

+soma

# Relatório Anual **2023**





## 4 Introdução

Boas-vindas 6  
Reconhecimentos 7  
Destaques do ano 8  
Carta do CEO 10

## 14 Quem somos

Nossos valores 18  
Fios da história 20  
Modelo de negócios 22  
Estratégia do negócio 25  
Marcas 26  
Presença no Brasil 30  
Presença no mundo 31  
Internacionalização da FARM,o mundo por conquistar 32

## 34 Econômico-financeiro

Destaques dos nossos resultados 36  
Receita por canais 37  
Alocação de capital 37  
Desempenho por marcas 37

## 38 Estratégia ESG

Melhores práticas 40  
Metas públicas e *status* de antigimento 44  
Índices e certificações 57  
Compromissos firmados 61

## 64 Temas prioritários

Matriz de materialidade 67  
Diálogo com as partes interessadas 70

## 72 Governança

Moda mais ética 74  
Políticas orientadoras 86  
Nossa estrutura 88  
Política de Remuneração de Administradores 93  
Transparência, ética, integridade e *compliance* 97  
Gestão de riscos 102  
Clientes 108

## 114 Ambiental

Moda mais limpa 116  
Produtos de menor impacto 123  
Economia circular 132  
Resíduos 148  
Mudanças climáticas 156  
Metodologia do inventário de gases de efeito estufa do Grupo SOMA 166  
Transição energética 169  
Recursos hídricos 170  
Recuperação e conservação ambiental 176  
Bem-estar animal 182

## 184 Social

Moda mais justa e bela 186  
Pessoas colaboradoras 195  
Diversidade, equidade e inclusão 198  
Segurança e saúde do trabalho 210  
Cadeia de fornecimento 218  
Perfil dos fornecedores 220  
Comunidade 230  
Responsabilidade Social 240

## 242 Visão de futuro

## 246 Anexos

Caderno de indicadores GRI 249  
Sumário de indicadores GRI e SASB 272  
Relatório TCFD 284  
Mapa de capitais 292  
Carta de asseguração 294  
Informações corporativas 297  
Créditos 299



# Introdução



# Boas-vindas!

GRI 2-2, 2-3

Estamos felizes em apresentar o nosso quarto Relatório Anual, nosso instrumento fundamental de transparência para todas as pessoas que se relacionam com nosso negócio.

Aqui, fornecemos informações sobre o Grupo SOMA e suas marcas. O principal enfoque deste documento é a estratégia de negócios, contemplando os sucessos que alcançamos e os desafios que temos à frente, olhando de maneira integrada e com o mesmo peso para os indicadores financeiros e não financeiros, abarcando os aspectos ambientais, sociais e de governança corporativa (ESG, do inglês *environmental, social and governance*). Demonstramos de que forma a nossa Agenda ESG impacta nossos resultados e como geramos valor aos nossos parceiros, incluindo pessoas acionistas, colaboradoras, fornecedoras, clientes, comunidades locais e a sociedade em geral.

Gerimos e comunicamos as informações não financeiras materialmente relevantes à Agenda ESG do Grupo SOMA e de suas marcas com o mesmo grau de comprometimento, responsabilidade, transparência, responsividade e acuidade dedicado à divulgação de informações financeiras.

As informações financeiras ficam disponíveis no *site*: <https://www.somagrupo.com.br/investidores/central-de-resultados/>

Não há diferenças entre as informações financeiras divulgadas ao mercado e as incluídas no Relatório Anual.

Este relatório é referente ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023 e está com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), versão 2021. Também incluímos informações específicas do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), da Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) e nos alinhamos às diretrizes do Relato Integrado do International Integrated Reporting Council (IIRC), com o objetivo de fornecer dados confiáveis, comparáveis e relevantes. Os indicadores respondidos neste relatório estão alinhados com nossos temas materiais.

A garantia da autenticidade deste documento é de responsabilidade da equipe de sustentabilidade, em um trabalho conjunto liderado pela Diretora de Sustentabilidade, Taciana Abreu. O relatório foi apresentado e aprovado pelo Conselho de Administração e auditado pela Ernst Young. **GRI 2-5, 2-14**

Caso tenha alguma pergunta ou queira fazer algum comentário a respeito deste conteúdo, por favor, entre em contato pelo *e-mail* [sustentabilidade@somagrupo.com.br](mailto:sustentabilidade@somagrupo.com.br) **GRI 2-3**

## Reconhecimentos

- Nosso CEO, Roberto Jatahy, foi selecionado para o índice BoF 500, veiculado pelo The Business of Fashion, sendo o único brasileiro adicionado na lista em 2023. A publicação reconhece, desde 2013, as pessoas que mais influenciam e moldam a moda global.
- Além disso, Roberto foi premiado pelo Valor Econômico como Executivo de Valor na categoria Indústria da Moda e foi eleito Carioca do ano na categoria Moda, pela Veja Rio.
- Entramos para a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE, da B3) e nos Certificamos Empresa B.
- No *ranking* do CDP, em três anos, subimos de C- para A- , atingindo, no último ano, o patamar de “Liderança” na gestão de emissões de gases de efeito estufa (GEE).
- Também ascendemos na nova edição do *ranking*, elaborado pela Deloitte, Powers Of Luxury Goods — que lista os cem maiores grupos de luxo do mundo, segundo seu faturamento. Passamos da 78ª para a 73ª posição e fomos considerados pela consultoria o segundo grupo de luxo de crescimento mais rápido do planeta.
- Conquistamos o primeiro lugar em Moda e Vestuário pelo Prêmio Melhores do ESG, da revista Exame.
- Recebemos o Prêmio Faz Diferença, do jornal O Globo, na categoria desenvolvimento do Rio, pela iniciativa Re-FARM Cria, que oferece aporte de recursos financeiros com o propósito de incentivar projetos que estejam conectados aos eixos de moda, criatividade, educação e equidade.

- Ficamos entre as top 5 empresas no *ranking* Valor Inovação — setor comércio, do jornal Valor Econômico.
- Nos *rankings* realizados pelo Great Place to Work (GPTW), conquistamos o 19º lugar como melhor empresa varejista para se trabalhar no país, na categoria 'Grandes' (subimos uma posição em relação à nossa classificação do ano anterior). Estamos também no 'Top Empresas para Trabalhar no Varejo 2023'.

### E nossas marcas também fazem gigante:

- A moda brasileira dando aula! Os sócios-fundadores da FARM, Kátia Barros e Marcello Bastos, e o CEO da FARM Global, Fábio Barreto, foram à Harvard Business School para falar sobre o *case* de expansão internacional da marca.
- A Cris Barros foi destacada entre as dez mulheres da moda que são visionárias e impulsionam a indústria a novos patamares, de acordo com a lista GLMRM, elaborada pelo veículo Glamurama — UOL.
- 'O Básico do Brasil' no topo! A Hering foi premiada pelo IF Design por seu legado, posicionamento e identidade de marca.
- Além disso, a campanha de Dia das Mulheres da Hering foi premiada com dois troféus no MMA Smarties Brasil — um dos principais festivais globais de *marketing* e inovação.
- A Animale e a Hering levaram para casa cinco troféus na premiação Reclame Aqui, que atesta a confiança do consumidor em atendimento e reputação.

## Destaques do Ano

### *A FARM Rio*

*desembarcou em mais 39 novos países, inaugurou sua primeira loja própria na Europa (em Londres) e chegou ao marco de mais de cem lojas multimarcas pelo mundo.*

### *A Maria Filó*

*ganhou novos ares, no branding e no produto, com direção criativa de Maria Rita Alonso.*

### *A Hering*

*apostou forte nas mega stores, com inauguração de sete lojas neste formato pelo Brasil e uma loja conceito em Ipanema, no Rio de Janeiro.*

### *A Fábula*

*lançou o projeto circular Gira-Gira — garantindo nova vida ao que seria descartado e gerando renda para instituições que atendem crianças.*

*A potência feminina no seu melhor estilo:*

### *a Animale Brasil*

*vestiu a seleção feminina de futebol com alfaiataria para a apresentação oficial do time e demais eventos sociais.*

### *A Foxton*

*foi a marca escolhida para vestir o time e a comissão técnica do Fluminense em seus uniformes de viagem para a Copa do Mundo de Clubes da Fifa Arábia Saudita, 2023.*

