



Ser humano.

Estar bien.

**Ser parte
del planeta.**

Índice

Ser humano.	8	Promover una cultura de inclusión, diversidad, equidad y acción.
	11	Apoyar a nuestro equipo con oportunidades integrales.
	14	Apoyar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos.

Estar bien.	21	Ampliar el acceso inclusivo a las herramientas de bienestar.
--------------------	----	--

Ser parte del planeta.	27	Innovar para desarrollar materiales sostenibles.
	31	Fomentar la circularidad con nuevos modelos para clientes.
	33	Actuar sobre el cambio climático y las energías renovables.
	35	Usar menos agua y mejor química.
	37	Hacer que los residuos sean algo obsoleto.

Nos

implicamos

al 100%.

UNAS PALABRAS DE NUESTRO CONSEJERO DELEGADO

Gracias por mostrar interés en nuestros compromisos y estrategias sociales y ambientales y en nuestro Programa de impacto. Estoy orgulloso de presentar el trabajo que lululemon está llevando a cabo y los objetivos que nos hemos fijado para contribuir a un mundo más saludable.

Compartimos nuestra estrategia en el contexto de la pandemia de la covid-19, una crisis climática mundial y las desigualdades sistémicas que existen en nuestra sociedad. El mundo nos pide que aprendamos, que actuemos, que hagamos las cosas mejor para las generaciones futuras.

Al desarrollar nuestro Programa de impacto, partimos de una pregunta simple, pero complicada: ¿Cómo podemos crear y acelerar cambios significativos y positivos?

Como marca global arraigada en el yoga y la atención plena, lululemon tiene una oportunidad, responsabilidad y plataforma únicas. Uno de nuestros valores fundamentales, el vínculo, tiene un papel crucial en el bienestar de las personas y el planeta, en la mente y el cuerpo, tanto de manera individual como colectiva. Cuando nos centramos en uno, también provocamos un impacto en el otro.

Este vínculo, esta conexión, es la base de nuestro Programa de impacto. A partir de un enfoque integral que refleja quiénes somos, nuestra estrategia parte de tres pilares interconectados que sientan las bases de cómo trabajamos para crear un futuro más sostenible y compasivo: ser humanos, estar bien y ser parte del planeta.

Agradezco enormemente a las muchas voces de nuestro colectivo global que han contribuido con su conocimiento, experiencia y vivencias para ayudarnos a definir nuestro enfoque. Como marca global, como industria y como personas, todos tenemos una función que desempeñar y mucho trabajo que hacer. Juntos, somos mejores.

Nuestro Programa de impacto es más que un conjunto de compromisos. Encarna nuestra forma de ser, que se guía por el propósito de mejorar el mundo consiguiendo que cada uno de nosotros alcance su máximo potencial. Lo lograremos a través de la práctica habitual de tomar decisiones conscientes, de la creencia de que nuestras acciones colectivas generan cambios significativos.

Calvin McDonald
Consejero delegado

Nuestra estrategia de impacto

Todos tenemos la capacidad de reflexionar sobre nuestras prioridades, desarrollar nuestras estrategias y actuar con valentía para contribuir a un mundo mejor.

El coste de la inacción es elevado. La comunidad mundial debe ser más resistente frente a crisis mundiales, incluida la lucha contra la desigualdad y el cambio climático. Para lograr un futuro mejor y más sostenible para todo el mundo, debemos acelerar el progreso para hacer frente a los desafíos globales a los que nos enfrentamos, tal y como se recoge en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para 2030.

Por eso hemos ampliado el nivel de exigencia de nuestro trabajo de impacto: debemos ser responsables y hacer lo correcto. Para activar a quienes innovan y dar las herramientas necesarias a quienes actúan. Para crear el espacio en el que cada persona haga algo importante, actúe y cambie el mundo para mejor.

El Programa de impacto es nuestra apuesta por un futuro equitativo y sostenible. Desarrollado a través de un compromiso interno y externo, se basa en los contextos sociales y ambientales en los que operamos y en los problemas sociales más importantes para nuestra empresa en particular y la industria en general. Este programa es nuestra primera estrategia de impacto integral y describe nuestros compromisos para mejorar el impacto ambiental, contribuir a un futuro más saludable y crear valor a largo plazo. Establece un itinerario para el cambio para nuestro personal, clientes y comunidades que se basa en quienes somos como marca, en nuestros valores, progreso y aprendizajes de las dos décadas pasadas.

lululemon es una marca que busca un estilo de vida activo y el crecimiento personal, y nuestro propósito es que cada persona alcance su máximo potencial para, de esta manera, mejorar el mundo.

Nuestro Programa de impacto está estructurado en tres pilares interconectados; cada uno cuenta con una visión específica del éxito, los objetivos, los compromisos y las estrategias:

Ser humano. El éxito de las personas con las que trabajamos se debe a que creamos un entorno equitativo, inclusivo y que fomenta el crecimiento.

Estar bien. Nuestras comunidades prosperan porque contribuimos a crear unas condiciones que favorezcan el bienestar mental, físico y social.

Ser parte del planeta. Tanto nuestros productos como lo que hacemos evitan dañar al medio ambiente y contribuyen a mejorar la salud del planeta.

Tenemos un largo camino por recorrer para alcanzar nuestros objetivos. Evaluaremos los éxitos, aprenderemos de los contratiempos e informaremos sobre nuestro progreso ambiental, social y de gestión al menos una vez al año.

Juntos, aprenderemos del día a día y construiremos un futuro más saludable, para nosotros, para nuestras comunidades y para nuestro planeta.

Doce objetivos para el futuro

Estos son algunos de nuestros objetivos para el futuro. Son la base de nuestra visión estratégica que busca minimizar el impacto negativo y contribuir a un futuro más saludable.



Be human.

01 INCLUSIÓN, DIVERSIDAD, EQUIDAD Y ACCIÓN

2025: Reflejar la diversidad de las comunidades a las que servimos y en las que operamos en todo el mundo.

02 OPORTUNIDADES DE LIDERAZGO PARA EL PERSONAL

2023: Ser el lugar al que las personas vienen a desarrollarse y crecer para liderar al mundo.

03 EQUIDAD SALARIAL

2022: Ampliar la equidad salarial entre géneros hasta alcanzar la equidad salarial total.

04 QUIENES FABRICAN NUESTROS PRODUCTOS

2025: Lograr la acreditación de la Asociación para el Trabajo Justo (FLA) y poner programas de capacitación a disposición de más de 100 000 trabajadores en toda nuestra cadena de suministro.

Estar bien.

05 BIENESTAR PARA TODO EL MUNDO

2025: Proporcionar acceso a herramientas de bienestar para más de 10 millones de personas.

06 MAYOR ACCESO

2025: Invertir 75 millones de dólares estadounidenses para avanzar hacia la equidad en el bienestar en nuestras comunidades globales y locales.

07 LULULEMON.ORG

2021: Establecer un centro de excelencia lululemon para el impacto social con el que fomentar el bienestar.

Estar bien.

08 INNOVACIÓN SOSTENIBLE DE PRODUCTOS

2030: Fabricar el 100 % de nuestros productos con materiales sostenibles y con las denominadas soluciones de fin de uso; nos dirigimos así hacia un ecosistema circular.

09 MATERIALES SOSTENIBLES

2025: Utilizar al menos el 75 % de materiales sostenibles en nuestros productos.

10 CIRCULARIDAD

2025: Ofrecer a nuestros clientes nuevas opciones para prolongar la vida útil de nuestros productos.

11 CAMBIO CLIMÁTICO

2030: Obtener electricidad 100 % renovable para abastecer nuestras operaciones para 2021, y reducir las emisiones de carbono en toda nuestra cadena de suministro global en un 60 % por unidad de valor añadido, cumpliendo con nuestros objetivos basados en la ciencia.

12 AGUA Y RESIDUOS

2025: Reducir en un 50 % la cantidad de agua dulce utilizada para fabricar nuestros productos, y reducir los embalajes de plástico de un solo uso en un 50%.

