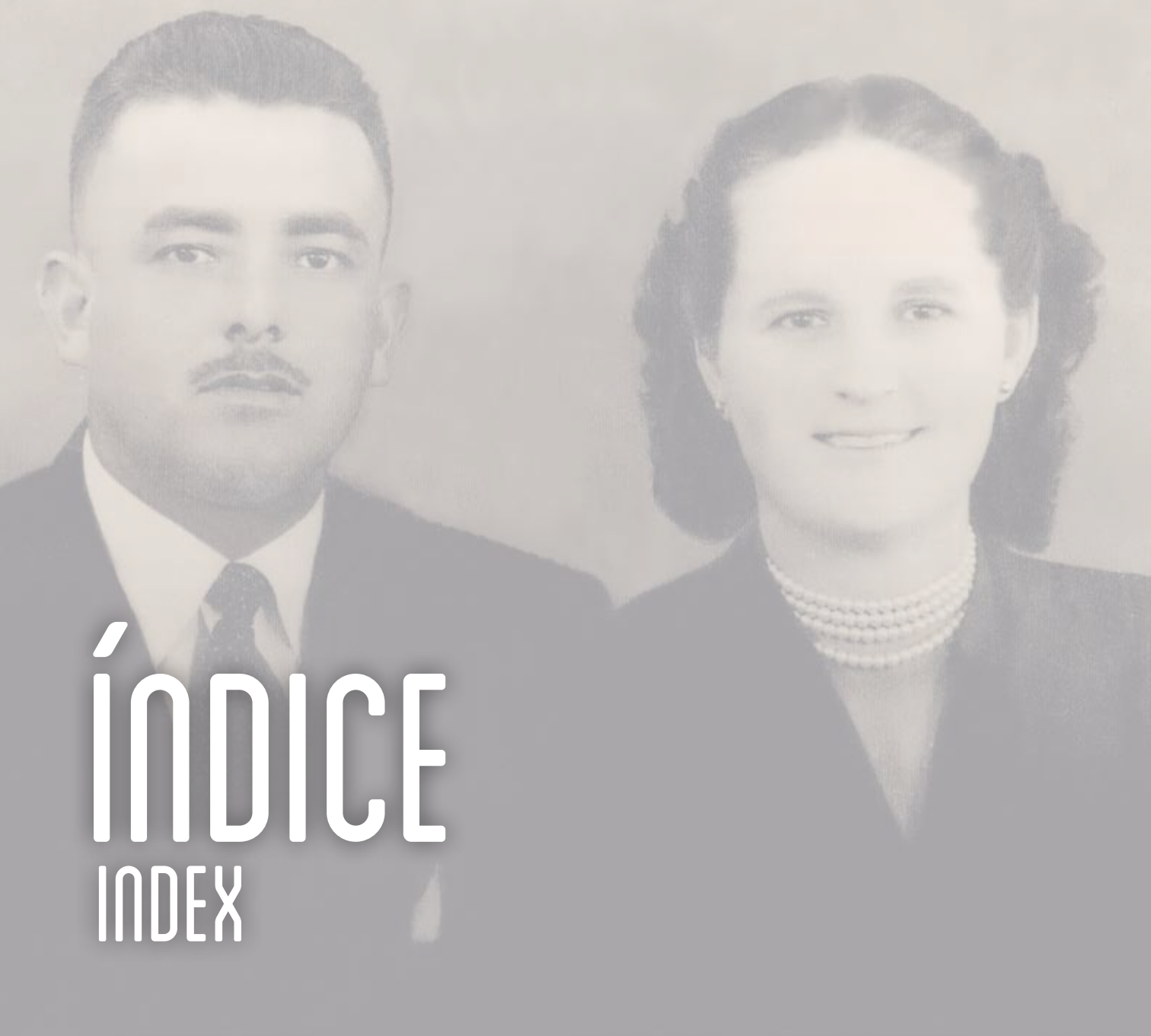




Relatório de
Sustentabilidade
2011


DUDALINA®
Amor à camisa e às pessoas



ÍNDICE

INDEX

Palavra da Presidente 04	04
President's message	
Nossa identidade 06	06
Our identity	
Nossa história 07	07
Our history	
Estratégia e Sustentabilidade 08	08
Strategy and Sustainability	
Perfil DUDALINA 09	09
DUDALINA profile	
O relatório 10	10
The report	
Estrutura de gestão 13	13
The management	
Participação em associações 15	15
Participation in associations	
Compromisso com a sociedade 15	15
Commitments with society	
Reconhecimento 16	16
Acknowledgement	
Gestão responsável 16	16
Responsible management	
Resultados financeiros 17	17
Financial results	
Relacionamentos sustentáveis 18	18
Sustainable relationships	
Compromisso com o meio ambiente 39	39
Commitment to the environment	
IBASE 48	48
Sumário GRI 52	52
GRI Summary	



PALAVRA DA PRESIDENTE

A DUDALINA acredita que a construção de um mundo melhor depende do compromisso de cada um. Por isso, nosso modelo de gestão está pautado no desenvolvimento de ações que promovam mudanças positivas e sustentáveis na sociedade.

Entendemos que a sustentabilidade é uma questão de atitude e, por isso, desde o ano de 2004, temos como prática a avaliação anual de nossa performance em responsabilidade social. A partir desta avaliação, repensamos nossas estratégias de relacionamento com os stakeholders.

Uma das iniciativas que nos orgulha é o Projeto Sustentabilidade 360º que atua no desenvolvimento comunitário e na redução do impacto ambiental de nosso processo.

Por meio do projeto, capacitamos mulheres de Grupos de Geração de Renda para a produção de uma ecobag - a Sacola Social. A sacola é produzida com material totalmente reaproveitado: sobras de tecidos e de embalagens. Além de fornecer os materiais, doamos máquinas de costura e oferecemos capacitação para as costureiras. Este ciclo sustentável se completa com a compra, pela DUDALINA, de todas as sacolas produzidas.

Acreditamos que sempre podemos avançar. Movidos por esta crença, a cada ano idealizamos e implementamos novos projetos, visando a melhoria de nosso desempenho econômico, ambiental e social.

No ano de 2011, gostaria de dar destaque a dois projetos arrojados e bem sucedidos, que foram realizados com o esforço de nossos colaboradores e de alguns parceiros. O primeiro deles é a marca DUDALINA de camisas femininas, lançada em 2010 e consolidada no mercado nacional em 2011. O segundo é a entrada no varejo com as lojas próprias e rede de franquias, nos permitindo chegar a trinta lojas ao final do ano.

Com estas estratégias, crescemos em porte, faturamento e em responsabilidade. A responsabilidade de oferecer nossa contribuição para o desenvolvimento sustentável de nossa sociedade.

Por isso, além das práticas de gestão adotadas, buscamos atuar em movimentos empresariais ligados ao desenvolvimento do país, aos direitos humanos e de combate à corrupção, tais como o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES), Pacto Global, Pacto Pela Integridade e Contra a Corrupção, Pacto Nacional Pela Erradicação do Trabalho Escravo, Pacto Contra a Exploração de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras.

Neste relatório, será possível conhecer o universo DUDALINA, nossas principais práticas e resultados em 2011.

Boa leitura,
Sônia Regina Hess de Souza

PRESIDENT'S MESSAGE

DUDALINA believes that building a better world depends upon everybody's commitment. That is why our management model is based upon developing actions which promote positive and sustainable changes in society.

We understand that sustainability is a question of attitude and, therefore, since 2004, we have adopted the habit of annually evaluating our performance in social responsibility. As a result of this evaluation we rethink our relation strategies with the stakeholders.

One of the initiatives of which we are proud is the Project Sustainability 360º which performs in community development and in reducing the environmental impact of our process.

By means of the project, we capacitate women of Income Generation Groups to produce an ecobag - the Social Bag. It is produced with totally reused material: leftovers of fabrics and packaging. Besides supplying materials, we donate sewing machines and provide qualification for the seamstresses. This sustainable cycle is completed by DUDALINA purchasing all the bags produced.

We believe that we can always progress. Encouraged by this belief, every year we create and implement new projects, aiming to improve our economic, environmental and social performance.

In 2011, I would like to highlight two daring and successful projects which were executed through the effort of our employees and some partners. The first of them is the DUDALINA brand of female shirts, launched in 2010 and consolidated in the domestic market in 2011. The second one is the entry into the retail trade with our own stores and franchise network, allowing us to reach thirty stores by the end of the year.

With these strategies, we grow in size, sales and responsibility - the responsibility of offering our contribution to the sustainable development of our society.

Therefore, besides the management practices adopted, we seek to perform in business transactions linked to the development of the country, human rights and combating corruption, such as the Economic and Social Development Council (CDES), Global Compact, Agreement For Integrity and Against Corruption, National Agreement For Eradicating Slave Labor, and Agreement Against Exploiting Children and Adolescents on Brazilian Highways.

In this report, you will be able to learn about the DUDALINA universe, our main practices and results in 2011.

Enjoy your reading,
Sônia Regina Hess de Souza.



NOSSA IDENTIDADE OUR IDENTITY

IDEOLOGIA

Criar produtos que emocionam, envolvendo as pessoas na magia do universo DUDALINA, para ser a empresa brasileira de moda mais admirada.

VALORES

Paixão: é o sentimento que nos move a fazer o melhor e com prazer.
Pessoas: construir relações sólidas e duradouras.
Cliente: é nossa prioridade, necessita ser seduzido sempre.
Ética: é ser transparente e verdadeiro.
Inovação: é antecipar-se, criando novos desejos de forma sustentável.
Qualidade: é o valor percebido nos produtos, serviços e imagem da empresa.
Resultado: necessário para a perenização da empresa.

IDEOLOGY

Creating products which enthrall, involving people in the magic of the DUDALINA universe, to be the most admired brazilian fashion company.

VALUES

Passion: it is the feeling which makes us do the best with pleasure.
People: building solid and lasting relations.
Customer: it is our priority, always needing to be seduced.
Ethics: it is being transparent and genuine.
Innovation: it is foreseeing, creating new desires in a sustainable manner.
Quality: it is the value perceived in the products, services and image of the company.
Result: necessary for the long duration of the company.

NOSSAS MARCAS OUR BRANDS



Base



NOSSA HISTÓRIA OUR HISTORY

1986

Inaugura a unidade em Presidente Getúlio/SC. It inaugurated the unit in President Getulio/SC.

2007

Comemora 50 anos de fundação. It commemorated its 50th anniversary.

1957

Nasce a DUDALINA em Luis Alves/SC. Adelina inicia com a confecção de camisas e vende no comércio que tinha com o marido Duda. DUDALINA came into being, in Luis Alves/SC. Adelina started to make shirts and sell them in the store she had with her husband, Duda.

1988

Nasce a marca INDIVIDUAL, uma opção mais casual para o consumidor DUDALINA. The brand INDIVIDUAL was created, as a more casual option for the DUDALINA consumer.

2008

Atinge a marca de 50 milhões de camisas produzidas. It attained the mark of 50 million shirts produced.

1969

O casal Duda e Adelina e seus 16 filhos mudam-se para Blumenau/SC, e com eles a empresa DUDALINA. The couple Duda and Adelina and their 16 children moved to Blumenau/SC and with them the company DUDALINA.

1990

Inaugura a unidade em Terra Boa/PR. It inaugurated the unit in Terra Boa/PR.

2010

Nasce a DUDALINA Feminina. DUDALINA Feminina (Female DUDALINA) appeared.

1977

A DUDALINA abre uma unidade fabril em Luis Alves, cidade onde o empreendimento nasceu. DUDALINA opened a manufacturing unit in Luis Alves, the town where the entrepreneurship arose.

1994

Nasce a marca BASE, com um mix de produtos esportivos e com foco no público jovem. The brand BASE was started, with a mix of sports products and focusing on young people.

2010

Abre uma loja conceito, a DUDALINA595, em São Paulo/SP. It opened a concept store, DUDALINA595, in São Paulo/SP.

1984

Inaugura uma nova sede em Blumenau. It inaugurated a new headquarters in Blumenau.

2005

A DUDALINA é uma das precursoras do SCMC, estimulando o crescimento do mercado da moda catarinense. DUDALINA is one of the founders of SCMC, encouraging the growth of the Santa Catarina fashion market.

2011

Implanta o projeto Varejo e abre mais de 30 lojas próprias e franquias. It implemented the Retail project and opened more than 30 of its own stores and franchises.



ESTRATÉGIA E SUSTENTABILIDADE

A DUDALINA projeta, para os próximos anos, a expansão no varejo e a sua consolidação como uma grande gestora de marcas, seguindo sempre os princípios da sustentabilidade.

Contemplada em nosso planejamento estratégico, entendemos que a gestão focada na responsabilidade social corporativa representa um processo contínuo de melhoria de nossas práticas.

Desde 2004, temos um Time de Responsabilidade Social que avalia anualmente o desempenho da DUDALINA, usando como base os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e os princípios do Pacto Global, do qual somos signatários. Com o resultado desta avaliação, são discutidas e implementadas novas estratégias para aprimorar o relacionamento com nossos stakeholders.

As diretrizes de relacionamento com nossas partes interessadas estão formalizadas em nosso Código de Ética, lançado em 2006. Qualquer conduta desalinhada aos nossos princípios é analisada e tratada pelo comitê de ética, formado por colaboradores da empresa.