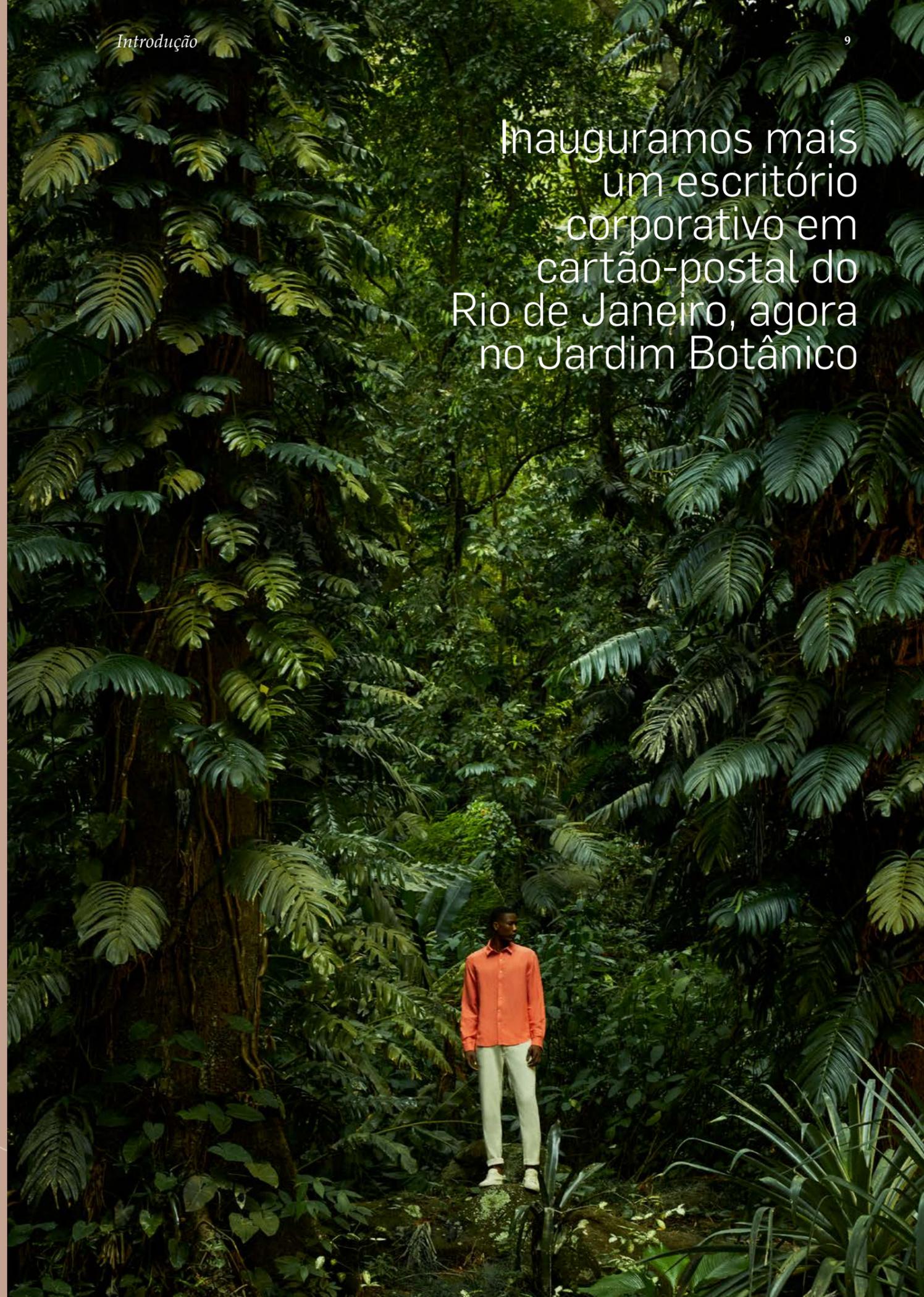
### *O SOMA Fashion Experience*

*se consolidou como a convenção de vendas da empresa. Em 2023, as marcas do Grupo receberam seus parceiros lojistas no evento que contou com mais de 3 mil convidados, 6 desfiles, e shows de Marisa Monte e Seu Jorge.*

### *O Grupo SOMA*

*se tornou signatário do Pacto da Promoção pela Equidade Racial.*

Inauguramos mais um escritório corporativo em cartão-postal do Rio de Janeiro, agora no Jardim Botânico



# Carta do CEO GRI 2-22

## “Somos movidos por desafios”

É fundamental começar esta carta destacando nossas grandes conquistas de 2023, do ponto de vista institucional, que inclui a Agenda ESG. O Grupo SOMA agora é uma Empresa B e entramos para a carteira do ISE, da B3. São conquistas emblemáticas que traduzem nossa evolução, fruto do trabalho cotidiano e atuação conjunta das diversas áreas da empresa e pessoas colaboradoras. Esses índices e certificações são também instrumentos de gestão e transparência, que além de orientarem os objetivos da Companhia, em linha com sua estratégia de negócio, e permitirem uma medição acurada de sua *performance* pelo mercado, representam mais uma possibilidade de comunicarmos aos nossos públicos, incluindo acionistas, pessoas colaboradoras, nossa rede de parceiros e toda a comunidade ao nosso entorno sobre nossos compromissos e como eles se concretizam.

Nossas vitórias têm a ver com pessoas. Por isso, gostaria de destacar que o SOMA é, cada vez mais, um grupo diverso. Vejo isso de forma explícita na Companhia, em todos os espaços por onde eu circulo, e em nossa cultura. Somos mais de 13 mil pessoas colaboradoras, e nosso Censo mostra nossos avanços em diversidade, equidade e inclusão. Estamos construindo uma companhia com mais representatividade de diferentes grupos e que gera oportunidades de desenvolvimento e crescimento profissional para todos, respeitando a riqueza demográfica que temos no Brasil.

Ainda no campo da nossa Agenda ESG, estamos avançando em economia circular. Reconhecemos os desafios da indústria da moda, e, diariamente, trabalhamos para reduzir nosso impacto — buscando soluções viáveis e escaláveis. A boa notícia é que atualmente todo nosso resíduo de corte interno vai para a reciclagem, na qual é incorporado em novos fios. Também estamos de olho no comportamento dos nossos clientes, e implementando programas de logística reversa das marcas. Estou certo de que logo teremos condições de fazer um produto SOMA totalmente circular.

Compensamos nossas emissões mapeadas de gases de efeito estufa desde 2021. Agora, nosso foco é emitir menos carbono em nossos processos e, conseqüentemente, ser mais ecoeficiente em cada peça produzida.

Do ponto de vista da transição energética, muitas de nossas unidades já operam com energia renovável e, até 2025, 100% delas estarão abastecidas com fontes de energia limpa. Vamos avançar ainda mais neste tema, envolvendo de forma sistêmica as áreas corporativas e a cadeia de valor.

A sociedade e os investidores estão cada vez mais conscientes sobre a temática ESG, e olhando para como as empresas atuam em relação a aspectos ambientais, sociais e de governança pela perspectiva da ética e da transparência. Por sua vez, as empresas também estão se responsabilizando mais

por seus impactos, e olhando para como os efeitos das mudanças climáticas impactam seus negócios — por exemplo, a influência das ondas de calor no planejamento de coleções e disponibilidade de matérias-primas.

Certamente, a tendência é que as questões relacionadas à sustentabilidade sigam ganhando força no que tange à transição de modelos de negócio. Esta transição é sustentada por ações e compromissos de curto e de longo prazos, pensando no que já é possível transformar no presente e em como evoluímos para um futuro que assegure o acesso aos recursos naturais para as próximas gerações, garantindo o bem-estar das pessoas e do planeta.



Com alinhamento a esse objetivo, nossa estrutura de governança tem ficado cada vez mais madura, desde que fizemos a abertura de capital, em 2020. Estamos aprimorando a gestão de forma conjunta em todas as marcas do Grupo.

Olhando para o cenário macroeconômico, tivemos um ano bem positivo para o consumo. Por outro lado, tivemos um aumento de tributações que afetaram nosso negócio. Os resultados compilados ao final do ano foram, mais uma vez, positivos, com crescimento na receita bruta de 10,1% e no Ebitda ajustado também de 10,1%.

Eu diria que esse foi um ano essencial para olharmos para dentro do Grupo SOMA. Fizemos uma sequência de aquisições nos últimos anos, e, em 2023, exercitamos o potencial de cada uma das nossas marcas.

Começamos 2024 anunciando a junção dos negócios com a Arezzo&Co. E, com isso, estamos dando mais um passo para nosso sonho de construir uma *house of brands*, uma plataforma de marcas internacional, que já nasce como o maior grupo de moda da América Latina. A governança desta nova empresa será ainda mais robusta, assim como a estrutura de capital da Companhia e a Agenda ESG. Esses movimentos tornarão os próximos anos extremamente promissores.

Sigamos fazendo com que a Companhia amplie seu ciclo de crescimento e continue com seu propósito de “Sonhar grande, fazer gigante”.

Roberto Jatahy  
CEO do Grupo SOMA



## Quem somos GRI 2-1

Somos uma plataforma de marcas, uma Companhia do setor de moda que une paixão, criatividade e excelência em gestão, liderando transformações e promovendo mudanças positivas na sociedade, atuando na área de confecção e comércio de vestuário e acessórios.

Com nome jurídico Grupo de Moda SOMA S.A, somos uma sociedade anônima, com capital aberto no Novo Mercado da B3 desde 31 de julho de 2020.

Estamos presentes majoritariamente no Brasil, e temos aumentado nossa capilaridade nos mais diversos países, especialmente por meio da FARM Global, que conta hoje com mais de 800 pontos de venda multimarcas no exterior — 200 grandes redes e 600 boutiques, estando nos países: Albânia, Alemanha, Arábia Saudita, Austrália, Bahamas, Bahrein, Barbados, Bermudas, Canadá, China, Costa do Marfim, Egito, Emirados Árabes Unidos, Espanha, Estados Unidos, França, Grécia, Guatemala, Hong Kong, Ilhas Cayman, Índia, Irlanda, Itália, Jamaica, Japão, Jordânia, Kuwait, Líbano, Marrocos, México, Nigéria, Panamá, Porto Rico, Portugal, Reino Unido, República Dominicana, Romênia, Suíça e Turquia. São quatro lojas próprias nos Estados Unidos e na Inglaterra (NYC, Miami, Los Angeles e Londres).

Além disso, a marca Hering também opera com franquias no mercado internacional, na Bolívia, no Paraguai e no Uruguai, com multimarcas nesses países, na República Dominicana e no Chile.

Contamos ainda com quatro centros de distribuição internacional: nos Estados Unidos (em Nova Jersey), na América Central (México), e na Europa (Swindon, no Reino Unido, e Belsele, na Bélgica).

Atualmente, temos 14 mil multimarcas ativas, mais de mil lojas próprias e franquias e uma base ativa superior a 5,9 milhões de clientes.

Juntamos habilidades, *expertises* e empreendimentos de destaque, respeitando a cultura de cada negócio que faz parte do Grupo, somando o que trazem em si. Nossa história nasce em 2010, quando unimos Animale e FARM. Atualmente, o Grupo tem um portfólio com 15 marcas, preservando a singularidade e a autenticidade de cada uma, sem deixar de potencializar as sinergias operacionais. Nossa cultura empresarial está sempre em desenvolvimento, fundamentada em uma estrutura de governança sólida e em um modelo de negócios eficaz, ético, diversificado e ambientalmente responsável.

Para nós, moda é um estilo de vida. Transcende o vestuário e abrange acessórios, joias, decoração e novos modelos de negócios.

Finalizamos 2023 com uma equipe com mais de 13 mil pessoas colaboradoras distribuídas globalmente, cujas habilidades e empenho refletem nosso trabalho. O Grupo SOMA segue progredindo em sua missão de expansão sustentável, minimizando consequências adversas, potencializando os efeitos positivos e incentivando a diversidade, equidade, inclusão e pertencimento em todas as esferas da empresa. Estamos convictos de que a pluralidade nos capacita para superar os obstáculos de um cenário em evolução contínua.

Considerando nosso compromisso com a responsabilidade socioambiental, o artigo 3º do nosso Estatuto Social prevê — “O exercício das atividades relacionadas ao objeto social da Companhia deverá considerar: os interesses de curto e longo prazos da Companhia e de seus acionistas; e os efeitos econômicos, sociais, ambientais, e jurídicos de curto e longo prazos das operações da Companhia em relação aos empregados ativos, fornecedores, consumidores e demais credores da Companhia e de suas subsidiárias, como também em relação à comunidade em que ela atua local e globalmente.”