Ser humanos.

El éxito de las personas con las que trabajamos se debe a que creamos un entorno equitativo, inclusivo y que fomenta el crecimiento.

—

ÁREAS PRIORITARIAS

- Promover una cultura de inclusión, diversidad, equidad y acción
- Apoyar a nuestro equipo con oportunidades integrales
- Apoyar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos



Deseamos un mundo equitativo.

En lululemon, acompañamos a nuestros empleados y embajadores en su evolución única con la que desarrollar todo su potencial. Estamos aplicando medidas tangibles para crear un ambiente de trabajo inclusivo en el que todo el mundo tenga acceso equitativo a las oportunidades y se sienta bienvenido, respetado y valorado. A través de este trabajo, cumplimos con nuestro propósito y capacitamos a un colectivo diverso y próspero¹ para que tenga un impacto importante en el mundo.

Trabajamos juntos para apoyar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos. Nos tomamos en serio la responsabilidad de gestionar nuestra empresa de una manera ética, y esta responsabilidad se extiende a nuestros socios de fabricación y proveedores. Mantenemos unos estándares estrictos, colaboramos para abordar los retos sistémicos y defendemos la seguridad y el bienestar de nuestros fabricantes.

OBJETIVO

—
Para 2025, el personal de lululemon reflejará la diversidad de las comunidades a las que servimos y en las que operamos en todo el mundo.



Promover una cultura de inclusión, diversidad, equidad y acción.

Escuchamos, aprendemos y tomamos medidas para eliminar las barreras que nos impiden alcanzar la equidad para que todo el mundo se sienta parte del colectivo y tenga la responsabilidad de contribuir a una cultura inclusiva y la capacidad de actuar.

NUESTRO ENFOQUE

Aspiramos a crear un entorno donde todo el mundo pueda prosperar, tener un impacto y recibir el reconocimiento de los demás. Una organización global diversa, inclusiva y equitativa toma mejores decisiones, fomenta el crecimiento individual y colectivo, y tiene una mayor resiliencia y adaptabilidad y una comprensión más profunda de las comunidades a las que servimos. Para impulsar un cambio real y duradero, estamos invirtiendo en [Inclusión, Diversidad, Equidad y Acción \(IDEA\)](#) con el compromiso de llevar a cabo una transformación significativa, es decir, no nos limitamos a tachar elementos de una lista, sino que actuamos. Nos esforzamos por cambiar nuestra propia mentalidad y comportamiento con el objetivo de vivir todos los días según nuestro valor fundamental: la inclusión.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Reflejar la diversidad de nuestras comunidades.

Trabajaremos para aumentar la diversidad entre nuestro equipo directivo, personal y colectivo para reflejar la diversidad de las comunidades a las que servimos y en las que operamos en todo el mundo.

El aumento de la representación comienza por conocer los datos demográficos del personal y la comunidad. Evaluaremos y publicaremos regularmente estos datos. Estamos comprometidos a apoyar la evolución profesional de nuestros equipos diversos, y lo haremos ampliando el acceso a oportunidades internas y de desarrollo profesional, así como atrayendo a nuevo talento a través de un programa global de prácticas en colaboración con instituciones educativas. Hemos revisado nuestras prácticas de selección y contratación. Estamos formando a nuestros equipos para mitigar el sesgo inconsciente y, a partir de 2020, cada puesto contará con un grupo diverso de candidatos para el proceso de selección.

Diálogo, aprendizaje y desarrollo.

Ampliaremos nuestras ofertas de aprendizaje y desarrollo para apoyar el programa IDEA.

El cambio comienza con el entendimiento, por lo que invitamos a nuestro colectivo a aportar su experiencia y habilidades para ayudarnos a desarrollar nuestras acciones. Nos comprometemos a llevar a cabo un diálogo continuo en el marco de IDEA, especialmente entre miembros infrarrepresentado y marginados de nuestro colectivo y el equipo directivo. Para continuar aprendiendo y responsabilizándonos, hemos creado grupos de recursos dirigidos por miembros del personal y un comité asesor de embajadores globales paramarcar el ritmo del cambio. Ofrecemos formación, capacitación y conversaciones guiadas sobre IDEA para todos los empleados sobre distintos temas entre los que se incluyen antirracismo, antidiscriminación y comportamientos de liderazgo inclusivos.

Cultura inclusiva.

Estamos incorporando IDEA en todo lo que hacemos para que se convierta en una mentalidad intrínseca de nuestra cultura y experiencias.

Al incluir IDEA en nuestras conversaciones habituales, fomentamos una cultura de inclusión. Revisamos continuamente nuestras políticas, programas y prácticas, e identificamos formas para alcanzar una mayor inclusividad y equidad. Esto incluye la creación de una variedad de productos y experiencias inclusivos y accesibles para nuestros clientes y comunidades.

Representación Global:

19 000+

Empleados

506

Tiendas

17

Países

Datos de Septiembre de 2020.

Destacado: Productos inclusivos

El siguiente paso.

Nuestro surtido de productos inclusivos celebra los cuerpos en todas sus formas.

Este año, estamos dando un primer e importante paso para ampliar nuestra oferta de tallas y ajustes, comenzando con la introducción de las tallas 0-20 en nuestros seis principales estilos para mujer. Como siempre, no hacemos concesiones a nuestro enfoque sobre cómo quedan nuestras prendas, por lo que nuestros clientes encontrarán el mismo diseño técnico y atractivo y la misma calidad, comodidad y rendimiento en cada nuevo producto y talla.

También hemos introducido la talla 14 en los estilos principales de sujetador con copas hasta la 40DD/38E. Además, vamos a añadir nuevas tallas y cortes a nuestra gama para hombre, incluyendo una cintura de 46 pulgadas en nuestro Pantalón ABC Classic, así como nuevas longitudes de tiro de pernera en las categorías Vida activa, Correr y Entrenamiento, con planes para incluir las tallas XS-3XL en estilos seleccionados online para finales de 2021.

Es solo el comienzo. En el futuro, seguiremos añadiendo nuevas ofertas de talla y corte cada temporada.



OBJETIVOS

Seremos el lugar al que las personas vienen a desarrollarse y crecer para liderar al mundo para 2023.

Ampliaremos la equidad salarial entre géneros hasta alcanzar la equidad salarial total para 2022.

Apoyar a nuestro equipo con oportunidades integrales.

Entendemos que los programas de salud y los incentivos deben ofrecer opciones en todas las etapas de la vida. Por eso nos comprometemos a presentar ofertas innovadoras, personalizadas y competitivas a nuestro equipo a nivel mundial.

NUESTRO ENFOQUE

Nos comprometemos a desarrollar perfiles líderes, prácticas de compensación equitativas y garantizar que nuestra gente cuente con el apoyo adecuado.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Líderes para el mundo.

Seremos el lugar al que las personas vienen a desarrollarse y crecer para liderar al mundo.

Invertimos en cada empleado y equipo para crear condiciones favorables en las que cada persona descubra su propósito y lo ponga en práctica, ya sea en lululemon o en otro lugar. Nos interesa la persona de forma integral, acompañarla en su desarrollo. Nuestro compromiso con el desarrollo de líderes para el mundo tiene tres componentes. Primero, partimos desde un lugar de fortaleza; nuestra oferta de desarrollo comienza ayudando a las personas a descubrir y apreciar sus puntos fuertes y sus singularidades. En segundo lugar, invertimos en la cocreación de equipos con la creencia de que la diversidad de experiencias, habilidades y perspectivas dan lugar a importantes innovaciones. Finalmente, creamos oportunidades concretas para que las personas descubran cómo pueden dejar su legado para el mundo.

Igualdad salarial.

Globalmente, ampliaremos la equidad salarial entre géneros hasta alcanzar la equidad salarial para 2022.