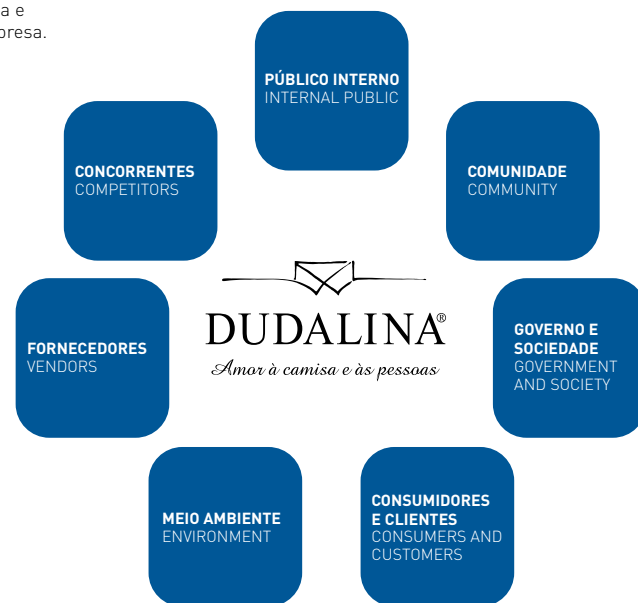
STRATEGY AND SUSTAINABILITY

DUDALINA plans, for the coming years, its expansion in the retail trade and its consolidation as a great manager of brands, always following the principles of sustainability.

Handled in our strategic planning, we understand that management focusing on corporate social responsibility represents a continuous process of improving our practices.

Since 2004, we have had a Social Responsibility Team which evaluates yearly the performance of DUDALINA, based upon the Ethic Social Responsibility Indicators and the principles of the Global Compact, of which we are subscribers. With the result of this evaluation, new strategies are discussed and implemented to improve the relationship with our stakeholders.

The directives of the relationship with our stakeholders are formalized in our Code of Ethics, launched in 2006. Any conduct misaligned with our principles is analyzed and dealt with by the ethics committee, formed by company employees.



PERFIL DUDALINA

A DUDALINA S/A é uma empresa de moda voltada ao público masculino e feminino. Nossas operações estão situadas no Brasil:

Blumenau (SC)

Sede, administrativo e fábrica
Br 470, km 50, nº 7109 - Fortaleza
CEP: 89058-020
55 (47) 3331 9001

Unidades

Unidade 54 Blumenau (SC): fábrica
Luis Alves (SC): fábrica
Presidente Getúlio (SC): fábrica
Terra Boa (PR): fábrica
São Paulo (SP): escritório e showroom

Somos juridicamente constituídos como uma sociedade anônima de capital fechado. Até novembro de 2010, nossa estrutura era focada na confecção de camisas e roupas que atendessem nossas quatro marcas, suas 15 famílias de produtos e as 04 coleções anuais.

Ao longo de 2011, passamos a ser também uma empresa de varejo, que pensa a moda desde a criação, confecção, venda e atendimento direto ao consumidor. Consolidamos nossa participação no mercado feminino, crescemos 55% e chegamos mais perto de nossos consumidores com 30 lojas abertas em todo o território nacional.

Este grande feito é resultado de uma estratégia arrojada e um investimento de R\$ 10 milhões em inovações no processo produtivo, treinamento de equipe, alterações na estrutura e publicidade.

Em 2012, trabalharemos com o mesmo entusiasmo para abrir mais 40 lojas e, assim, chegar a 70 pontos exclusivos de venda.

DUDALINA PROFILE

DUDALINA S/A is a company concerned with the male and female public. Our operations are situated in Brazil:

Blumenau (SC)

Headquarters, administration and factory.
Br 470, km 50, nº 7109 - Fortaleza
ZIP: 89058-020
PHONE: 55 (47) 3331 9001

Units

Unit 54 Blumenau (SC): factory
Luis Alves (SC): factory
Presidente Getúlio (SC): factory
Terra Boa (PR): factory
São Paulo (SP): head office and showroom

We are legally constituted as a private joint-stock company. Until November 2010, our structure was focused on making shirts and clothes which handle our four brands, their 15 product families and 04 annual collections.

Throughout 2011, we also became a retail company, which thinks about fashion from the creation, product, sale and direct attendance to the consumer. We consolidated our participation in the female market, grew 55% and came closer to our consumers with 30 stores opened in all the domestic territory.

This great feat is the result of a bold strategy and an investment of R\$ 10 million in innovations in the production process, team training, alterations to the structure and advertising.

In 2012, we will work with the same enthusiasm to open another 40 stores, and thus reach 70 exclusive points of sale.

O RELATÓRIO

Para a divulgação de nossos resultados e práticas, utilizamos metodologia conhecida e disseminada internacionalmente, o GRI (Global Reporting Initiative) com nível de aplicação B, auto-declarado.

Este relatório, portanto, aborda os principais acontecimentos e resultados do ano de 2011, dando continuidade às publicações dos anos anteriores, 2009 e 2010. As informações aqui divulgadas estão relacionadas às atividades e operações dos nossos escritórios, unidades fabris e lojas próprias.

Em relação à última edição do Relatório de Sustentabilidade, incorporamos um novo modelo de negócio, com a entrada no varejo e avançamos na consulta a algumas partes interessadas.

Para a elaboração deste material, consultamos nossos colaboradores, principais fornecedores e alguns clientes. Estes públicos opinaram, por meio de questionários, escolhendo os temas mais relevantes relacionados ao desempenho econômico, social e ambiental da DUDALINA.

Os gestores responsáveis pelas áreas e unidades também foram consultados e indicaram os temas de maior importância para o negócio, destacando os projetos e resultados do último ano.

Com o cruzamento entre os temas de interesse levantados pelos stakeholders, foram definidos os indicadores com maior grau de materialidade. Ao longo do documento é possível conhecer quais são esses indicadores e como eles são monitorados.

Esperamos que, por meio das informações contidas neste material, nossos stakeholders conheçam melhor a DUDALINA e sintam-se cada vez mais próximos do nosso universo.

Dúvidas ou sugestões relacionadas ao Relatório de Sustentabilidade devem ser encaminhadas à Central de Atendimento DUDALINA (CAD), pelo telefone 0800 701 9194.

THE REPORT

To disclose our income and practices, we use the methodology known and spread internationally, the GRI (Global Reporting Initiative) with application B, self-declared.

This report, therefore, looks at the main events and income of the 2011, giving continuity to the publications of previous years, 2009 and 2010. The information disclosed here is related to the activities and operations of our offices, manufacturing units and own stores.

Regarding the latest edition of the Sustainability Report, we incorporated a new business model, with the entrance into retail and advanced in the inquiry to some stakeholders.

To prepare this material, we consulted our employees, main vendors and some customers. These groups gave their opinion, by means of questionnaires, choosing the most relevant themes related to the economic, social and environmental performance of DUDALINA.

The manager responsible for the areas and units were also consulted and indicated the issues of greatest importance for business, highlighting the projects and results of last year.

With the crossing between the issues of interest raised by the stakeholders, the indicators with the greatest degree of materiality were defined. Throughout the document it is possible to know which these indicators are and how they are monitored.

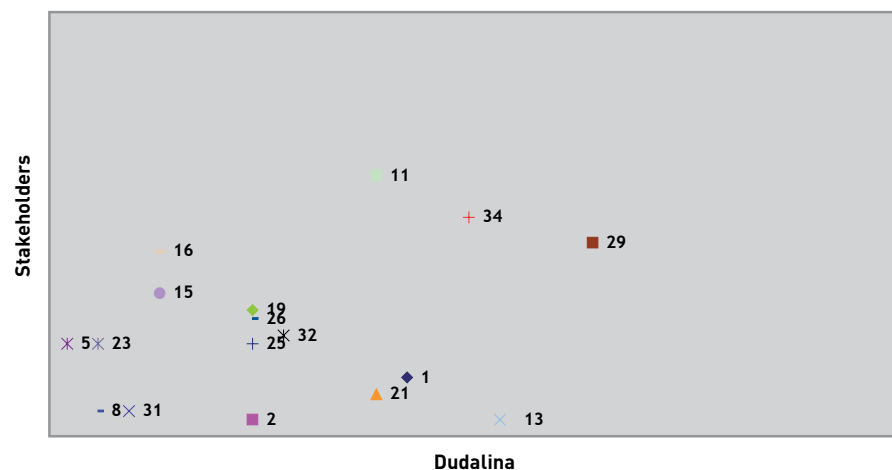
We hope that, by means of the information contained in this material, our stakeholders get to know DUDALINA better and feel increasingly closer to our universe.

Queries or suggestions related to the Sustainability Report should be forwarded to the DUDALINA Help Desk (CAD), by telephone 0800 701 9194.



DUDALINA DOUBLE BLUMENAU / SC

Materialidade 2011 Materiality 2011



ASPECTO ASPECT

- 29 Conformidade social
- 13 Emprego
- 34 Conformidade em relação ao produto
 - 1 Desempenho Econômico
- 11 Conformidade ambiental
- 21 Trabalho infantil
- 29 Social conformity
- 13 Employment
- 34 Conformity related to the product
 - 1 Economic performance
- 11 Environmental compliance
- 21 Child labor

- 32 Comunicação e marketing
 - 2 Presença de mercado
- 19 Não discriminação
- 25 Comunidade
- 26 Corrupção
- 15 Saúde e segurança
- 32 Communication and marketing
 - 2 Market presence
- 19 Non-discrimination
- 25 Community
- 26 Corruption
- 15 Health and safety

- 16 Treinamento e educação
 - 8 Emissões, efluentes e resíduos
- 23 Práticas de segurança
 - 5 Energia
- 31 Rotulagem
- 16 Training and education
 - 8 Emissions, effluents & residue
- 23 Safety practices
 - 5 Energy
- 31 Labeling



Blumenau



Blumenau 54



Presidente Getúlio



Terra Boa



Luis Alves



São Paulo

ESTRUTURA DE GESTÃO

A gestão da DUDALINA é compartilhada pela presidência e quatro diretorias (Operações, Comercial, Marketing e Varejo). As decisões são deliberadas semanalmente pelo Grupo Gestor, formado pela diretoria, área de gestão de pessoas e controladoria.

Esta estratégia visa dar agilidade à tomada de decisões e alinhar as áreas de negócio.

Nosso planejamento estratégico é revisado anualmente e contempla aspectos econômico-financeiros, mercadológicos e de imagem, tecnológicos e de processo, desenvolvimento humano e organizacional e responsabilidade social. Estes aspectos são transformados em metas e incorporados em nossas políticas e processos.

As diretrizes estratégicas são disseminadas para toda a organização por meio da atuação do Comitê Gestor, nas reuniões mensais com lideranças, no acompanhamento mensal dos indicadores do PPR (Programa de Participação nos Resultados), no Contrato de Resultados e por meio das ferramentas de comunicação interna.

As decisões estratégicas são discutidas, analisadas e validadas pelo Conselho de Família, formado por representantes da família Hess de Souza e pelo Conselho de Administração, composto por 03 membros da família e 03 executivos de outras empresas.

MANAGEMENT STRUCTURE

The management of DUDALINA is shared by the presidency and four directories (Operations, Commercial, Marketing and Retail). The decisions are discussed weekly by the Management Group, formed by the directory, people management area and controllership.

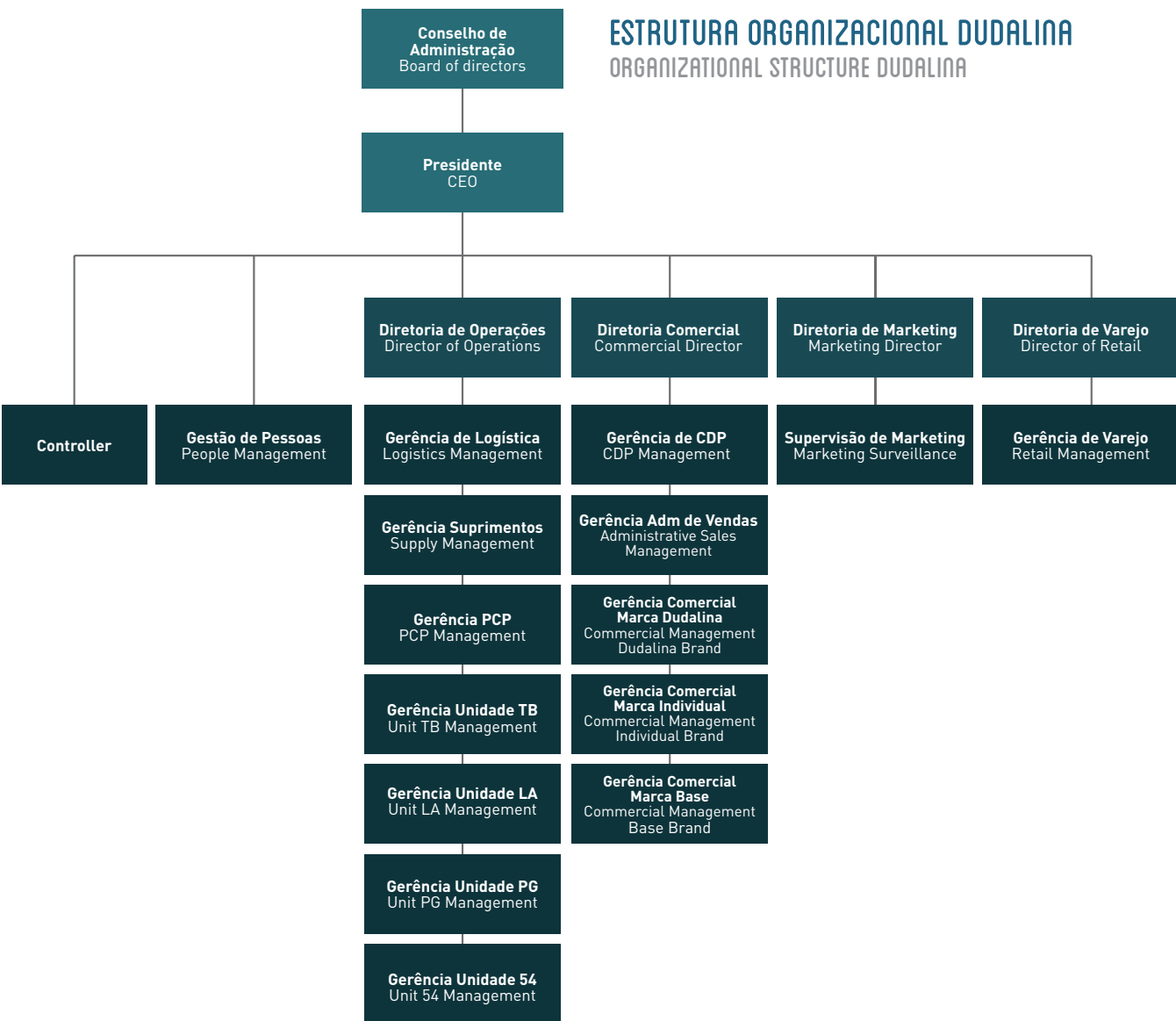
This strategy aims to speed up decision-making and align the business areas.