Esta cláusula é alinhada às recomendações do Sistema B, garantindo que todas as empresas certificadas tenham o objeto de sua atuação harmonizado e olhem na mesma direção, na construção de negócios mais equitativos, regenerativos e inclusivos.

**GRI 2-29**





O nosso propósito é:

sonhar

grande,  
fazer **gloriante.**

# Nossos valores

## PARCERIA DE VERDADE

Ética e transparência estão no nosso sangue. Aqui a gente faz as coisas olho no olho, lado a lado, de corpo e alma. Acreditamos plenamente em um jeito muito próprio, verdadeiro e generoso de construir nossas relações.

## INTELIGÊNCIA EM GESTÃO

Investimos sempre em sofisticação e capacitação. Isto porque fazemos negócios com um olho no presente e outro no futuro. No caminho para a inovação, a tecnologia e a informação fazem a gente voar mais alto e chegar aonde antes era só um sonho.

## DINAMISMO À TODA PROVA

Mudar faz parte do nosso *show*. A gente muda a todo minuto a roupa, a coleção, o *look* das pessoas. Mais que isso: transformamos a realidade, o mercado, as oportunidades. Inventar moda é arregaçar as mangas e fazer os resultados acontecerem bem na nossa frente.

## AUTONOMIA É A NOSSA MARCA

Somos um belo encontro de pessoas e histórias diferentes. Cada uma de nossas marcas tem alma, expressão e muita, muita personalidade. Ninguém mexe nisso, é sagrado. Elas são as estrelas da casa. A especialidade da gente é fazê-las brilhar ainda mais.

## ATITUDE DE DONO

Um olhar cuidadoso pra tudo e muito foco no resultado. Temos o espírito empreendedor, somos abertos a tentativas, aprendemos com erros e adequamos acertos a cada nova oportunidade. Levamos a sério nosso trabalho: somos 1000% comprometidos com o negócio.

## INTUIÇÃO ESTÁ NO AR

Vem lá do fundo, como puro instinto. A gente acredita pra valer no nosso *feeling* porque é uma combinação de talento, vivência e inteligência. É esse sexto sentido pra descoberta que faz a gente olhar o horizonte e enxergar o que ninguém viu ainda.

## TATO NO TRATO

Nesse *mix* de emoções e *expertises*, o respeito é fundamental: no trato com todas as pessoas, nos processos, nas conquistas e, principalmente, nas dificuldades. Valorizamos a diversidade: somos feitos de gente boa, de talento e de coração. É isso que deixa o nosso trabalho tão rico quanto único. Junto e bem misturado, a gente vai mais longe.

## INQUIETUDE À FLOR DA PELE

Desafios são a nossa grande paixão porque sempre buscamos ser melhores do que nós mesmos: a vontade de fazer diferente corre nas veias! As estações giram cada vez mais rápido e o nosso papel é estar à frente. Seja nas passarelas, seja nos números, a gente ama fazer bonito.

## FELICIDADE NA GENTE

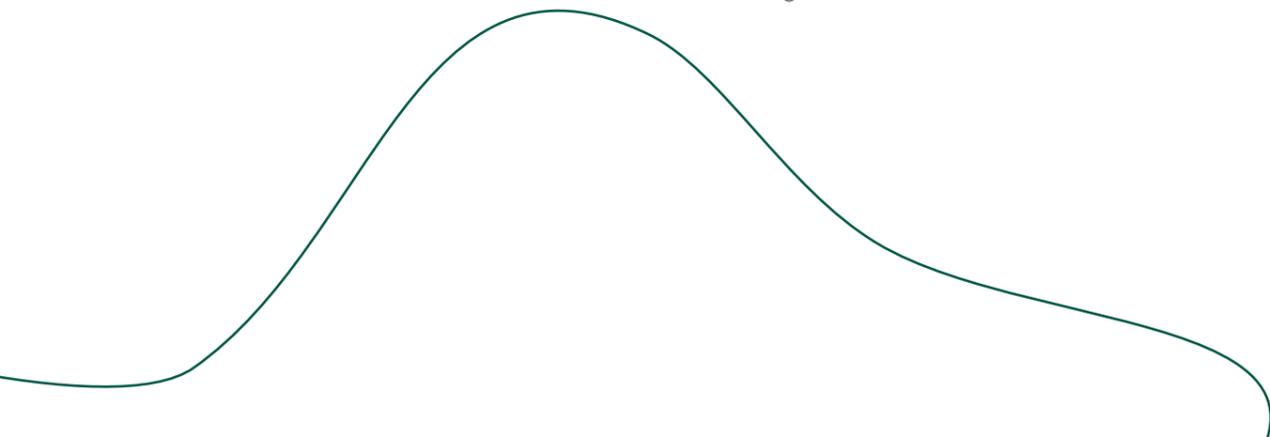
A gente não tem a fórmula da felicidade, mas sabe que trabalhar no que gosta faz parte dela. O brilho no olho e a satisfação no peito trazem mais confiança pra equipe, carinho nas relações, liberdade e generosidade no nosso dia a dia. Diferentes histórias e vivências fazem parte da beleza do nosso negócio, e é por isso que criamos oportunidades para que gente diversa brilhe aqui. Para fazer um trabalho bem-feito, é preciso também se realizar nele.

## RECONHECIMENTO COM ORGULHO

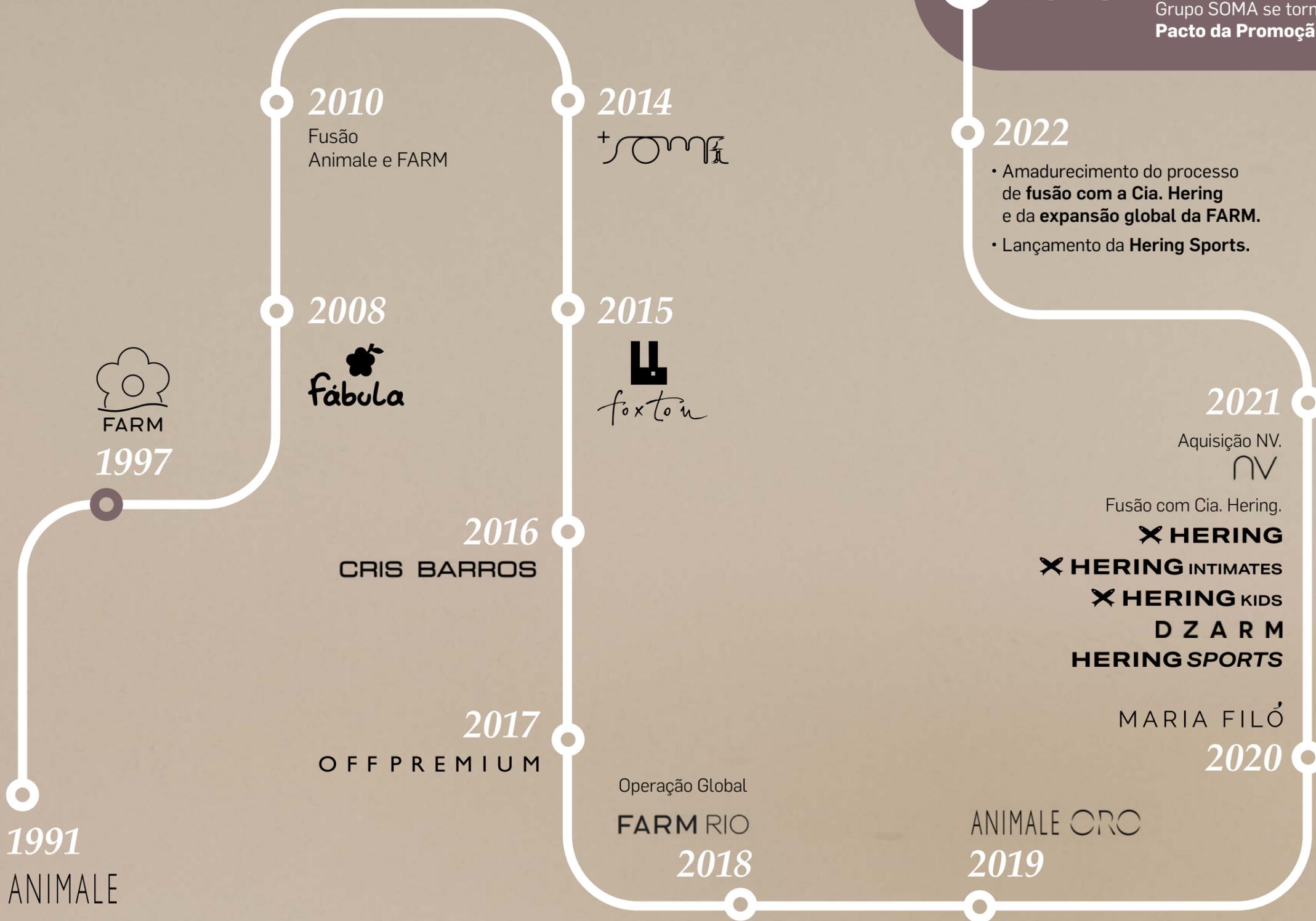
É bom saber que você pode contar com alguém de verdade. E mais ainda quando enxergam isso na gente. Estamos sempre atentos ao suor, à garra e às conquistas das pessoas, e queremos reconhecê-las cada vez mais. Porque faz bem pro negócio e faz bem pra todo mundo que está aqui com a gente.

## SUSTENTABILIDADE QUE FAZ BEM

Vestir novas formas de cuidar do mundo, investir em ideias que gerem valor pra toda a cadeia. Dos tecidos à produção, da criação ao modelo de negócio, decidimos que tudo, tudo mesmo, tem que ser com responsabilidade socioambiental. Pensar à frente, fazer mais consciente, entregar um futuro melhor, a cada dia, para a gente e para o planeta: esta é a nossa causa.