Como organización global compuesta por un 78 % de mujeres (60 % del equipo directivo y 50 % del consejo de administración), sabemos que la igualdad de salarios es imprescindible. En 2018, logramos la equidad salarial para todo el personal de nuestras tiendas y centros de asistencia a nivel mundial. En 2020, publicamos nuestras cifras en cuanto a igualdad de salarios y la incorporamos en nuestro proceso de compensación anual. Nos enorgullece el progreso que hemos hecho en este sentido y somos conscientes de que la igualdad de salarios se extiende al género y la raza. Alcanzaremos la equidad salarial plena en 2022 y nos comprometemos a mantenerla.

Bienestar mental.

Ofrecemos una formación y unas ventajas sin precedentes en la industria para el bienestar mental a toda nuestra plantilla de todo el mundo desde 2021.

Nuestro enfoque para alcanzar el bienestar mental es integral. Nuestro Programa de asistencia para el personal ofrece ayuda profesional a quien la necesite. También ofrecemos herramientas de resiliencia personal a empleados, embajadores y proveedores. En 2021, ampliamos nuestros beneficios de asesoramiento psicológico y ofrecimos formación en primeros auxilios para el bienestar mental para favorecer las conversaciones en el lugar de trabajo. Somos conscientes de que cada persona requiere un nivel diferente de apoyo, por lo que revisamos y calibramos continuamente nuestras herramientas para ofrecer opciones de bienestar inclusivas.

Apoyo a progenitores que trabajan.

Progenitores de todos los géneros pueden tomarse un tiempo para centrarse en su familia.

Nuestro Programa familiar es un beneficio para todo el mundo, independientemente del género, que ofrece hasta seis meses de baja remunerada en todos los niveles de empleados y en todo el mundo, desde el personal de tienda hasta los puestos directivos.

Fondo We Stand Together.

Estamos unidos y ofrecemos apoyo financiero a corto plazo a nuestro personal. La vida no siempre es un camino de rosas.

Al comienzo de la pandemia de covid-19, creamos el fondo We Stand Together para ayudar a los miembros de la familia lululemon que estuvieran pasando por dificultades económicas a cubrir sus necesidades básicas y vitales. En un principio, se financió gracias a contribuciones ejecutivas y donaciones de empleados; ahora, la empresa continuará financiando el programa y el resto del personal podrá contribuir si así lo desea.

Representación de mujeres:

78%

De la plantilla

>75%

De mujeres en la cadena de suministro

50%

Del consejo de administración

60%

De altos cargos directivos

Datos de septiembre de 2020.
A finales de 2021 se publicaron datos demográficos más completos.



OBJETIVOS

—
Lograremos la acreditación de la Asociación para el Trabajo Justo (FLA) y pondremos programas de capacitación a disposición de más de 100 000 trabajadores en toda nuestra cadena de suministro para 2025.

Apoyar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos.

A través de nuestros proveedores, decenas de miles de personas en todo el mundo participan en la fabricación de nuestros productos; todos nuestros fabricantes son importantes. Trabajamos en colaboración con nuestros proveedores para crear entornos seguros, saludables y equitativos que ayuden a fomentar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos.

NUESTRO ENFOQUE

Una cadena de suministro responsable comienza con las decisiones que tomamos. Nuestro Código global de ética y conducta empresarial establece los compromisos de nuestra marca; del mismo modo, nuestro Código ético de proveedores rige la relación con nuestros proveedores. El código se adhiere a las normas internacionales para las condiciones de trabajo, los derechos de los trabajadores y la protección del medio ambiente, y su implementación se centra en la prevención, el control y la mejora. Más allá del cumplimiento de la normativa laboral, nos comprometemos a fomentar el bienestar de los trabajadores aprovechando la experiencia de años de colaboración sobre las prácticas en el lugar de trabajo y las iniciativas de apoyo comunitario. A partir de estos valores, nuestros compromisos fortalecen continuamente nuestro programa y nuestro impacto colectivo. Encontrarás más información aquí.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Cadena de suministro responsable y acreditación FLA.

Lograremos la acreditación de la Asociación para el Trabajo Justo (FLA) para nuestro programa de Cadena de Suministro Responsable.

Mejoramos continuamente nuestro programa y nuestro impacto, trabajamos mano a mano con nuestros proveedores y nos esforzamos por adoptar un enfoque para fomentar cambios más allá de nuestras operaciones directas de la cadena de suministro. En 2020, formamos parte de la FLA y estamos trabajando para lograr la acreditación FLA para nuestro programa de Cadena de Suministro Responsable.

Compensación justa.

Cadena de suministro responsable y acreditación FLA.

Queremos que todos los miembros de nuestra cadena de suministro reciban una compensación justa y sabemos que esto solo es posible a través de la colaboración de las distintas partes implicadas. Nuestra estrategia se basa en la colaboración, los datos compartidos y los proyectos piloto conjuntos.

Empoderamiento y bienestar de los trabajadores.

Pondremos programas de capacitación a disposición de más de 100 000 trabajadores en toda nuestra cadena de suministro para 2025.

Apostamos por fomentar el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos. Nuestros programas de capacitación en toda la cadena de suministro cubrirán distintos temas como educación en derechos humanos, mujeres en puestos de liderazgo y prácticas para la resiliencia y el bienestar.

Nuestra cadena de suministro global.

PRODUCTOS TERMINADOS:

55

Fábricas

15

Países

MATERIAS PRIMAS:

65

Fábricas de tejido

19

Países

180 000+

Personal de fábrica

>75 %

De mujeres en la cadena de suministro

Datos de abril de 2020.

Destacado: Nuestra cadena de suministro

Mejor juntos.

Buscamos asociaciones para lograr un cambio real y duradero en nuestra cadena de suministro.

Solo podremos marcar la diferencia en problemas sistémicos si trabajamos en colaboración. El desarrollo y la implementación de nuestra Normativa sobre trabajadores migrantes extranjeros no es una excepción. En ella se describen nuestras expectativas con respecto a los trabajadores migrantes extranjeros, incluido el compromiso de garantizar que ya no paguen tasas de contratación, una práctica habitual en la industria textil.

En un principio, implementamos la normativa en Taiwán y escuchamos a nuestros proveedores para comprender y crear conciencia sobre la contratación ética y algunos de los desafíos únicos a los que se enfrentan los trabajadores migrantes extranjeros. Juntos creamos un programa de dos años de duración que incluía el diálogo colectivo, la resolución de problemas y el desarrollo de las herramientas necesarias para implementar con eficacia hojas de ruta «sin tasas». Al final del programa, nuestros proveedores taiwaneses eliminaron las tarifas pagadas por los trabajadores, con la excepción de una (en implementación). Esto benefició a unos 2700 trabajadores migrantes.

Ahora estamos ampliando este programa fuera de Taiwán para aplicar lo aprendido.

Colaboraciones Be human.

Colaboramos con grupos de la industria, ONG y gobiernos para fomentar cambios.

Asociación para el Trabajo Justo (Fair Labor Association, FLA)

Reúne a universidades, organizaciones de la sociedad civil y empresas para encontrar soluciones sostenibles que mejoren la vida de los trabajadores en todo el mundo.

Iniciativa de Trabajo Responsable (Responsible Labor Initiative, RLI)

Es un programa de la Alianza empresarial responsable (Responsible Business Alliance, RBA): una iniciativa multisectorial y con múltiples partes interesadas que se centra en garantizar que se promuevan y se respeten los derechos de los trabajadores vulnerables al trabajo forzoso.

Programa de Convergencia Social y Laboral (Social & Labor Convergence Program, SLCP)

Reúne perspectivas únicas como una oportunidad para crear una solución eficiente, ampliable y sostenible para las auditorías sociales.

Estar bien.

Nuestras comunidades prosperan porque contribuimos a crear unas condiciones que favorezcan el bienestar mental, físico y social.

—

ÁREAS PRIORITARIAS

- Ampliar el acceso inclusivo a las herramientas de bienestar



Todo el mundo tiene derecho a estar bien.

Sin embargo, a nivel mundial, cada vez más personas sufren estrés y ansiedad, algo que se ha visto exacerbado por la covid-19, las injusticias sociales y los problemas medioambientales. En lululemon, nos comprometemos a fomentar el bienestar para todo el mundo. Si disponemos de las herramientas, los recursos y la autonomía para estar bien, podemos desarrollar todo nuestro potencial y contribuir a un futuro más saludable.

Como marca centrada en el movimiento, la atención plena y la conexión, sabemos que estas prácticas tienen la capacidad de fomentar el bienestar mental, físico y social³. Para ayudar a que todo el mundo pueda disfrutar de algo tan fundamental como el bienestar, facilitamos el acceso a herramientas para lograrlo a aproximadamente 10 millones de personas en todo el mundo, incluidos nuestros clientes, proveedores y miembros de nuestras comunidades.

OBJETIVO

—

Facilitaremos el acceso a herramientas de bienestar para más de 10 millones de personas para 2025.



Destacado: Bienestar mental

Estar bien.

Nuestro compromiso continuo de promover el bienestar mental.

Nuestro objetivo como marca es invertir en la persona al completo para empoderarla, porque sabemos que, para desarrollar todo nuestro potencial, necesitamos estar bien. Actualmente, necesitamos fomentar el bienestar mental más que nunca.

Para 2021, nos comprometimos a ofrecer a nuestra gente beneficios de salud mental como primeros auxilios de apoyo psicológico en tiempo real como respuesta a incidentes graves, así como formación en primeros auxilios de salud mental a los puestos de responsabilidad para garantizar que tengan las herramientas necesarias para mantener conversaciones sobre bienestar mental. Además, continuaremos trabajando para entender en profundidad en qué consiste el bienestar mental y ofreciendo tanto apoyo como acceso a herramientas dentro y fuera de nuestra organización.



OBJETIVOS

—
Invertiremos 75 millones de dólares para avanzar hacia la equidad en el bienestar en nuestras comunidades globales y locales para 2025.

Establecimos un centro de excelencia lululemon para el impacto social con el que fomentar el bienestar en 2021.

Ampliar el acceso inclusivo a las herramientas de bienestar.

Creemos que todo el mundo debe tener a su disposición las herramientas, los recursos y la autonomía necesarios para estar bien y contribuir a un futuro más saludable. Tal y como nos indican los resultados de investigaciones y las prácticas basadas en la evidencia, hemos adoptado el movimiento, la atención plena y la representación como los cimientos sobre los que construir el bienestar.

NUESTRO ENFOQUE

Apoyamos a las comunidades que se enfrentan a barreras económicas, sociales o culturales mediante asociaciones con organizaciones que adoptan prácticas de movimiento y atención plena y abogan por la justicia social. Apoyamos a nuestros clientes de manera directa con herramientas y experiencias.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Establecer lululemon.org

Establecimos un centro de excelencia lululemon para el impacto social con el que fomentar el bienestar en 2021.

El Centro para el impacto social de lululemon unificará y amplificará los programas de impacto social existentes como Here to Be e innovará para crear nuevos programas que promuevan la equidad en términos de bienestar en nuestras comunidades. Invertiremos 75 millones de dólares estadounidenses en los próximos cinco años con el fin de tener un mayor impacto a través del financiamiento directo, las colaboraciones, la cocreación y el compromiso.

Ampliar Here to Be.

Ampliaremos el programa de impacto social Here to Be.

En 2016, lanzamos nuestro programa de impacto social y destinamos 25 millones de dólares estadounidenses en cinco años a colaboraciones con organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan por un acceso equitativo al yoga, el running y la meditación. Este año, como respuesta a una creciente necesidad de bienestar, tomamos medidas para ampliar Here to Be y profundizar su impacto. Su misión ha evolucionado para adoptar un claro enfoque en la equidad. Hemos ampliado nuestras colaboraciones para incluir organizaciones que abogan por la justicia social.

El programa ofrece asistencia en términos de financiación, acceso a herramientas y recursos, y amplificación a través de nuestras plataformas. Gracias a la cooperación en las regiones donde operamos, ampliaremos nuestro alcance e impacto.

Peace on Purpose para personal humanitario.

Ofreceremos apoyo continuo al programa Peace on Purpose, creado en asociación con la Fundación de las Naciones Unidas, para proporcionar herramientas de atención plena al personal humanitario de la ONU.

El personal de la ONU que trabaja en primera línea en las crisis mundiales y los desastres naturales sufre altas tasas de agotamiento, estrés, fatiga por compasión y estigmas de salud mental. Peace on Purpose es un programa basado en la evidencia y que tiene en cuenta el trauma que equipa a los trabajadores de la ONU con recursos de atención plena para mejorar su bienestar mental, físico y emocional. Hasta la fecha, Peace on Purpose ha trabajado con personal humanitario en 11 países a través de talleres presenciales y en 87 países a través de talleres digitales⁴. En 2020, lanzamos herramientas de atención plena en colaboración con Insight Timer, una aplicación global de meditación. Nuestro objetivo para el futuro es apoyar a la ONU para llegar a 30 000 trabajadores humanitarios en 2022 y ampliar el acceso a otras organizaciones de ayuda humanitaria de todo el mundo para 2025.

Experiencias y ofertas de cara a los clientes.

Lanzaremos experiencias de desarrollo personal y ofertas para presentar conceptos clave sobre la salud emocional y el bienestar mental a nuestros clientes.

Desde nuestros inicios, lululemon ha creado productos para el movimiento físico. Si bien la actividad física, el desarrollo personal y la conexión son los cimientos de nuestra marca, nuestra oferta de desarrollo personal hasta la fecha se ha centrado en nuestros empleados y embajadores. En 2020, diseñamos y estamos probando herramientas de desarrollo y experiencias a medida que nuestros clientes podrán disfrutar a través del programa de socios. En un futuro, ampliaremos esta oferta con herramientas basadas en la evidencia y en la ciencia para desarrollar una práctica enfocada a la salud emocional y el bienestar mental.

Impacto desde 2016:

575+

Socios y proveedores sin ánimo de lucro

500,000

Personas alcanzadas

3500

Profesores de yoga formados

40,000

Esterillas de yoga donadas

3

Cumbres Changemaker organizadas

Destacado: Here to Be

Impacto colectivo.

Una instantánea de nuestros socios Here to Be.

Cada comunidad del mundo es diferente, y lo que se necesita para crear acceso al movimiento y a las prácticas de atención plena también cambia. Ese es el enfoque que Here to Be y nuestros socios adoptan en su trabajo.

En el estado de Washington, EE. UU., Yoga Behind Bars está transformando el sistema judicial al ofrecer en las prisiones clases de yoga que tienen en cuenta el trauma a jóvenes y adultos encarcelados y formación para profesores de yoga de 200 horas. En Hong Kong, la Fundación YAMA ofrece programas de yoga gratuitos o subvencionados para personas de la comunidad con discapacidades o enfermedades crónicas o que tienen otras dificultades para alcanzar el bienestar. Mientras tanto, uno de nuestros proveedores en Perú, Textil del Valle, creó un programa de yoga para sus empleados que incluye sesiones de yoga quincenales en un espacio dedicado fuera de la fábrica. La compañía también implementó un programa que ofrece bicicletas para que el personal pueda ir de manera segura a la fábrica en Chíncha Alta y fomentar así el bienestar a través del movimiento diario.

Diferentes soluciones para diferentes comunidades, pero el mismo poder curativo del movimiento y la atención plena.

Ser parte del planeta.

Tanto nuestros productos como lo que hacemos evitan dañar al medio ambiente y contribuyen a mejorar la salud del planeta.

—

ÁREAS PRIORITARIAS

- Innovar para desarrollar materiales sostenibles
- Fomentar la circularidad con nuevos modelos para clientes
- Actuar sobre el cambio climático y las energías renovables
- Usar menos agua y mejor química
- Hacer que los residuos sean algo obsoleto



Nuestras vidas y la salud del planeta están conectadas.