Our strategic planning is revised annually and handles economic-financial, marketing and image, technological and process, human development and organizational, and social responsibility aspects. These aspects are transformed into goals and incorporated in our policies and processes.

The strategic directives are transmitted to all the organization by means of the performance of the Management Committee, in the monthly meetings with leaders, in the monthly follow-up of the indicators of PPR (Profit Sharing Program), in the Income Agreement and by means of the internal communication tools.

The strategic decisions are discussed, analyzed and validated by the Family Council, formed by representatives of the family Hess de Souza and by the Board of Directors, composed of 03 members of the family and 03 executives from other companies.





PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

- Associação Comercial Industrial de Blumenau
- Presidência do LIDEM: Grupo de Mulheres Líderes Empresariais/SP
- Vice-Presidência do Conselho da ADVB/SC (Associação de Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil), na gestão 2011-2013
- Conselho Curador da Fundação Dom Cabral
- Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social

PARTICIPATION IN ASSOCIATION

- Industrial Commercial Association of Blumenau
- Presidency of LIDEM: Group of Business Leader Women/SP
- Vice-Presidency of the Council of ADVB/SC (Association of Marketing and Sales Leaders in Brazil), in the management 2011-2013
- Curator Council of the Dom Cabral Foundation
- Social and Economic Development Council

COMPROMISSOS COM A SOCIEDADE



Pacto Global
Global Compact



Pacto Contra a Exploração de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras
Agreement Against the Exploitation of Children and Adolescents on Brazilian Highways



Instituto Se Toque - Educação Sobre o Câncer de Mama
Se Toque Institute - Education About Breast Cancer



Instituto Ayrton Senna
Ayrton Senna Institute

COMMITMENTS WITH SOCIETY



Pacto Pela Integridade e Contra a Corrupção
Agreement For Integrity and Against Corruption



Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo
National Agreement for Eradicating Slave Labor



Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Ethos Institute of Companies and Social Responsibility



LIDE - Grupo de Líderes empresariais
LIDE - Group of business leaders

RECONHECIMENTO

No último ano, a DUDALINA recebeu o Prêmio Empresa Cidadã 2011 com o Projeto Geração de Renda, realizado pelo Instituto Adelina. Esta premiação é o maior reconhecimento de cidadania empresarial no estado de Santa Catarina. A DUDALINA recebeu também o prêmio Conceito Varejista, na categoria Case Nacional.

ACKNOWLEDGEMENT

Last year, DUDALINA received the Citizen Company Award 2011 with the Income Generation Project, executed by the Adelina Institute. This award is the greatest business citizenship acknowledgement in Santa Catarina State. DUDALINA also received the Retailer Concept Award in the category National Case.



GESTÃO RESPONSÁVEL

A partir de agora, apresentaremos as principais práticas e resultados da empresa, nos aspectos financeiros, sociais e ambientais. As estratégias relatadas estão alinhadas aos nossos princípios, diretrizes e ao compromisso de contribuir para uma sociedade mais justa e sustentável.

RESPONSIBLE MANAGEMENT

Henceforth, we will present the main practices and results of the company, in the financial, social and environmental aspects. The related strategies are aligned in our principles, directives and the commitment to contribute to a fairer and more sustainable society.

1. RESULTADOS FINANCEIROS

Em 2011, a receita líquida da DUDALINA foi de R\$ 234,8 milhões, o que representou um crescimento de 55,8% em relação ao ano de 2010. Este avanço é resultado, principalmente, do ingresso no varejo com a abertura de lojas próprias e franqueadas.

A comercialização das marcas próprias - INDIVIDUAL, BASE e DUDALINA (masculina e feminina) - obteve um incremento de 39,3%, comparado ao ano anterior. Dentre os segmentos de atuação da empresa, o que mais cresceu foi o de camisaria com 65,1%, com destaque para a camisaria feminina, seguido do segmento de calças e bermudas, com crescimento de 24,6%.

As exportações, centradas nas nossas marcas próprias, mantiveram a mesma participação relativa no faturamento total em relação ao ano anterior, que foi de 3%.

Houve uma redução no Custo dos Produtos Vendidos em relação à Receita Operacional Líquida em decorrência da melhor ocupação da capacidade produtiva, aumento da produtividade, diluição dos custos fixos, e a ampliação das operações de varejo através de lojas próprias.

As despesas operacionais tiveram crescimento nos gastos em virtude do aumento dos investimentos em Marketing e Propaganda e ainda, do crescimento e ampliação da operação de varejo. Com isto, também o Lucro Líquido Consolidado apresentou um aumento na ordem de 116,80%, totalizando R\$ 48,1 milhões.

Os bons resultados atingidos pela empresa estão refletidos na distribuição dos valores adicionados (DVA), que indica um maior repasse de dividendos aos acionistas e também uma maior retenção de lucros, possibilitando a continuidade dos investimentos e melhorias nos processos da empresa. Em relação ao ano anterior, houve um crescimento de 73,4% no valor adicionado gerado.

A empresa segue confiante em relação às perspectivas de crescimento de vendas e resultado para 2012, principalmente nas nossas marcas próprias. Porém, nosso objetivo é crescer de forma sustentável, com controle e redução de custos e melhoria nos processos.

1. FINANCIAL RESULTS

In 2011, the net revenue of DUDALINA was R\$ 234.8 million, which represented a growth of 55.8% compared with 2010. This advance is chiefly due to the entrance in the retail trade with the opening of its own and franchised stores.

The sales of its own brands - INDIVIDUAL, BASE and DUDALINA (male and female) - increased by 39.3%, compared with the previous year. Among the performance segments of the company, the one which most grew was that of shirts with 65.1%, with female shirts being outstanding, followed by the pants and shorts segment, with a growth of 24.6%.

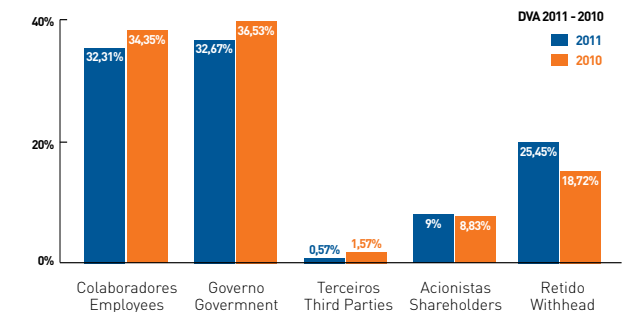
The exports, centered on our own brands, maintained the same share regarding the total sales compared with the previous year, which was 3%.

There was a reduction in the Sold Product Cost related to the Net Operating Revenue due to the better occupation of the production capacity, increase in productivity, dilution of fixed costs, and the increase in retail operations through its own stores.

The operating expenses grew in the expenditure owing to the increased investments in Marketing and Advertising, and also to the growth in and extension of the retail operation. With this, the Consolidated Net Profit also increased by 116.80%, totaling R\$ 48.1 million.

The good results attained by the company are reflected in the distribution of the added values (DVA), which indicates a greater transmission of dividends to the shareholders and also a greater withholding of profits, allowing the continuity of the investments and improvements in the company processes of the company. Compared with the previous year, the added value generated grew by 73.4%.

The company is confident regarding the perspectives of growth of sales and income for 2012, mainly in our own brands. However, our objective is to grow in a sustainable manner, with cost reduction and control and improved processes.



2. RELACIONAMENTOS SUSTENTÁVEIS

A DUDALINA tem como lema o "Amor à camisa e às pessoas". Este lema é colocado em prática nas relações que estabelecemos com nossos stakeholders.

COLABORADORES

As diretrizes estratégicas no tocante à gestão de pessoas consistem na implantação de políticas e práticas que visam a promoção do bem estar, qualidade de vida, desenvolvimento e satisfação de todos os colaboradores, bem como a capacitação e desenvolvimento das lideranças através da implantação de ferramentas e políticas de gestão focadas na alta performance e nos desafios decorrentes do arrojado projeto de crescimento da DUDALINA para os próximos anos.

Nosso quadro

Em 2011, crescemos com a dedicação de 1695 colaboradores, 4 estagiários, 6 colaboradores temporários e 60 colaboradores terceiros, divididos em nossas unidades fabris, escritório e lojas.

Nas unidades fabris e escritórios, a rotatividade média é de 2,4% ao mês. No varejo, a rotatividade é de 7,62%, acompanhando a tendência do segmento em comparação à indústria.

O cálculo da rotatividade é baseado no menor número de admitidos ou demitidos do período, dividido pela média entre o número de colaboradores do começo e do final do mês. Os dados são analisados considerando a rotatividade das fábricas e grupos de colaboradores, a fim de que medidas específicas para cada situação sejam adotadas.

2. SUSTAINABLE RELATIONSHIPS

DUDALINA's slogan is "Love for shirts and people". This motto is put into practice in the relations which we establish with our stakeholders.

EMPLOYEES

The strategic directives concerning the management of people consist of implementing policies and practices which aim to promote the wellbeing, quality of life, development and satisfaction of all the employees, as well as the capacitation and development of leaders through implementing management policies and tools focused on high performance and on the challenges arising from DUDALINA's bold growth project for the coming years.

Our staff

In 2011, we grew with the dedication of 1695 employees, 4 trainees, 6 temporary workers and 60 third parties, divided in our manufacturing units, offices and stores.

In the manufacturing units and offices, the average turnover is 2.4% a month. In the retail trade, the turnover is 7.62%, accompanying the trend of the segment compared with industry.

The turnover calculation is based upon the least number of hired and terminated in the period, divided by the average between the number of employees at the start and at the end of the month. The data is analyzed considering the turnover of the factories and groups of employees, so that the specific measures for each situation are adopted.



Remuneração e carreira

O plano de cargos e salários da empresa e a política de recompensa estão estruturados de acordo com nossos objetivos estratégicos e patamares salariais de mercado.

A política de remuneração tem como premissa o respeito a todos os pisos salariais nacionais, regionais ou de categoria funcional. Adotamos e utilizamos sempre o que for mais favorável ao colaborador, respeitando a nossa estrutura de cargos e salários. Em 2011, o menor salário pago foi 4,02% maior que o mínimo nacional.

O Programa de Participação de Resultados (PPR) distribui parte do lucro líquido da DUDALINA com base em itens de Faturamento Líquido, Lucro Líquido, Índice de 2ª Qualidade, Devoluções e Produção. Em 2011, distribuímos 12% do lucro líquido aos colaboradores da indústria, totalizando 3,74 salários por colaborador. Em 2010, os valores distribuídos representaram 10% do lucro líquido.

Outra estratégia importante para o crescimento profissional dos colaboradores é a política de recrutamento interno que, em 2011, permitiu que 222 colaboradores pudessem assumir novas funções e desafios.

Remuneration and career

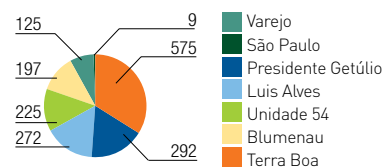
The company job titles and salaries plan and the reward policy are structured in accordance with our strategic objectives and market salary levels.

The premise of the remuneration policy is to respect all the functional category, regional or national wage floors. We also adopt what is of greatest benefit for the employee, respecting our structure of job titles and salaries. In 2011, the lowest salary paid was 4.02% greater than the domestic minimum.

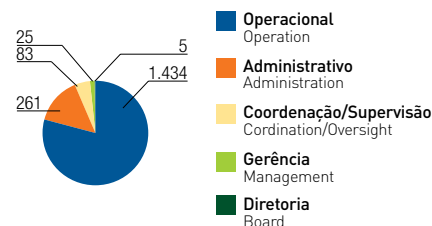
The Profit Sharing Program (PPR) distributes part of the net profit of DUDALINA based upon items of Net Sales, Net Profit, Index of 2nd Quality, Returns and Production. In 2011, we distributed 12% of the net profit to the company employees, totaling 3.74 salaries by employee. For the retail sector, there is a differentiated reward program. In 2010, the amounts distributed represented 10% of the net profit.

Another important strategy for the professional growth of employees is the internal recruitment policy which, in 2011, allowed 222 employees to be able to assume new functions and challenges.