# Fios da história



# Modelo de negócios

Como criamos valor ao longo do tempo

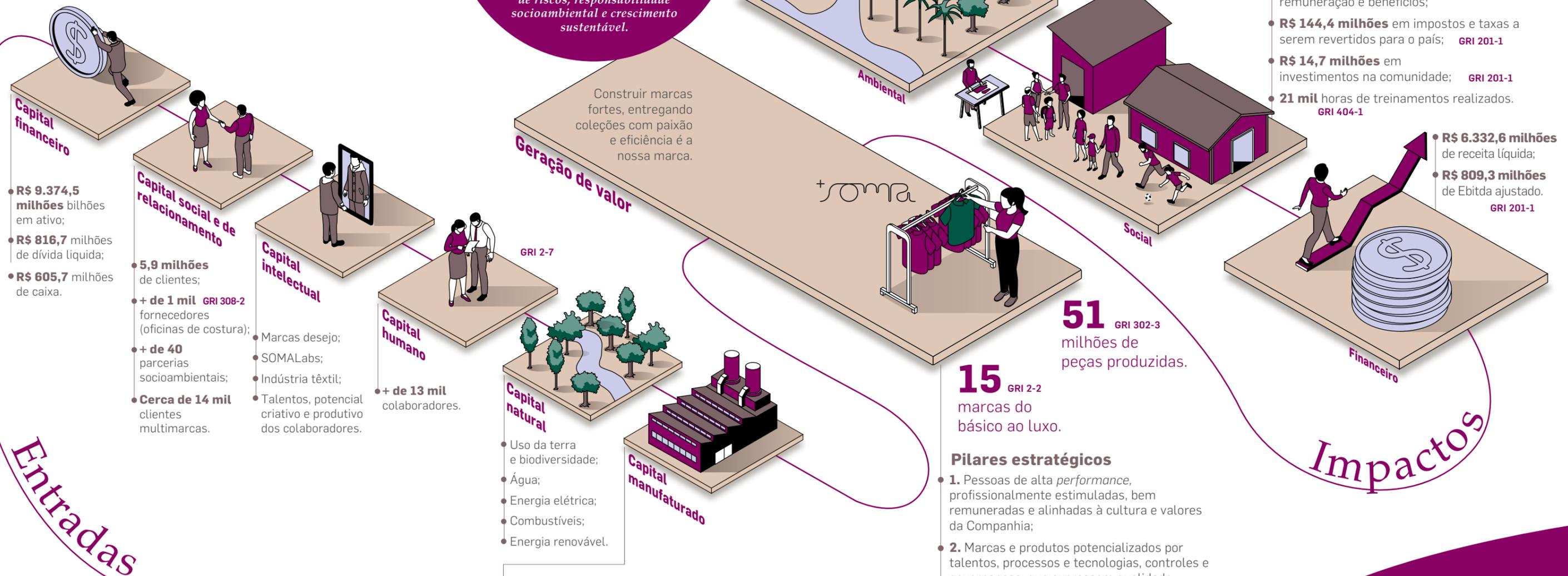
**Propósito**  
Sonhar grande, fazer gigante.

**Missão**  
Ser a melhor e maior equipe de marcas de moda do país, reconhecida mundialmente pela criatividade, paixão, eficiência e boas práticas socioambientais.

**Ambição**  
Ser uma das cem melhores empresas para se trabalhar no Brasil, com ética, eficiência organizacional, mitigação de riscos, responsabilidade socioambiental e crescimento sustentável.

Construir marcas fortes, entregando coleções com paixão e eficiência é a nossa marca.

**Geração de valor**



## Pilares estratégicos

1. Pessoas de alta performance, profissionalmente estimuladas, bem remuneradas e alinhadas à cultura e valores da Companhia;
2. Marcas e produtos potencializados por talentos, processos e tecnologias, controles e governanças, que expressem qualidade, sustentabilidade e valor agregado;
3. Cadeia produtiva inclusiva, fiel, fidedigna e auditada, em contínuo crescimento e aperfeiçoamento;
4. Sustentabilidade, diversidade, equidade e inclusão e combate a toda forma de discriminação e racismo em nossas operações.

GRI 2-24

*Estabelecemos relações de parceria com toda a cadeia produtiva, que contribui para nosso modelo de negócios. Numa relação de mutualismo, visamos o desenvolvimento contínuo destes parceiros.*



# Estratégia do negócio

A estratégia do Grupo SOMA está desdobrada em três direcionadores e quatro pilares:

## Direcionadores

**1**  
*Prioridades estratégicas:*

- HERING: captura do potencial de produto, marca e eficiência;
- FARM: aceleração do crescimento no Brasil e no mundo.

**2**  
*Marcas maduras ou com potencial provado:*

- NV: aceleração da marca;
- ANIMALE E CRIS BARROS: crescimento sustentável.

**3**  
*Marcas em desenvolvimento:*

- FOXTON, FÁBULA E MARIA FILÓ: aceleração das marcas.

## Pilares

**1**  
Pessoas de alta performance, engajadas, bem remuneradas e alinhadas à cultura e valores da Companhia.

### ODS:



**2**  
Marcas e produtos potencializados por talentos, processos e tecnologias, controles e governanças, que expressem qualidade, sustentabilidade e valor agregado.

### ODS:



**3**  
Cadeia produtiva inclusiva, fiel, fidedigna e auditada, em contínuo crescimento e aperfeiçoamento.

### ODS:



**4**  
Sustentabilidade, diversidade, equidade e inclusão e combate a toda forma de discriminação e racismo em nossas operações.

### ODS:



# Marcas GRI 2-2

## ANIMALE, ANIMALE JEANS E ANIMALE ORO

Em 2023, a Animale completou 32 anos como referência na moda feminina brasileira. Uma marca de alma carioca, com amplitude nacional e alinhada às tendências internacionais. Unindo códigos do mercado de luxo a uma expressão leve, alegre e forte, para que cada mulher se sinta naturalmente linda e confiante onde quer que esteja. A marca se estende no segmento *jeans* (Animale Jeans) e de joias (Animale Oro).

- *Em 19 estados e 660 cidades;*
- *70 lojas;*
- *Presente em 797 multimarcas.*

## Cris Barros

Fundada em 2002 pela estilista Cris Barros, a marca que leva o seu nome é reconhecida pela contemporaneidade das criações, pelo cuidado e qualidade em cada detalhe e um *storytelling* único, que renova a imagem da moda de luxo no Brasil. As coleções sempre unem modelagens contextualizadas ao universo particular de sua fundadora. O resultado é uma moda autêntica e livre, com peças autorais que transcendem o tempo.

- *Em 21 estados e 59 cidades;*
- *Dez lojas;*
- *Presente em 52 multimarcas.*

## Dzarm

A Dzarm acredita na moda que cabe na vida das pessoas e no estilo que permite a expressão pessoal, sem esforço. A marca leva a moda versátil, *cool* e atemporal para todos os cantos do Brasil com uma jornada de compra física e digital, alinhada aos desejos dos seus consumidores. A Dzarm se preocupa em oferecer escolhas que equilibram alta qualidade, *design* e preço, além de deixar um impacto positivo para o mundo, com coleções cada vez mais sustentáveis.

- *Em 25 estados e 1.106 cidades;*
- *Três lojas próprias;*
- *15 lojas licenciadas;*
- *Presente em 1.703 multimarcas.*

## Fábula

A roupa da Fábula brinca de inventar histórias e é nas estampas que a imaginação acontece. Como nas páginas de um livro, cada capítulo, uma nova coleção, um nascimento, um novo sonho, uma descoberta, uma nova gente e um futuro mais colorido. A Fábula quer valorizar as infâncias de ontem e de hoje, sonhar por um futuro com mais brincadeiras e vestir as crianças de sonhos e alegrias. Afinal, brincar é urgente, do avesso, de trás pra frente, em todas as idades e em qualquer lugar.

- *Em 26 estados e 577 cidades;*
- *20 lojas próprias;*
- *Presente em 845 multimarcas.*



**FARM**

Um grupo de criativos do Rio de Janeiro que acredita na existência da felicidade. Mais do que uma marca, este coletivo cria movimentos culturais brilhantes desde 1997. Sua moda se inspira em todas as cores e formas que a natureza traz aos nossos olhos e aos nossos sentimentos, assim como na cultura local, a mantendo viva. Seu olhar valoriza a qualidade, adora os detalhes e as emoções criadas por esses elementos, pois um produto poderoso inspira transformações positivas em todas as pessoas e lugares.

**FARM BRASIL**

- *Em 21 estados e 42 cidades;*
- *104 lojas próprias;*
- *Presente em 2.295 multimarcas.*

**FARM GLOBAL**

- *Brasil + 39 países;*
- *Quatro lojas próprias (três nos Estados Unidos — Los Angeles, Miami e New York — e uma na Inglaterra, em Londres).*
- *Uma franquia, a primeira do Global, em Bodrum, na Turquia;*
- *Presente em 880 multimarcas;*
- *Pop ups: Rinascente (Milão), Le Bon Marché (Paris), Bodrum (Turquia), Liberty (Londres) e KDW (Alemanha).*

**Foxton**

A Foxton atualiza os clássicos do guarda-roupa masculino de forma prática e confortável. Com *expertise* em tecnologia e matérias-primas, cria peças para vestir o homem em qualquer ocasião do seu dia a dia. É uma marca verdadeiramente atual, sempre alinhada à estética e funcionalmente com o hoje, considerando os princípios socioambientais.

- *Em 11 estados e 14 cidades;*
- *32 lojas, sendo 3 novas em 2023;*
- *Presente em 382 multimarcas.*

**Hering, Hering Kids, Hering Intimates e Hering Sports**

Há mais de 140 anos, a Hering é o básico do Brasil. Está sempre em reinvenção, com um time inspirado pelo ritmo brasileiro, por colorir a vida, trazer conforto e ser consciente. Tem a missão de criar boas memórias através de gerações, com peças femininas, masculinas e infantis. Como extensões de marca, tem a Hering Kids, a Hering Intimates e a Hering Sports.

- *Em todos os estados do Brasil e 3.004 cidades;*
- *68 lojas próprias;*
- *651 franquias no Brasil;*
- *20 franquias no mercado internacional;*
- *Presente em 8.968 multimarcas.*

**Maria Filó**

Uma marca de moda feminina que tem a atemporalidade como ativo de força, aproximando o clássico do contemporâneo por meio de peças que atravessam temporadas e gerações. A beleza daquilo que é eterno se revela em detalhes únicos que imprimem bossa e autenticidade para potencializar o feminino.

- *Em 26 estados e 434 cidades;*
- *36 lojas próprias;*
- *19 franquias;*
- *Presente em 661 multimarcas.*

**NV**

Para a NV, a verdadeira sofisticação não é guardada para momentos especiais, e sim vivida a cada segundo. Através de suas peças, a marca realça a personalidade de cada mulher com autenticidade, versatilidade e atenção aos detalhes, valorizando uma moda de alta qualidade de um jeito leve e descomplicado.