Imaginamos un futuro en el que prosperemos dentro de los límites de nuestro planeta, ya que no tenemos otro. Por eso actuamos para evitar dañar al medio ambiente y contribuir a mejorar la salud del planeta.

En lululemon, creamos productos y experiencias que reflejan los valores de nuestros clientes y nuestras aspiraciones para lograr un mundo más saludable.

Trabajaremos para formar parte de un ecosistema circular que acabe con los residuos y la contaminación, siga utilizando los productos y los materiales ya en uso, regenere los sistemas naturales y use energías renovables limpias⁶. Es imperativo actuar sobre el cambio

climático; hemos fijado objetivos de carbono ambiciosos y basados en la ciencia vinculados a todos nuestros objetivos Be Planet (Ser parte del planeta).

Al transformar nuestros materiales y productos, modelos de experiencia para los clientes y cadenas de suministro y asociarnos con nuestro colectivo, proveedores y partes interesadas de la industria, asumimos la responsabilidad de ayudar a que nuestra industria evolucione hacia un futuro más sostenible, que sea realmente mejor para nuestro planeta. Sabemos que tenemos un largo camino por recorrer, pero nos hemos comprometido a acelerar nuestro progreso y ser parte de la solución.

OBJETIVO

—

Para 2030, fabricaremos el 100 % de nuestros productos con materiales sostenibles y con las denominadas soluciones de fin de uso⁵: nos dirigimos así hacia un ecosistema circular.



OBJETIVOS

—
Para 2025, lograremos al menos el 75% de materiales sostenibles en nuestros productos, incluidas fibras recicladas, renovables, regenerativas, de origen responsable, o una combinación de ellas⁷, o fabricadas con procesos que consumen pocos recursos⁸.

Innovar para desarrollar materiales sostenibles.

La extracción y el procesamiento de materias primas tiene un impacto en la tierra, el agua y el aire. Nuestros tejidos representan aproximadamente el 50 % de nuestro impacto de carbono, sin incluir el uso de los clientes. Por eso la innovación en materiales es la piedra angular de nuestra transición hacia un futuro más sostenible.

NUESTRO ENFOQUE

Nuestra intención es diseñar todos nuestros productos para que tengan un rendimiento, aspecto y sostenibilidad duraderos. Utilizamos mejores fibras, desarrollamos los procesos de fabricación, innovamos nuevos materiales y fomentamos las colaboraciones en la industria para ayudar a encontrar soluciones colectivas. También evaluamos el impacto usando el Índice Higg de Sostenibilidad de Materiales (Higg MSI) y metodologías de análisis del ciclo de vida selectas. Nuestro objetivo es que todos nuestros materiales provengan de fuentes rastreables.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Poliéster.

Al menos el 75% del poliéster que obtenemos será reciclado (con un objetivo modificado del 100 %) para 2025.

En comparación con el material virgen, el poliéster reciclado hecho de fibras pre y posconsumo disminuye nuestra dependencia de los combustibles fósiles y puede reducir las emisiones de carbono en más de un 30 %. Hemos hecho el cambio con colecciones como Metal Vent Tech 2.0, y estamos pasando todos los programas principales al poliéster reciclado. Para contribuir a un suministro sostenible de contenido reciclado para el futuro, invertiremos en el desarrollo industrial del reciclaje fibra a fibra.

Nailon.

Cambiaremos todo el nailon que obtenemos por contenido renovable o reciclado para 2030 y nos comprometemos a lanzar plataformas alternativas para 2025.

Aceleraremos la transición del nailon virgen a nuevos materiales renovables, reciclados o netos que reduzcan nuestra dependencia de los combustibles fósiles y las emisiones de carbono. La fibra de nailon de alto rendimiento constituye la mayor parte de nuestra mezcla de tejidos, pero hoy en día hay cantidades limitadas de material renovable y reciclado. Nos hemos autoplanteado el reto de innovar y rediseñar nuestros materiales de nailon para dar con soluciones más sostenibles que no afecten a la sensación y al rendimiento. Este es, de lejos, nuestro objetivo más complicado en cuanto a materiales y requiere

la colaboración con agentes innovadores y referentes de la cadena de suministro para dar con soluciones en la industria, programas internos de pruebas y aprendizaje para lograr nuestro rendimiento estándar y ampliar a nuestras principales plataformas de productos. En 2020, formamos un equipo interno dedicado e invertimos recursos en colaboraciones estratégicas de innovación. También nos hemos comprometido a desarrollar el elastano, un componente importante en nuestros productos elásticos, hacia fuentes renovables.

Algodón.

Para 2025, todo el algodón que utilicemos será de fuentes responsables: Better Cotton Initiative (Iniciativa para un Mejor Algodón, BCI), orgánico, reciclado o regenerativo.

Tomar dediciones responsables en cuanto al algodón reduce el uso de agua y pesticidas. Por ejemplo, como miembro de la BCI, estamos comprometidos a apoyar la mejora de las prácticas de cultivo de algodón a nivel mundial⁹.

Materiales derivados de animales.

El 100% de los materiales derivados de animales que utilicemos para 2025 serán rastreables o estarán certificados de acuerdo con nuestra Política de materiales derivados de animales.

Desde 2016, el 100 % del plumón que usamos es completamente rastreable y está certificado por las normas éticas RDS (Responsible Down Standard). Trabajamos para utilizar lana de origen responsable que sea rastreable y preferiblemente certificada por una entidad independiente, como el Responsible Wool Standard (RWS). Seguiremos aumentando la visibilidad y la transparencia en el resto de nuestra cadena de suministro.

Materiales procedentes de bosques.

Nos comprometemos a que el 100 % de nuestros materiales procedentes de bosques estén auditados o certificados por entidades independientes para 2023.

A partir de 2018, el 100 % de nuestras fibras de celulosa procedentes de bosques se obtienen de manera responsable y están evaluadas por las auditorías CanopyStyle. Estamos en pleno proceso de pasar a fabricar todas nuestras esterillas de yoga con caucho natural certificado por el Forest Stewardship Council® (FSC).

Destacado: Innovación sostenible

Presentamos a Mylo™.

Adoptamos nuevos materiales para crear un futuro sostenible.

Nuestro compromiso para crear un entorno más saludable requiere la inversión en materiales sostenibles y el desarrollo de alianzas únicas para lograr un impacto colectivo. Somos miembros fundadores del Mylo Consortium, un grupo sin precedentes de compañías globales con visión de futuro que se han unido para contribuir a un futuro más sostenible para el mundo de la moda. Mylo™ está hecho de micelio renovable, un material innovador a partir de subproductos veganos, cultivado por expertos agricultores y científicos que tiene la misma apariencia y sensación que el cuero. El proceso de elaboración de Mylo no implica la cría de ganado ni ninguno de los gases de efecto invernadero o residuos materiales asociados, por lo que se minimiza el impacto ambiental.

Como referentes en innovación, Mylo nos permitirá seguir creando productos que reflejan los valores de nuestros clientes y nuestras aspiraciones para lograr un mundo más saludable. Esperamos comenzar a ver Mylo en distintas aplicaciones a partir de 2021.

Destacado: Desarrollo de productos

Innovación en acción.

Celebramos la sostenibilidad en el desarrollo de productos.

Crear mejores productos en todos los sentidos requiere un compromiso firme con la innovación sostenible. Nos tomamos en serio nuestra responsabilidad de predicar con el ejemplo.

En el Día de la Tierra 2020, lanzamos una versión de nuestros icónicos Wunder Under hechos con teñido en solución, ya que utiliza aproximadamente un 75 % menos de agua que los métodos tradicionales. El teñido en solución se suele utilizar con el poliéster, pero nos hemos retado a utilizar esta técnica con materiales de nailon más complejos sin comprometer la sensación, el aspecto ni el rendimiento de nuestros productos.

Esta innovación nos ha hecho coger impulso y nos hemos comprometido además a lanzar nuevas innovaciones sostenibles para celebrar momentos como el Día de la Tierra de aquí en adelante.



OBJETIVOS

—
Para 2025, ofreceremos a nuestros clientes nuevas opciones para revender, arreglar o reciclar nuestros productos para extender su vida útil.

Fomentar la circularidad con nuevos modelos para clientes.

Estamos en las primeras etapas de una transformación hacia un ecosistema circular. La circularidad inspira una nueva forma de crear y acceder a los productos: dejando atrás el enfoque lineal para dirigirnos hacia un modelo creativo y regenerativo que involucre a los clientes y prolongue la vida útil de los productos lo máximo posible. Es un reto considerable, pero uno que también nos emociona porque estimula la creatividad y la innovación en toda nuestra industria y cadena de valor, desde el diseño hasta los servicios textiles, pasando por la innovación en el reciclaje fibra a fibra; el éxito solo es posible a través de la colaboración y la evolución en nuestra industria.

NUESTRO ENFOQUE

El progreso hacia la circularidad requiere nuevos sistemas y reevaluar cómo hacemos las cosas, tanto interna como externamente.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Nuevas opciones para clientes.

En 2021, ofreceremos nuevos modelos y opciones para que nuestros clientes puedan ampliar la vida útil de sus productos favoritos, como revender sus prendas.

Aplicaremos lo que aprendamos en los proyectos piloto de recogida y reventa en Norteamérica para ampliar las ofertas e implementarlos en mercados internacionales.

Diseño circular.

Cambiaremos todo el nailon que obtenemos por contenido renovable o reciclado para 2030 y nos comprometemos a lanzar plataformas alternativas para 2025.

Trabajaremos con el equipo de diseño y pondremos a su disposición las herramientas de formación y los laboratorios de innovación que necesiten para hacer de la circularidad una realidad. Al implicar al equipo de diseño desde el principio, podemos desarrollar la creación de productos y aplicar soluciones de diseño que tengan en cuenta el impacto de cada etapa del ciclo de vida del producto.

Reciclaje de productos.

Para 2025, todo el algodón que utilicemos será de fuentes responsables: Better Cotton Initiative (Iniciativa para un Mejor Algodón, BCI), orgánico, reciclado o regenerativo.

Adaptaremos la infraestructura para recoger los productos después del primer uso y reciclar los materiales para darles una valiosa vida futura, incluido el reciclaje fibra a fibra. Internamente, esto supone un cambio en nuestra logística y procesos para recuperar los productos y ofrecer soluciones para prologar su vida útil. Externamente, esto supone la necesidad de una infraestructura a escala para la recogida y el procesamiento de los materiales que permita su reciclaje para darles una nueva vida.





OBJETIVOS

—
Para 2021, utilizaremos electricidad 100 % renovable en nuestras operaciones.

Para 2030, descarbonizaremos nuestra cadena de valor en cumplimiento de unos ambiciosos objetivos basados en la ciencia.

Actuar sobre el cambio climático y las energías renovables.

El cambio climático es el reto que define nuestra época. Los seres humanos producen más dióxido de carbono del que la naturaleza es capaz de absorber, y la industria textil contribuye a este problema. Estamos trabajando para conseguir un futuro con cero emisiones netas de carbono empezando por reducir nuestras propias emisiones en toda nuestra cadena de valor y apoyar un movimiento global para la acción.

NUESTRO ENFOQUE

En 2019, establecimos una serie de objetivos que están avalados por datos científicos y aprobados por la iniciativa Science Based Targets¹¹. Estamos aplicando estrategias para invertir en la transición a las energías renovables, impulsar la reducción de las emisiones de carbono, aumentar la eficiencia energética en toda nuestra cadena de valor y colaborar con otros sectores para progresar. Informamos sobre nuestra huella de carbono a la CDP (Carbon Disclosure Project), una organización internacional sin ánimo de lucro.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Objetivos basados en la ciencia.

Para 2030, descarbonizaremos nuestra cadena de valor en cumplimiento de unos ambiciosos objetivos basados en la ciencia. Nuestros objetivos específicos son:

- Una reducción absoluta del 60 % de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en todas las instalaciones propias (año de referencia 2018).
- Una reducción del 60 % de la intensidad de las emisiones de GEI en bienes y servicios adquiridos y en el transporte y la distribución de fases anteriores (año de referencia 2018).

Los objetivos provisionales y las medidas de reducción de carbono definen nuestra hoja de ruta para 2030, centrándose en las energías renovables, los materiales sostenibles y la circularidad, la participación de los proveedores y la eficiencia operativa.

Energía renovable.

Para 2021, utilizaremos electricidad 100 % renovable en nuestras operaciones directas.

Lograremos este objetivo en Norteamérica principalmente a través de acuerdos de compra de energía virtual e internacionalmente a través de créditos certificados de energía renovable.

Reducción de carbono.

Aplicaremos estrategias para impulsar la reducción de las emisiones de carbono y la eficiencia energética en toda nuestra cadena de valor.

En nuestras propias operaciones, estamos logrando la eficiencia energética con iniciativas existentes como la transición a una iluminación LED, la readaptación de los centros de datos y el uso de sistemas de gestión de energía pilotos en tiendas.

En nuestra cadena de suministro, nos centramos en una estrategia triple:

- Obtención de materias primas y fibras más sostenibles
- Animar a nuestros socios para mejorar la eficiencia energética en los procesos de fabricación y la transición hacia la energía renovable
- Optimizar la logística, incluidas las reducciones en el uso del transporte aéreo

Colaboración de la industria.

Como signatarios de la Carta de la industria de la moda para la acción climática de la ONU, participamos activamente con nuestra industria para dar con soluciones compartidas para conseguir el cero neto para 2050.

Nuestro enfoque a 10 años se centra en reducir nuestras emisiones de carbono en línea con la ciencia más reciente y el Acuerdo de París para reducir las emisiones hacia el cero neto para 2050.



OBJETIVOS

—
Reducir en un 50 % la cantidad de agua dulce utilizada para fabricar nuestros productos para 2025.

Para 2022, nuestros proveedores prioritarios implementarán el Listado de Sustancias Restringidas de Material (MRSL, emitido por ZDHC) y utilizarán mejores químicos para lograr nuestro objetivo de eliminar la descarga de productos químicos dañinos.

Usar menos agua y mejor química.

Utilizamos el agua de forma inteligente, evitamos contribuir al estrés de las cuencas hidrográficas e innovamos en química para crear productos excepcionales.

NUESTRO ENFOQUE

Crear, procesar y teñir materiales requiere agua limpia, de 50 a más de 100 litros por kilogramo de tela, dependiendo del tipo de fibra¹⁰. Como parte de la solución, estamos evaluando los límites de agua en nuestra cadena de suministro y hemos iniciado proyectos con nuestros proveedores para fabricar productos de manera radicalmente más eficiente con respecto al agua. Además, continuaremos mejorando la gestión y promoviendo el uso de mejores productos químicos para lograr el máximo rendimiento del producto, proteger a las personas y el medio ambiente, y cumplir con la legislación y los estándares de la industria.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Nuevas técnicas de teñido.

Ampliaremos el teñido en solución al nailon para reducir el uso de agua en al menos un 75 % sobre los métodos tradicionales.

El desarrollo de soluciones innovadoras en cuanto al uso del agua es una de las vías para utilizar menos agua dulce en la fabricación de nuestros productos. El nailon teñido en solución usa aproximadamente un 75 % menos de agua que las técnicas tradicionales; el pigmento de color se agrega a la materia prima para reducir tanto el uso de agua como las emisiones de carbono.

Plan de acción para la reducción del agua.

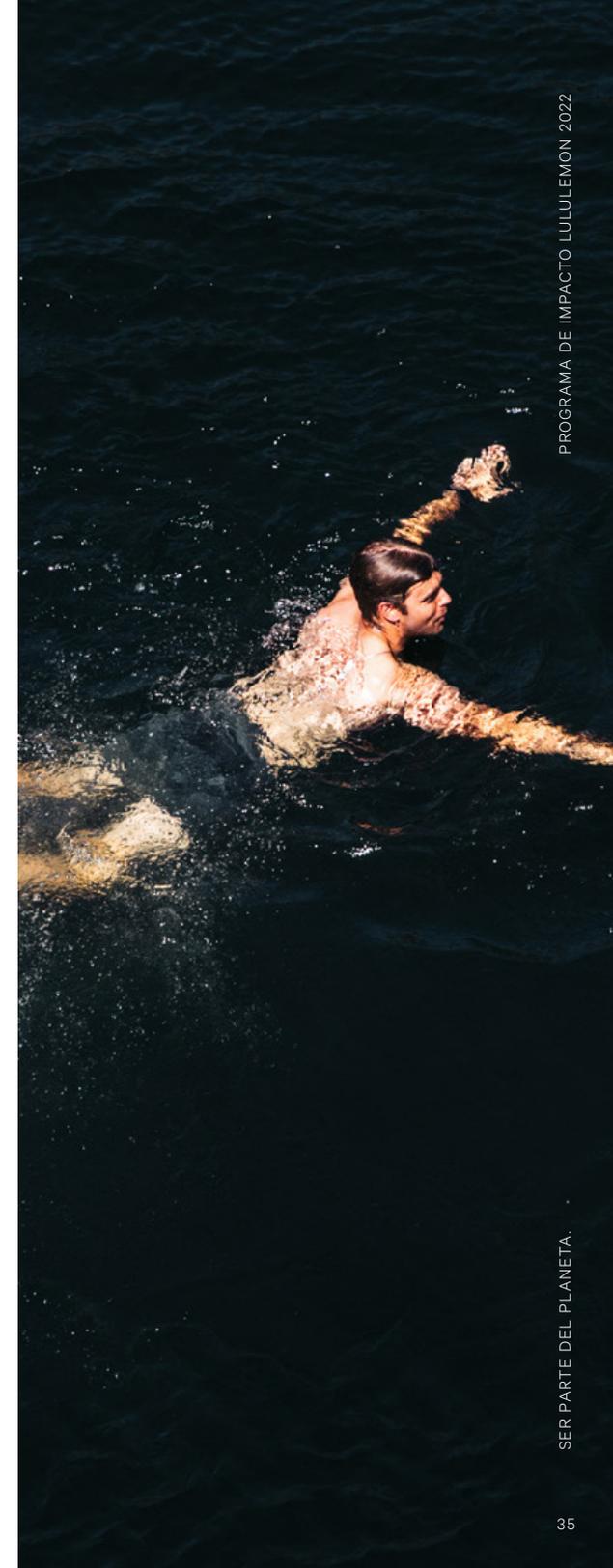
Nos comprometemos a desarrollar una estrategia para un mejor uso del agua para 2021.

Estamos creando una estrategia de uso del agua y un plan de acción basado en un informe de escasez de agua de nuestras ubicaciones de producción, un análisis de la cantidad promedio de agua requerida para fabricar nuestros productos y un entendimiento de las brechas tecnológicas y las oportunidades para identificar de manera informada las vías de reducción del uso de agua dulce. Estos datos se utilizarán para afinar nuestros objetivos y medir el progreso hacia nuestro objetivo de reducción.

Gestión de productos químicos de los proveedores.

Implementaremos el listado de sustancias restringidas de fabricación de ZDHC y las directrices de aguas residuales para 2022.

La base de nuestro enfoque es nuestra lista de sustancias restringidas (RSL), en línea con las directrices del Apparel and Footwear International RSL Management Group. También adoptamos las directrices ZDHC de MRSL sobre aguas residuales y las implementaremos en toda nuestra cadena de suministro para lograr una química mejor y bien administrada para 2022. Como miembro desde hace tiempo de bluesign®, un sistema que mejora la química y los impactos ambientales del proceso de fabricación, continuaremos aumentando el porcentaje de materiales certificados según estándares reconocidos internacionalmente, incluidos los de bluesign®.





OBJETIVOS

—
Reducir en un 50 % la cantidad de embalajes de plástico de un solo uso para 2025.

Para 2023, lograremos centros de distribución con cero residuos.

Haremos que los residuos sean algo obsoleto.

Queremos que los residuos sean cosa del pasado.

NUESTRO ENFOQUE

La industria textil tiene la oportunidad de reducir los residuos en toda la cadena de valor: en la fabricación, en tiendas y en centros de distribución, además de en los envíos y en los embalajes de productos.

LO QUE ESTAMOS HACIENDO

Residuos textiles.

Nos comprometemos a encontrar las mejores soluciones para reutilizar para nuestros productos.

Durante casi 10 años, hemos estado reciclando productos dañados que no se podían vender ni donar y los hemos usado como relleno para sacos de boxeo o como material ecuestre. Nuestros procesos de fabricación están optimizados para minimizar los residuos textiles. También donamos el exceso de tela a través de nuestros colaboradores de organizaciones benéficas siempre que nos es posible.

Centros de distribución y tiendas.

Lograremos operar centros de distribución con cero residuos.

Actualmente, cuatro de nuestros cinco centros de distribución operados por lululemon son instalaciones con cero residuos, y el más reciente también está a punto de alcanzar este objetivo. Entre las iniciativas específicas se incluyen nuestro programa de reutilización de cajas, que redujo el número de cajas utilizadas en más de 1 millón al año. A partir de 2021, también desarrollamos nuestros programas de tienda para minimizar los residuos.

Embalajes sostenibles.

Seguiremos desarrollando e implementando soluciones de embalaje sostenibles.

Nuestra Política de embalajes sostenibles se centra en prescindir del embalaje siempre que sea posible, utilizar materiales de bajo impacto (especialmente contenido reciclado y con certificación FSC) y desarrollar soluciones al final de su vida útil. En el futuro, reduciremos las bolsas de plástico que protegen los productos y de envío y mejoraremos las bolsas reutilizables para lograr nuestros objetivos.



Destacado: Circularidad del producto

Desarrollar el impacto.

Estamos poniendo nuestra visión en práctica con nuestras esterillas de yoga. Las esterillas de yoga son la base de la práctica y nos hemos comprometido a ofrecer la opción más saludable. Nuestra esterilla Arise está hecha con caucho natural de origen sostenible y certificado FSC.

Para seguir reduciendo nuestro impacto, estamos en proceso de que todas nuestras esterillas de yoga estén hechas con caucho natural con certificación FSC. Todas las esterillas dañadas que no se pueden vender ni donar se reciclan y el material se utiliza para crear un producto premium para superficies ecuestres llamado ReitenRight. El caucho natural de alta gama que utilizamos en nuestras esterillas es la superficie con la amortiguación perfecta para nuestros amigos de cuatro patas.

Es solo el comienzo, nuestra transición hacia la circularidad incluirá muchas cosas más.



Colaboraciones Be planet.

Colaboramos con grupos de la industria, ONG y gobiernos para fomentar cambios.

Carta de la industria de la moda para la acción climática de la ONU

Sus signatarios trabajan codo con codo para reducir las emisiones de carbono en los sectores de la moda y textil.

RE100 de Climate Group

Es una iniciativa global de empresas influyentes comprometidas con la transición hacia el 100 % de energía renovable.

Sustainable Apparel Coalition

Una alianza internacional dentro de la industria textil, de calzado y de la confección para la producción sostenible para trabajar hacia la sostenibilidad ambiental y social a través de la medición y la reducción del impacto.

Textile Exchange

Una organización global sin ánimo de lucro que impulsa la transformación de la industria hacia fibras preferentes y una mayor integridad y estándares.

Programa Canopy Planet

Una organización medioambiental sin ánimo de lucro que trabaja con clientes y proveedores forestales para proteger los bosques en peligro.

The Microfibre Consortium

Desarrolla soluciones prácticas para la industria textil que ayudan a minimizar la fragmentación de las fibras y su liberación en el entorno.



NOS IMPLICAMOS AL 100 %

A medida que hemos ido definiendo las estrategias y los elementos de nuestro Programa de impacto, nuestro entusiasmo por las posibilidades y las oportunidades que plantea no han dejado de crecer. Con un entendimiento claro y realista de los desafíos globales a los que nos enfrentamos, estamos llevando a cabo un trabajo que sirve de inspiración y motiva.

En lululemon, sabemos que todas las personas y el planeta estamos conectados, y que nuestro objetivo es inspirar un cambio positivo a través de elecciones conscientes, innovación y colaboración. Tanto en la empresa como en nuestro colectivo, confiamos en que nuestros compromisos y nuestra capacidad pueden marcar un antes y un después. Creemos en un intercambio de ideas para continuar aprendiendo y mejorando nuestras soluciones, y para compartir nuestro progreso.

El verdadero cambio solo puede producirse si trabajamos juntos con acciones colectivas. Por eso, te agradecemos que hayas dedicado un rato a leer nuestro Programa de impacto. Todos tenemos la capacidad de reflexionar sobre nuestras prioridades y desarrollar nuestras estrategias. Ha llegado el momento de actuar con valentía, y haremos todo lo necesario para crear un futuro mejor para todos nosotros.

NOTAS FINALES

- 1 El colectivo lululemon está formado por personal, clientes, embajadores, creadores y socios de Here to Be.
- 2 Haremos un seguimiento de los datos demográficos del personal a través de encuestas anuales voluntarias.
- 3 Kelly McGonigal, *The Joy of Movement: How Exercise Helps Us Find Happiness, Hope, Connection and Courage* (Nueva York: Avery, 2019).

Khalsa SB. Yoga for psychiatry and mental health: an ancient practice with modern relevance. *Indian J Psychiatry*. 2013 Jul; 55(Suppl 3):S334-6. PMID: 24049194.

Büssing A, Michalsen A, Khalsa SB, Telles S, Sherman KJ. Effects of yoga on mental and physical health: a short summary of reviews. *Evid Based Complement Alternat Med*. 2012; 2012:165410. PMID: 23008738.
- 4 Investigación llevada a cabo después constatar que el ejercicio sugiere una reducción de hasta un 40 % en los factores de riesgo psicológico como la ansiedad y la depresión y un aumento en el bienestar general y la resiliencia (Fundación de las Naciones Unidas, 2019).
- 5 Soluciones de fin de uso: soluciones que prolongan la vida útil de los productos a través de nuevos modelos como la reventa, la reparación o el alquiler y que le dan una nueva vida a través del reciclaje para crear nuevos materiales y productos.
- 6 «What Is the Circular Economy?», Ellen MacArthur Foundation, visitada en julio de 2020, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy>
- 7 **Renovables:** materiales que tienen la capacidad natural de renovarse con frecuencia dentro de un período de tiempo establecido y han sido verificados para la producción y el procesamiento responsable.

Reciclaje: fabricación de materias primas regeneradas para la creación de nuevos productos a partir de materiales desechados. El reciclaje incluye retales o prendas de vestir convertidas en nuevas fibras o hilos, así como materias primas regeneradas con una calidad que se asemeja a la de las materias primas vírgenes.

Regeneración: producir materiales utilizando la agricultura regenerativa o técnicas de pastoreo.
- 8 Bajo recurso: procesos que logran una reducción significativa y medible del de impacto, como el nailon teñido en solución.
- 9 Actualmente, BCI no existe en nuestra cadena de suministro sudamericana, donde trabajaremos para encontrar soluciones alternativas.
- 10 Alexandra Freitas, Guoping Zhang, Ruth Mathews, Water Footprint Assessment of Polyester and Viscose: And Comparison to Cotton, Water Footprint Network, March 2017, https://waterfootprint.org/media/downloads/WFA_Polyester_and_Viscose_2017.pdf
- 11 lululemon es una empresa de alto crecimiento y utilizó el método de emisiones de gases efecto invernadero por unidad de valor agregado (GEVA) para establecer un objetivo de intensidad económica basado en una unidad de valor añadido (ganancias de las operaciones).





Este Programa de impacto y cualquier información relacionada que compartamos contiene declaraciones sobre nuestros compromisos, metas y planes futuros relacionados con nuestra estrategia de impacto social y ambiental que son declaraciones contempladas dentro de las provisiones de «puerto seguro» de la Ley de Reforma de Litigios de Valores Privados de 1995, incluyendo, pero no limitado a, declaraciones relacionadas con nuestros objetivos y esfuerzos para crear un entorno que sea equitativo, inclusivo y que fomente el crecimiento, a nuestros objetivos y esfuerzos para contribuir a condiciones que apoyen el bienestar mental, físico y social, y a nuestros objetivos y esfuerzos para minimizar el impacto y contribuir a la restauración de un entorno saludable, y otros objetivos y compromisos descritos en el Programa de impacto. Las proyecciones futuras se suelen identificar con palabras como «objetivo», «creer», «aspirar», «esperar», «compromiso», «estrategia», «futuro», «oportunidad», «voluntad» y palabras y expresiones similares. Las proyecciones futuras se basan en nuestras expectativas, planes, estrategias y supuestos a partir de la fecha original del Programa de impacto. La materialización de nuestros objetivos, expectativas, planes y estrategias, y la exactitud de nuestros supuestos, están sujetos a una serie de riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran materialmente de

los descritos en las proyecciones futuras. Estos riesgos e incertidumbres incluyen, pero no se limitan a, nuestra capacidad para mantener el valor y la reputación de nuestra marca; la aceptabilidad de nuestros productos por parte de nuestros clientes; la actual pandemia de la covid-19 y las acciones relacionadas con el gobierno, el sector privado y los consumidores individuales; nuestro mercado altamente competitivo y la creciente competencia; nuestra dependencia y control limitado sobre proveedores externos para proporcionar tejidos para nuestros productos; proveedores o fabricantes que no cumplan con nuestro Código ético de proveedores o con las leyes aplicables; las operaciones de muchos de nuestros proveedores están sujetas a riesgos internacionales y de otro tipo; una recesión económica o incertidumbre económica en nuestros mercados clave; aumentar los costes de los productos y reducir los precios de venta; nuestra capacidad para anticipar las preferencias de los consumidores y desarrollar e introducir con éxito productos nuevos, innovadores y actualizados; nuestra capacidad para pronosticar con precisión la demanda de nuestros clientes para nuestros productos; nuestra capacidad para protegernos contra infracciones de seguridad con respecto a nuestros sistemas de tecnología de la información; cualquier interrupción material de entregar nuestros sistemas de información; nuestra capacidad para

tener sistemas basados en la tecnología que funcionen de manera efectiva y hacer crecer nuestro negocio de comercio electrónico a nivel mundial; cambios en las preferencias de compra de los consumidores y cambios en los canales de distribución; los costes fluctuantes de las materias primas; las condiciones económicas y políticas mundiales y los acontecimientos mundiales, como las pandemias sanitarias; nuestra capacidad para hacer llegar nuestros productos al mercado y satisfacer las expectativas de los clientes si tenemos problemas con nuestro sistema de distribución; nuestra capacidad para gestionar nuestro crecimiento y la mayor complejidad de nuestro negocio de manera efectiva; la estacionalidad; fluctuaciones de los tipos de cambio de divisas; las marcas comerciales en conflicto y la prevención de la venta de determinados productos; nuestra exposición a diversos tipos de litigios; acciones de los accionistas activistas; y otros descritos de vez en cuando en nuestras otras declaraciones públicas, informes, declaraciones de registro, folletos, declaraciones de información y otras presentaciones ante la SEC. Las proyecciones futuras se refieren únicamente a la fecha en que se hacen, y no asumimos ninguna obligación de actualizar o revisar públicamente ninguna declaración a futuro, ya sea debido a nueva información, eventos futuros o de otro modo.