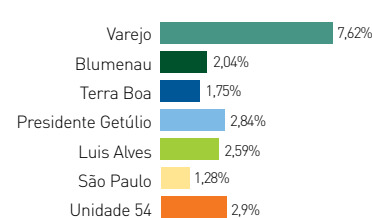
Colaboradores por unidade
Employees by unit



Colaboradores por categoria funcional
Employees by functional category



Rotatividade anual por unidade
Average monthly turnover by unit



Benefícios

Alguns dos principais benefícios oferecidos pela DUDALINA aos colaboradores são:

Principais benefícios Main benefits	Efetivos Full	Estagiários Trainees	Temporários Temporary
Atendimento médico Medical attendance	✓	✓	
Vale transporte Travel voucher	✓	✓	✓
Alimentação/Refeitório Food/Dining hall	✓	✓	✓
Seguro de vida Life insurance	✓	✓	
Associação Desportiva Dudalina Dudalina Sports Association	✓	✓	
Incentivo à escolarização/qualificação Incentive for schooling/qualification	✓		
Salário família Family salary	✓		
Atendimento odontológico Dental attendance	✓	✓	
Programa de Participação nos Resultados Profit Sharing Program	✓		

Além dos benefícios relacionados, oferecemos premiações de acordo com a produtividade e assiduidade de nossos colaboradores:

Prêmio de produção: incremento de até R\$ 250,00 no salário mensal dos colaboradores das áreas de produção

Prêmio assiduidade: prêmio mensal de R\$ 35,00 para o colaborador.

Prêmio Zero Falta: prêmio anual de R\$ 420,00 por colaborador.

Benefits

Some of the main benefits offered by DUDALINA to employees are:

Besides the benefits reported, we offer awards in accordance with the productivity and diligence of our employees:

Production award: increase of up to R\$ 250.00 on the monthly earnings of the employees in the production areas.

Performance award: monthly award of R\$ 35.00 for the employee.

Zero Absence Award: annual award of R\$ 420.00 by employee.

Desenvolvimento de pessoas

Principais estratégias de desenvolvimento de pessoas:

Programa Trainee Executivo

O programa tem como objetivo atrair e desenvolver jovens talentos que possam ser treinados e preparados para assumirem futuros cargos estratégicos através do programa de Educação Continuada. No ano de 2011, treinamos e capacitamos cinco jovens que estão sendo preparados para assumir cargos estratégicos.

Programa Trainee Comercial

O programa forma e desenvolve jovens de alto potencial, alinhados à cultura e valores da organização, com o objetivo de futuramente se tornarem representantes comerciais.

Duda Varejo

Treinamento e integração de 16 horas para a equipe de varejo (gerentes de loja, caixas e vendedores). O treinamento é focado nas políticas da empresa e no produto, desde a fabricação até suas especificações.

Incentivo à formação

Subsídio de 100% para o ensino fundamental e médio a todos os colaboradores e de 40% a 60% para cursos de idiomas, graduação, pós-graduação e MBA mediante avaliação. Em 2011, o investimento total foi R\$ 127.721,55.

Visitas às unidades

Intercâmbio mensal entre colaboradores e unidades da empresa.

Treinamentos técnicos e comportamentais

Realizados conforme demanda das áreas.

Investimento no desenvolvimento dos
colaboradores em 2011
Investment in the development of employees in 2011

R\$ 361.412,08

Development of people

Our main development strategies for people:

Executive Trainee Program

The program aims to attract and develop young talents who can be trained and prepared to assume future strategic job titles through the Continuous Education program. In 2011, we trained and qualified five youths who are being prepared to assume strategic posts.

Commercial Trainee Program

The program trains and develops youths of high potential, aligned with the culture and values of the organization, so that in the future they become commercial representatives.

Duda Retail

Training and integration of 16 hours for the retail team (store managers, cashiers and salespeople). The training is focused on the company policies and on the product, from the manufacturing to the specifications.

Incentive for education

Subsidy of 100% for elementary and high school for all the employees, subsidy of 40% to 60% for language courses, undergraduate studies, postgraduation and MBA through evaluation. In 2011, the total investment was R\$ 127,721.55.

Visits to units

Monthly interchange between employees and units of the company.

Technical and behavioral training

Executed according to the demand of the areas.

Médias de horas de treinamento por
colaborador/ano
Averages hours of training by employee/year

Liderança/leaders: **0,46**
Demais colaboradores/other employees: **1,43**

Lideranças

A performance dos nossos líderes é medida por meio de contratos de resultado e acompanhada pela Avaliação e Gerenciamento Mensal (AGM). Por isso, preocupamo-nos em oferecer ferramentas e suporte a essa equipe.

Para cargos de liderança, priorizamos a realização de processo seletivo interno, pois valorizamos as competências dos nossos colaboradores. O processo é conduzido pela área de gestão de pessoas e acompanhado pela diretoria. Quando a vaga não é preenchida por um colaborador da empresa, temos também o apoio de consultorias especializadas para a captação de profissionais que preencham os requisitos da vaga.

A formação de lideranças na DUDALINA prevê

Coaching

Programa de desenvolvimento individual com acompanhamento de especialista, voltado à diretoria, gerência e supervisão.

Treinamento gerencial

Encontros periódicos para debater assuntos de gestão. Em 2011, foram realizados cinco encontros, envolvendo 16 profissionais, que discutiram temas ligados à gestão de pessoas, de negócios, gestão comercial e orçamentária.

Integração de novos líderes

Imersão dos profissionais de alta liderança em várias áreas da empresa durante 30 ou 60 dias.

Almoço de ideias

Encontros mensais entre diretoria e lideranças industriais de todas as unidades.

Cursos de aperfeiçoamento

Conforme demanda

A fim de preparar nossas lideranças para o crescimento que planejamos, iniciamos no final de 2011, o projeto Assessment, com o objetivo de definir e avaliar as competências necessárias para o atendimento de nossos objetivos estratégicos. Com esta iniciativa buscamos ser assertivos na escolha e na preparação das nossas lideranças. Nossa meta é que o projeto seja concluído em dezembro de 2012.

Leaders

The performance of our leaders is measured by means of result arrangements and followed up by the Monthly Management Evaluation (AGM). Therefore, we are concerned about offering tools and support to this team.

For leadership posts, we prioritize the execution of an internal selection process, as we value the competences of our employees. The process is conducted by the people management area and followed up by the directory. When the vacancy is not filled by an employee of the company, we have the support of specialized consultancies for obtaining professionals who meet the requirements of the vacancy.

The training of leaders at DUDALINA foresees

Coaching

Individual development program followed up by a specialist, aimed at the directory, management and supervision.

Management training

Periodic meetings to discuss management subjects. In 2011, five meetings were held, involving 16 professionals, who discussed themes linked to people management, business management, commercial management and budget management.

Integration of new leaders

Immersion of top management professionals in several areas of the company during 30 or 60 days.

Ideas lunch

Monthly meetings between the directory and manufacturing leaders of all the units.

Improvement courses

Upon demand.

In order to prepare our leaders for the growth which we plan, at the end of 2011, we started the Assessment project, with the objective of defining and evaluating the competencies required to handle our strategic objectives. With this initiative we seek to be assertive in choosing and preparing our leaders. Our goal is for the project to be concluded in December 2012.



Canais de diálogo e comunicação com colaboradores

Pesquisa de clima

Pesquisa de satisfação dos colaboradores da empresa, realizada anualmente.

Café com a Presidente

Momento de integração entre colaboradores e direção da empresa. São realizados de forma aleatória e os encontros têm duração de uma hora.

Fique ligado

Informativo eletrônico semanal (também disponibilizado nos murais) sobre assuntos de todas as unidades, definições, comunicados, etc.

Gestão à vista

Exposição de indicadores de desempenho da empresa em murais e vídeos nos refeitórios de todas as unidades. Apresentações semanais pelas lideranças.

Alô DUDALINA

Jornal interno bimensal que apresenta matérias sobre os acontecimentos que envolvem todas as unidades da empresa.

Clipping

Comunicação via e-mail, produzida pelo departamento de Marketing e dirigida aos colaboradores, destacando assuntos relacionados ao lançamento de coleção, mídia espontânea, anúncios publicados em revistas, entre outras informações referentes aos produtos e/ou à empresa.



Channels of dialog and communication with employees

Atmosphere survey

Company employee satisfaction survey performed annually.

Breakfast with the CEO

Moment of integration between company management and employees. They occur at random and the meetings last one hour.

Stay updated

Weekly electronic newsletter (also made available on the notice boards) about subjects of all the units, definitions, announcements, etc.

Management in sight

Exhibition of performance indicators of the company on notice boards and videos in the dining halls of all the units. Weekly presentations by the leaders.

Hello DUDALINA

Internal bimonthly newspaper which contains news about the events involving all the company units.

Clipping

Communication by e-mail, produced by the Marketing department directed at the employees, highlighting subjects related to the launching of a collection, spontaneous media, announcements published in magazines, among other information referring to the products and/or company.



Diversidade

Somos uma empresa de pessoas diferentes: homens e mulheres, jovens profissionais e colaboradores experientes, pessoas com deficiência, pessoas de diferentes regiões, cada um oferecendo suas competências para o nosso crescimento.

A questão de gênero, porém, merece nossa especial atenção, já que nosso quadro é predominantemente feminino.

Programa Mamãe DUDALINA

Dia da gestante, disponibilização de materiais (livros, revistas e DVDs) sobre o tema, chá de bebê, orientação intensiva, anjo da guarda na área de trabalho, plano de substituição, kit bebê e mamãe coruja (visita da mãe e bebê à empresa).

Dia Internacional da Mulher

Comemoração especial e entrega de presentes.

Dia das Mães

Homenagens especiais.

Dia das Costureiras

Homenagens às costureiras.

Na DUDALINA as mulheres recebem oportunidades de desenvolvimento. Fato esse comprovado pelo número significativo de lideranças femininas na empresa, distribuídas em cargos que vão de supervisão à alta gestão, sem qualquer diferenciação salarial em relação aos homens.

Temos compromisso com a valorização da diversidade e o respeito às diferenças. Este posicionamento é praticado diariamente e está formalizado em nosso Código de Ética. Entretanto, entendemos que casos de discriminação podem ocorrer em nossa empresa e devem ser gerenciados. Por isso, os colaboradores que se sentirem discriminados podem levar o caso ao comitê de ética, pelos canais de denúncia. Em 2011, não houve registro de nenhum caso de discriminação na empresa.

Diversity



We are a company of different people: men and women, Professional youths and experienced employees, people with special needs, people from different regions, each one offering his or her competences for our growth.

The issue of gender, however, deserves our special attention, as most of our employees are female.

DUDALINA Mother's Program

Pregnant's day, availability of materials (books, magazines and DVDs) about the subject, baby shower, intensive guidance, nurse in the work area, replacement plan, baby kit and visit of the mother and baby to the company.

International Women's Day

Special commemoration and delivery of presents.

Mother's Day

Special homage.

Dressmaker's Day

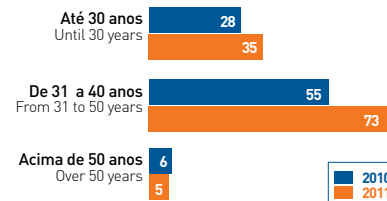
Homage to dressmakers.

At DUDALINA women receive opportunities for development. This fact is proved by the large number of female leaders in the company, distributed in posts which range from supervision to top management, without any differentiation in the salary compared with men.

We are committed to valuing diversity and respecting differences. This positioning is practiced daily and is formalized in our Code of Ethics. Nevertheless, we understand that cases of discrimination can occur in our company and must be dealt with. Therefore, the employees who feel discriminated can take the case to the ethics committee, by the reporting channels. In 2011, there was no record of any case of discrimination in the company

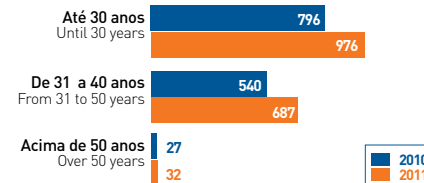
Cargos de liderança por faixa etária

Leadership post by age range



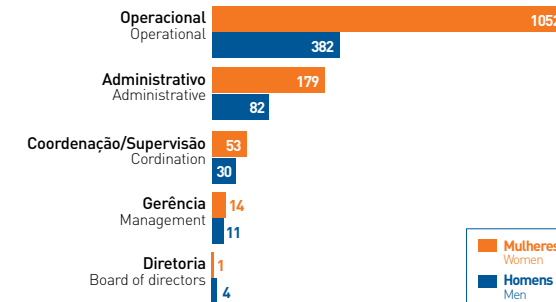
Colaboradores por faixa etária

Employees by age range



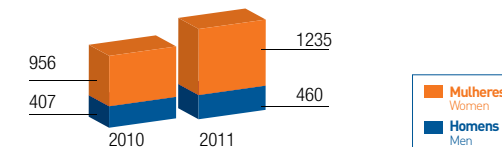
Categoria funcional por gênero

Functional category by gender



Colaboradores por gênero

Employees by gender



Saúde e segurança no trabalho

Na DUDALINA, a Segurança no Trabalho e a Saúde Ocupacional são valiosos requisitos para assegurar ambientes de trabalho seguros em todas as nossas fábricas, lojas e escritórios.

No período de integração, os novos colaboradores da empresa recebem treinamentos sobre saúde e segurança. Ao longo do ano, outros treinamentos e ações de segurança também são promovidos.

Em 2011, foram realizados cursos de CIPA, Brigada de Emergência e treinamento para os vigilantes, totalizando 132 participantes. Nossos colaboradores participam de comitês ou grupos diretamente ligados às questões de saúde e segurança no trabalho que atuam em todas as nossas unidades fabris.

A SIPAT, realizada em 2011, envolveu todos os colaboradores da empresa. Nesta ocasião, além das questões ligadas à saúde e segurança no trabalho, foram tratados temas gerais de saúde. Estas informações também são divulgadas pela CIPA e nos murais da empresa.

Nossas práticas de saúde e segurança no trabalho estão alinhadas às exigências legais e às reivindicações da categoria, representadas pelo acordo coletivo de trabalho, tais como procedimentos para a prestação de primeiros socorros, atenção especial à gestante, limpeza ambiental periódica nas unidades da empresa, dentre outros.

Nossos colaboradores de todos os turnos participam da ginástica laboral, coordenada por profissionais especializados em fisioterapia do trabalho.

Número de acidentes e dias perdidos no ano, por unidades.

Number of accidents and days lost in the year by unit.

Unidades Units	Número de acidentes de trabalho / Number of work accidents	Total de dias perdidos / Total of days lost
Blumenau	13	382
Luis Alves	9	4
Presidente Getúlio	3	0
Terra Boa	7	143
Unidade 54	1	15

Labor health and safety

At DUDALINA, Labor Safety and Labor Health are important requirements for ensuring safe work environments in all our factories, stores and offices.

In the integration period, the new employees of the company receive training about health and safety. Throughout the year, other training and safety actions are also promoted.

In 2011, there were courses of CIPA (Internal Accident Prevention Committee), Emergency Brigade and training for the guards, totaling 132 participants. Our employees take part in committees or groups directly linked to issues of labor health and safety which perform in all our manufacturing units.

The SIPAT (Internal Work Accident Prevention Week), held in 2011, involved all the company employees. Upon that occasion, besides the issues linked to health and safety at work, general health issues were dealt with. This information is also disclosed by the CIPA and on the notice boards of the company.

Our health and safety practices at work are aligned with the legal requirements and claims of the category, represented by the collective labor agreement, such as procedures for providing first aid, special attention for pregnant women, periodic environmental cleaning in the company units, etc.

Our employees from all the shifts take part in labor gymnastics, coordinated by professionals specialized in labor physiotherapy.



Eventos e comemorações

Teatro Carlos Gomes

Nossos colaboradores recebem um bônus de R\$ 5,00 em cada evento promovido pelo teatro e usufruem de bolsas de estudo para a escola de música.

Visita familiar

Integração e visita dos familiares no ambiente de trabalho dos colaboradores.

Programa Aprender Para Bem Viver

Ciclo de palestras para os colaboradores. Em 2011, os temas abordados foram:

Palestra Lecture	Tema Subject
Dinheiro organizado Organized money	Finanças pessoais Personal finances
Home: O mundo é nossa casa Home: The world is our home	Meio ambiente Environment
Sustentabilidade em casa Sustainability at home	Meio ambiente Environment
Instituto Se Toque: Câncer de mama Se Toque Institute: Breast cancer	Saúde Health
Doenças respiratórias Respiratory diseases	Saúde Health
Lei Maria da Penha Maria da Penha Law	Violência doméstica Domestic violence
Consumo de álcool e drogas em ambiente familiar Consumption of alcohol and drugs in the family environment	Saúde e família Health and family

Events and commemorations

Carlos Gomes Theater

Our employees receive a bonus of R\$ 5.00 at each event promoted by the theater and have scholarships for the music school.

Family visit

Integration and visit of family members to the work environment of employees.

Learn to Live Well Program

Cycle of lectures for the employees. In 2011, the subjects looked at were:



Dia de Princesa

A cada dois meses, a DUDALINA realiza em uma unidade o sorteio de uma colaboradora para participar do Dia de Princesa. A colaboradora sorteada tem direito a roupas novas, massagens, transformação do visual, sessão de fotos, jantar com a família, dentre outras surpresas.

Aniversariantes do mês

Comemoração mensal dos aniversariantes da empresa.

Datas comemorativas

Comemoração com os colaboradores em datas especiais, como Dia das Mães, Dia dos Pais, Páscoa, Natal, entre outras. No Natal, todos os colaboradores são presenteados pela empresa. Em 2011, foram distribuídos jogos de jantar e um peru para ceia de natal.

Quem Faz a Nossa História

Comemoração de 10, 15, 20, 25 e 30 anos de empresa, homenagens e presentes para os colaboradores.

Campanha Solidariedade na Ponta do Lápis

Em todas as unidades, os filhos dos colaboradores de 01 a 10 anos ganharam uma mochila personalizada para guardar o material escolar.



Princess's Day

Every two months, DUDALINA holds in a unit the raffle of an employee to take part in Princess's Day. The employee raffled have the right to new clothes, massages, transformation of the look, photo session, dinner with the family, among other surprises.

People with a birthday in the month

Monthly commemoration of company birthdays.

Commemorative dates

Commemoration with the employees on special dates, as Mother's Day, Father's Day, Easter, Christmas, etc. At Christmas, all the employees receive a present from the company. In 2011, dinner services and a turkey for Christmas dinner were distributed.

Who Makes our History

Commemoration of 10, 15, 20, 25 and 30 years in the company, homage and presents for the employees.

Campaign of Solidarity at the Tip of the Pencil

In all the units, the children of the employees from 01 to 10 years old received a personalized knapsack for keeping school material.



COMUNIDADE

As ações sociais da DUDALINA são mobilizadas e coordenadas pelo Instituto Adelina, fundado em 2007.

A principal iniciativa do Instituto é o Projeto de Geração de Renda, que incentiva a formação de grupos de geração de renda, por meio da doação de matéria-prima (retalhos e embalagens plásticas dos rolos de tecido) e capacitação para a confecção de patchwork.

Entidades beneficiadas com a capacitação em 2011:

APAF- Assoc. Paulista de Apoio à Família (São Paulo/SP)
Instituto Verde Escola (São Sebastião/SP)
Grupo de Mães de Imituba (Imbituba/SC)
Univille (Joinville/SC)
Instituto Ressoar (Irecê/BA)



O Instituto Adelina doou, no ano de 2011, 2.265 kits de retalhos. Os grupos de geração de renda produziram mais de 10.000 sacolas, além de roupas, tecidos e outros artigos. Foram beneficiadas organizações não governamentais, instituições públicas, instituições de ensino e instituições religiosas dos estados de SC, SP, MS, MT, MG, PR, PA, GO, BA, DF, RS, RJ e AL.

The Adelina Institute donated, in 2011, 2,265 kits of cuttings. The income generation groups produced more than 10,000 bags, besides clothes, fabrics and other articles. Non-governmental organizations (NGOs), public institutions, educational institutions and religious institutions of the states of SC, SP, MS, MT, MG, PR, PA, GO, BA, DF, RS, RJ and AL all benefited from the donations.

COMMUNITY

The social actions of DUDALINA are mobilized and coordinated by the Adelina Institute, founded in 2007.

The main initiative of the Institute is the Income Generation Project, which encourages the forming of income generation groups, by means of donating raw material (cuttings and plastic packaging of the rolls of fabric) and capacitation for producing patchwork.

Entities benefiting from the capacitation in 2011:

APAF – São Paulo Family Support Association (São Paulo/SP)
Green School Institute (São Sebastião/ SP)
Imbituba Mothers' Group (Imbituba/SC)
Univille (Joinville/SC)
Ressoar Institute (Irecê/BA)



Doações

Campanha S.O.S. Rio de Janeiro

Campanha de arrecadação de roupas e outros artigos de primeira necessidade, realizada nas unidades da empresa, para os atingidos pelas cheias do Rio de Janeiro. Quantidades doadas: 786 quilos de sapatos, roupas e roupas de cama; 130 quilos de alimentos e água mineral; 13 quilos de louças; 34 quilos de produtos de limpeza; 36 colchões.

Campanha do Agasalho

Realizada em Julho e Agosto de 2011 em parceria com a RIC Record. Instituições beneficiadas: ABAM e o CERENE, ambas em Blumenau. Os colaboradores da DUDALINA doaram 242 quilos de roupas e sapatos.

Doações de jogos escolares

Jogos recreativos e materiais escolares para cinco escolas de Blumenau (SC), Luis Alves (SC), Presidente Getúlio (SC) e Terra Boa (PR).



Donations

S.O.S. Rio de Janeiro Campaign

A campaign of collecting clothes and other articles of basic need, performed in the company units, for those attained by the floods of Rio de Janeiro. Quantities donated: 786 kilos of shoes, clothes and bedclothes; 130 kilos of food and mineral water; 13 kilos of dishware; 34 kilos of cleaning products; 36 mattresses.

Warm Clothing Campaign

Held in July and August 2011 in partnership with RIC Record. Institutions gaining benefit: ABAM and CERENE, both in Blumenau. The employees of DUDALINA donated 242 kilos of clothes and shoes.

Donations of educational games

Recreational games and school materials for five schools of Blumenau (SC), Luis Alves (SC), Presidente Getúlio (SC) and Terra Boa (PR).



Instituições parceiras

Instituições sociais e comunitárias, próximas às unidades fabris da DUDALINA, apoiadas mensalmente pelo Instituto Adelina. Em 2011, estas instituições receberam um investimento total de R\$ 39.420,00.

Educação

Acreditamos que com educação é possível realizar grandes transformações na sociedade onde vivemos, por isso adotamos a educação como um dos pilares do programa de Responsabilidade Social da DUDALINA.

Partner institutions

Social and community institutions, next to the manufacturing units of DUDALINA, supported monthly by the Adelina Institute. In 2011, these institutions received a total investment of R\$ 39,420.00.

Education

We believe that with education you can make great changes in society where we live, so we take education as a pillar of the DUDALINA's Social Responsibility program.

Veja na Escola

A DUDALINA presenteia escolas da comunidade onde está inserida com a assinatura da Veja na Sala de Aula. As instituições recebem semanalmente 14 edições da revista e 10 manuais do professor. Em 2011, quatro escolas foram beneficiadas (Blumenau, Luis Alves, Presidente Getúlio em Santa Catarina e Terra Boa no Paraná). Investimento em 2011: R\$ 12.528,00.

Revista Nova Escola

Concessão de assinaturas a cinco escolas, localizadas em Blumenau, Luis Alves, Presidente Getúlio em Santa Catarina e Terra Boa no Paraná. Investimento em 2011: R\$ 148,00.

Junior Achievement

No ano de 2011, 23 voluntários da DUDALINA atenderam 886 alunos do Colégio Estadual Professor João Wiedmann e da Escola Ensino Básico Municipal Patricia Helena Pegorin. O Instituto Adelina também coordenou o programa Miniempresa e aplicou os módulos educativos do programa, no Colégio Estadual Professor João Wiedmann, com 30 alunos do ensino médio.

Módulos realizados: Nosso Mundo, Economia Pessoal, Vantagens de Permanecer na Escola, Atitude Pelo Planeta e Vamos Falar de Ética.

Instituto Ayrton Senna

O Instituto Adelina é parceiro mantenedor do Instituto Ayrton Senna. Em 2011, a empresa contribuiu com R\$ 60.000,00 que foi destinado à execução de ações na região Nordeste.



Veja at School

DUDALINA gives schools in the community in which it is inserted subscription to Veja in the Classroom. The institutions receive weekly 14 editions of the magazine and 10 teacher's manuals. In 2011, four schools gained this benefit (Blumenau, Luis Alves, Presidente Getúlio in Santa Catarina and Terra Boa in Paraná). Investment in 2011: R\$ 12,528.00.

Magazine Nova Escola

Granting of subscriptions to five schools located in Blumenau, Luis Alves, Presidente Getúlio in Santa Catarina and Terra Boa in Paraná. Investment in 2011: R\$ 148.00.

Junior Achievement

In 2011, 23 volunteers of DUDALINA attended to 886 students of Colégio Estadual Professor João Wiedmann and Escola Ensino Básico Municipal Patricia Helena Pegorin. The Adelina Institute also coordinated the Mini-company program and applied the educational modules of the program, in Colégio Estadual Professor João Wiedmann, with 30 high school students.

Modules executed: Our World, Personal Economy, Advantages of Remaining at School, Attitude Toward the Planet and Let's Talk about Ethics.

Ayrton Senna Institute

The Adelina Institute is a maintenance partner of the Ayrton Senna Institute. In 2011, the company contributed R\$ 60,000.00 which were used to perform actions in the Northeast region.

Dia solidário

Ação voluntária realizada pelos colaboradores da DUDALINA. O Dia Solidário foi realizado em novembro de 2011, em uma escola e uma associação de atendimento a crianças, ambas em Blumenau. Os voluntários realizaram atividades de manutenção e recreação.



Solidarity day

Voluntary action performed by the employees of DUDALINA. The Solidarity Day was held in November 2011, in a school and an association of attending to children, both in Blumenau. The volunteers performed activities of maintenance and recreation.



FORNECEDORES

Com o objetivo de disseminar as estratégias de negócio, nossos valores e práticas, realizamos anualmente o Fórum de Fornecedores. Neste evento, reunimos os parceiros estratégicos da empresa e firmamos alguns compromissos para a formação de uma rede de fornecimento que adote uma conduta responsável.

A quarta edição do Fórum de Fornecedores foi realizada em outubro de 2011, em Blumenau e São Paulo, reunindo aproximadamente 120 fornecedores.

Nesta ocasião, foi entregue aos fornecedores o TAD (Termo de Adesão DUDALINA). Este documento foi criado para reafirmar o compromisso da empresa com as boas práticas de governança corporativa, prezando pela ética e a transparência na relação com seus fornecedores.

Temas abordados: Trabalho infantil, Trabalho forçado, Práticas disciplinares, Padrões éticos de negociações e denúncias, Exigências legais, Discriminação, Saúde e segurança, Práticas trabalhistas gerais e liberdade de associação, Meio ambiente, Licenças relacionadas ao negócio.



VEENDORS

In order to transmit business strategies, our values and practices, we hold annually the Vendor Forum. At this event, we gather together the strategic partners of the company and sign commitments for forming a supply network which adopts responsible conduct.

The fourth edition of the Vendor Forum was held in October 2011, in Blumenau and São Paulo, gathering together approximately 120 vendors.

Upon this occasion, the vendors were presented with the TAD (DUDALINA Adhesion Term). This document was created to restate the company's commitment to good corporate governance practices, esteeming ethics and transparency in the relation with its vendors.

Subjects looked at: Child labor, Forced labor, Disciplinary practices, Ethical standards of negotiating and reporting, Legal requirements, Discrimination, Health and Safety, General labor practices and freedom of association, Environment, Licenses related to business.



A DUDALINA se reserva o direito de rescindir o contrato com qualquer fornecedor que viole as normas previstas no Termo de Adesão DUDALINA.

Por meio do TAD, prevemos a realização de verificações em nossos fornecedores por processo aleatório (amostragem), auditoria ou inspeção determinada. As auditorias contemplam diferentes estratégias: observação, revisão de registros, levantamento de informações dos trabalhadores, entrevistas com administradores e obtenção de informações de recursos externos.

Ao identificar uma inconformidade, a DUDALINA, dependendo da situação, poderá suspender o contrato até a regularização da questão ou solicitar que o fornecedor tome uma ação corretiva no prazo de até 06 meses.

DUDALINA reserves the right to terminate the agreement with any vendor which infringes the standards foreseen in the DUDALINA Adhesion Term.

By means of the TAD, we foresee checks in our vendors by a random process (sampling), audit or determined inspection. The audits handle different strategies: observation, review of records, collection of information from workers, interviews with administrators and obtaining information from external sources.

Upon identifying a nonconformity, DUDALINA, depending upon the situation, may suspend the agreement until the issue has been regularized or request the vendor to take corrective action within the term of 06 months.



Matéria-prima por tipo/valor e quantidade 2011 Raw material by type/amount and quantity 2011

Classe Group	Quantidade Quantity	Valor Amount	%
Acessórios Accessories	108.504	2.024.487,75	1,9%
Confeccionados Ready made	410.017	13.915.285,55	13,4%
Aviamentos Sewing material	4.150.657	10.192.479,41	9,8%
Embalagens Packaging	1.296.590	4.002.150,95	3,8%
Fio Thread	66.011	1.238.907,64	1,2%
Malha Knitwear	15.781	492.572,31	0,5%
Tecido Fabric	5.272.336	72.248.247,02	69,4%
	11.320.796	104.114.130,63	



CLIENTES E CONSUMIDORES

O compromisso com a qualidade do produto que entregamos aos nossos clientes e consumidores é o que nos diferencia e fortalece a marca DUDALINA.

CUSTOMERS AND CONSUMERS

The commitment to the quality of the product which we deliver to our customers and is what differentiates us and strengthens the DUDALINA brand.

Esta preocupação começa na seleção de nossos fornecedores, que são vistoriados e auditados por profissionais das áreas de qualidade e engenharia na entrega do produto, para os insumos e ao longo do processo de fabricação, para os produtos comprados.

A criação de nossas coleções envolve visitas a feiras de moda e pesquisas de tendências nacionais e internacionais. A partir da criação e da seleção de fornecedores, iniciamos a confecção em nossas unidades fabris e planejamos o lançamento da coleção.

A comunicação com nossos clientes e consumidores se dá por meio de campanhas em revistas nacionais, feiras, visitas da equipe de mercado, representantes comerciais, newsletters, além de central de atendimento via e-mail ou telefone (Central de Atendimento DUDALINA - CAD), site, Facebook e blog.

No ano de 2011, não houve qualquer não conformidade da empresa com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.

This concern starts with the selection of our vendors, which are inspected and audited by professionals of the quality and engineering areas upon the delivery of the product, for the product resources and throughout the manufacturing process, for the purchased products.

The creation of our collections involves visits to fashion trade fairs and surveys of domestic and international trends. As of the creation and selection of vendors, we start the production in our manufacturing units and plan the launching of the collection.

The communication with our customers and consumers occurs by means of campaigns in national magazines, trade fairs, visits of the market team, commercial representatives, newsletters, besides the help desk by email or telephone (DUDALINA Help Desk - CAD), site, Facebook and blog.

In 2011, there was no noncompliance of the company with regulations and voluntary codes related to marketing communication, including advertising, promotion and sponsoring.





O atendimento aos lojistas, para sugestões, problemas ou reclamações, é realizado pelo CAD e pelo representante comercial. O consumidor pode nos contatar pelo site da empresa, telefone, blog, Facebook e em nossas lojas. Todos os contatos de consumidores nesses canais são gerenciados e respondidos pelo CAD.

The attendance to the storekeepers, for suggestions, problems or claims is executed by the CAD and by the commercial representative. The consumer can contact us by the company site, telephone, blog, Facebook and in our stores. All the consumer contacts in these channels are managed and answered by the CAD.



3. COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE 3. COMMITMENT TO THE ENVIRONMENT

Falar do meio ambiente para a DUDALINA é questão de manutenção e sobrevivência do negócio. A principal matéria-prima utilizada na fabricação dos produtos, "o algodão", tem sua origem na terra. Além disso, durante todo o processo fabril, várias etapas utilizam recursos vindos do meio ambiente a exemplo da água, da energia e dos combustíveis. Desta forma, demonstramos nossa relação positiva com o planeta, retratada por meio de indicadores e metas, medidas e acompanhadas mensalmente.

Talk about the environment for DUDALINA is a question of maintenance and survival of business. The main raw material used in manufacturing products, "cotton", comes from the earth. Moreover, during all the manufacturing process, several stages use resources coming from the earth, for example water, energy and fuel. Thus, we show our positive relationship with the planet, portrayed by means of indicators and goals, measured and followed up monthly.

Temos, além da responsabilidade de monitorar nosso desempenho ambiental, o compromisso em diminuir as emissões de CO₂ gerados por nossa atividade empresarial no planeta. Para que isso aconteça, faz-se necessário uma mudança de comportamento individual e empresarial.

Nossa missão está em construir um mundo com maiores possibilidades e equilíbrio para todos, mantendo e preservando ao máximo a natureza e as relações que nela existem.

MATERIAIS

Os resíduos recicláveis como caixas de papelão, papel, plástico e metais são comercializados com empresa especializada em reciclagem. Os resíduos têxteis são destinados ao Instituto Adelina e utilizados no projeto de Geração de Renda. Os cadernos de coleção são destinados a projetos sociais, onde são desmontados, vendidos e reciclados por empresas do ramo.

Os resíduos não recicláveis, como materiais orgânicos e rejeitos são destinados de forma consciente, a fim de não contaminar o meio ambiente. Em 2011, não foram monitorados quantidade e valor por tipo de material descartado.

We have, besides the responsibility of monitoring our environmental performance, the commitment of reducing the CO₂ emissions generated by our business activity on the planet. For this to occur, it is necessary to change individual and business behavior.

Our mission is to build a world with greater possibilities and balance for everyone, maintain and conserving as far as possible nature and the relations existing in it.

MATERIALS

The recyclable residue as cardboard boxes, paper, plastic and metals are sold with a company specialized in recycling. The textile residue is sent to the Adelina Institute and used in the Income Generation project. The collection notebooks are sent to social projects, where they are dismantled, sold and recycled by companies of the area.

The non-recyclable residue, as organic materials and rejects are disposed of in an aware manner, so as not to contaminate the environment. In 2011, quantity and amount were not monitored by type of material discarded.



Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagens Percentage of materials used coming from recycling

Luis Alves	Pres. Getúlio	Terra Boa
114,5	145,72	209,13

A DUDALINA utilizou 469,35 toneladas de madeira reciclada em forma de briquete com a finalidade de aquecer caldeiras.
DUDALINA used 469.35 tons of wood recycled in the form of briquettes in order to heat boilers.

CONSUMO DE ENERGIA

Em 2011, algumas medidas foram tomadas para a redução do consumo de energia.

- Aquisição de máquinas de costura mais eficientes que, associadas ao redesenho de processo, devem gerar diminuição no consumo de energia elétrica.

- Instalação de painéis solares para aquecimento de água no refeitório da matriz.

Ainda não foram contabilizadas as melhorias decorrentes destas iniciativas.

ENERGY CONSUMPTION

In 2011, some measures were taken to reduce the consumption of energy.

- Acquisition of more efficient sewing machines which, associated with the redesign of the process, should reduce the consumption of electricity.

- Installation of solar panels to heat the water in the dining hall of the parent company.

The improvements arising from these initiatives have not yet been calculated.



Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária Direct energy consumption described by primary energy source.

Unidade Unit	Energia (kWh/ano) Electricity (kWh/year)	Diesel (L/ano) Diesel (L/year)	Gás LP (L/ano) LPG (L/year)
Blumenau	713.285	50.867,22	374,40
Unid. 54*	343.171		
Luis alves	575.825	291,26	1.123,20
Pr. Getúlio	328.902	204,23	218,40
Terra Boa	619.756		717,60
TOTAL	2.580.939	51.363	2.434

*Contabilizado junto com a matriz Blumenau
*Calculated with the parent company

Consumo de energia indireta Indirect energy consumption

Consumo de gás liquefeito de petróleo GLP (L/ano) Consumption of liquefied petroleum gas (LPG/year)

Blumenau	Presidente Getúlio	Unidade 54
12.762	4.401	*
Terra Boa	Luis Alves	TOTAL
9.359	10.939	37.461

*Consumo não monitorado / Consumption unmonitored

ÁGUA

Do total de água consumida pela DUDALINA, 95% são retirados de poços artesianos, apenas 5% do total vem da rede municipal.

Todas as unidades fabris possuem tanque séptico para tratamento de efluente sanitário, com exceção da unidade de Luis Alves, que possui estação de tratamento de efluente industrial através de sistema físico-químico. Todo o descarte dos efluentes tratados ocorre em rede de esgoto pluvial.

O volume de efluente tratado equivale ao volume do consumo de água mensal, que em 2011 foi de 94m³.

Em 2011, alteramos o processo de lavagem das malhas para "amaciamento a seco", resultando em uma redução no consumo de água que chegou a 725.978 litros no ano.

WATER

Of the total of water consumed by DUDALINA, 95% is taken from artesian wells, only 5% of the total coming from the municipal network.

All the manufacturing units have a septic tank for treating the sanitary effluent, except for the unit of Luis Alves, which has an effluent treatment station through a physical & chemical system. All the disposal of the effluents treated occurs in the rainwater sewer.

The volume of effluent treated is equivalent to the volume of the monthly water consumption, which in 2011 was 94m³.

In 2011, we altered the process of washing knitwear to "dry softening", resulting in a reduction in the water consumption which reached 725,978 liters in the year.

Consumo de água de poço (m³/mês)

Consumption of well water (m³/month)

Blumenau	Presidente Getúlio	Unidade 54
35	5	*
Terra Boa	Luis Alves	TOTAL
22	32	94

*Consumo não monitorado / Consumption unmonitored



GASES DE EFEITO ESTUFA

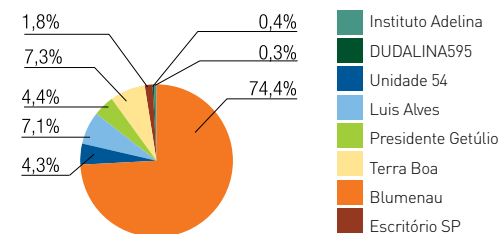
GREENHOUSE GASES

Emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, em toneladas: Direct and indirect greenhouse gas emissions, in tons:

Inventário de gases efeito estufa Inventory count of greenhouse gases	2011	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)	2010	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)	2009	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)
	Emissões de biomassa (CO ₂ /ano) Emissions of biomass (CO ₂ /year)	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)	Emissões de biomassa (CO ₂ /ano) Emissions of biomass (CO ₂ /year)	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)	Emissões de biomassa (CO ₂ /ano) Emissions of biomass (CO ₂ /year)	Emissões de GEE (CO ₂ e/ano) Emissions of GHG (CO ₂ e/year)
Blumenau matriz Parent company	39,6	811,44	42,61	575,13	36,5	493,89
Unidade 54 Unit 54	5,44	46,49				
Luis Alves	205,85	76,92	221,24	71,68	353,16	37,27
Presidente Getúlio	258,51	47,817	355,12	47,42	241,46	40,41
Terra Boa	408,65	79,49	321,853	90,78	270,86	59,33
Escritório São Paulo São Paulo Office	4,87	19,87	3,31	12,43		
Loja 595 Store 595	3,77	4,65	0,26	2,54		
Instituto Adelina Adelina Institute	0,64	3,32	0,13	1,15		
Total	927,33	1.089,99	944,52	801,13	901,98	625,90
Emissão por colaborador Emissions per employee	0,547 tCO ₂	0,643 tCO ₂	0,693 tCO ₂	0,589 tCO ₂	0,767 tCO ₂	0,536 tCO ₂
Emissão por peça produzida / Emissions per produced piece	0,36g	0,42g	0,40g	0,34g	0,39g	0,27g

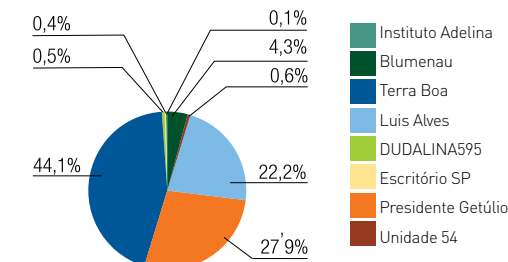
Emissões GEE por unidade 2011

GHG emissions per unit 2011

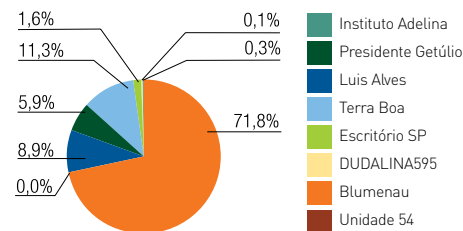


Emissões biomassa por unidade 2011

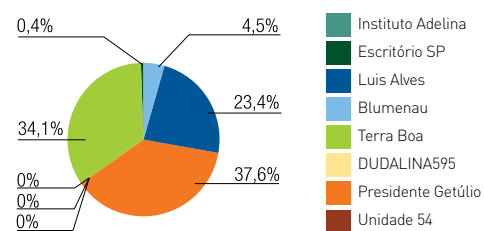
Biomass emissions per unit 2011



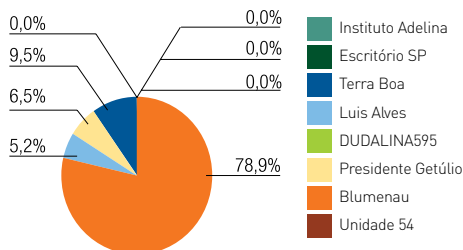
Emissões GEE por unidade 2010
GHG emissions per unit 2010



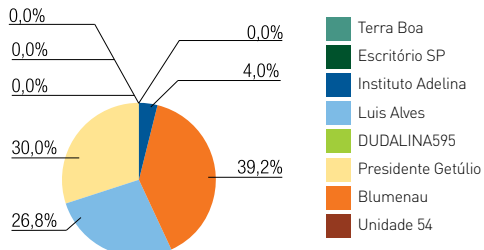
Emissões biomassa por unidade 2010
Biomass emissions per unit 2010



Emissões GEE por unidade 2009
GHG emissions per unit 2009



Emissões biomassa por unidade 2009
Biomass emissions per unit 2009



A DUDALINA irá compensar as emissões de Gases de Efeito Estufa, por meio do Programa DUDALINA de Sustentabilidade, através do plantio de árvores nativas da Mata Atlântica, com a participação direta de seus colaboradores.

Além disso, também como parte do Programa DUDALINA de Sustentabilidade, investimentos em equipamentos de baixo carbono, como aquecedores solar de água, máquinas de costura eficientes, e ainda programas de incentivo ao transporte solidário, estão sendo realizados e seus benefícios mensurados visando a redução das emissões de Gases de Efeito Estufa associadas a atividade industrial da empresa.

DUDALINA will compensate the greenhouse gas emissions by means of the DUDALINA Sustainability Program, by planting native trees of the Atlantic Rainforest, with the direct participation of its employees.

Moreover, also as part of the DUDALINA Sustainability Program, investments in low carbon equipment, as solar water heaters, efficient sewing machines, as well as programs encouraging joint transportation, are being executed and their benefits measured, aiming to reduce the Greenhouse Gas emissions associated with the manufacturing activity of the company.

AÇÕES PARA A REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL

Dois projetos foram realizados em 2011 com intuito de mitigar impactos ambientais:

1) Projeto de neutralização das emissões de Gases de Efeito Estufa "GEE". Deste projeto foram desdobradas algumas ações:

A empresa realizou o inventário de GEE (Gases de Efeito Estufa), que consiste na mensuração das emissões diretas e indiretas provenientes de atividades da empresa, como transporte de colaboradores de suas residências até a empresa, consumo de energia elétrica, consumo de gás para aquecimento e geração de resíduos.

O Dia da Árvore foi comemorado com ações de conscientização ambiental e distribuição de cinco mil mudas de árvores nativas frutíferas entre os colaboradores e alunos das escolas de nosso entorno.

A DUDALINA aderiu à "Hora do Planeta", no dia 26/03/2011. Todas as unidades fabris apagaram as luzes externas das fábricas no período de 20h30min às 21h30min.

No dia 22 de setembro, participamos do movimento "Dia sem Carro". Realizamos sorteio de bicicleta para os colaboradores que praticaram a carona solidária e foram trabalhar a pé, de bicicleta ou ônibus.

ACTIONS FOR REDUCING THE ENVIRONMENTAL IMPACT

Two projects were executed in 2011 in order to reduce environmental impacts:

1) Project of neutralization of the emissions of Greenhouse Gases "GHG". This project involved several actions:

The company executed the inventory count of GHG (Greenhouse Gases), which consists of measuring the direct and indirect emissions of company activities, as transporting employees from their residences to the company, consumption of electricity, consumption of gas for heating and generation of residue.

Tree Day was commemorated with actions of environmental awareness and the distribution of five thousand seedlings of fruit trees to employees and students in surrounding schools.

DUDALINA adhered to the "Hour of the Planet", on 03/26/2011. All the manufacturing units turned off the outside lights of the factories in the period from 8:30pm to 9:30pm.

On September 22, we took part in the movement "Day without Car". We raffled a bicycle for the employees who took a solidarity ride and went to work on foot, by bicycle or bus.

Dia normal / Normal day

	Blumenau	Unidade 54	Terra Boa	Luis Alves	Pr. Getúlio	
Carros Cars	72	58	80	37	26	273
Emissões Emissions (kgCO ₂)	194,8	156,9	132,7	42	17,2	484,2

Dia sem carro / Day without a car

	Blumenau	Unidade 54	Terra Boa	Luis Alves	Pr. Getúlio	
Carros Cars	30	40	36	12	3	121
Emissões Emissions (kgCO ₂)	81,2	108,2	59,7	13,6	2,0	214,6
Redução Reduction	58,3%	31%	55%	67,6%	88,5%	55,7%



Informações corporativas
Corporate information

Rodovia BR-470, km 50, nº 7109 - Fortaleza
Blumenau/SC - 47 3331 9001 - www.dudalina.com.br

Coordenação
Coordination

Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza

Créditos
Credits

Fotos

Banco de imagens DUDALINA, Think Stock, Onur Enerji e DeviantArt

Consultoria e Redação

Consultoria em Responsabilidade Corporativa - SESI/SC

Projeto Gráfico

Luana Mayara Haendchen de Miranda
Consultoria em Responsabilidade Corporativa - SESI/SC

Tradução: Central de Traduções & Global Languages

A DUDALINA agradece a todos colaboradores envolvidos no levantamento das informações contidas nesta edição do Relatório de Sustentabilidade.

2) Uso de embalagens oxi-biodegradáveis na linha feminina.

Substituição das pequenas embalagens plásticas das regatas da marca DUDALINA FEMININA por embalagens oxi-biodegradáveis, produzidas com o intuito de acelerar a degradação e reduzir impactos ambientais. A decomposição do plástico oxi-biodegradável leva 18 meses, enquanto o plástico convencional dura mais de 500 anos.

2) Use of oxi-biodegradable packaging in the female line.

Replacement of small plastic packaging related to the DUDALINA FEMININA brand by oxi-biodegradable packaging, produced in order to accelerate the degradation and reduce environmental impacts. It takes 18 months for the oxi-biodegradable plastic to decompose, whereas conventional plastic lasts more than 500 years.



1 - Base de Cálculo	2011 Valor (Mil reais)	2010 Valor (Mil reais)
Receita líquida (RL)	234.804	150.541
Resultado operacional (RO)	63.361	30.625
Folha de pagamento bruta (FPB)*	27.167	24.363

2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	1.676	6,17%	0,71%	1.311	5,38%	0,87%
Encargos sociais compulsórios*	10.891	40,09%	4,64%	8.637	35,45%	5,74%
Previdência privada	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Saúde	68	0,25%	0,03%	39	0,16%	0,03%
Segurança e saúde no trabalho	34	0,13%	0,01%	17	0,07%	0,01%
Educação	134	0,49%	0,06%	108	0,44%	0,07%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	372	1,37%	0,16%	262	1,08%	0,17%
Creches ou auxílio-creche	21	0,08%	0,01%	15	0,06%	0,01%
Participação nos lucros ou resultados	5.859	21,57%	2,50%	2.409	9,89%	1,60%
Outros	519	1,91%	0,22%	415	1,70%	0,28%
Total - Indicadores sociais internos	19.574	72,05%	8,34%	13.213	54,23%	8,78%

3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	95	0,15%	0,04%	115	0,38%	0,08%
Cultura	167	0,26%	0,07%	129	0,42%	0,09%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Esporte	55	0,09%	0,02%	35	0,11%	0,02%
Combate à fome e segurança alimentar	57	0,09%	0,02%	32	0,10%	0,02%
Outros	43	0,07%	0,02%	28	0,09%	0,02%
Total das contribuições para a sociedade	417	0,66%	0,18%	339	1,11%	0,23%
Tributos (excluídos encargos sociais)	2	0,00%	0,00%	4	0,01%	0,00%
Total - Indicadores sociais externos	419	0,66%	0,18%	343	1,12%	0,23%

4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%

Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais.

<input type="checkbox"/> X) não possui metas	<input type="checkbox"/>) cumpre de 51 a 75%	<input type="checkbox"/> X) não possui metas	<input type="checkbox"/>) cumpre de 51 a 75%
<input type="checkbox"/>) cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/>) cumpre de 76 a 100%	<input type="checkbox"/>) cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/>) cumpre de 76 a 100%

5 - Indicadores do Corpo Funcional	2011	2010
Nº de empregados(as) ao final do período	1.695	1.362
Nº de admissões durante o período	918	667
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	60	50
Nº de estagiários(as)	4	6
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	112	100
Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.235	956
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	61%	59%
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	48	48
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0%	0%
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	32	21

6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2011	meta 2012
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa ***	28,26	25
Número total de acidentes de trabalho	15	5

Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:

<input type="checkbox"/>) direção	<input checked="" type="checkbox"/> X) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos (as) os empregados (as)	<input type="checkbox"/>) direção	<input checked="" type="checkbox"/> X) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos os (as) empregados (as)
------------------------------------	--	--	------------------------------------	--	--

Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:

<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos (as) os empregados (as)	<input checked="" type="checkbox"/> X) todos (as) + Cipa	<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos (as) os empregados (as)	<input checked="" type="checkbox"/> X) todos (as) + Cipa
---	--	---	---	--	---

Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:

<input type="checkbox"/>) não se envolve	<input type="checkbox"/>) segue as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> X) incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/>) não se envolve	<input type="checkbox"/>) seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> X) incentivará e seguirá a OIT
---	---	---	---	---	---

A previdência privada contempla:

<input type="checkbox"/>) direção	<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos (as) os empregados (as)	<input type="checkbox"/>) direção	<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input type="checkbox"/>) todos (as) os empregados (as)
------------------------------------	---	--	------------------------------------	---	--

A participação dos lucros ou resultados contempla:

<input type="checkbox"/>) direção	<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input checked="" type="checkbox"/> X) todos (as) os empregados (as)	<input type="checkbox"/>) direção	<input type="checkbox"/>) direção e gerência	<input checked="" type="checkbox"/> X) todos (as) os empregados (as)
------------------------------------	---	---	------------------------------------	---	---

Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:

<input type="checkbox"/>) não são considerados	<input checked="" type="checkbox"/> X) são sugeridos	<input type="checkbox"/>) são exigidos	<input type="checkbox"/>) não serão considerados	<input checked="" type="checkbox"/> X) serão sugeridos	<input type="checkbox"/>) serão exigidos
---	---	---	---	---	---

Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:

<input type="checkbox"/>) não se envolve	<input type="checkbox"/>) apóia	<input checked="" type="checkbox"/> X) organiza e incentiva	<input type="checkbox"/>) não se envolverá	<input type="checkbox"/>) apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> X) organizará e incentivará
---	----------------------------------	--	---	------------------------------------	--

Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):****

na empresa 9176	no Procon	na justiça	na empresa 10500	no Procon	na justiça
-----------------	-----------	------------	------------------	-----------	------------

% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:

na empresa 100%	no Procon ____%	na justiça ____%	na empresa 100%	no Procon ____%	na justiça ____%
-----------------	-----------------	------------------	-----------------	-----------------	------------------

Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2011:			Em 2010:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	32,67% governo	32,31% colaboradores	9,0% acionistas	36,53% governo	34,35% colaboradores	8,83% acionistas
	0,57% terceiros	25,45% retido		1,57% terceiros	18,72% retido	

7 - Outras informações:

*Nestes indicadores foram consolidadas informações do Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza.
 ** Os valores indicados como indicadores sociais externos foram aplicados pelo Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza.
 ***Na relação entre a maior e a menor remuneração na empresa foram desconsiderados os valores percebidos pela Diretoria.
 ****O número de reclamações referem-se aos acionamentos de nossos clientes lojistas e consumidores do varejo.

A Dudalina é uma empresa optante do Lucro Presumido, portanto não possui nenhuma vantagem tributária sobre os repasses e auxílios destinados ao Terceiro Setor.
 Relatório com base no modelo IBASE disponível em www.balancosocial.org.br

1 - Calculation Basis	2011 Amount (Ths reais)		2010 Amount (Ths reais)	
Net Revenue (RL)		234.804		150.541
Operating Income (RO)		63.361		30.625
Gross Payroll (FPB)*		27.167		24.363

2 - Internal Social Indicators	Amount (Ths)	% on FPB	% on RL	Amount (Ths)	% on FPB	% on RL
Food	1.676	6,17%	0,71%	1.311	5,38%	0,87%
Mandatory social charges*	10.891	40,09%	4,64%	8.637	35,45%	5,74%
Private social security	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Health	68	0,25%	0,03%	39	0,16%	0,03%
Safety and health at work	34	0,13%	0,01%	17	0,07%	0,01%
Education	134	0,49%	0,06%	108	0,44%	0,07%
Culture	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Professional capacitation and development	372	1,37%	0,16%	262	1,08%	0,17%
Day nurseries or nursery aid	21	0,08%	0,01%	15	0,06%	0,01%
Profit Sharing	5.859	21,57%	2,50%	2.409	9,89%	1,60%
Others	519	1,91%	0,22%	415	1,70%	0,28%
Total - Internal social indicators	19.574	72,05%	8,34%	13.213	54,23%	8,78%

3 - External Social Indicators	Amount (Ths)	% on RO	% on RL	Amount(Ths)	% on RO	% on RL
Education	95	0,15%	0,04%	115	0,38%	0,08%
Culture	167	0,26%	0,07%	129	0,42%	0,09%
Health and Sanitation	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Sport	55	0,09%	0,02%	35	0,11%	0,02%
Combating hunger and food safety	57	0,09%	0,02%	32	0,10%	0,02%
Others	43	0,07%	0,02%	28	0,09%	0,02%
Total of contributions to society	417	0,66%	0,18%	339	1,11%	0,23%
Taxes (excluding social charges)	2	0,00%	0,00%	4	0,01%	0,00%
Total - External Social Indicators	419	0,66%	0,18%	343	1,12%	0,23%

4 - Environmental Indicators	Amount (Ths)	% on RO	% on RL	Amount (Ths)	% on RO	% on RL
Investments related to production/operation of company	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Investments in external programs and/or projects	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total of investments in the environment	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%

Concerning establishing "annual goals" to minimize residue, consumption in general in production/operation and increasing efficiency in using natural resources	(X) has no goals () complies 0 to 50%	() complies 51 to 75% () complies 76 to 100%	(x) has no goals () complies 0 to 50%	() complies 51 to 75% () complies 76 to 100%
---	---	---	---	---

5 - Indicators of Functional Body	2011	2010
# employees at end of period	1.695	1.362
# hirings during period	918	667
# employees outsourced	50	
# trainees	4	6
# employees over 45 years	112	100
# women who work in the company	1.235	956
% of management posts occupied by women	61,00%	59,00%
# negroes who work in the company	68	48
% of management posts occupied by negroes	0,00%	0,00%
# people with a deficiency or special needs	32	21

6 - Information relevant to exercising business citizenship	2010	2009
Ratio between largest and smallest remuneration in company ***	28,26	0
Total number of work accidents	15	0

The social and environmental projects developed by the company were defined by:	() directors	(x) directors & managers	() all employees	() directors	(x) directors & managers	() all employees
The safety and health standards in the work environment were defined by:	() directors & managers	() all employees	(x) all + Cipa	() directors & managers	() all employees	(x) all + Cipa
Concerning union freedom, the right to collective negotiation and internal representation of the workers, the company:	() not involved	() follows the norms of OIT	(x) encourages and follows OIT	() not involved	() will follow norms of OIT	(x) encourages and follows OIT
Private social security handles:	() directors	() directors & managers	() all employees	() directors	() directors & managers	() all employees
Profit sharing handles:	() directors	() directors & managers	(x) all employees	() directors	() directors & managers	(x) all employees
In vendor selection, the same ethical and social and environmental standards adopted by the company:	() not considered	(x) are suggested	() are required	() will not be considered	(x) will be suggested	() will be required
Concerning employee participation in voluntary work programs, the company:	() not involved	() will support	(x) organizes and encourages	() will not be involved	() will support	(x) will organize and encourage
Total number of complaints and criticism of consumers:****	in company 9176	in Procon	in Court	in company 10500	in Procon	in Court
% of complaints and criticism attended to or resolved:	in company 100%	in Procon ____%	in Court ____%	in company 100%	in Procon ____%	in Court ____%

Total added value to distributed (in ths R\$):	In 2011:			In 2010:		
Distribution of Added Value (DVA):	32,67% government 9,0% shareholders	32,31% employees 0,7 % third parties	25,45% held	36,53% government 8,83% shareholders	34,35% employees 1,57 % third parties	18,72% held

*These indicators were consolidated information of the Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza.
** The amounts indicated as external indicators were applied by the Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza.
***In the ration between the largest and smallest remuneration in the company the amounts received by the Directory were ignored.

Dudalina is a company opting for Presumed Profit, and so has no taxation advantage on transfers and aids intended for the Third Sector.
Report based upon the IBASE model available at www.balancosocial.org.br

SUMÁRIO GRI

Descrição GRI	Página
1. Estratégia e Análise	
1.1. Declaração da Presidência	4
1.2. Principais impactos, riscos e oportunidades	4, 8
2. Perfil Organizacional	
2.1. Nome da organização	9
2.2. Principais marcas, produtos e/ou serviços	6, 9
2.3. Estrutura operacional	9
2.4. Localização da sede da organização	9
2.5. Atuação geográfica	9
2.6. Natureza jurídica	9
2.7. Mercados atendidos	9
2.8. Porte da organização	9
2.9. Principais mudanças no ano	9
2.10. Prêmios	16
3. Parâmetros para o Relatório	
Perfil do relatório	
3.1. Período coberto pelo relatório	10
3.2. Relatório anterior	10
3.3. Periodicidade	10
3.4. Dados para contato	10
Escopo e limite do relatório	
3.5. Definição do conteúdo	10, 11
3.6. Limite do relatório	10
3.7. Escopo e limite do relatório	10
3.8. Base para a elaboração do relatório	10
3.9. Técnicas de medição e bases de cálculos	Descritas ao longo do texto, conforme necessidade
3.10. Consequências de reformulações de informações	10
3.11. Mudanças significativas	10
Sumário de conteúdo da GRI	
3.12. Localização das informações	52, 53
Verificação	
3.13. Verificação externa	não houve
4. Governança, Compromissos e Engajamento	
4.1. Estrutura de governança	13, 14
4.2. Identificação dos principais executivos	13
4.3. Conselheiros independentes	13
4.4. Canais de comunicação com o Conselho	www.dudalina.com.br >> Fale Conosco
4.5. Remuneração por sustentabilidade	Crterios de sustentabilidade ainda não estão contemplados na política de remuneração do Conselho.
4.6. Conflitos de interesse	13
4.7. Qualificações de conselheiros	Avaliado pelo Grupo Gestor
4.8. Valores, códigos e princípios internos	13
4.9. Atuação do Conselho na avaliação do desempenho de sustentabilidade	13
4.10. Autoavaliação do Conselho na avaliação do desempenho de sustentabilidade	Avaliado pelo Grupo Gestor
Compromisso com iniciativas externas	
4.11. Princípio da precaução	Descrito ao longo do relatório
4.12. Cartas, princípios e iniciativas	15
4.13. Participação em associações	15
Engajamento das partes interessadas	
4.14. Relação dos stakeholders	8
4.15. Identificação dos stakeholders	8
4.16. Engajamento dos stakeholders	8, 10, 11
4.17. Demandas dos stakeholders	8, 10, 11

Indicador	Pacto Global	Página	
EC1	DVA	17	
EC5	Menor salário pago comparado ao salário mínimo local	19	
EC7	Contratação local de membros da alta gestão	22	
LA1	Total de colaboradores por tipo de contrato e região	x	18
LA2	Total de colaboradores e taxa de rotatividade por região, faixa etária e gênero	6	18
LA3	Benefícios oferecidos aos colaboradores por tipo de contrato	x	20
LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais e dias perdidos por doença	x	26
LA10	Horas de treinamento por ano	x	21
LA12	Avaliação de desempenho e desenvolvimento de carreira	x	19, 21
LA13	Governança corporativa	6,1	25
LA14	Proporção do salário base por gênero e categoria funcional	6,1	24
HR4	Casos de discriminação e medidas tomadas	1,6	24
SO1	Impactos sociais na comunidade e investimento social privado	x	29, 30, 31, 32
SO8	Valor pago por multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos	x	Não houve multa relacionada ao indicador
PR2	Não conformidade com regulamentos e códigos ligados à saúde e segurança do consumidor	x	Não houve multa relacionada ao indicador
PR6	Programas e códigos ligados à comunicação e publicidade	x	38
PR7	Casos de não conformidade com normas de comunicação e publicidade	x	38
PR9	Valor monetário de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços.	x	Não houve multa relacionada ao indicador
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	8,9	40
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	8	41
EN4	Consumo de energia indireta	8	41
EN5	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência	8,9	41
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta	8,9	41
EN8	Total de retirada de água por fonte	8	42
EN9	Fontes de água afetadas por retirada	8	42
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso	8	43, 44
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa	8	43, 44
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação	8	42
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos	8	Não houve derramamento significativo
EN26	Iniciativas para mitigar impactos ambientais de produtos	8	45, 46
EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais		Não houve multa relacionada ao indicador

GRI SUMMARY

GRI Description	Page
1. Strategies and Analysis	
1.1. Declaration of Presidency	5
1.2. Main impacts, risks and opportunities	5, 8
2. Organizational Profile	
2.1. Name of organization	9
2.2. Main brands, products and/or services	6, 9
2.3. Operating structure	9
2.4. Localization of organization headquarters	9
2.5. Geographic performance	9
2.6. Legal nature	9
2.7. Markets handled	9
2.8. Size of organization	9
2.9. Main changes in the year	9
2.10. Awards	16
3. Parameters for Report	
Report profile	
3.1. Period covered by report	11
3.2. Previous report	11
3.3. Periodicity	11
3.4. Data for contact	11
Report scope and limit	
3.5. Definition of contents	10, 11
3.6. Limit of report	11
3.7. Report scope and limit	11
3.8. Base for preparing report	11
3.9. Measurement techniques and calculation bases	Described throughout the text, as required
3.10. Consequences of reformulating information	11
3.11. Significant changes	11
Summary of contents of GRI	
3.12. Localization of information	54, 55
Check	
3.13. External check	not available
4. Governance, Commitments and Engagement	
Governance	
4.1. Governance structure	13, 14
4.2. Identification of main executives	13
4.3. Independent counselors	13
4.4. Communication channels with Board	www.dudalina.com.br >> Speak to Us
4.5. Remuneration by sustainability	Criteria of sustainability not yet handled in the Board remuneration policy.
4.6. Conflicting interests	13
4.7. Qualifications of counselors	Evaluated by Management Group
4.8. Values, codes and internal principles	13
4.9. Performance of Board in evaluating performance of sustainability	13
4.10. Self-assessment of Board in evaluating performance of sustainability	Evaluated by Management Group
Commitment to external initiatives	
4.11. Principle of precaution	Described throughout the report
4.12. Letters, principles and initiatives	15
4.13. Participation in associations	15
Engagement of Stakeholders	
4.14. Relation of stakeholders	8
4.15. Identification of stakeholders	8
4.16. Engagement of stakeholders	8, 10, 11
4.17. Demands of stakeholders	8, 10, 11

Indicator	Global Compact	Page
EC1	DVA	17
EC5	Lowest salary paid compared with local minimum wage	19
EC7	Local hiring of top management members	22
LA1	Total of employees by type of contract and region	x 18
LA2	Total of employees and turnover rate by region, age range and gender	6 18
LA3	Benefits offered to the employees by type of contract	x 20
LA7	Rates of injuries, occupational diseases and days lost by illness	x 26
LA10	Hours of training per year	x 21
LA12	Evaluation of performance and career development	x 19, 21
LA13	Corporate governance	6, 1 25
LA14	Proportion of base salary by gender and functional category	6, 1 24
HR4	Cases of discrimination and measures taken	1, 6 24
SO1	Social impacts on the community and private social investment	x 29, 30, 31, 32
SO8	Amount paid for large fines and total number of non Monetary sanctions resulting from noncompliance with laws and regulations	x There was no fine related to the indicator
PR2	Noncompliance with regulations and codes linked to consumer health and safety	x There was no fine related to the indicator
PR6	Programs and codes linked to communication and advertising	x 38
PR7	Cases of noncompliance with standards of communication and advertising	x 38
PR9	Monetary value of large fines for noncompliance with laws and regulations related to the supply and use of products and services.	x There was no fine related to the indicator
EN2	Percentage of materials used coming from recycling	8, 9 40
EN3	Direct energy consumption detailed by primary energy source	8 41
EN4	Indirect energy consumption	8 41
EN5	Energy saved due to improvements in conservation and efficiency	8, 9 41
EN7	Initiatives for reducing indirect energy consumption	8, 9 41
EN8	Total of water removed by source	8 42
EN9	Sources of water affected by removal	8 42
EN16	Total of direct and indirect emissions of greenhouse gases, by weight	8 43, 44
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emission	8 43, 44
EN21	Total discarding of water, by quality and destination	8 42
EN23	Number and total volume of significant spillages	8 There was no significant spillage
EN26	Initiatives to reduce environmental impacts of products	8 45, 46
EN28	Monetary value of large fines and total number of nonmonetary sanctions due to noncompliance with no fine environmental regulations and laws	There was no fine related to the indicator



DUDALINA®

Amor à camisa e às pessoas