- *Em 25 estados e 127 cidades;*
- *19 lojas próprias, sendo 3 abertas em 2023;*
- *Presente em 135 multimarcas.*

**Off Premium**

A OFF Premium nasceu com a vontade de proporcionar peças de qualidade e de marcas renomadas a um preço mais acessível. Com descontos de até 70% OFF, a marca se consolidou como o grande *outlet* que vende as últimas coleções dos principais nomes da moda brasileira.

- *Em oito estados e 12 cidades;*
- *12 lojas próprias.*



# Presença no Brasil

6 fábricas e ateliês

São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Goiás.

4 centros de distribuição

São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Goiás.

7 sedes administrativas

São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina.

140 mil m<sup>2</sup>

Área total das lojas próprias e franquias.

1.068 lojas

378 próprias e 690 franquias.

Cerca de 14 mil multimarcas.

## Região Norte

AC, AP, AM, PA, RO, RR e TO

Animale: 3  
FARM: 2  
Hering e Hering Kids: 32  
NV: 2

39 lojas

## Região Centro-Oeste

DF, GO, MT e MS

Animale: 8  
Cris Barros : 2  
FARM: 8  
Foxtton: 1  
Hering e Hering Kids: 69  
Maria Filó: 6  
NV: 3  
Off Premium: 1

98 lojas

646 lojas

## Região Sul

PR, SC e RS

### Lojas próprias:

Animale: 11  
Cris Barros: 2  
FARM: 17  
Foxtton: 4  
Hering e Hering Kids: 95  
Maria Filó: 5  
NV: 3  
Off Premium: 3

140 lojas

## Região Nordeste

AL, BA, CE, MA, PB, PE, PI, RN e SE

Animale: 10  
Fábula: 2  
FARM: 14  
Foxtton: 3  
Hering e Hering Kids: 84  
Maria Filó: 7  
NV: 3  
Off Premium: 1

124 lojas

## Região Sudeste

SP, RJ, MG e ES

Animale: 38  
Cris Barros: 6  
Dzarm: 3  
Fábula: 18  
FARM: 65  
Foxtton: 24  
Hering e Hering Kids: 440  
Maria Filó: 35  
NV: 10  
Off Premium: 7

Os números incluem duas lojas *pop-up* temporárias ME LEVA - FARM, que estavam ativas em dezembro de 2023.

# Presença no mundo

## FARM Global

1 franquias  
Bodrum (Turquia)

880 pontos de venda em 39 países.

Lojas de departamento na Europa

- *pop-up* no Le Bon Marché, na França  
- Rinascente, na Itália  
- Liberty, na Inglaterra  
- *pop-up* KDW, na Alemanha

4 centros de distribuição internacionais.

Estados Unidos, México, Bélgica e Reino Unido.

Lojas de departamento nos EUA

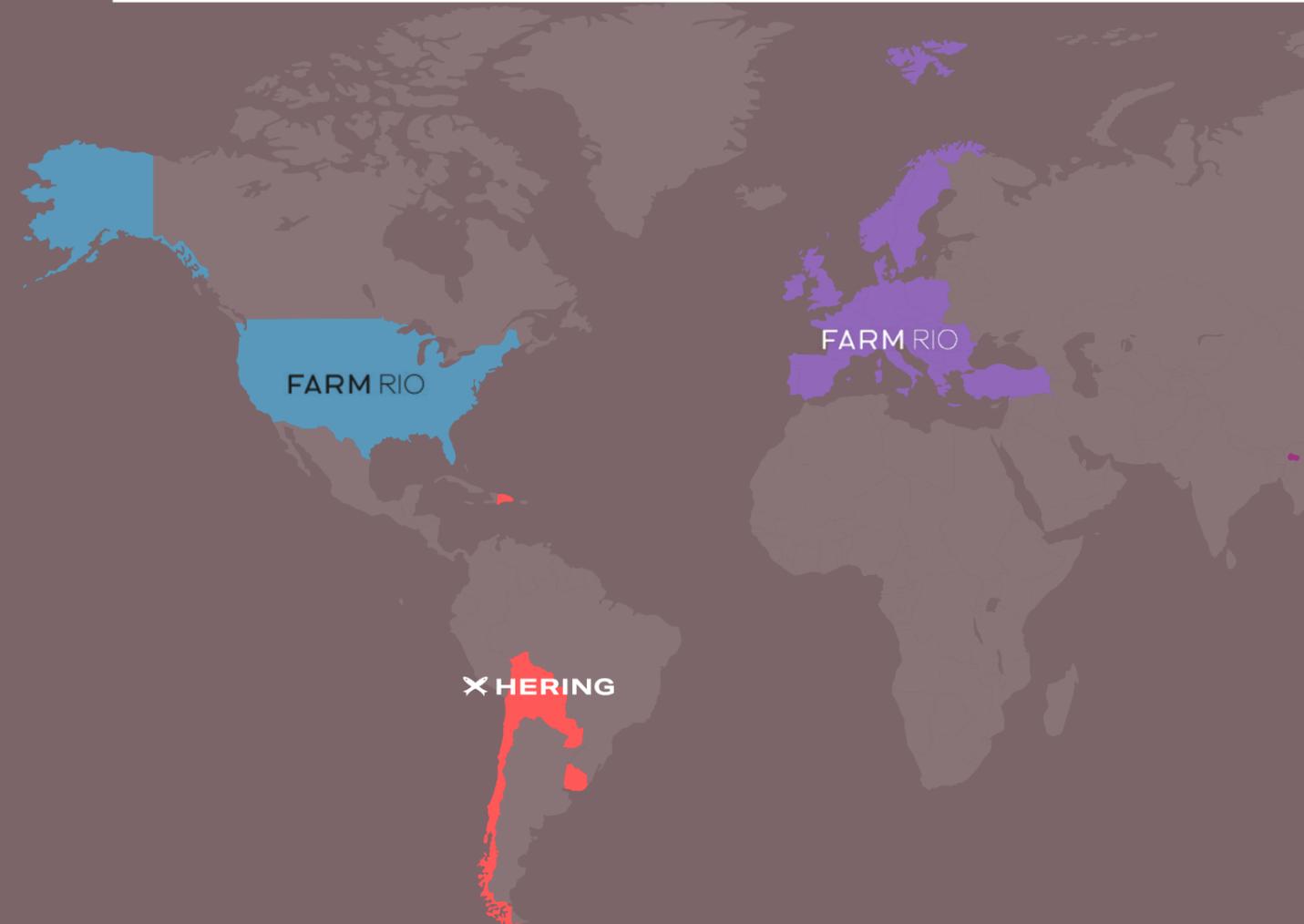
- Neiman Marcus  
- Nordstrom  
- Saks Fifth Avenue  
- Shopbop  
- Rent the Runway  
- Intermix

4 lojas próprias  
NYC, Miami, Los Angeles (EUA) e Londres (Inglaterra).

## Hering

São 19 franquias entre Bolívia (3), Paraguai (8) e Uruguai (8).

85 pontos de venda na Bolívia, no Chile, no Paraguai, na República Dominicana e no Uruguai.



## Internacionalização da FARM, o mundo por conquistar

A FARM vem expandindo sua presença no mercado global da moda. Tudo começou em 2019, com a abertura da primeira loja FARM em Nova York, no Soho, e com o lançamento da loja *on-line* em parceria com a Shopbop, em Miami. Ainda com olhar voltado para os Estados Unidos, em 2021, a FARM lançou *pop-up stores* em Venice Beach e West Hollywood, em Los Angeles. Ao mesmo tempo, iniciou *pop-ups* em colaboração com Saks, Neiman Marcus, Nordstrom e Anthropologie.

No ano seguinte, em 2022, a FARM abriu uma loja própria em Venice Beach e deu início à expansão para a Europa, com duas *pop-ups*, uma no Le Bon Marché, em Paris, e outra na Liberty, em Londres.

Em 2023, a FARM acelerou sua entrada na Europa, ao mesmo tempo em que continuou crescendo nos Estados Unidos. A marca aprimorou sua operação internacional lidando com dois mercados distintos, ampliando seus centros de distribuição (CDs) e aprimorando a capacidade operacional. Agora são quatro CDs para atender ao mercado internacional (nos EUA, no México, na Bélgica e no Reino Unido).

No último ano, a FARM começou a se preparar para um novo ciclo de crescimento, agora focado mais no varejo físico. A marca finalizou 2023 presente em 39 países (além do Brasil), em lojas de departamentos, *pop-ups* e multimarcas.

A estratégia de expansão internacional da FARM é estar presente nas principais capitais da moda do mundo e iniciar novos negócios por meio de franquias. A marca já tem lojas próprias em Nova York, Miami, Los Angeles e Londres. Segue crescendo na Europa, rumo à Paris e Milão com novas lojas. Além disso, a FARM está chegando a Dubai (Emirados Árabes Unidos) e Mikonos (Grécia) no modelo de franquias. Ainda em 2024, a marca deverá expandir também para a América Latina.

A estratégia da  
FARM é estar  
presente nas  
principais capitais  
da moda do mundo

## Em Londres, brasilidades em grande estilo

Um dos grandes destaques para a FARM em 2023 foi a inauguração da loja própria em Londres, no dia 21 de dezembro, com o lançamento da coleção de Outono-Inverno. A loja, na King's Road, 86, tem o *design* projetado para promover uma experiência de conexão com o Brasil. A porta principal, em metal, traz desenhos de tucanos, abacaxis e folhas. O espaço interior tem painéis de marchetaria sustentáveis, feitos pelo artista Maqueson Pereira da Silva. Já os provadores, desenhados exclusivamente para esta loja, foram feitos em palha de Buriti pela artista Alê Sisdelli. Assim, os visitantes podem embarcar em uma viagem pela diversidade da flora e fauna brasileira.





# Econômico-financeiro



## Destaques dos nossos resultados

**R\$ 6,2 bi**  
de receita bruta  
+ 10,1%\*

**R\$ 3,1 bi**  
de lucro bruto ajustado  
+ 11,3%\*

**R\$ 809,3 mi**  
de Ebitda ajustado  
+ 10,1%\*

Em relação ao desempenho dos canais, nossa venda direta ao consumidor teve um crescimento de 11% comparando-se ao sólido desempenho de 2022, alcançando uma receita de R\$ 3,5 bilhões e uma fatia de 56% da receita bruta total.

No ano de 2023, o atacado registrou uma receita 13% maior em relação ao ano anterior. Esse segmento representou 31% da receita bruta total, um aumento de um ponto percentual em comparação com 2022.

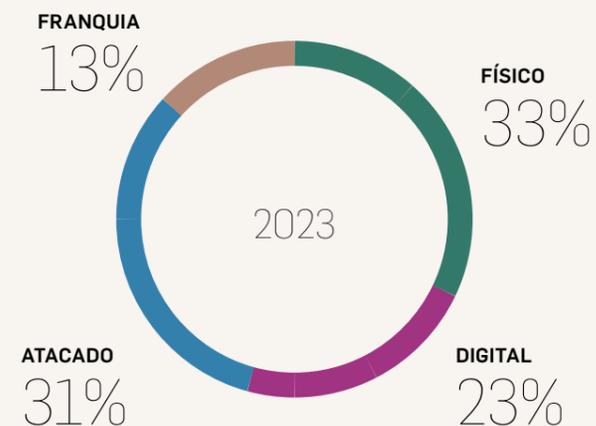
A empresa continua aumentando sua participação de mercado neste segmento, principalmente em razão da qualidade dos serviços e no pós-venda, a despeito de conjunturas econômicas atualmente adversas capazes de afetar a *performance* de vendas.

No decorrer de 2023, todas as marcas pertencentes ao Grupo registraram crescimento, independentemente de seu tamanho ou nível de desenvolvimento. Isso comprova que a estratégia de plataforma aceleradora de marcas tem sido eficaz, inclusive para superar desafios atuais.

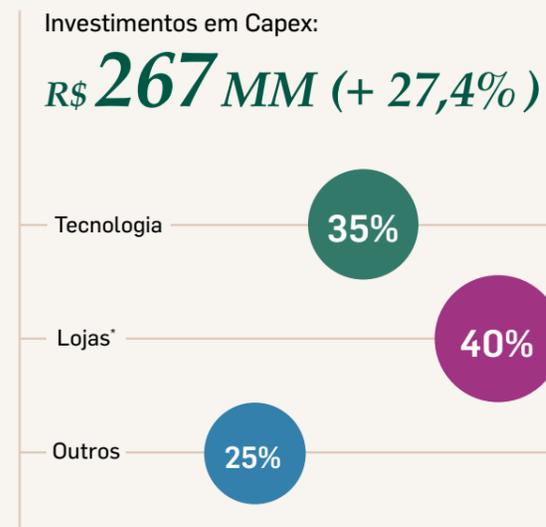
Ao analisar a receita total em 2023, observamos que todas as marcas e canais tiveram um aumento nas vendas em comparação com o ano anterior.

\*Porcentagens têm comparação com o ano de 2022.

## Receitas por canal



## Alocação de capital



\*Inclui expansão internacional

## Desempenho por marcas





# Estratégia ESG

## Melhores práticas

O Grupo SOMA quer se manter líder em fazer moda de forma sustentável, para além de cumprir leis e regulamentos, adotando as melhores práticas de responsabilidade socioambiental que fortaleçam a administração da empresa, impactando de forma positiva o mercado, as pessoas e o planeta. Acreditamos que, desta forma, estaremos mais bem preparados para enfrentar os desafios do presente e protagonizar a construção do futuro em nossa área de atuação.

Sabemos do impacto socioambiental do nosso negócio, capaz de ser um agente de mudança positiva para pessoas acionistas, colaboradoras, fornecedoras, parceiras, clientes, demais partes interessadas e a sociedade como um todo. É uma grande responsabilidade que reconhecemos e multiplicamos com orgulho, porque tudo o que fazemos considera o aspecto econômico-financeiro, sempre buscando soluções mais eficientes e que gerem valor agregado para as dimensões social e ambiental.

Nossos relatórios de *performance*, posicionamento institucional e nossa matriz de materialidade fornecem informações essenciais que nos auxiliam a mapear as oportunidades e desenvolver planos de ação para todas as áreas de nossa operação, levando em conta as particularidades de cada marca e das unidades corporativas. Esses planos se baseiam, entre diversos aspectos, nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU para a Agenda 2030.

Definimos nossos compromissos ESG e em relação aos direitos humanos em documentos como Estatuto Social, Código de Ética e Conduta para Colaboradores e Código de Conduta de Fornecedores, Política de Sustentabilidade, Política e Cartilha de Diversidade, Equidade e Inclusão, Política de Doações e Patrocínios e Cartilha de Investimento Social Privado, além do Formulário de Referência e Relatórios Anuais (disponíveis em: <https://www.somagruposoma.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>). Esses compromissos pautam as atividades cotidianas e a estratégia de negócios do Grupo — fornecendo orientações para investimentos e esforços, além da análise de riscos e impactos financeiros. Nossas ações, projetos e processos adotam a metodologia ágil e têm gestão orientada por meio de OKRs (*objectives and key results*, em inglês, ou, em português, objetivos e resultados-chave) específicos para entregas a cada trimestre e ano. **GRI 2-24**

O CEO do Grupo e os membros da alta gestão estão comprometidos com objetivos voltados para a Agenda ESG, como a valorização da pluralidade. A gestão dos impactos da Companhia na economia, no meio ambiente e nas pessoas é responsabilidade da Diretoria Executiva de Gente & Gestão, Sustentabilidade e Comunicação, que faz reportes para o Comitê de Gente e ESG e o Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF) e, assim, para o Conselho de Administração, que monitora o tema por meio de relatórios e apresentações periódicas.

Há, ainda, uma área corporativa de Sustentabilidade, que assessoria tecnicamente a Diretoria Executiva, sendo representada por uma Diretora de Sustentabilidade. **GRI 2-24**

A Diretoria Executiva de Gente & Gestão, Sustentabilidade e Comunicação do Grupo relata para os altos órgãos de governança — Conselho de Administração, Comitê de Gente e ESG e Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças — questões sobre os impactos da organização, pelo menos trimestralmente, por meio de apresentações que reúnem temas identificados como mais significativos e planos de trabalho para a implementação de melhorias e adequações, de acordo com os critérios da Política de Sustentabilidade da Companhia.

Além disso, nossas pessoas colaboradoras têm o compromisso coletivo de tomar decisões visando as melhores soluções para a organização, a comunidade e o meio ambiente, garantindo uma eficaz governança ESG.

Mais do que nossa cultura de negócios, a gestão da sustentabilidade é uma responsabilidade conjunta e transversal de todas as áreas e unidades do Grupo SOMA, assim como de todas as pessoas colaboradoras, independentemente de seu nível hierárquico. É também princípio macro orientador de nossas atividades, assim institucionalizado no Estatuto Social da Companhia.



**Nossos princípios ESG:**

O time de Sustentabilidade se dedica à execução da nossa estratégia com base:

- Nos temas da Dupla Materialidade;
- Nos 13 ODS da ONU para a Agenda 2030;
- Nas metodologias de índices e certificações, como o ISE B3 e a Certificação B;
- Na *performance* financeira.

Ambiental (E — *environmental*): MODA MAIS LIMPA. Significa fazer moda respeitando o meio ambiente em nossos processos e atuando na regeneração dos recursos naturais. Visa descarbonizar operação e cadeia de valor, pautando escolhas na ecoeficiência e na aceleração da economia circular.

Social (S — *social*): MODA MAIS JUSTA E BELA. Significa fazer uma moda socialmente responsável e que valoriza a expressão cultural brasileira. Visa fomentar a diversidade, equidade e inclusão em proteção aos direitos humanos, saúde & segurança no trabalho — para dentro e para fora.

Governança Corporativa (G — *governance*): MODA MAIS ÉTICA. Significa fazer moda a partir de uma gestão que agrega valor, impacta positivamente todas as partes interessadas, gera resultado de forma sustentável sendo transparente sobre sua jornada. Visa ter uma voz construtiva e atuante no avanço da Agenda ESG no Brasil, garantindo a gestão sistêmica da sustentabilidade com ética, integridade e transparência.



**Frentes estratégicas**

Atuamos em quatro frentes transversais aos pilares ambiental, social e governança, fruto da atuação conjunta entre a sustentabilidade e o jurídico socioambiental.

**1**  
*Compliance e requisitos legais.*

Aqui, visamos assegurar a conformidade das operações à legislação e obrigações socioambientais aplicáveis, prevenindo desvios, mitigando riscos e impactos negativos financeiros e reputacionais, contribuindo assim para otimizar o resultado financeiro da Companhia. Atuamos no combate a práticas ilícitas (crimes ambientais, racismo, discriminação, trabalho infantil ou análogo à escravidão, malfeitos, fraudes e corrupção).

**2**  
*Evolução da governança (riscos e oportunidades) + dever fiduciário.*

Qualificação corporativa de estruturas de governança e controle capazes de assegurar práticas que visam garantir que a empresa seja gerida de maneira eficaz, ética e responsável, incluindo a adesão a certificações e índices. Continuaremos considerando as expectativas dos *stakeholders*, antecipando requisitos regulatórios futuros.

**3**  
*Geração de valor.*

Construção de reputação idônea para a Companhia no que diz respeito ao fortalecimento de sua imagem. Desenvolvimento de processos mais limpos, ou seja, com foco na ecoeficiência. Busca por diferenciais e novas receitas que tangem oportunidades de negócio. Impacto positivo para comunidades no entorno, com responsabilidade socioambiental.

**4**  
*Acesso a crédito e atração de novos investimentos.*

Redução de custos para acesso a capital qualificado, por meio do alinhamento a taxonomias de linhas de crédito específicas para *performances* ESG e sinalização de tendências de rentabilidade de investimentos, considerando o potencial de resiliência e perenidade do negócio em condições adversas relacionadas às mudanças climáticas.

# Metas públicas e *status* de atingimento

## Ambiental

Objetivo: descarbonizar operação e cadeia de valor, pautando escolhas na ecoeficiência e acelerando a economia circular.

### Temas materiais

- Água e efluentes;
- Biodiversidade e ecossistemas;
- Gestão de resíduos têxteis e não têxteis;
- Mudanças climáticas;
- Inovação e circularidade.

### ODS



## ÁGUA

*Reduzir minimamente em 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030 (baseline 2019).*

**Status da meta: em andamento.**

Comparando-se com os dados de 2019, até 2023 tivemos uma redução cumulada de 23% no consumo de água e na geração de efluentes.\*

\*Esta meta inclui as unidades fabris de Cia. Hering, sendo duas delas em SC (Itororó e Bom Retiro, em Blumenau), e duas em GO (Goianésia e São Luís de Montes Belos).

## ENERGIA

*Atingir o uso de 100% de energia renovável (incluindo I-RECs), até 2025, nas unidades administrativas e fabris.*

**Status da meta: em andamento.**

Atingimos 97% da utilização de energia renovável nas unidades administrativas e fabris. As unidades administrativas e fabris de Cia. Hering já utilizam 100% de energia renovável.

## RESÍDUOS

*Ser aterro zero até 2030 (baseline 2021).*

**Status da meta: em andamento.**

Praticamos a política dos 5Rs (repensar, recusar, reduzir, reutilizar e reciclar) e reconhecemos que ainda temos um longo desafio pela frente no que diz respeito à diminuição dos resíduos gerados. Em 2023, 60% dos nossos resíduos foram reciclados — sendo que 100% dos resíduos têxteis foram encaminhados para reciclagem e o impacto das embalagens (plástico, papelão e vidro) de todas as marcas foi compensado por meio da parceria com a eureciclo.

## CARBONO

*Até 2030: reduzir em 42% as emissões dos escopos 1 e 2; e reduzir em 51,6% as emissões do escopo 3 com base em peças produzidas (meta relativa, considerando ecoeficiência por peça)\*.*

*Até 2050: reduzir em 90% as emissões dos escopos 1, 2 e 3 (Net Zero).*

**Status da meta: em andamento.**

Em relação ao que foi divulgado no ano passado, houve uma atualização nas metas de carbono por conta do alinhamento com a metodologia do SBTi (Science Based Targets Initiative). **GRI 2-4**

Continuaremos reduzindo ao máximo possível nossas emissões de gases de efeito estufa, só que agora damos visibilidade para a porcentagem desta redução. A calibragem na meta reflete nosso compromisso com a transparência, a precisão dos dados e o aval da ciência para o cálculo.

Vale ressaltar que mantemos nossa estratégia de compensação das emissões remanescentes, ou seja, aquelas que não estão no plano de redução traçado para curto prazo, seja por inviabilidade técnica ou por tempo necessário para a mudança dos processos.

No que diz respeito à meta de 2050, o compromisso do Grupo SOMA continua ainda mais firme. A redução de 90% prevista para as emissões dos escopos

1, 2 e 3 até 2050 representa o Net Zero conceitual adotado pelo SBTi para as atividades do setor da Companhia, considerando a definição de contração absoluta e percentuais mínimos de emissões inevitáveis, conforme projeções de tecnologias possíveis.

Comparando-se o inventário de carbono de 2023 com o de 2022, tivemos uma redução de 21% nas emissões de gases de efeito estufa (escopos 1, 2 e 3). Vale ponderar que essa redução foi influenciada pela queda de 18% na produção.

Ainda assim, apresentamos como destaques positivos:

- Uma redução de 4.240,18 toneladas no escopo 1 (30%), puxada por maior uso de lenha, ao invés de gás natural, nas caldeiras da indústria de Cia. Hering;

- Uma redução de 262,21 toneladas de carbono no escopo 2 (14%), consequência também de maior uso de energia renovável;

Realizamos a compensação de 100% das nossas emissões (escopos 1 e 2 completos e escopo 3 completo para SOMA e parcial para Cia. Hering — viagens a negócios, deslocamento de funcionários e resíduos). No ano de 2023, foram compensadas 82.510 toneladas de gases de efeito estufa — referentes ao inventário de carbono de 2022.

# Metas públicas e *status* de atingimento

## Social

Objetivo: fomentar a diversidade, equidade e inclusão garantindo os direitos humanos, saúde & segurança no trabalho — para dentro e para fora.

### Temas materiais

- Saúde, bem-estar e segurança;
- Respeito aos direitos humanos;
- Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores;
- Diversidade, equidade e inclusão;
- Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.

### ODS



## DIVERSIDADE

*50% de mulheres na alta liderança até 2030.*

Status da meta: atingida e superada.

O Grupo SOMA é composto por 70% de mulheres. Elas ocupam 55% das posições de alta liderança (retrato de dezembro de 2023).

*50% de autodeclarados pretos e pardos no Grupo SOMA até 2023.*

Status da meta: não atingida.

Saiba mais sobre a estratégia nesta frente, que inclui ações de acompanhamento assíduo da meta e desenvolvimento de pessoas pretas e pardas, na página 200.

Os pretos e pardos representam 48% do quadro de pessoas colaboradoras do Grupo SOMA. Estamos aumentando as oportunidades de entrada na empresa e de aceleração da carreira destas pessoas.

## GPTW

*Estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil, de acordo com a metodologia GPTW.*

Status da meta: atingida.

O Grupo SOMA conquistou o 19º lugar como melhor empresa varejista para se trabalhar no país, na categoria Grandes. Estamos também no Top Empresas para Trabalhar no Varejo 2023, ambos rankings realizados pelo Great Place to Work (GPTW) — método pelo qual o Grupo também é certificado.

# Metas públicas e *status* de atingimento

## Governança

Objetivo: ser uma voz construtiva e atuante no avanço da Agenda ESG no Brasil, garantindo a gestão sistêmica da sustentabilidade com ética e transparência.

### Temas materiais

- Ética, integridade e *compliance*;
- Qualidade e segurança do produto;
- Transparência no relacionamento com os clientes;
- Privacidade e segurança de dados;
- Relações externas e *advocacy*.

### ODS



## ISE

*Entrar na carteira ISE — Índice de Sustentabilidade Empresarial, da B3, incorporando suas metodologias ao nosso modelo de gestão ESG.*

**Status da meta: atingida.**

Em janeiro de 2024, passamos a fazer parte do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, ao lado de mais 77 companhias. O ISE é um indicador de desempenho que atesta o comprometimento com as boas práticas da sustentabilidade corporativa. Entrar no ISE representa um marco para o Grupo SOMA e demonstra a maturidade que já alcançamos na gestão transversal da Agenda ESG.

## SISTEMA B

*Buscar a certificação do Sistema B.*  
**Status da meta: atingida.**

Em outubro de 2023, o Grupo SOMA recebeu a certificação de Empresa B. Por meio da Avaliação de Impacto B (BIA) fomos analisados em cinco dimensões: comunidade, meio ambiente, governança, clientes e colaboradores, bem como nos modelos de negócio de impacto aplicáveis a cada uma das dimensões. A conquista da Certificação B é um relevante reconhecimento de que estamos fazendo uma moda mais limpa, bela, justa e ética, com garantia da transparência na medida certa, com respeito às normas e à integridade em todos os negócios e relações que estabelecemos. A Cia. Hering já é uma Empresa B Certificada desde 2021.

## ITM

*Seguir crescendo a pontuação das nossas marcas no Índice de Transparência da Moda (ITM).*

**Status da meta: em andamento.**

No último ano, a média geral das 60 marcas que foram analisadas pelo ITM foi de 22%. As três marcas do Grupo SOMA participantes do índice ficaram acima dessa pontuação. Animale alcançou 29%, FARM, 28% e Hering também subiu e atingiu 48 pontos percentuais. Em relação ao ano anterior, Animale cresceu 4 p.p., FARM, 3 p.p., e Hering, 1 p.p.

## ADESÃO AO CÓDIGO DE ÉTICA

*100% de adesão ao Código de Ética e Conduta de colaboradores, com pelo menos um treinamento por ano.*

**Status da meta: em andamento.**

70% das pessoas colaboradoras do Grupo SOMA realizaram o treinamento e a adesão ao Código de Conduta e Ética em 2022. Em 2023, a prática foi obrigatória no *onboarding* de novas pessoas colaboradoras.

Seguimos buscando a meta de que todos estejam alinhados com o conteúdo — independentemente da data de entrada no Grupo e do nível hierárquico.

## Evolução ESG no Grupo SOMA

- 2024**  
**Expandir**

  - Evolução contínua — referências dos índices e regras B3;
  - Documentação, melhoria e desenvolvimento de processos;
  - Preparação para unificação com Arezzo&CO.

---

- 2023**  
**Conquistar**

  - Prêmio Melhores ESG — Exame;
  - Certificação B;
  - Carteira ISE B3;
  - Índice de Carbono Eficiente (iCO<sub>2</sub> B3).

---

- 2022**  
**Acelerar**

  - Criação da estrutura de diversidade, equidade e inclusão;
  - Integração com a Cia. Hering;
  - Fortalecimento da governança.

---

- 2021**  
**Estruturar**

  - Estruturação da área ESG;
  - Implementação da estratégia ESG;
  - Organização de indicadores;
  - Publicação do 1º Relatório Anual;
  - Lançamento da Política de Sustentabilidade;
  - Fusão com a Cia. Hering, unificação dos times e das estratégias.

---

- 2020**  
**Preparar**

  - Estratégia ESG para *roadshow* do IPO;
  - Evento de abertura de capital;
  - Aprovação da estratégia, plano de trabalho, estrutura e orçamento para 2021;
  - Primeira matriz de materialidade;
  - Nova composição do Conselho de Administração, com Rachel Maia;
  - Caminho+B;
  - Preparação para o primeiro Relatório Anual do Grupo;
  - Aquisição da NV.

## Nossa equipe ESG



Diretora de Sustentabilidade  
Taciana Abreu



Gerente de Sustentabilidade  
Marina Ricciardi

### AMBIENTAL

Gestão de resíduos, água, energia, carbono, economia circular



Dalila Portela



Rafael Carvalho



Luciana Poroski



Daniela Lustosa



Apollo Moura

### SOCIAL

Diversidade, equidade e inclusão, responsabilidade socioambiental



Isabel Beaklini



Aline Soares



Dayane Farias



Daiane Tavares



Anna Carolina Lima

### GOVERNANÇA

Índices, certificações e cultura ESG



Ana Carolina Poeys



Stella Messias

## Cultura ESG nas marcas

As marcas do Grupo SOMA têm diferentes históricos e estágios de maturidade em relação aos pilares ESG. Com o intuito de promover a cultura empresarial, criar conexões e conhecimento nas áreas ambiental, social e de governança, a equipe de Sustentabilidade promove anualmente os Workshops ESG, e tem uma rotina de reuniões quinzenais que contam com especialistas ESG, representantes das marcas e parceiros convidados.

Os Workshops ESG são reuniões que podem ter duração de até dois dias e são verdadeiras imersões nas temáticas da agenda de sustentabilidade, customizadas para cada marca.

Trata-se de um encontro para cocriar o planejamento estratégico de sustentabilidade de cada marca, construindo um legado robusto de sustentabilidade que respeita as prioridades das marcas, harmonizando seus objetivos ao planejamento estratégico do Grupo, incluindo o planejamento de sustentabilidade, às tendências de mercado e valores inegociáveis para a Companhia.

A marcas também têm participação ativa no progresso de nossas metas públicas e plano de ação para garantir a melhoria contínua nos índices e certificações, sempre levando em consideração os temas prioritários da nossa materialidade e os 13 ODS adotados.

O acompanhamento destes planos de ação é feito marca a marca, por meio de reuniões periódicas que podem ser semanais, quinzenais ou mensais, dependendo da necessidade.

Além disso, temos reuniões quinzenais chamadas Agenda ESG em que todas as marcas são convidadas para uma reunião compartilhada, com o objetivo de promover a troca de experiências de forma transversal e a evolução conjunta de pautas comuns.

Com mais de 2.880 minutos acumulados de Agenda ESG desde 2022, já podemos notar a evolução das marcas nos relatórios, nos índices calculados, na mensuração de impacto, além do desenvolvimento dos representantes no assunto. Eles passam a atuar como porta-vozes da sustentabilidade nas marcas e, conseqüentemente, atraem cada vez mais aliados em diversas áreas do negócio.

Em 2023, alguns assuntos se destacaram na pauta desses encontros, tais como: Relatório Anual, Certificação B, Censo de Diversidade, compensação das emissões de gases de efeito estufa e das embalagens, gestão de resíduos e sobras têxteis, rastreabilidade, datas comemorativas ESG, dentre outros.

Regularmente recebemos pessoas externas envolvidas em projetos de responsabilidade socioambiental, empresas parceiras e consultorias para nos auxiliarem nessa jornada, como parte de uma estratégia 360°, para garantir recomendações e aderência aos critérios e indicadores ESG ao longo do ano em todos os nossos projetos e processos.

### 3ª Semana ESG

Para além das rotinas com as marcas e áreas do negócio, o time de Sustentabilidade dissemina a cultura ESG e provoca o engajamento de toda a Companhia na agenda por meio de *webinars*, eventos e letramentos. A Semana ESG, por exemplo, faz parte do calendário de ativações internas do Grupo SOMA desde 2021. Ela tem como objetivo educar as pessoas colaboradoras sobre as práticas ambientais, sociais e de governança da empresa, além de incentivar o engajamento e sentimento de pertencimento. Em 2023, a 3ª edição da Semana ESG ocorreu em junho, sendo realizada presencialmente, pela primeira vez, em uma das unidades fabris no Rio de Janeiro.

Na ocasião, com o Relatório Anual de 2022 prestes a ser divulgado, a iniciativa apresentou em primeira mão os principais pontos do documento para uma plateia com mais de 90 pessoas e outras mais de 1.100 que acompanharam a transmissão pelo YouTube. Esse compartilhamento foi importante para que todos estivessem alinhados sobre o andamento de nossas ações e os esforços conjuntos que estamos realizando para alcançar o atingimento das nossas metas públicas. Os progressos identificados nesses três anos da Semana ESG refletem a integração e conscientização da temática na Companhia como um todo.



Em 2023, no primeiro dia da Semana ESG, foram apresentados exemplos de parcerias de responsabilidade social da FARM e da Animale, sendo, respectivamente: o Re-FARM Cria e o Lab de Moda (veja mais informações sobre esses projetos nas páginas 232 e 237). Além disso, nosso setor de Sourcing marcou presença discutindo a gestão e o engajamento dos nossos fornecedores no contexto da sustentabilidade, considerando os desafios e oportunidades envolvidos na cadeia de produção de moda no Brasil. A estratégia de avaliação, capacitação e desenvolvimento desses parceiros é realizada por meio do SOMAR e, junto com o Sebrae, com o projeto Encadeamento Produtivo (saiba mais na página 223).

No segundo dia do evento, o destaque foi a Reserva Ambiental da Cia. Hering, situada em Blumenau. Uma apresentação especial, abordando a biodiversidade da fauna e da flora locais, proporcionou a todos uma visão integral do projeto, que possui áreas de reflorestamento e preservação de mata nativa. Além disso, explicamos às nossas pessoas colaboradoras como calcular a pegada de carbono individual, discutimos o Dia da Sobrecarga da Terra e sugerimos algumas alternativas mais sustentáveis para que cada um possa reduzir seu impacto ambiental no cotidiano.

Com mais de 360 minutos de material apresentado e com o resultado de pesquisa de satisfação de 97% pelos participantes, podemos afirmar que a 3ª Semana ESG realizada pelo Grupo SOMA foi um sucesso.

## Prêmio Amigos da Sustentabilidade

Desde 2021, essa é uma forma de reconhecer, agradecer e celebrar algumas das nossas pessoas colaboradoras engajadas nas pautas ESG.

Em 2022, revisamos a metodologia e tivemos cinco categorias definidas: Ambiental, Social, Governança, Embaixadores e Marcas. Os nomes são indicados levando em conta a participação ativa das pessoas de outras áreas nas pautas ESG, considerando contribuições, parceria e resultado dos projetos, e, posteriormente, os finalistas recebem os votos do time de Sustentabilidade. A cerimônia foi feita durante a 3ª Semana ESG, em 2023, com participações virtuais e presenciais.

Conheça os 16 ganhadores do Prêmio Amigos de Sustentabilidade:

- Categoria Ambiental – Camila Otero (Manutenção), Laís Maia (Operações) e Raira Souza (Produto & Desenvolvimento).
- Categoria Social – Francisco Colombo (Departamento Pessoal), Gabriel de Souza (Segurança e Saúde do Trabalho) e Mariana Torquatto (Gente & Gestão).
- Categoria Governança – Pedro Schimitt (Compliance), João Severo (People Analytics), Fábio Ornelas (Relações com Investidores) e Fernanda Freitas (Jurídico).
- Categoria Embaixadores – Ana Rangel (Comunicação), Bianca Ramos (Compliance) e Matheus Hassan (People Analytics).
- Categoria Marcas – Leo Carsetta (Animale), Giuliana Derenze (Dzarm) e Letícia Engel (Cris Barros).

## Time Comercial da FARM faz trilha ESG

No final de 2023, a equipe de Sustentabilidade do Grupo SOMA colaborou com a equipe da FARM para criar a primeira trilha ESG para o time Comercial da marca, com o objetivo de capacitar a equipe sobre a gestão da sustentabilidade, com destaque para os compromissos com a fauna, flora e comunidades indígenas.

O treinamento garantiu uma atuação com mais confiança no assunto, acrescentou valor ao produto e disseminou o conteúdo para o cliente final. O grupo de trabalho contou com cinco profissionais especializados para elaborar o planejamento, dividido em quatro reuniões que aprofundavam os assuntos de sustentabilidade que estão em destaque na agenda da FARM.

Foram realizados 240 minutos de interação com a participação de 184 gerentes e supervisoras das áreas comerciais da FARM em todo o país.

Veja os temas abordados em cada encontro:

### 1º encontro

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), Great Place do Work (GPTW), Código de Ética e Conduta e Consumo Consciente por meio de matérias-primas certificadas da coleção em loja, parcerias de responsabilidade socioambiental e atributos sustentáveis das embalagens (eureciclo e FSC).

### 2º encontro

Sistema B, os benefícios de ser uma empresa certificada, metodologia (dimensões e modelos de negócio de impacto) e jornada do Grupo SOMA no preenchimento da *BIA – B Impact Assessment* (Avaliação de Impacto B) até o plano de comunicação das marcas.

### 3º encontro

Primeiras coleções carbono neutro, histórico de reflorestamento e os programas “Mil árvores por dia, todos os dias” (FARM Brasil) e “*One Tree Planted*” (FARM Global).

### 4º encontro

Relatório Anual de 2022 da FARM, reconhecimentos e destaques por pilar da estratégia ESG da marca (gente, cultura circularidade e natureza).

# Índices e certificações GRI 2-23



## SOMA é Empresa B

Em outubro de 2023, o Grupo SOMA recebeu a certificação de Empresa B — selo internacional que reconhece organizações que buscam impacto positivo não apenas financeiro, como também ambiental e social.

A conquista veio após uma minuciosa Avaliação de Impacto B (BIA), demonstrando os efeitos positivos que o SOMA promove na sociedade e no meio ambiente. Para obter essa certificação, é necessário alcançar uma pontuação mínima, calculada a partir da resposta a cerca de 300 perguntas que englobam cinco dimensões: comunidade, meio ambiente, governança, clientes e colaboradores, bem como os modelos de negócio de impacto aplicáveis a cada uma destas dimensões.

Anualmente, diversas empresas submetem seus formulários para obter a certificação, mas apenas cerca de 400 foram consideradas elegíveis para receber o selo no Brasil em 2023, destas, aproximadamente 6% atuam no setor de moda.

Compreendemos que a conquista da Certificação B é um importante reconhecimento de que estamos seguindo na direção correta, desenvolvendo uma moda mais limpa, bela, justa e ética. Comprometidos com a melhoria contínua, já estamos atuando no plano de ação para a recertificação.

## Passo a passo até a certificação

Essa foi uma conquista importante, que marcou o engajamento da Companhia e das suas marcas na Agenda ESG. Na fase de comunicação da certificação, reconhecemos a importância de educar nossos clientes sobre as iniciativas de sustentabilidade em termos de posicionamento.

### 2016

Participação da FARM no Rio+B, onde, pela primeira vez, é preenchida a Avaliação de Impacto B (BIA).

### 2020

Grupo SOMA adere ao “Caminho+B”, que resulta na criação de um planejamento de melhorias de processos e projetos internos com apoio de consultores do Sistema B Brasil.

### 2021

Grupo SOMA cria a área de Sustentabilidade Corporativa e ocorre a fusão com a Cia. Hering, que já era uma Empresa B Certificada.

### 2022

A Companhia dá entrada na sua certificação e passa pelo processo de auditoria do Sistema B.

### 2023

O maior grupo de moda do país e todas as suas 15 marcas obtêm a Certificação B.

Para celebrar a Certificação B, pela primeira vez, todas as marcas do Grupo se uniram para comunicar um mesmo tema, cada uma com sua identidade visual e linguagem. A estratégia nas redes sociais que vinha sendo desenhada e aprovada entre o Marketing, