhedoras e voltadas ao bem-estar dos colaboradores, reafirmando nosso propósito de cuidar das pessoas e proporcionar um ambiente de trabalho seguro, saudável e inclusivo.

Econômico

Nosso desempenho econômico é resultado do equilíbrio que promovemos entre os **pilares EESG** (**Econômico, Ambiental, Social e Governança**).



Gestão Econômica

Nossa visão de sustentabilidade tem como pilar estratégico a geração de valor econômico, garantindo a solidez financeira do negócio.

Para isso, priorizamos a criação de empregos e renda, a distribuição equilibrada de resultados e a continuidade do valor gerado, integrando crescimento econômico com responsabilidade corporativa.

O crescimento sustentável da Lunelli é impulsionado por uma gestão econômica estruturada, organizada em quatro macro etapas interligadas. Cada uma delas é essencial para o desenvolvimento do negócio e conta com ações estratégicas específicas.

Esse processo assegura a alocação eficiente dos recursos, alinhada ao planejamento estratégico da companhia, reafirmando nosso compromisso com a transparência e a responsabilidade na administração dos recursos. Dessa forma, buscamos constantemente otimizar os resultados de maneira sustentável.



Desempenho Financeiro

(203-1)

O ano de 2024 foi um marco importante para nós. Com confiança em nossas pessoas e no negócio, realizamos investimentos de mais de R\$64 milhões. Os investimentos fazem parte de mais um novo ciclo de crescimento que visa dar sustentação e ampliação de capacidade produtiva, ganho de eficiência operacional, englobando maior sustentabilidade dos nossos negócios, incluindo áreas industriais, equipamentos e tecnologias.

Nosso crescimento de faturamento foi de 5,5%, aproximando-nos de R\$ 1,6 bilhão em 2024.



Valor Econômico Gerado e Distribuído

(201-1)

Há décadas, atuamos de forma sólida e consolidada no mercado, sempre com foco no crescimento sustentável do nosso negócio. A demonstração de valor adicionado abrange todas as operações da Lunelli.

Distribuição do valor adicionado	2022	2023	2024
Pessoal	36,2%	40,9 %	44,4 %
Impostos, taxas e contribuições	18,2%	22,7%	18,0%
Remuneração de capitais de terceiros	22,4%	19,4%	21,0%
Remuneração de capitais próprios	23,2%	17,0%	16,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Destaca-se, com melhor desempenho, o grupo “Impostos, taxas e contribuições” no comparativo 2024 em relação a 2023, tendo como destaque o aproveitamento de oportunidades tributárias. Para o grupo “Pessoal”, houve um incremento ocasionado principalmente pela reoneração gradual da folha de pagamento.

A “Remuneração de Capitais de Terceiros” foi incrementada devido, principalmente, ao crescimento da taxa de juros do País (SELIC) e para os grupos de “Remuneração de capitais próprios” foram mantidas, com certa normalidade, as proporções no comparativo 2024 em relação a 2023.

Rede de Varejo e Franquias

Em 2024, contamos com 13 lojas próprias e 28 franquias distribuídas pelo Brasil. Além disso, iniciamos, em 2024, o projeto Varejo Qualificado Lunelli (VQL), integrado com 5 parceiros. No último ano, registrou-se um avanço significativo, com crescimento de 21% da rede, com 46 lojas ao todo.

A evolução do varejo demonstra nosso empenho em expandir a presença da marca de forma estratégica, proporcionando crescimento e valorizando nossos parceiros comerciais.



Multimarcas e Representantes

Estamos comprometidos em fortalecer a confiança e a parceria com nossos representantes e clientes, sempre alinhados aos nossos valores fundamentais. Em 2024, contamos com 318 representantes comerciais, levando nossas marcas a maioria das cidades brasileira e mais de 21,5 mil clientes ativos.

Esses números expressivos não apenas refletem nossa ampla presença no mercado, mas também reafirmam a confiança contínua depositada em nossos produtos e serviços.



Programa UNE (Social Selling)

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

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

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

Por meio do site programaune.com.br, os membros da comunidade podem gerar seus próprios códigos e começar a promover as marcas, criando oportunidades de renda adicional.

Em 2024, o Programa UNE representou 7% das vendas dos nossos e-commerces.

OMNICHANNEL

Em 2024, o canal B2C (E-commerce Próprio) registrou um **crescimento de 4% em relação a 2023.**

Entre os destaques, a marca FICO apresentou um aumento de 25% sobre o ano anterior, enquanto a marca Lez a Lez cresceu 10% no mesmo período. Esse avanço foi impulsionado por estratégias voltadas à visibilidade de marca, que ampliaram e fortaleceram a presença no mercado digital.

Além disso, toda a rede de lojas físicas, incluindo unidades próprias e franquias, foi integrada ao e-commerce, permitindo maior visibilidade dos estoques no canal online. Essa iniciativa gerou um incremento de



**3,8% nas vendas
das lojas físicas**

Outra inovação foi a implementação da entrega expressa, possibilitando que pedidos realizados no site sejam direcionados diretamente para a unidade física mais próxima, garantindo **entrega em até 24 horas dentro da mesma cidade de nossa loja.**

Por fim, no período de relato, lançamos o aplicativo exclusivo da marca Lez a Lez, voltado exclusivamente para suas vendas, fortalecendo o relacionamento com os consumidores e ampliando a experiência de compra digital.

Social

Mantemos uma atenção contínua para cultivar o crescimento pessoal e criar um impacto duradouro por meio de nossas interações. O princípio fundamental que sempre nos guiou é a responsabilidade com as pessoas ligadas a nós, sejam colaboradores, representantes, fornecedores, parceiros, franqueados, clientes ou membros da comunidade.



Maria Luisa de Souza Nascimento
Dobração - Lunelli Nordeste

EIXO 2

EIXO 5

3

SAÚDE E
BEM-ESTAR



4

EDUCAÇÃO DE
QUALIDADE



5

IGUALDADE
DE GÊNERO



8

TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO



10

REDUÇÃO DAS
DESGUALDADES



Colaboradores

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

Na Lunelli, construímos moda com significado, proporcionando um ambiente seguro e acolhedor, estimulando assim o bem-estar de todos. Temos como propósito “Promover o sucesso dos nossos clientes através da felicidade e satisfação dos nossos colaboradores”. Atuamos promovendo o desenvolvimento e o bem-estar de nossas pessoas, sempre em conformidade com a legislação trabalhista, respeitando o direito e buscando uma relação próxima com os sindicatos atuantes na região de nossas unidades, participando de forma ativa das negociações coletivas que abrangem todos os nossos colaboradores.

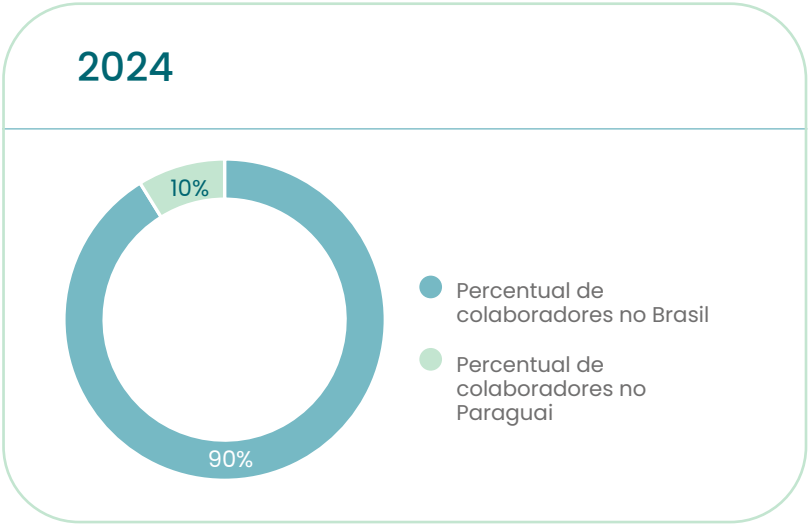
Na unidade do Paraguai, isso ocorre por meios de acordos estabelecidos diretamente com os órgãos governamentais, devido à inexistência dos sindicatos laborais.

Bruna Soares Camilo - Gestão de Pessoas - Lunelli Nordeste

Perfil dos colaboradores

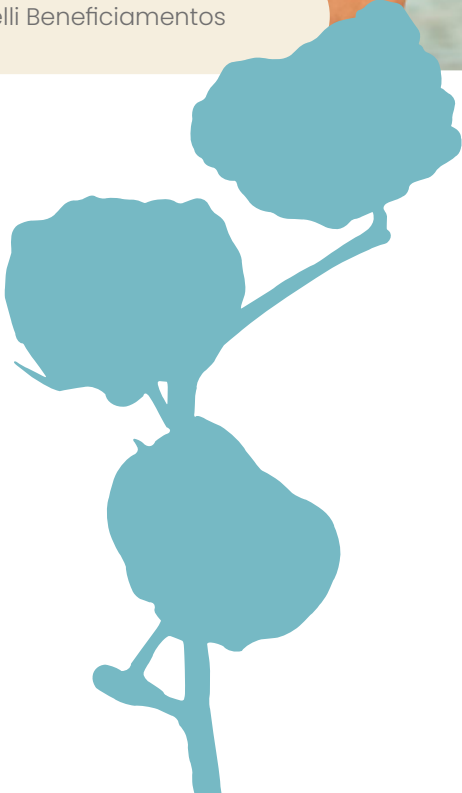


Finalizamos o ano de 2024 com 4.887 colaboradores em nossas unidades do Brasil e Paraguai, sendo que 90% atuam nas unidades brasileiras. Atualmente não possuímos colaboradores em formato de trabalho intermitente ou jornada parcial.



Alysson Berti - PCP - Lunelli Beneficiamentos

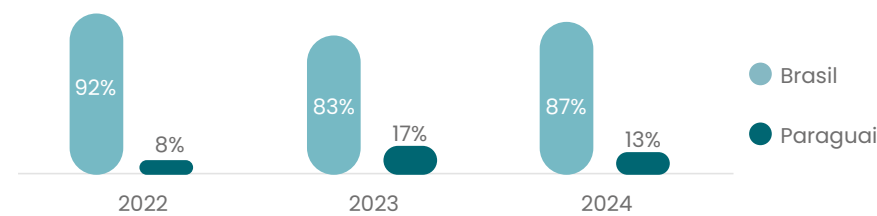
Colaboradores por categoria funcional e gênero	2022		2023		2024	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria	88%	13%	90%	10%	89%	11%
Gerência	72%	28%	69%	31%	76%	24%
Supervisão / Coordenação	52%	48%	48%	52%	45%	55%
Colaboradores	31%	69%	31%	69%	30%	70%
Total colaboradores	32%	68%	32%	68%	31%	69%



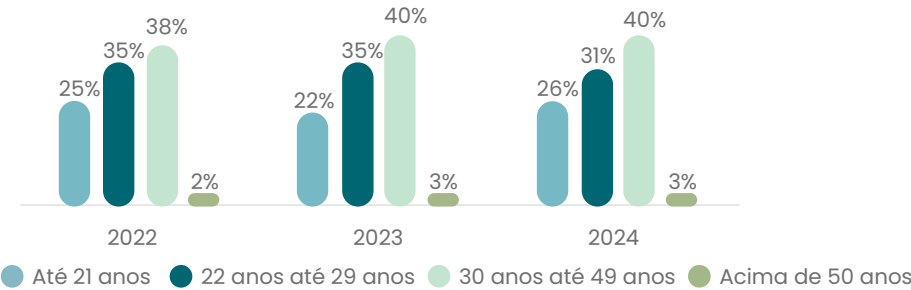
Colaboradores por categoria funcional, gênero e faixa etária		2022				2023				2024			
		Até 21 anos	22 anos até 29 anos	30 anos até 49 anos	Acima de 50 anos	Até 21 anos	22 anos até 29 anos	30 anos até 49 anos	Acima de 50 anos	Até 21 anos	22 anos até 29 anos	30 anos até 49 anos	Acima de 50 anos
Diretoria	homens	0%	0%	75%	13%	0%	0%	70%	20%	0%	0%	67%	22%
	mulheres	0%	0%	13%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	0%	0%	11%
Gerência	homens	0%	3%	63%	6%	0%	3%	60%	6%	0%	0%	68%	8%
	mulheres	0%	6%	19%	3%	0%	9%	23%	0%	0%	0%	24%	0%
Supervisão / Coordenação	homens	0%	3%	44%	5%	0%	2%	44%	3%	0%	2%	40%	3%
	mulheres	0%	3%	42%	3%	0%	3%	45%	4%	0%	5%	45%	5%
Colaboradores	homens	4%	9%	15%	2%	4%	9%	15%	2%	4%	9%	15%	2%
	mulheres	7%	16%	41%	6%	7%	16%	40%	6%	7%	16%	40%	7%
Total colaboradores	homens	4%	9%	16%	2%	4%	9%	16%	2%	4%	8%	17%	2%
	mulheres	7%	16%	40%	6%	7%	16%	40%	6%	6%	16%	40%	7%

A Lunelli reconhece a importância das pessoas para o seu desenvolvimento. Por isso, adotamos um processo de contratação baseado em valorização profissional. Para 2024, apresentamos uma evolução das nossas admissões ao longo do período, devido à ampliação de oportunidades e ao fortalecimento da equipe.

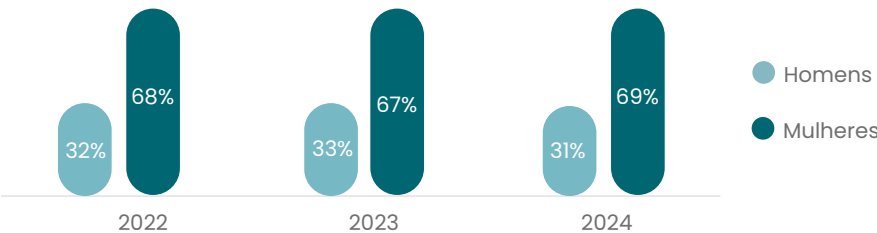
Contratações – País



Contratações – Faixa etária



Contratações – Gênero

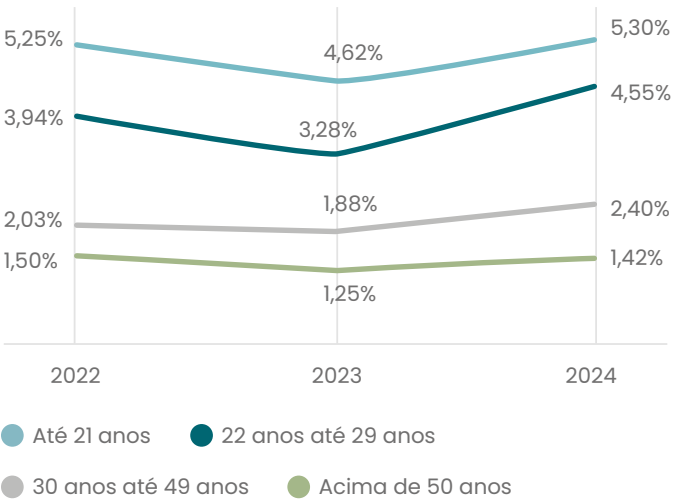


Para a taxa de rotatividade, consideramos o número de desligamentos pelo quadro médio do período.

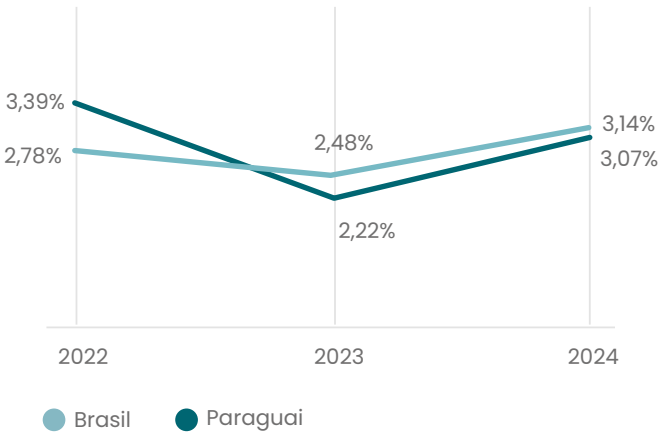
	2022	2023	2024
Rotatividade	2,81%	2,46%	3,14%

Conforme estudos de Tendências de Gestão de Pessoas realizado pela Great Place to Work, identificou-se que, dentre as empresas participantes do estudo, 39% apresentaram aumento em seus indicadores de Turn Over voluntário. Ainda, houve predominância do turnover voluntário aumentado ao longo do ano nos setores Indústria, Atacado e Varejo, Saúde, Transporte e Logística, Construção e Infraestrutura, Agência/Mídia, Alimentação, Energia, Turismo e Lazer, Farmacêutico, ONG/Terceiro Setor, Moda e Vestuário, Estética e Beleza. Em nenhum setor houve a redução desse indicador.

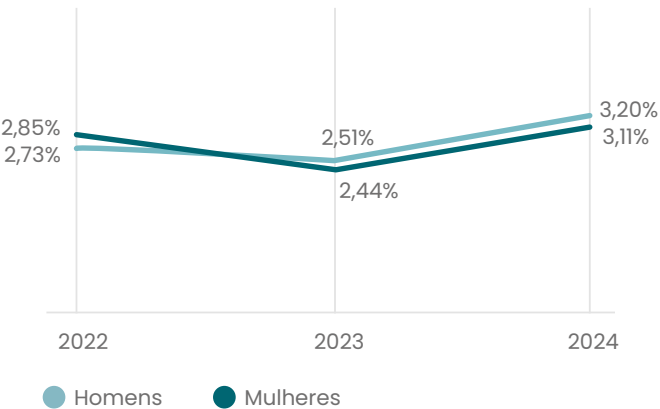
Rotatividade – Faixa etária



Rotatividade – País



Rotatividade – Gênero



Salários

(202-1; 405-2)

No período abrangente deste relatório, as unidades do Brasil tiveram remuneração superior ao salário mínimo nacional (R\$1.412,00). Temos também a prática de concessão de reajuste salarial após a experiência, ampliando a diferença entre o mínimo nacional e o valor recebido pelo colaborador. Especificamente nas unidades do Paraguai, devido à legislação diferenciada e à cultura local, temos colaboradores que ingressam na empresa com o salário-mínimo nacional sendo reconhecidos conforme experiência e entrega.

Não realizamos diferenciação de tabela de remuneração entre homens e mulheres. Cada faixa salarial, possui intervalos sugeridos de prática salarial conforme atribuições, responsabilidades e experiência que são avaliados e aplicados independente de gênero.

Marcia De Castro Rabelo - Costura - Lunelli Nordeste



Promoção da saúde, felicidade e bem-estar

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



Para a promoção de saúde e bem-estar de nossos colaboradores, por meio do Programa Viva Você, incentivamos e promovemos o acesso a aulas de yoga, grupo de corrida, fisioterapia, psicólogo, nutricionista e assistente social.

Durante o ano, realizamos 11.124 aulas de ginástica laboral (um aumento de 43% em relação a 2023), ministradas por profissionais da área, que atendem nossas unidades, conforme a necessidade, de acordo com a atividade desenvolvida, com o objetivo de melhorar a saúde e qualidade de vida dos nossos colaboradores.

Oferecemos, também, para a maioria de nossos colaboradores, a alimentação nos restaurantes localizados em nossas unidades, com refeições elaboradas por nutricionistas, conforme Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), para melhorar a qualidade nutricional da alimentação dos trabalhadores ou vale alimentação para as nossas lojas. Em 2024, foram servidas 921.274 refeições para ambas as modalidades.

Em 2024, foram realizados 25.817 atendimentos ambulatoriais, incluindo procedimentos de enfermagem e consultas médicas admissionais, periódicas, retorno ao trabalho, mudança de função e demissional.

Disponibilizamos aos colaboradores outros benefícios. Além do atendimento ambulatorial interno, dispomos de plano de saúde e odontológico (com 1.434 colaboradores beneficiados).

Além disso, temos a comemoração de datas especiais, onde destacamos a Homenagem por Tempo de Empresa (com 613 colaboradores homenageados em 2024), day off (que concede um dia de folga ao colaborador no mês de seu aniversário), previdência privada, participação de resultados e prêmio de produção.

Aula de yoga – 288 participantes

Grupo de corrida – 204 participantes

Fisioterapia – 1.767 atendimentos

Psicólogo – 1.178 atendimentos

Nutricionista – 168 atendimentos



Rafaela Knolseisen – Nutricionista – Lunelli Vestuário



Visita de familiares

Celebramos a importância da família, através do nosso evento “Visita de Familiares”, e com imensa alegria abrimos as portas para que nossos colaboradores possam compartilhar conosco este momento especial ao lado de suas famílias.

Durante essa visita, proporcionamos um tour por nossas instalações, apresentando cada setor e explicando o funcionamento de nossas operações. Esse evento não apenas fortalece os laços entre a empresa e as famílias de nossos colaboradores, mas também reflete nossa transparência e o cuidado no ambiente de trabalho.

Dessa forma, as famílias conhecem de perto o ambiente onde seus parentes dedicam suas habilidades e talentos. Acreditamos que a família é a base de tudo e seu apoio é fundamental para o sucesso de nossos colaboradores e da Lunelli como um todo.

Licença Maternidade e Paternidade (401-3)

A licença parental não é apenas um benefício, mas um reconhecimento profundo da importância da vida familiar. Sabemos que esses momentos são preciosos e impactam não apenas a vida dos pais, mas também o desenvolvimento saudável e feliz dos filhos. Portanto, é com satisfação que oferecemos às gestantes a participação no programa interno **“Mamães à Bordo”**, com a oportunidade de encontros com enfermeira, nutricionista e psicóloga na unidade.

	Maternidade	Paternidade
Total de licenças	121	35
Índice de retorno ao trabalho após a licença	96%	100%
Índice de retenção após 12 meses do retorno ao trabalho	50%	70%

Nos encontros, as colaboradoras gestantes recebem orientações em relação às rotinas da maternidade, cuidados pós-parto, aspectos psicológicos na gestação e período puerpério, aleitamento materno e cuidados com recém-nascido, além da troca de experiências com as demais colegas participantes.

LunelliPrev

(201-3)

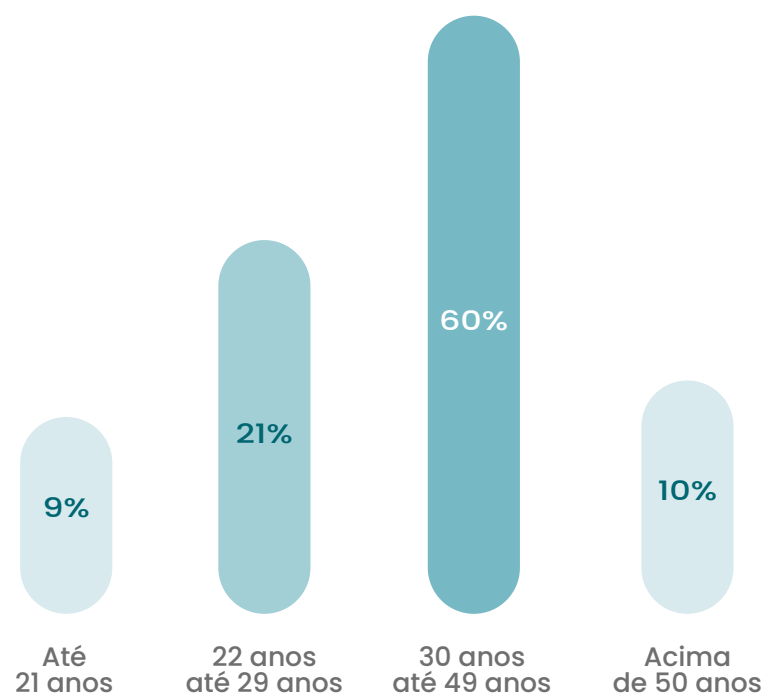
A Lunelli oferece para seus colaboradores um plano de previdência complementar, acessível a todos seus colaboradores no Brasil, que tem, dentre suas finalidades, a de incentivar a construção de uma reserva financeira que propicie uma renda extra na aposentadoria para complementar a aposentadoria pública oferecida pelo INSS.

Os participantes deste benefício realizam contribuições mensais em um percentual do salário, conforme sua livre escolha, não inferior a 1,0% do seu salário-base. Para ajudar os participantes na sua jornada de construção da reserva financeira para a aposentadoria, a Lunelli também realiza contribuições ao plano. Essas contribuições da Lunelli são creditadas nas contas dos colaboradores participantes do plano, seguindo critérios uniformes, equânimes e não discriminatórios de distribuição

Acreditamos que, com essa parceria neste benefício, influenciamos positivamente nossos colaboradores, promovendo o protagonismo em sua progressão de carreira de Trabalhador -> Poupador -> Investidor para a construção de renda passiva complementar, bem como a criação de bons hábitos de planejamento e a segurança financeira. Em complemento, durante o ano, promovemos diversas ações de educação financeira para todos os colaboradores, através de cursos. Promovemos a palestra 'O Seu Dinheiro Diz Muito Sobre Você', que abordou comportamento financeiro com foco na realização de sonhos e sustentabilidade financeira a longo prazo. O evento contou com a participação de lideranças e teve como propósito orientar nossos líderes sobre a gestão consciente de seus recursos.

LunelliPrev
A Previdência Privada da Lunelli

Para 2024, alcançamos uma adesão de 86,8%, com participação de 3.656 colaboradores e patrimônio de R\$ 35 milhões.



Anualmente, todo dia 1º de outubro, realizamos a redistribuição do Fundo Previdenciário do nosso plano. Ao longo dos 5 anos de existência do LunelliPrev, este benefício adicional já redistribuiu mais de **R\$ 539 mil** entre os colaboradores que participam no plano! Esse é mais um incentivo da Lunelli aos colaboradores que estão comprometidos com seu futuro, no presente! Dessa forma, finalizamos o ano com um patrimônio total de mais de **R\$ 35 milhões**.

Valorização e Desenvolvimento

PCR e Prêmio de Produção

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

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

Em 2024, compartilhamos, por meio dos programas, R\$ 15,6 milhões com o time Lunelli.

Com isso, reforçamos a premissa da importância do trabalho em equipe para a obtenção de resultados na companhia.



EIXO 2



Adjan Enke Ullmann – Dobração – Lunelli Vestuário
Adilson Steinbach – Distribuição – Lunelli Vestuário



Samara Wroblewski Linhares – Expedição Jeans – Unidade Vestuário

Treinamentos

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



CENTRO DE TREINAMENTO
Abílio Lunelli



Buscando oportunizar a evolução de carreira e o crescimento pessoal, promovemos cursos de desenvolvimento internos e externos alinhados às necessidades e estratégias do negócio e dos colaboradores. Outra relevante forma de apoio é concedida por meio de bolsas de estudo para cursos técnicos, de idiomas, graduação e pós-graduação.

Ao total, beneficiamos 360 colaboradores com bolsas de estudo, representando R\$ 427 mil investidos.

Em 2024, o Centro de Treinamento Abílio Lunelli completou 9 anos, atuando na formação de profissionais. Foram realizadas diversas formações que certificaram 3.229 colaboradores com o compromisso de proporcionar acesso ao conhecimento de maneira gratuita e facilitada, seja ele em conteúdo formal, conhecimentos gerais ou técnicos, sempre com foco em desenvolver os profissionais nos quesitos comportamentais ou técnicos.

Treinamentos	2022	2023	2024
Total de horas	39.855	62.569	76.303
Total de investimento	R\$ 1.900.000	R\$ 2.800.000	R\$ 2.296.761

No dia 01 de agosto de 2024, tivemos o lançamento oficial da plataforma **SER e FAZER**.

O Ser e Fazer é um programa inovador desenvolvido para o aperfeiçoamento e desenvolvimento contínuo dos colaboradores de lojas próprias e franquias da marca Lez a Lez, por meio de uma plataforma digital. Com conteúdos estruturados para potencializar habilidades técnicas e comportamentais, oferecemos trilhas de aprendizagem personalizadas, promovendo capacitação acessível, dinâmica e alinhada às necessidades do varejo. Nosso principal objetivo com o programa é fortalecer a performance das equipes, garantir a excelência no atendimento, a melhoria nos processos e maior engajamento dos profissionais com a cultura e os valores da Lunelli.

PNI – Programa Novas Ideias



O Programa Novas Ideias (PNI) é a nossa trilha para a inovação, fundamentada na filosofia dos Círculos de Controle de Qualidade (CCQ).

Nesse caminho, cada colaborador desempenha um papel essencial como agente ativo da melhoria contínua, promovendo transformações positivas em todos os aspectos da Lunelli.

O PNI é composto por grupos multissetoriais, geralmente formados por cinco integrantes, que desenvolvem projetos qualitativos e quantitativos, que são categorizados nos valores da Lunelli (entusiasmo, simplicidade e obsessão por resultado), convertendo ideias em ações concretas que impulsionam a empresa para novos horizontes.

Durante o ano, as equipes realizam atividades que acumulam pontos. Ao final, aquelas que atingirem pelo menos 70% da pontuação máxima são classificadas para participar da Mostra PNI, um evento que celebra a inovação e o trabalho colaborativo. Nesse dia, as equipes apresentam o projeto que consideram mais impactante e implementado ao longo do ano, compartilhando suas conquistas com todos os colaboradores e líderes.



Carlos Alexandre Raiter, Neumar Alex Fabiani,
Gilberto Rodrigo Pereira e Ronaldo Raimundo da Silva Santos
– Acabamento – Lunelli Beneficiamentos

O evento marca o encerramento do ciclo e premia as equipes destaque com uma viagem especial. A cada quatro equipes classificadas para a Mostra, uma equipe é reconhecida como destaque. **Em 2024, o programa contou com a participação de 75 grupos, envolvendo 380 colaboradores. Juntas, essas equipes geraram 1.306 ideias, resultando em um retorno estimado de R\$ 2,56 milhões.**

Equipe Lean

A Equipe Lean tem como principal objetivo aprimorar o atendimento ao cliente, fortalecendo os pilares de qualidade, entrega e custo. Esse trabalho é realizado por meio da aplicação das ferramentas de Lean Manufacturing, com foco na redução de desperdícios produtivos e no aumento da eficiência operacional.

Desde 2010, o grupo é formado por oito colaboradores convidados, provenientes de diferentes setores, que atuam como coordenadores de projetos. Essas lideranças montam equipes temporárias para implementar melhorias nas áreas produtivas, garantindo impacto positivo nas operações.

Em 2024, a Equipe Lean alcançou resultados expressivos, com a implementação de 29 projetos.

Ambiente Diverso e Seguro



**RESPEITO
INSPIRA
RESPEITO**


MANIFESTO:

Somos todos iguais, mesmo diferentes.

As diferenças nos tornam mais conectados e mais fortes.

Nós reconhecemos as diferenças não como forma de distinção, mas como uma força transformadora que gera crescimento e conexão.

Nós respeitamos todos por igual, porque acreditamos que respeito é sinônimo de empatia e que respeito inspira respeito.

Nós acreditamos que a diversidade une e que o respeito transforma tudo ao nosso redor.

Nós acreditamos que reconhecer a diversidade é nos conectar com o futuro.

A diversidade nos torna únicos.

Na Lunelli, o respeito nos une e a diferença nos engrandece!

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

Em 2024, avançamos na agenda de Diversidade e Inclusão, com a construção da nossa Política de Diversidade e Inclusão, um passo significativo para tornar nosso ambiente ainda mais inclusivo, respeitoso e igualitário.

Para que possamos mensurar resultados de nossas ações, alinhando-nos com a agenda de sustentabilidade nas regiões onde operamos, definimos os seguintes temas prioritários para este primeiro ciclo da política: Geracional, Raça e Etnia, Gênero, Pessoa com Deficiência e Pessoa LGBTQIAP+.

Esse processo foi conduzido de forma colaborativa, com a participação ativa de líderes e colaboradores dos grupos de trabalho locais. Promovemos workshops e treinamentos nas unidades Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE), Lunelli Avaré/SP e Lunelli Beneficiamentos Corupá/SC, reunindo representantes regionais dos temas de diversidade.

A partir dessas iniciativas, coletamos sugestões, percepções e informações essenciais para a construção da nossa Política de Diversidade e Inclusão. O documento foi elaborado com base na nossa ideologia, no Manifesto Respeito Inspira Respeito e na estratégia de sustentabilidade da Lunelli. O processo contou com entrevistas, reuniões e workshops envolvendo a alta gestão, lideranças, colaboradores de diversas áreas e representantes de diferentes grupos e interseccionalidades, como pessoas com deficiência, homens, mulheres, jovens, pessoas de diferentes raças, nacionalidades, etnias, religiões, LGBTQIAP+ e 50+. Com a escuta ativa, consolidamos um documento que representa nossa equipe e fortalece a cultura da Lunelli.



Eduardo Pedro da Silva
Corte – Lunelli Vestuário

Luiza Bezerra da Silva
Dobração – Lunelli Vestuário

Heladio de Souza Araujo
Gestão de Pessoas – Lunelli Nordeste

Denir Costa Santiago
Costura – Lunelli Nordeste

Raquel Cristina Caetano
Costura – Lunelli Avaré

Os grupos de trabalho por localidade foram compostos por 61 colaboradores, sendo 12 da unidade Lunelli Avaré/SP, 20 da Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE) e 29 das unidades de Santa Catarina (Jaraguá do Sul, Guaramirim, Corupá, Luiz Alves, Barra Velha e Massaranduba).

Além disso, promovemos o treinamento aos líderes sobre “vieses inconscientes”, resultando na coleta de comentários e sugestões para aprimorar tanto a Política de Diversidade e Inclusão quanto o programa Respeito Inspira Respeito.

Como parte desse compromisso, em 2024, implementamos adequações para promover a acessibilidade na unidade Comercial de Guaramirim/SC. As melhorias incluíram adaptações nas calçadas de acesso à portaria, recepção, expedição e restaurante, além da reforma de um banheiro no setor de Expedição e da criação de um novo banheiro acessível no setor Comercial, incluindo também vagas preferenciais.

Essas mudanças representam as chamadas “adequações razoáveis”*, assegurando acessibilidade e inclusão para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida nos setores do piso inferior da unidade Comercial de Guaramirim/SC.

***De acordo com a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI), as adaptações razoáveis são modificações e ajustes necessários e adequados, que não acarretem ônus desproporcional, para garantir que pessoas com deficiência possam exercer seus direitos e liberdades em igualdade de condições.**



Acreditamos que a diversidade é uma fonte inesgotável de inovação, criatividade e força e que reconhece a riqueza das experiências individuais e o poder coletivo que elas trazem. Nossa jornada em direção à diversidade e à inclusão é contínua e exige um compromisso constante. **Agradecemos a todos que participaram e contribuíram para essa evolução.**

Moda para Todos – Alakazoo

Em 2024, lançamos a terceira coleção Moda para Todos na Alakazoo, uma linha de pijamas inclusiva, que visa estimular os sentidos através de aplicações, texturas e escritas em braile. Para a 3ª edição, lançamos a história “Shhh! Que barulho foi esse?”, na qual uma turma de amigos vive uma aventura especial tentando desvendar de onde vem um som misterioso da floresta.

Para incentivar ainda mais essa transformação, a Alakazoo doou 5 mil exemplares do livro para instituições que trabalham com atendimento e desenvolvimento de crianças com deficiência e projetos de preservação ambiental. Além da versão impressa, o conteúdo está disponível em audiobook animado, com interpretação em libras, pelo link www.alakazoo.com.br/modaparatodos.html



Para celebrar o Dia Mundial do Autismo e para promover a conscientização sobre a Síndrome de Down, a marca também realizou editoriais e campanhas especiais com depoimentos de mães e pais, compartilhando seus desafios, superações, alegrias e como eles transformam o mundo a sua volta.

A Alakazoo tem uma proposta de ser inclusiva e transformadora, produzindo campanhas e coleções que trazem um significado além do vestir. Sempre procurando incluir as crianças atípicas e crianças com deficiência em suas campanhas de lançamento de coleções e seus respectivos catálogos, além de campanhas e ações com parceiros para promoção da inclusão e apoio à comunidade.

Saúde e Segurança

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

Buscamos promover o bem-estar de nossos colaboradores por meio de diversas iniciativas. Com base nisso, temos o compromisso de garantir a saúde e a segurança ocupacional de todos os nossos colaboradores e prestadores de serviços. Buscamos proporcionar locais de trabalho seguros e saudáveis, sempre atentos ao cumprimento de leis relativas à Saúde e à Segurança do Trabalho e à definição de saúde da Organização Mundial de Saúde (OMS), que é “um estado de completo bem-estar

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



O SESMT da Lunelli é composto por Médicos do Trabalho, Engenheiros de Segurança, Técnicos de Enfermagem e Técnicos de Segurança que promovem orientações e ações preventivas, buscando a minimização de riscos e redução de acidentes e doenças ocupacionais, tanto dos colaboradores Lunelli, como de terceiros que prestam serviços nas dependências das unidades. Antes do início das atividades, todos os colaboradores passam por integração, em que recebem diversas informações importantes para sua jornada, dentre elas medidas e regras para um trabalho seguro.

As informações de Saúde e Segurança são compartilhadas também periodicamente, através de ações da CIPA, com eleição anual dos representantes, que atua para formar uma cultura de prevenção e segurança a partir de ações como a SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho).

A Brigada de Emergência, composta por 407 colaboradores voluntários, que são treinados anualmente para agirem em situações de incêndios, acidentes de trabalho, vazamentos de produtos químicos, entre outros.

São realizados, também, os diálogos setoriais de segurança, encontros com duração aproximada de 15 min, realizados no próprio local de trabalho, onde são abordados temas relacionados à saúde, prevenção de doenças, cuidados no trânsito, prevenção de acidentes de trabalho e trajeto, dentre outros.



Atualmente, na Lunelli, aplicamos metodologias e ferramentas existentes visando à integridade física dos nossos colaboradores. Além de promovermos treinamentos sobre riscos específicos e cursos de segurança, conforme determinado pelas Normas Regulamentadoras e Legislação Trabalhista.

Acidentes de trabalho e doenças ocupacionais	2022	2023	2024
Número total de lesões relacionados ao trabalho	0	0	0
Número total de doenças ocupacionais relacionados ao trabalho	0	0	0
Número total de dias perdidos relacionados ao trabalho	1372	364	612
Número total de óbitos relacionados ao trabalho	0	0	0
Número total de acidentes com afastamento	95	65	79



Brigada Mirim

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

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

Em 2024, realizamos a primeira turma da Brigada Mirim em nossas unidades do Paraguai.



O Programa SOL da Lunelli é uma iniciativa focada na promoção de Segurança, Organização e Limpeza em todos os setores da empresa. Baseado nos princípios do 5S, o programa busca alcançar a excelência operacional por meio de práticas consistentes e colaborativas.

Em 2024, o programa SOL contou com a atuação de 190 auditores dedicados, que realizam auditorias mensais para avaliar e aprimorar as práticas nos setores. Esses auditores são verdadeiros agentes de melhoria contínua, sempre à disposição para esclarecer dúvidas, oferecer orientações e, acima de tudo, incorporar os valores do 5S em suas atividades diárias.

O programa também promove oportunidades de treinamento e momentos específicos de reflexão, conduzindo ações de conscientização e mobilização em toda a fábrica. Durante essas ações, são analisadas as possibilidades de reutilização de materiais e o compartilhamento de recursos, destacando a iniciativa "SOL em Ação". Essa ação enfatiza a importância da conscientização e do descarte correto de resíduos, alinhando-se aos princípios de sustentabilidade.

O compromisso dos auditores do SOL vai além das auditorias mensais, refletindo-se em cada ação cotidiana. Esse trabalho contribui significativamente para a criação de um ambiente de trabalho mais seguro, organizado e limpo, alinhado aos objetivos de sustentabilidade e eficiência da Lunelli.

Fornecedores

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



Procuramos sempre cultivar uma relação próxima a nossa cadeia de fornecimento, que está dividida em dois grandes grupos, serviços de industrialização e matéria-prima e em categorias dentro deles.

Com a cadeia produtiva verticalizada e conectada em todo o processo produtivo, encontramos desafios referentes à sustentabilidade, considerando impactos ambientais, riscos envolvidos com as relações de trabalho de terceiros, sobretudo em processos de confecção terceirizada. Por isso, buscamos evoluir em nossos processos de contratação e influenciar com boas práticas.

Com foco na homologação e rastreabilidade da cadeia de fornecimento, estabelecemos critérios sociais para a contratação de serviços de industrialização, dado que os principais riscos de trabalho irregular estão associados a esse segmento, incluindo subcontratação.

Como serviço de industrialização entendemos as categorias de subcontratação e produto acabado (outsourcing).

Subcontratação: fornecimento de mão de obra para processos específicos de produção.

Produto acabado: fornecimento de produto finalizado, tanto no modelo nacional quanto internacional.

Para mitigar riscos, todas as contratações devem seguir procedimentos formais, incluindo a apresentação periódica de documentos para garantir o cumprimento da legislação trabalhista, além da capacitação contínua dos prestadores de serviço internos em segurança no trabalho.

Reconhecemos que, na subcontratação e no outsourcing, podem existir desafios relacionados à liberdade de associação sindical, negociação coletiva e riscos de violações do trabalho digno. Por isso, seguimos monitorando ativamente esses aspectos em nossa cadeia de fornecimento.

Além disso, para garantir critérios ambientais mais rigorosos, homologamos fornecedores de produtos químicos, com base em conformidade sustentável, atingindo um índice de 62% de fornecedores certificados até o momento.

Cadeia de Valor Lunelli

Indústria de Fibras e Filamentos

Fornecedores de fibras e filamentos, produtos químicos e naturais

Têxtil

Unidade própria e fornecedores de beneficiamento, malharia, tecelagem, tecidos e malhas

Confecção

Unidades próprias e fornecedores de confecção e produto acabado

Clientes/Indústria

Clientes Lunelli Beneficiamento e Private Label

Clientes/Varejo

Lojas próprias, e-commerce, Franquias, Representantes e Lojas Multimarcas

Consumidor

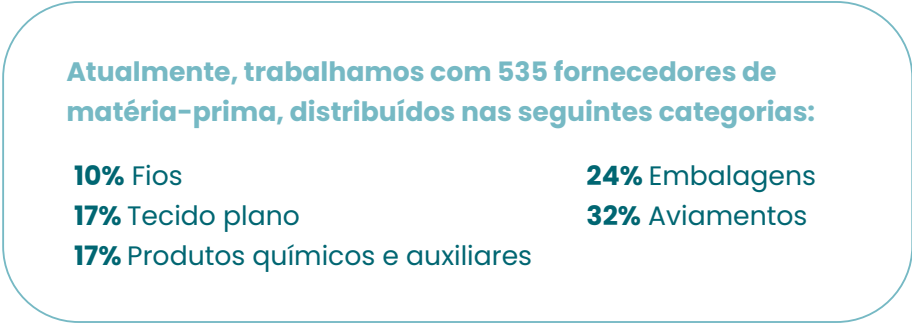
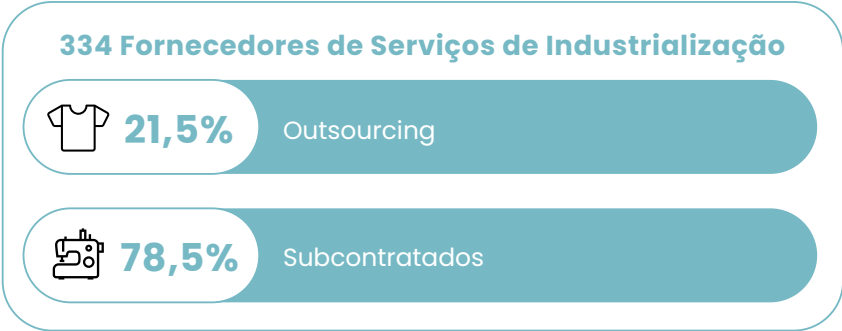
Consumidores das marcas Lez a Lez, Lunender, Hangar 33, Alakazoo, Fico e Vila Flor

Cadeia De Fornecimento (2-29, 204-1, 301-1)

Para melhoria da gestão, contamos com um processo de monitoramento de nossos fornecedores, juntamente com a equipe técnica dedicada à cadeia de fornecimento.

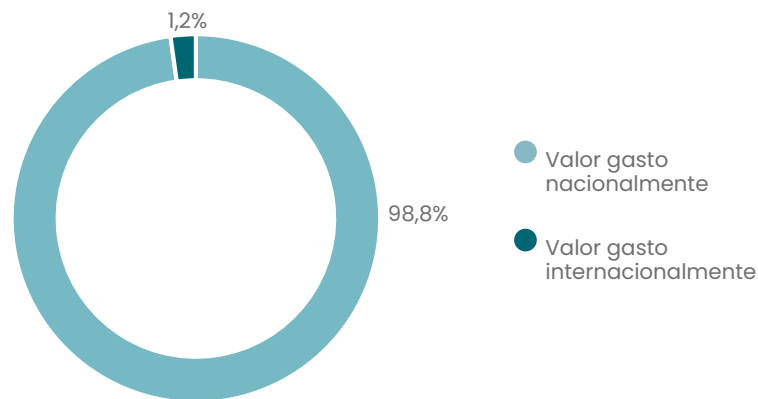
Contamos com uma rede qualificada de fornecedores de serviços de industrialização, que desempenham um papel estratégico na nossa cadeia produtiva.

Nosso compromisso com o desenvolvimento da indústria nacional se reflete na distribuição de nossos investimentos. 98,8% do valor gasto em serviços de industrialização é destinado a fornecedores nacionais, enquanto apenas 1,2% correspondem a fornecedores internacionais. Além disso, na categoria de subcontratos, todos os fornecedores estão localizados em território nacional, fortalecendo a economia local.



Distribuição da Cadeia de Fornecimento:

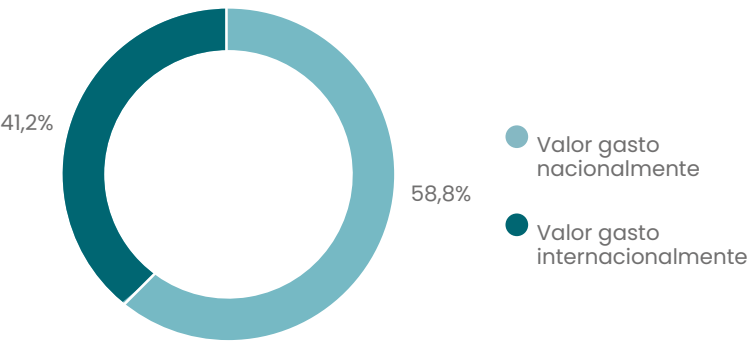
Serviços de Industrialização



Também buscamos garantir um fornecimento sustentável e responsável de matéria-prima, contando com uma base diversificada de fornecedores nacionais e internacionais.

Em relação à origem de nossas matérias-primas, 41,2% do valor gasto é proveniente de fornecedores internacionais, enquanto 58,8% do total é adquirido no mercado nacional.

Matéria-prima



Contamos com fornecedores nacionais e internacionais para fios, tecidos e químicos, garantindo acesso a insumos essenciais para nossa produção. Já para aviamentos e embalagens, priorizamos fornecedores nacionais, fortalecendo a indústria local.

Costurando Moda com Significado

Convidamos aproximadamente 130 fornecedores de costura para um encontro marcado por conteúdos voltados à cultura, gestão de pessoas e processos. Além disso, realizamos a entrega de um reconhecimento para as empresas destaques. Esse evento reforça o vínculo com os nossos contratados, promovendo uma relação de confiança.



Capacitação de Fornecedores de Costura

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

Neste ano, iniciamos o segundo ciclo de capacitação dos nossos fornecedores de costura. Para essa nova etapa, contamos com a parceria do SEBRAE de Santa Catarina. Dentro da iniciativa, o Sebrae atua com ações de capacitação e consultoria às pequenas empresas em relação à gestão financeira, gestão de pessoas, processos produtivos e sustentabilidade, sob o propósito de fortalecer ainda mais esse importante segmento da economia local.

Ao unirmos força com os pequenos empreendimentos e o SEBRAE, cria-se um círculo virtuoso de aprendizado e crescimento, reforçando a competitividade e o sucesso coletivo de todos os envolvidos.

Com essa parceria,
promovemos o
impacto positivo
em nossa cadeia
de valor.





18

meses de duração



24

empresas participantes



12

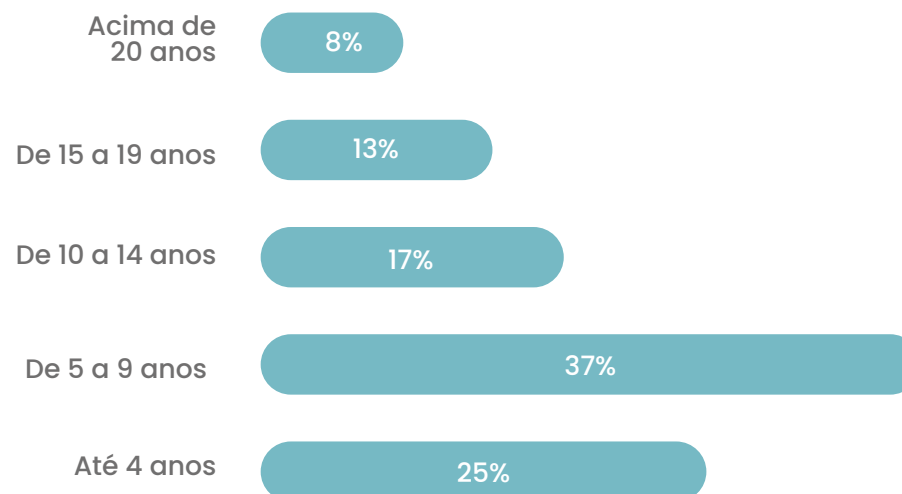
municípios de Santa Catarina



491

pessoas impactadas

Tempo empreendendo no segmento



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

- **Produtividade, através da eliminação dos desperdícios;**
- **Qualidade, através da redução das reprovações;**
- **Velocidade, elevando a pontualidade na entrega dos pedidos;**
- **Sustentabilidade, porque acreditamos na moda responsável.**

Envolvimento com a Comunidade

(203-1; 413-1)



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

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

Temos o compromisso com o desenvolvimento social, ambiental e cultural para contribuir de forma direta e indireta

com os compromissos corporativos de sustentabilidade. O investimento social é realizado de forma estratégica, com práticas alinhadas ao papel de corresponsabilidade da empresa, por meio de apoios a projetos socioambientais e culturais e com a implementação de projetos personalizados, por meio de doações, patrocínios ou leis de incentivo fiscal.

Em 2024, realizamos o aporte total de R\$ 1.143.338,17 em investimento social.

Sendo R\$361.838,71 em doações e patrocínios para projetos e ações socioambientais e R\$781.500,00 a partir do incentivo fiscal para projetos relacionados ao cuidado da pessoa idosa, criança e adolescente, incentivo ao esporte e cultura.

Item / Ano	2024
DOAÇÕES FILANTRÓPICAS*	R\$ 361.838,17
APORTES POR LEIS DE INCENTIVO FEDERAL E ESTADUAL	R\$ 781.500,00
TOTAL	R\$ 1.143.338,17

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

Projetos e Iniciativas Apoiadas

Iniciativas de apoio e doações Juntos pelo Rio Grande do Sul

Desde o início do mês de maio de 2024, mobilizamos esforços e fornecemos auxílio às pessoas afetadas pelo desastre no Rio Grande do Sul.

Atuamos em frentes estratégicas para atender e apoiar a comunidade, nossos representantes, clientes e fornecedores da região. Realizamos o mapeamento de impacto para nossas equipes, representantes e colaboradores. Também mapeamos os impactos em nossas operações de varejo e clientes de Confecção e Malhas e Tecidos e ainda dos nossos fornecedores do estado do RS. Realizamos uma análise crítica de impacto financeiro em caixa, contas a receber e ciclo financeiro.

Nossas ações foram imediatas, com a suspensão da cobrança ativa dos clientes, suspensão da negativação de títulos em atraso, prorrogação e parcelamento dos títulos sob demanda do comercial. Como suporte ao time comercial, realizamos o adiantamento de comissões para nossos representantes da região e apoio às franquias com operações impactadas.

Atuamos fortemente para viabilizar a arrecadação, doação e entrega de materiais às comunidades, desde alimentação, roupas, medicamentos, higiene, limpeza, colchões e cobertores.

Em números:

5.250

quilos de
materiais
doados

3.150

quilos de
materiais
transportados
com helicóptero

6.725

cobertores
e mantas
para adultos,
crianças e PET

Campanha Interna

Promovemos campanha interna de doações, estabelecendo pontos de arrecadação em todas as nossas unidades, em parceria com a Prefeitura de Jaraguá do Sul e o Núcleo de Voluntariado Corporativo da ACIJS, além do Núcleo das Transportadoras, viabilizamos o envio para o RS.

Como resultado, arrecadamos 1.150 caixas com alimentos, água, itens de higiene pessoal, itens de limpeza, roupas, agasalhos e cobertores. E, ainda, mais de 200 cestas básicas montadas, kits de limpeza, colchões, ração animal, carrinho de bebê e berço.

Pensando além do momento de calamidade, buscamos alternativas para promover a reconstrução e o retorno à normalidade na vida das pessoas afetadas. Uma equipe de profissionais de Gestão de Pessoas se deslocou até o Rio Grande do Sul para ofertar oportunidade de recomeço aos atingidos. Essa oferta contemplava uma vaga de trabalho em uma de nossas unidades e um amplo pacote de benefícios para a estabilização destes profissionais em uma nova realidade. Os contratados e seus familiares receberam o transporte para conhecer nossas unidades, foram acomodados em residências mobiliadas, com aluguel pago integralmente pela Lunelli nos primeiros 6 meses, recebendo auxílio para aquisição de alimentos nos primeiros 90 dias. Após este período, os colaboradores permaneceram em suas casas e receberam a mobília como um presente da Lunelli.

Atuamos nas missões com o nosso helicóptero para entrega direta de mantimentos, roupas, alimentos, água, medicamentos e ração animal para diversas cidades da região do Vale do Taquari e da Região Metropolitana de Porto Alegre, transportamos mais de três toneladas de materiais.

Realizamos missões com mais de 15 pontos para reconhecimento de área e identificação de comunidades isoladas com necessidade de abastecimento e local de pouso para atendimento, no Vale do Taquari-RS.

Cidades atendidas pelas missões aéreas:

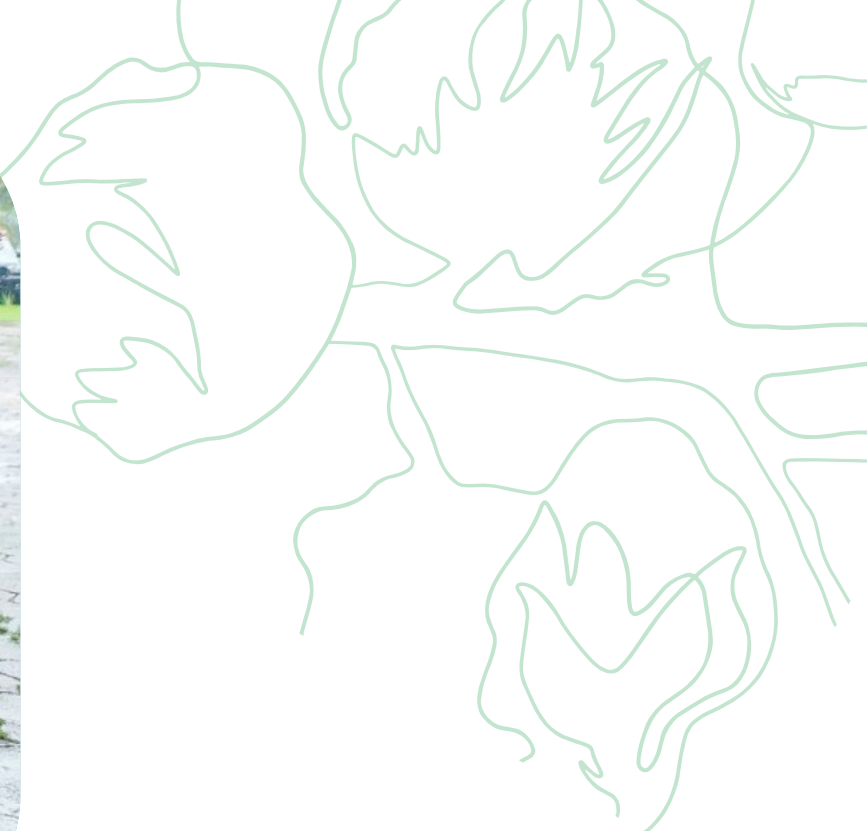
Lajeado, Belém Novo, Garibaldi, Muçum, Roca Sales, Arroio do Meio, São José do Herval, Novo Hamburgo, Canoas e Porto Alegre.

Em nossa unidade Outbox, produzimos e enviamos para o Rio Grande do Sul mais de 6.000 mantas adulto, infantil e pet.

Uma iniciativa que contou com o apoio de parceiros para viabilizar a produção e doação.



Acesse o Qr-code e confira as ações que realizamos para apoio às pessoas e parceiros afetados pelas chuvas.



Programa Protetor Ambiental (PROA) – Política Militar Ambiental

Realizamos o apoio ao PROA como forma de fortalecer os nossos três pilares fundamentais do investimento socioambiental: Ética, Cidadania e Atitude. Acreditamos que a promoção da educação ambiental e a formação de protetores ambientais têm papel fundamental na construção de uma sociedade mais consciente.

O Programa Protetor Ambiental (Proa) tem o foco na educação informal de adolescentes da rede pública e privada de ensino com questões relacionadas ao meio ambiente. Para tanto, o PROA visa disseminar conhecimentos sobre fatores bióticos e abióticos aos adolescentes na faixa etária entre 12 e 14 anos, através de atividades teóricas e práticas desenvolvidas e/ou coordenadas por policiais militares do BPMA (Batalhão de Polícia Militar Ambiental), como também convidados de outras instituições.

As disciplinas ministradas no PROA englobam: cidadania; ecologia; gestão de flora, fauna, resíduos e recursos hídricos; conhecimento sobre unidades de conservação e legislação. Os Protetores Ambientais realizam saídas de campo, viagens de estudo, limpeza de mananciais, blitz ecológicas e atividades de cunho social com as comunidades onde vivem.

Cores: A Expressão da Mulher Lez a Lez

Em homenagem ao Outubro Rosa, a Lez a Lez apresentou uma coleção de obras de arte que celebraram a força e a beleza feminina.

Com alusão ao Outubro Rosa, foi realizado o leilão de obras autênticas desenvolvidas por artistas da Lunelli, que uniram moda e propósito em prol da conscientização sobre o câncer de mama.

O leilão beneficente das obras foi realizado com 100% do valor arrecadado destinado às Redes Femininas de Combate ao Câncer de Jaraguá do Sul e Guaramirim, Santa Catarina. Além disso, a Lunelli dobrou o montante arrecadado, ampliando o impacto da doação.

A exposição nasceu com o propósito de apresentar trabalhos de arte com a manifestação da beleza da mulher, sob uma ótica sensível e sofisticada, a partir de um olhar para sua origem: a natureza da beleza.

O valor total de R\$ 23.310,00 arrecadado e doado para as instituições.

O evento de lançamento do leilão foi realizado em nossa loja Lez a Lez, Jaraguá do Sul, com a presença dos nossos colaboradores, desenhistas, autores das obras de arte e a equipe representante das instituições apoiadas na ação.





Projetos incentivados

Em 2024, realizamos o apoio e o acompanhamento de 13 projetos, entre Cultura, Esporte, Fundo da Criança e Adolescente e Fundo do Idoso.

Geramos e promovemos impacto positivo na vida de 10.252 pessoas diretas, por meio dos projetos apoiados.

Lei de incentivo	Valor aportado	Representatividade em relação ao Total	Número de pessoas beneficiadas diretamente
LEIS DE INCENTIVO À CULTURA - FEDERAL E ESTADUAL	R\$ 420.000,00	53,7%	8747
LEI FEDERAL DE INCENTIVO AO ESPORTE	R\$ 105.000,00	13,4%	400
FUNDO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE	R\$ 105.000,00	13,4%	490
FUNDO DO IDOSO	R\$ 105.000,00	13,4%	360
PRONON¹ E PRONAS²	R\$ 46.500,00	6,0%	255
TOTAL	R\$ 781.500,00	100%	10.252

PRONON¹: Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica

PRONAS²: Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência

Projetos Destaque:



CULTURA

Fábrica de Leitores

O projeto Fábrica de Leitores foi realizado em 12 cidades de Santa Catarina, entre abril e agosto de 2024, envolvendo 101 escolas e beneficiando 8.747 crianças. Durante o período, ocorreram 368 apresentações. O projeto integrou diversas áreas culturais, oferecendo uma experiência interativa e imersiva de arte-educação, que mesclou teatro, literatura e contação de histórias. O objetivo principal foi fomentar a alfabetização e o gosto pela leitura entre os alunos do segundo e terceiro ano do ensino fundamental de escolas públicas, utilizando a ludicidade e a imaginação como ferramentas essenciais. Essa iniciativa foi uma ótima forma de despertar o amor pela leitura nas crianças!

Saiba mais em: <https://mar.te.art.br/fabricadeleitores2/>

Nas cidades onde estamos presentes com nossas unidades, foram atendidas 30 escolas da rede pública de ensino.

Fábrica de Leitores – Guaramirim

Foram 16 escolas beneficiadas, como a Escola Professora Alice Oliger Dias, a EMEF Vereador Armin Bylaardt e o Grupo Escolar Padre Mathias Maria Stein.

Fábrica de Leitores – Luiz Alves

Foram 05 escolas beneficiadas, como a EM Celeste Scola, EBM Prof. Rafael Rech e a EM Vendelim Schweitzer.



Fábrica de Leitores – Massaranduba

Foram 06 escolas beneficiadas, como a EMEF Ministro Pedro Aleixo, EMEF Alto Luiz Alves e a EMEF Profa. Araci Duarte.

Fábrica de Leitores – Barra Velha

Foram 3 escolas beneficiadas, como a EBM Profa. Antônio Gasiano de Freitas, a ERM Prof. João Manoel da Silva e a ERM Profa. Maria Lindamir de Aguiar Barros.

Reaprendendo a Viver – Manutenção do Centro de Reabilitação Visual do Idoso

O projeto Reaprendendo a Viver é realizado pela Sociedade de Assistência aos Cegos de Fortaleza/CE e buscou realizar a manutenção e aprimoramento dos atendimentos do Centro de Reabilitação Visual do Idoso e constituição de uma sala de AVD (Atividades da vida diária para idosos), com atendimento de até 300 (trezentos) idosos a partir dos 60 anos de idade, anualmente, oriundos de Fortaleza e região metropolitana. Os atendimentos são realizados na comunidade por demanda espontânea e/ou encaminhamentos realizados por instituições que trabalham diretamente com o público-alvo.

Instituto Casa Sábios

Em 2024, mantivemos nosso apoio ao Instituto Casa Sábios, através do investimento por lei de incentivo e doações de materiais e ações voluntárias. O Instituto Casa Sábios de Maracanaú/CE tem como objetivo promover e prestar assistência relacionada às pessoas idosas de ambos os sexos, em situação de risco, abandono e vulnerabilidade social, material e nutricional, comprovadamente sem condições de serem acolhidos por suas famílias, visando à preservação de sua saúde física e mental.

O Projeto “Linha do Tempo: Um Caminho para um envelhecimento ativo e saudável”, apoiado pela Lunelli, atende 60 idosos e tem como objetivo promover um espaço de encontro, com vistas ao diálogo e ao resgate de seus saberes e experiências.



Projeto 60+

O Programa 60+ é realizado pelo Hospital São José de Jaraguá do Sul/SC, com o principal objetivo de qualificar o atendimento ao paciente idoso, proporcionando mais humanização, dignidade e segurança durante o tratamento de saúde no Hospital. Em 2024, apoiamos o projeto “Muito + Cuidado”, parte do programa 60+, que buscou ampliar o tratamento semi-intensivo aos pacientes idosos, com foco no cuidado intensivo e atendimento multidisciplinar ao idoso.

Foram realizadas implantações e ampliações de 10 leitos para Unidade de Cuidado Intermediário, campanhas de promoção e orientação aos familiares, capacitação e qualificação dos profissionais, atendimento cardiovascular especializado e aplicação de protocolos de reabilitação.

CRIANÇA E ADOLESCENTE →

AMA – Associação dos Amigos dos Autistas de Jaraguá do Sul

Aquisição e implantação de dois espaços multifuncionais com estruturas e equipamentos adaptados para as necessidades específicas do autista e, conseqüentemente, o aumento das possibilidades de desenvolvimento dos usuários, promoção de habilidades cognitivas, sensoriais, motoras e sociais, através de propostas lúdicas para cada faixa etária e perfil do usuário, favorecendo uma intervenção individualizada, humanizada e inclusiva.

Além do incentivo ao projeto, em 2024 realizamos a produção e doação da camiseta alusiva ao Abril Azul e utilizada na campanha de arrecadação de doações e sensibilização com a comunidade da região.



APAE JARAGUÁ DO SUL

Realizamos o apoio ao projeto Psicomotricidade da APAE Jaraguá do Sul/SC, que buscou ofertar atendimentos através do método de psicomotricidade para 80 beneficiários, visando promover o desenvolvimento psicomotor de crianças de zero a seis anos, com suspeita e/ou diagnóstico de Deficiência Intelectual – DI, Transtorno do Espectro Autista – TEA e Atraso Global do Desenvolvimento – AGD.



Programando e Aprendendo

O projeto Programando e Aprendendo é realizado pelo Instituto Idear, consiste no ensino de lógica de programação de computadores para crianças e adolescentes de Maracanaú/CE, por meio da utilização de um ambiente interativo e linguagem visual em que as crianças aprendem lógica de programação, desenvolvimento de jogos e aplicativos. O projeto é composto por módulos específicos, atividades complementares e desafios de lógica, envolvendo percepção, matemática, interpretação e raciocínio lógico.





SELETO Esporte Clube

A Escola oficial do SELETO tem como objetivo atender a comunidade e a região com aulas gratuitas de futebol. Busca proporcionar educação, bem-estar e saúde, através do esporte, inserindo valores éticos e morais na sua metodologia, sendo um local de apoio para as famílias e a sociedade. O projeto atende 350 crianças, meninos e meninas de 6 a 16 anos, sendo 80% alunos de escolas públicas.

As ações são desenvolvidas 3 vezes por semana, nos períodos matutino e vespertino, com aulas/estimulação motora, reforço escolar, técnica, tática, treinamentos para goleiros, com metodologia específica para cada idade. Todos recebem uniforme (camisa, calção e meia) gratuitamente e não há cobrança de taxas de matrícula e mensalidade.

Esse projeto é apoiado pela Lunelli desde 2017, com acompanhamento das atividades e orgulho em contribuir para o desenvolvimento das crianças e adolescentes.

Escolinha de Triathlon Núcleo Maracanaú/CE

A Escolinha de Triathlon Formando Campeões, iniciada em 2015, em Curitiba/PR, é hoje um modelo de formação da modalidade no Brasil. Idealizado pelo atleta olímpico curitibano Juraci Moreira, o projeto atende 1.300 crianças e adolescentes em 25 núcleos espalhados por Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Distrito Federal, Goiás, Espírito Santo, Bahia, Ceará e Sergipe.

A Escolinha de Triathlon Formando Campeões, em Maracanaú/CE, atende 50 crianças, tem execução da Federação de Triathlon do Estado do Ceará, com apoio do Instituto Lucimário Caitano e é viabilizada pela Lei de Incentivo ao Esporte.

O projeto visa proporcionar a crianças e adolescentes, entre 8 e 16 anos, que estejam regularmente matriculados na rede pública do estado do Ceará, a inserção da prática da modalidade esportiva Triathlon.



PRONON E PRONAS

PRONON – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica

Projeto realizado pela Associação Hospitalar São José de Jaraguá do Sul, com objetivo geral de ampliar a quantidade de Tomografias Computadorizadas para Diagnóstico, Estadiamento e Planejamento de Radioterapia do Hospital São José de Jaraguá do Sul.

PRONAS – Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência

Projeto de Ampliação dos Atendimentos Médico-Assistenciais para Pessoas com Deficiências realizado pela APAE de Guaramirim, com objetivo principal de atender à crescente demanda de serviços especializados voltados para pessoas com deficiência, reduzindo filas de espera e proporcionando um atendimento mais abrangente e inclusivo.



Voluntariado

Ser voluntário é praticar a responsabilidade social, exercitar a ética, cidadania e atitude. Promovemos ações voluntárias para fortalecer os valores da Lunelli, incentivando uma cultura cidadã, com participação ativa dos colaboradores em suas comunidades.



Bem do Nosso Jeito

NATAL FELIZ

Como destaque do ano, a ação Natal Feliz envolveu voluntários de todas as unidades da Lunelli no Brasil e Paraguai. Em 2024, foram arrecadados e doados mais de 5.600 quilos de alimentos e produtos de higiene pessoal, com o total de 536 cestas especiais montadas e entregues para 13 instituições que realizam o atendimento da comunidade e de pessoas em vulnerabilidade social.



PEDÁGIO AMA

Realizamos a participação no Pedágio da AMA, com a presença de 21 voluntários, auxiliando na arrecadação financeira para manutenção da entidade.

NÚCLEO DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

A Lunelli faz parte do Núcleo de Voluntariado Corporativo da Associação Empresarial de Jaraguá do Sul/SC para promover o desenvolvimento do voluntariado empresarial.

Como empresa nucleada, promovemos e participamos de ações realizadas pelo núcleo, compartilhando as oportunidades de voluntariado para nossos colaboradores, como a destinação dos lacres coletados em campanha interna, sendo trocados por cadeiras de rodas para atendimento da comunidade. Campanhas de arrecadação de alimentos, agasalhos, ações de educação ambiental, entre outras.



MEIO AMBIENTE

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

EIXO 3

EIXO 4



6

ÁGUA POTÁVEL
E SANEAMENTO



7

ENERGIA LIMPA
E ACESSÍVEL



8

TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO



9

INDÚSTRIA,
INOVAÇÃO E
INFRAESTRUTURA



12

CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



13

AÇÃO CONTRA A
MUDANÇA GLOBAL
DO CLIMA



14

VIDA NA
ÁGUA



15

VIDA
TERRESTRE

Moda Consciente

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



A moda consciente visa criar uma cadeia de valor mais sustentável, na qual a beleza e a inovação coexistem com a responsabilidade social e ambiental. Para compor os nossos produtos, utilizamos materiais com atributos de sustentabilidade, que se originam de práticas de produção éticas e condições de trabalho justas, inspirando mudanças positivas tanto nos hábitos de consumo quanto nas práticas da própria indústria.

Algodão Responsável



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

Para 2024, utilizamos 99,88% dos fios de algodão BCI.

Viscose responsável

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

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

Utilizamos 100% de fios de viscose responsável em 2024.

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

LENZING
EcoVero™

As fibras LENZING™ ECOVERO™ são fibras celulósicas derivadas da madeira, uma matéria-prima natural. Naturalmente leves, as fibras **LENZING™ ECOVERO™** conferem aos tecidos e malhas uma suavidade tátil e um caimento fluido. Os processos de produção das fibras são continuamente aperfeiçoados para maximizar a eficiência dos recursos e **minimizar o impacto ambiental**. Consequentemente, as emissões de carbono e o consumo de água da produção das fibras LENZING™ ECOVERO™ são, pelo menos, **50% menores em comparação com as fibras de viscose genéricas**, de acordo com a Higg MSI*.


Modal
Lunelli

As fibras TENCEL™ Modal são fibras celulósicas derivadas da madeira, uma **matéria-prima natural**. A seção transversal das fibras TENCEL™ Modal e sua tenacidade favorecem a suavidade dos tecidos, permitindo-lhes suportar repetidos ciclos de lavagem e secagem. O processo de produção do TENCEL™ Modal tem como base uma tecnologia altamente eficiente em termos de recursos, com elevadas taxas de recuperação de produtos químicos. De acordo com a Higg MSI*, as emissões de carbono e o consumo de água da produção da fibra TENCEL™ Modal são, pelo menos, 50% mais baixos em comparação com as fibras de modal genéricas.

As fibras TENCEL™ Liocel são fibras celulósicas derivadas da madeira, uma matéria-prima natural. Elas são conhecidas por seu perfil de alta tenacidade e alta absorção de umidade, oferecendo um maior nível de conforto térmico ao usuário. O TENCEL™ Liocel é também conhecido por seu inovador processo de produção em circuito fechado. A polpa de madeira é transformada em fibras celulósicas, enquanto mais de 99,8% do solvente é recuperado e reintroduzido no ciclo, resultando em um desperdício quase nulo.

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

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

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

*Resultados com base nas normas LCA (ISO 14040/44) e disponíveis através da certificação Higg MSI (Versão 3.7)





Moda Circular

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

O processo tem início com a coleta de resíduos têxteis provenientes de nossas operações industriais, como retalhos, ourelas de rama e aparas. Essa etapa é conduzida por uma empresa parceira especializada, que realiza a separação manual dos materiais por cor. Em seguida, os resíduos passam pelos processos de desfibragem e cardagem, transformando-se em fibras prontas para a fiação.

Os produtos resultantes desse processo são certificados pelo Global Recycled Standard (GRS), assegurando a rastreabilidade e a conformidade com padrões internacionais de reciclagem. Após a produção das fibras recicladas, o material retorna ao nosso fluxo produtivo, sendo utilizado na tecelagem, corte, modelagem e confecção de novas peças.

Em 2024, essa iniciativa possibilitou a destinação de **2.584 toneladas de resíduos têxteis para reciclagem**, reforçando nosso compromisso com a redução do impacto ambiental e a promoção de uma moda mais sustentável.

Coleção colors

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



Ecodenim

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

Saiba mais:



Embalagem biodegradável e compostável

Na marca Lez a Lez, adotamos **embalagens desenvolvidas com plástico 100% reciclado** e ácido graxo derivado do óleo de coco de palmeira. A biodegradação, em ambiente controlado, pode levar até 2,5 anos. Para 2024, essas embalagens representaram mais de 4,5 milhões de unidades compradas.

Programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals)

O programa Zero Descarte de Produtos Químicos Perigosos (ZDHC) tem como **objetivo zerar o consumo de substâncias nocivas utilizadas na indústria têxtil**. Em parceria com a SGA, o nosso time de compras realiza a troca de fornecedores de acordo com os critérios necessários para o programa.

Ø ZDHC

Processos Ecoeficientes



Desde o ano de 2006, a Lunelli Beneficiamentos no Brasil é certificada na norma ISO 14001. Contudo, em 2024, a unidade Lunelli Paraguai, em Minga Guazu, recebeu pela primeira vez a certificação. Essa certificação é mais do que um reconhecimento, é um compromisso com a redução e mitigação dos impactos ambientais.

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



Por meio do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), busca-se a prevenção da poluição, redução e mitigação dos impactos negativos e promoção dos impactos positivos, **reduzindo a geração de resíduos, do consumo de água, de energia e da emissão de gases.**

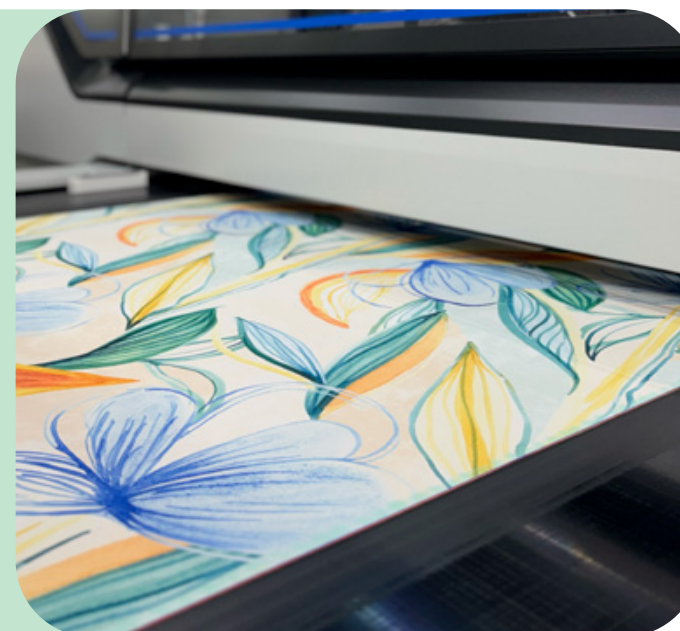
Como parte da busca pela prevenção da poluição e o uso consciente dos recursos naturais, avançamos na digitalização de processos internos, reduzindo significativamente o consumo de papel. **Em 2024, essa iniciativa resultou na economia de mais de 72,5 mil folhas**, contribuindo para a preservação ambiental e a eficiência operacional.

Entre as principais ações implementadas, destacamos a automatização de contratos jurídicos e a implantação do aplicativo SouLunelli, voltado para a comunicação interna. Por meio do aplicativo, documentos como folha de pagamento e outros comunicados corporativos passaram a ser disponibilizados digitalmente, eliminando a necessidade de impressões e promovendo maior agilidade e sustentabilidade nos processos.

Maior estamparia digital do Brasil

Estampamos 7,9 milhões de metros de malhas e tecidos digitalmente em 2024.

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



Água

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

Na Lunelli, reforçamos continuamente a importância do uso responsável e consciente da água em nossas operações. Mantemos o abastecimento hídrico de nossas unidades por meio de captação de água de rios, concessionárias locais, poços e sistemas de captação de água da chuva, garantindo o cumprimento das normas e regulamentações ambientais.

Dentro do nosso ciclo produtivo, o maior consumo de água ocorre nas unidades que utilizam processos de beneficiamento, estamparia e tinturaria. **A Lunelli Beneficiamentos – Brasil, localizada em Corupá/SC, é responsável por aproximadamente 72,5% do consumo de água de todas as unidades, captando-a do Ribeirão Grande do Norte.** Após a captação, a água é armazenada em lagoas e passa pelo tratamento na estação de tratamento de água (E.T.A.) antes de ser utilizada nos processos produtivos. Da mesma forma, a Lunelli Beneficiamentos – Paraguai, localizada em Minga Guazú, capta água do rio Monday e segue o mesmo procedimento de armazenamento e tratamento antes da sua utilização.

Em nossa unidade de costura, em Maracanaú/CE, dispomos de um sistema de captação de água da chuva, armazenada em cisternas. Essa água é utilizada para abastecimento dos banheiros, lavagem de pisos e outras demandas operacionais, especialmente durante os períodos de maior pluviosidade, reduzindo a dependência do abastecimento convencional.



Para outras unidades, a principal fonte de água é a concessionária local, garantindo conformidade com as normas ambientais e de segurança. Além disso, em quatro unidades produtivas do negócio de confecção, utilizamos água proveniente de poços, sempre adotando práticas sustentáveis para seu uso e conservação.

Água (megalitros)	2022	2023	2024
Negócio malhas e tecidos (A)			
Abastecimento de concessionária	0,66	0,88	1,86
Água captada em rios	1.233,17	1.375,78	1.505,47
Água captada em poços	0	0	0
Total	1.233,83	1.376,66	1.507,96
Negócio confecção (B)			
Abastecimento de concessionária	27,43	26,90	25,68
Água captada em rios	0	0	0
Água captada em poços	16,82	17,16	30,01
Total	44,25	44,06	55,69
Total (A+B)			
	1.278,08	1.420,72	1.563,65

Em 2024, mesmo com o aumento da produção Malhas e Tecidos em 9,7%, tivemos um consumo de água por quilo de malha produzido de 97,8 L/Kg, valor muito similar ao realizado em 2023, de 98,0 L/kg, o que evidencia uma operação mais eficiente em relação ao ano anterior.





Efluentes

(303-2; 303-4)



Após o uso nos processos produtivos, a água utilizada nas unidades de beneficiamento do Brasil e Paraguai torna-se efluente industrial, enquanto a água destinada ao consumo humano torna-se efluente sanitário. Ambos são enviados para a estação de tratamento de efluentes (E.T.E.), onde passam por tratamento biológico e físico-químico antes de serem devolvidos ao meio ambiente.

O monitoramento mensal assegura a conformidade com as legislações ambientais vigentes, incluindo a Resolución 222/02, no Paraguai, e as resoluções CONSEMA nº 181/2021 e CONAMA nº 430/2011, no Brasil, garantindo que os efluentes tratados atendam aos padrões estabelecidos. As análises laboratoriais são realizadas por instituições acreditadas pelo Instituto de Meio Ambiente (IMA).

Na unidade de Vestuário, em Guaramirim/SC, adotamos medidas para reduzir impactos ambientais, como a construção de uma nova estação de tratamento biológico de esgoto sanitário. Esse sistema minimiza significativamente a quantidade de resíduos lançados no saneamento básico local. Para assegurar sua eficiência, realizamos monitoramento contínuo, incluindo medições regulares do pH e outros parâmetros de qualidade da água.

Considerando que, nas outras unidades, a maior parte do abastecimento hídrico provém de concessionárias, reconhecemos a responsabilidade dessas entidades no descarte de efluentes em corpos d'água e na garantia de sua qualidade.

Efluentes (megalitros)	2022	2023	2024
Negócio Malhas e Tecidos	1.037,42	1.302,22	1.375,06
Negócio Confecção	2,55	2,46	2,31
Total	1.039,97	1.304,68	1.375,22

Em 2024, tivemos uma geração de efluentes de 89,1 Litros por quilo de malha produzido, representando uma redução de 3,7 Litros por quilo de malha produzido, em comparação ao ano de 2023, evidenciando uma operação mais eficiente em relação ao ano anterior.

Energia

(302-1; 302-3)

A matriz energética da Lunelli é diversificada e orientada para a sustentabilidade. Nossa principal fonte de energia elétrica provém do mercado livre, complementarmente, utilizamos gás natural em processos produtivos específicos e cavaco de madeira reflorestada como biomassa para alimentação das caldeiras, reforçando nosso compromisso com fontes renováveis.

Além disso, nossa unidade de armazenamento e abastecimento de fios conta com um sistema de captação de energia solar, contribuindo para a redução da dependência de fontes externas e para a mitigação de emissões de carbono.

Nas unidades Lunelli Beneficiamentos (Corupá/SC), Lunelli Vestuário (Guaramirim/SC), Lunelli Comercial (Guaramirim/SC), Lunelli Nordeste (Maracanaú/CE) e Lunelli Avaré/SP, **asseguramos o uso exclusivo de energia limpa e renovável adquirida no mercado livre.**

Energia	2022	2023	2024
Negócio Malhas e Tecidos (A)			
Energia elétrica (kWh)	25.054.025	26.846.893	28.918.313
Cavaco (m³)	106.583	115.140	116.890
Gás natural (m³)	4.655.910	5.484.961	5.872.830
Negócio Confecção (B)			
Energia elétrica (kWh)	6.190.336	6.040.131	6.786.416
Gás natural (m³)	80.496	72.001	65.9111
Total (A+B)			
Energia elétrica (kWh)	31.244.361	32.887.024	35.704.729
Cavaco (m³)	106.583	115.140	116.890
Gás natural (m³)	4.736.406	5.556.962	5.938.741



Para melhor o monitoramento do nosso consumo de energia elétrica, realizamos a taxa de intensidade para cada negócio.

Intensidade energética	2022	2023	2024
Negócio Malhas e Tecidos			
Energia elétrica (kWh)	25.054.025	26.846.893	28.918.313
Quantidade de malha produzida (t)	14.072	14.043	15.414
Taxa de intensidade (kWh/t)	1.780,40	1.911,76	1.876,15
Negócio Confecção			
Energia elétrica(kWh)	6.190.336	6.040.131	6.786.416
Quantidade de peça produzida (peças)	24.558.082	24.454.926	26.510.357
Taxa de intensidade (kWh/peça)	0,25	0,25	0,26

Produtos Químicos

(416-1)



Com o objetivo de eliminar o uso de produtos químicos perigosos em nossos processos, implementamos a verificação dos produtos químicos utilizados, assegurando sua conformidade com o programa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Essa iniciativa global visa eliminar substâncias nocivas da cadeia de abastecimento da indústria da moda, promovendo uma **produção mais sustentável e segura para consumidores, trabalhadores e o meio ambiente.**

Para garantir a adequação ao programa, todos os produtos químicos utilizados nos processos têxteis da Lunelli passam por uma avaliação criteriosa baseada na Ficha de Dados de Segurança (FDS). O comitê responsável pela análise verifica se os produtos estão isentos de substâncias restritas, conforme ZDHC, e se apresentam **condições adequadas de manuseio, garantindo a segurança dos colaboradores.**

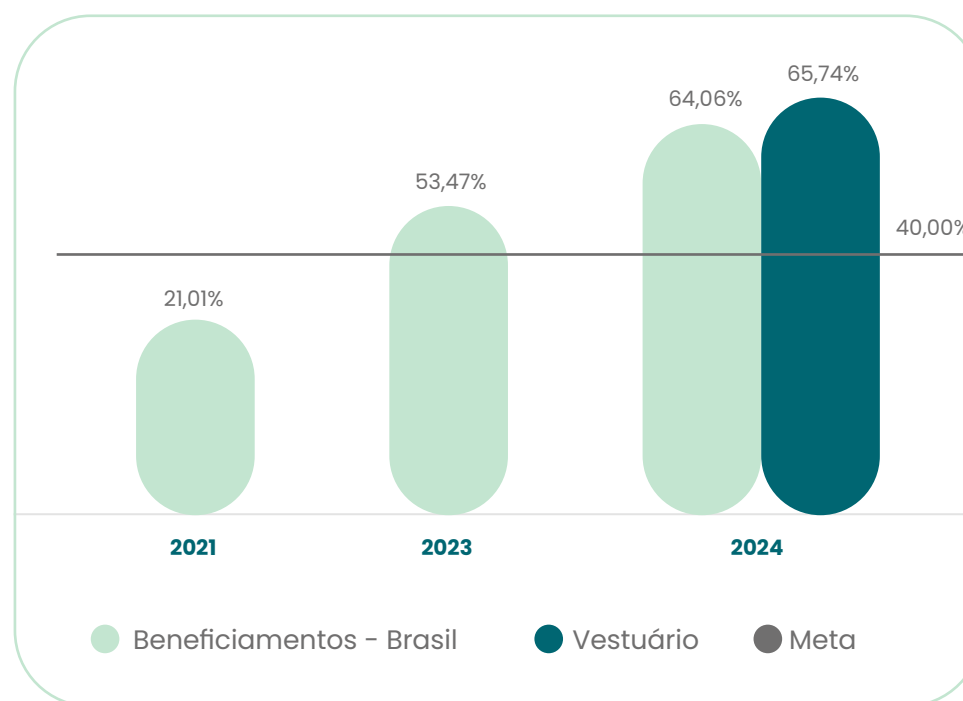
Dessa forma, seguimos avançando na substituição de produtos químicos por alternativas seguras e livres de substâncias restritas e na seleção de fornecedores de produtos químicos parceiros que atendam as exigências do programa.

Pelo terceiro ano consecutivo, a unidade Lunelli Beneficiamentos, responsável pelo maior consumo de produtos químicos da companhia, **superou a meta estabelecida** e seguiu avançando na implementação de substituições.

Encerramos 2024 com 64,06% de adequação ao programa, registrando um crescimento de 6,02 p.p. em relação ao ano anterior e 24,06 p.p. acima da meta estipulada.

Expandindo esse compromisso para o negócio de confecção, iniciamos, em 2024, o processo de verificação dos produtos químicos em conformidade com o ZDHC na unidade Lunelli Vestuário, maior consumidora de produtos químicos do Negócio Confecção. Durante essa primeira avaliação, **atingimos 65,74% de conformidade com os critérios estabelecidos pelo programa**, um resultado positivo que reflete nossa dedicação em garantir processos cada vez ecoeficientes e responsáveis.

Porcentagem de produtos em adequação ao ZDHC



Esses avanços demonstram nossa evolução contínua e reafirmam nosso compromisso com a melhoria constante, a excelência operacional e a construção de uma indústria têxtil cada vez mais segura e ambientalmente responsável.

Resíduos



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

Na Lunelli, asseguramos a implementação de boas práticas no gerenciamento e descarte adequado de resíduos em nossas unidades industriais, garantindo conformidade com as normas ambientais e minimizando impactos ao meio ambiente. Para isso, gerenciamos todo o processo por meio da documentação de destinação final dos materiais e realizamos auditorias regulares em nossas unidades produtivas.

O fortalecimento das iniciativas **5S** e do **Programa SOL (Segurança, Organização e Limpeza)** tem sido essencial para aprimorar o descarte correto e a segregação

Não Perigosos (toneladas)	2022	2023	2024
Reciclagem – Malhas e Tecidos	1.172,84	1.538,72	1.552,97
Reciclagem – Confecção	1.853,99	2.002,61	2.145,11
Reciclagem – Total	3.026,83	3.541,33	3.698,08
Aterro – Malhas e Tecidos	2.706,50	2.441,03	1.835,77
Aterro – Confecção	627,95	522,97	553,54
Aterro – Total	3.334,45	2.964,00	2.389,31
Outros Destinos – Total	2.777,37	2.228,90	2.291,39
Total de resíduos não perigosos	9.138,65	8.734,23	8.378,79

Perigosos (toneladas)	2022	2023	2024
Aterro – Malhas e Tecidos	280,89	224,65	178,84
Aterro – Confecção	37,25	33,83	32,67
Aterro – Total	318,14	258,48	211,51
Outros Destinos – Total	15,05	11,57	67,94
Total de resíduos perigosos	333,19	270,05	279,45

Resíduos (toneladas)	2022	2023	2024
Total de resíduos	9.471,84	9.004,28	8.658,24

de materiais. Além disso, promovemos treinamentos frequentes para nossos colaboradores, conscientizando-os sobre a importância da separação adequada dos resíduos e incentivando uma cultura organizacional voltada para a sustentabilidade.

Como parte do nosso compromisso com a melhoria contínua, buscamos constantemente novas formas de otimizar o encaminhamento de resíduos e reduzir desperdícios. Um exemplo é o projeto implantado na unidade Lunelli Beneficiamentos Brasil, onde os sacos plásticos das bobinas de fios passaram a ser reutilizados nas lixeiras, reduzindo a necessidade de aquisição de novos sacos. Essa iniciativa, desenvolvida dentro do **programa institucional PNI, promove a reutilização consciente de materiais, contribuindo para a redução do desperdício e o consumo responsável de recursos.**

Para 2024, continuamos evoluindo na gestão de resíduos:

- ↓ 4% de redução de geração de resíduos.
- ↑ 4% de aumento do envio de resíduos não perigosos para reciclagem.
- ↓ 19% de redução de envio de resíduo para aterro.

Gases de Efeito Estufa

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



Na Lunelli, reconhecemos os impactos causados pelas mudanças climáticas e a nossa responsabilidade em relação ao tema. **Por isso, desde 2021, temos ampliado o escopo do nosso Inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE), buscando um mapeamento cada vez mais abrangente.** Em 2023, avançamos ainda mais, incorporando mais unidades produtivas e lojas próprias ao levantamento.

Nosso inventário segue a metodologia do GHG Protocol, um padrão de referência internacional que garante a qualidade e a precisão na contabilização das emissões.

2021	2022	2023
01 Indústria	01 Administrativo	01 Administrativo
	02 Indústria	03 Indústria
	02 Unidades de costura	02 Unidades de costura
		02 Centros de distribuição
		10 Lojas próprias

Escopo 1

Emissões diretas de fontes próprias ou controladas pela organização inventariante.

Escopo 2

Emissões indiretas da geração de energia elétrica e/ou térmica comprada pela organização.

Escopo 3

Emissões ligadas às operações da companhia pelas quais a empresa é indiretamente responsável.

Emissões de GEE (tonCO ₂ eq.)	2022	2023
Escopo 1 (A)	36.312,06	41.228,69
Combustão móvel	317,29	362,07
Combustão estacionária	10.479,88	18.601,21
Emissões fugitivas	866,45	129,26
Processos industriais	24.263,00	21.793,00
Efluentes líquidos	385,45	343,15
Escopo 2 (B)	1.031,26	951,12
Aquisição de energia elétrica (localização)	1.031,26	951,12
Aquisição de energia elétrica (escolha de compra)	-	-
Escopo 3 (C)	70.821,52	68.790,48
Bens e serviços comprados	52.444,57	54.158,94
Combustível e energia (exceto escopos 1 e 2)	1.542,88	1.370,65
Transporte e distribuição upstream	9.891,40	7.383,31
Viagens a negócio	1.943,10	1.725,57
Deslocamento de funcionários	1.638,82	1.715,86
Bens arrendados	103,79	202,44
Resíduos sólidos	3.246,12	2.229,95
Efluentes líquidos	10,83	3,76
Total (A+B+C)	108.164,84	110.970,28

Sabemos que este é apenas o começo do nosso mapeamento de emissões, pois nosso objetivo é expandir ainda mais o Inventário de Gases de Efeito Estufa, abrangendo um maior número de unidades e lojas.

No Escopo 2, a escolha da matriz energética tem um impacto direto nos resultados. Dessa forma, utilizamos o mercado livre de energia para quatro de nossas empresas, garantindo o uso de fontes 100% renováveis. **Em 2023, consumimos 23.201,917 MWh de energia renovável incentivada, o que resultou em uma redução de 894,99 tCO2 equivalente.**

Por isso, em 2024, avançamos na migração de mais uma unidade, contando com cinco unidades operando nesse modelo: Beneficiamentos - Brasil, Vestuário, Comercial, Nordeste e Avaré. Esse avanço reforça nosso compromisso com a sustentabilidade e a redução de nossa pegada de carbono.



Sumário GRI

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021				
2-1	Detalhes da organização	Lunelli Participações Ltda - Página 31	16	Ética e Integridade
2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	O conteúdo aqui apresentado contempla todas as empresas da Lunelli.	16	Ética e Integridade
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Este relatório foi publicado em abril de 2025.	16	Ética e Integridade
2-4	Reformulações de informações	Em 2024, não houve reformulações de informações.	16	Ética e Integridade
2-5	Verificação externa	Nesta edição, não optamos por uma verificação externa.	16	-
2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Página 12	16	Ética e Integridade
2-7	Empregados	Página 63	8	Direitos Humanos
2-8	Trabalhadores que não são empregados	Página 63	8	Direitos Humanos
2-9	Estrutura de governança e sua composição	Página 31	16	Ética e Integridade
2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Página 31	16	Ética e Integridade
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	O Presidente do Conselho não possui funções executivas na Companhia. Saiba mais sobre a estrutura de governança na página 31.	16	Ética e Integridade
2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Página 31	16	Ética e Integridade
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Página 31	16	Ética e Integridade
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página 3	16	Ética e Integridade

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
2-15	Conflitos de interesse	Definimos no estatuto do Conselho Consultivo e no Código de Conduta de colaboradores as premissas que poderão causar conflito de interesses. Ciente disso, os mesmos devem sempre informar aos superiores qualquer situação que possam gerar conflito de interesse.	16	Ética e integridade
2-16	Comunicação de preocupações cruciais	A comunicação da gestão do canal de ouvidoria é de responsabilidade da área jurídica e acontece no formato de registro para o Conselho Consultivo.	16	Gestão de Stakeholders
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Página 31	16	-
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Realizamos internamente, com frequência anual, a avaliação formal de desempenho do Conselho Consultivo e a avaliação individual dos membros do Conselho Consultivo.	16	-
2-19	Políticas de remuneração	O conselho consultivo possui uma remuneração fixa. A Diretoria possui uma remuneração fixa e remuneração variável relacionada ao alcance das metas da Companhia e individuais, garantindo o comprometimento necessário da alta liderança, além de benefícios concedidos ao cargo.	16	-
2-20	Processo para determinação da remuneração	O processo de determinação de remuneração é sugerido pelo Comitê de Gestão de Pessoas, no qual posteriormente é analisada pelo Conselho Consultivo e aprovadas pelos acionistas.	16	Direitos Humanos
2-21	Proporção da remuneração total anual	Não disponível.	-	-
2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 4 e 28	16	-
2-23	Compromissos de política	Página 36 e 48	16	Ética e integridade
2-24	Incorporação de compromissos de política	Página 29	16	Ética e integridade
2-25	Processos para reparar impactos negativos	Página 33	16	Ética e integridade
2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 38	16	Ética e integridade
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Não existem casos significativos de multas ou sanções. Premissas: valores acima de R\$ 500.000,00 e trânsito em julgado de processos judiciais.	16	Ética e integridade

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
2-28	Participação em associações	Página 48	17	Gestão de Stakeholders
2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	Página 39 e 81	16	Comunicação responsável com stakeholders
2-30	Acordos de negociação coletiva	Página 63	8	Gestão de Stakeholders
GRI 3: Temas Materiais 2021				
3-1	Processo de definição de temas materiais	Página 24	-	Gestão de Stakeholders
3-2	Lista de temas materiais	Página 25	-	Gestão de Stakeholders
3-3	Gestão dos temas materiais	Página 28 e 29	-	Gestão de Stakeholders
GRI 101: Biodiversidade 2024				
101-1	Políticas para deter e reverter a perda de biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-2	Gestão de impactos na biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-3	Acesso e repartição justa e equitativa de benefícios	Não disponível.	-	-
101-4	Identificação de impactos na biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-5	Locais com impactos na biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-6	Fatores diretos de perda de biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-7	Mudanças no estado da biodiversidade	Não disponível.	-	-
101-8	Serviços ecossistêmicos	Não disponível.	-	-
GRI 201: Desempenho Econômico 2016				
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 59	8 e 16	-
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Página 33	13	Clima e emissões GEE
201-3	Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria	Página 70	3	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
201-4	Apoio financeiro recebido do governo	Não houveram financiamentos com bancos do governo em 2024.	-	-

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 202: Presença no Mercado 2016				
202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	Página 67	8 e 10	Diversidade e Inclusão
202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	Dentre os membros de nossa diretoria, todos foram contratados em nossa comunidade local. Consideramos como diretoria os colaboradores ocupantes de cargos de Presidência e demais diretores estatutários. Consideramos como comunidade local o estado em que nossas unidades estão sediadas.	8 e 10	Diversidade e Inclusão
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016				
203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Página 58 e 85	9, 11 e 17	Projetos e Investimentos Sociais e Fontes e Materiais responsáveis
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Página 83	-	-
GRI 204: Práticas de Compra 2016				
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	Página 81	14	Gestão com stakeholders
GRI 205: Combate à Corrupção 2016				
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Página 33	16	Compliance e combate à corrupção
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Página 36	16	Compliance e combate à corrupção
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não houve.	16	Compliance e combate à corrupção
GRI 206: Concorrência Desleal 2016				
206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Não houve.	16	Compliance e combate à corrupção
GRI 207: Tributos 2019				
207-1	Abordagem tributária	Não disponível.	16	Compliance e combate à corrupção

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
207-2	Governança, controle e gestão de risco fiscal	Não disponível.	16	Compliance e combate à corrupção
207-3	Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos	Não disponível.	16	Compliance e combate à corrupção
207-4	Relato país-a-país	Não disponível.	16	Compliance e combate à corrupção
GRI 301: Materiais 2016				
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Página 81	12	Moda responsável
301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Página 102 e 109	12	Fontes e materiais responsáveis
301-3	Produtos e suas embalagens reaproveitados	Página 109	12	Embalagens de menor impacto
GRI 302: Energia 2016				
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Página 107	7, 12 e 13	Eficiência energética
302-2	Consumo de energia fora da organização	Para 2024, nossas lojas próprias consumiram 349.674 kWh.	7, 12 e 13	Eficiência energética
302-3	Intensidade energética	Página 107	7, 12 e 13	Eficiência energética
302-4	Redução do consumo de energia	Não houve redução no consumo de energia. Entretanto, nas principais unidades (Beneficiamentos, Vestuário, Comercial, Avaré e Nordeste), estamos utilizando energia limpa e renovável disponível no mercado livre para um menor impacto.	7, 12 e 13	Eficiência energética
302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Não disponível.	7, 12 e 13	Eficiência energética
GRI 303: Água e Efluentes 2018				
303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	Página 105	6, 12 e 14	Água
303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Página 106	6, 12 e 14	Água
303-3	Captação de água	Página 105	6, 12 e 14	Água

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
303-4	Descarte de água	Página 106	6, 12 e 14	Água
303-5	Consumo de água	Página 105	6, 12 e 14	Água
GRI 304: Biodiversidade 2016				
304-1	Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental	A unidade de Beneficiamentos localizada em Coupá/SC possui área verde e área de proteção permanente (APP) de 101.542,15m², que representa 30% da área total.	15	-
304-2	Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade	Não disponível.	15	-
304-3	Habitats protegidos ou restaurados	Não disponível.	15	-
304-4	Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização	Não disponível.	15	-
GRI 305: Emissões 2016				
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 110	12 e 13	Clima e Emissões GEE
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página 110	12 e 13	Clima e Emissões GEE
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 110	12 e 13	Clima e Emissões GEE
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Não disponível.	13	Clima e Emissões GEE
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 110	7 e 13	Clima e Emissões GEE
305-6	Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Não disponível.	13	Clima e Emissões GEE
305-7	Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas	Não disponível.	13	Clima e Emissões GEE

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 306: Resíduos 2016				
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Página 109	3 e 12	Gestão de resíduos
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 109	3 e 12	Gestão de resíduos
306-3	Resíduos gerados	Página 109	3 e 12	Gestão de resíduos
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 109	3 e 12	Gestão de resíduos
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Página 109	3 e 12	Gestão de resíduos
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016				
308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Página 80	12	Rede de fornecimento de menor impacto socioambiental
308-2	Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página 80	12	Rede de fornecimento de menor impacto socioambiental
GRI 401: Emprego 2016				
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 65 e 66	8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Página 63	8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
401-3	Licença maternidade/paternidade	Página 69	5, 8 e 10	Diversidade e Inclusão
GRI 402: Relações de trabalho 2016				
402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Não há em procedimento a definição do prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais.	8	-
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018				
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-3	Serviços de saúde do trabalho	Página 68 e 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Página 68 e 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página 68 e 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Página 68 e 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-9	Acidentes de trabalho	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
403-10	Doenças profissionais	Página 77	3 e 8	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
GRI 404: Capacitação e Educação 2016				
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Página 72	4 e 8	Desenvolvimento de pessoas
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Página 72	4 e 8	Desenvolvimento de pessoas

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página 72	4 e 8	Desenvolvimento de pessoas
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016				
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Página 63	5 e 10	Diversidade e Inclusão
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Página 67	5 e 10	Diversidade e Inclusão
GRI 406: Não discriminação 2016				
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Página 38	8 e 16	Diversidade e Inclusão
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016				
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Página 80	8 e 16	Direitos humanos
GRI 408: Trabalho Infantil 2018				
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Página 80	8 e 16	Direitos humanos
GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016				
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 80	8 e 16	Direitos humanos
GRI 410: Práticas de Segurança 2016				
410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Toda a equipe de Segurança Patrimonial interna e externa é capacitada com o Código de Conduta da Lunelli e demais procedimentos existentes.	16	Direitos humanos
GRI 411: Direitos de Povos Indígenas 2016				
411-1	Casos de violação de direitos de povos indígenas	Não houve.	-	Direitos humanos

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
GRI 413: Comunidades Locais 2016				
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Página 85	-	Projetos e Investimentos sociais
413-2	Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	Não disponível.	-	-
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores				
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Página 80	8	Rede de fornecimento de menor impacto socioambiental
414-2	Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página 80	8, 12 e 16	Rede de fornecimento de menor impacto socioambiental
GRI 415: Políticas Públicas 2016				
415-1	Contribuições políticas	Não houve.	16	Ética e Integridade
GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016				
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Página 108	3	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Em 2024, não houve casos de não conformidades em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços da Lunelli.	3	Saúde, bem-estar e segurança dos colaboradores
GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016				
417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Por meio da colocação da etiqueta nos produtos, conseguimos organizar e identificar as informações relevantes de cada item. Para cumprimos com a legislação brasileira de etiquetagem, seguimos os padrões da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Informamos a razão social, CNPJ, o país de origem, as instruções de conservação conforme NM ISO 3758:2013 e a composição de acordo com produto/tecido. Para melhor rastreabilidade do produto, é informado na etiqueta o número da ordem de produção e a referência do produto	16	Moda responsável

NORMA	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS	TEMA MATERIAL
417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Em 2024, tivemos um caso de não conformidade relativo à informação de rotulagem do produto que resultou na aplicação de multa.	16	Comunicação responsável com stakeholders
417-3	Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Não houve.	16	Comunicação responsável com stakeholders
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016				
418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve.	-	Privacidade do cliente & Segurança de Dados pessoais
418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve.	-	Privacidade do cliente & Segurança de Dados pessoais

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

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

CRÉDITOS

Coordenação geral e Redação

Equipe de Gestão de Pessoas e Sustentabilidade

Colaboração

Contribuições de todas as áreas da empresa.

Identidade visual e diagramação

Rafael Schunck

Produção fotográfica

Acervo Lunelli



Lunender

Lunelli

lez²lez

Nakazoo

3E
HANGAR 33

FICO

Vila flor

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

lunelli.com.br

WhatsApp: 0800-721-1414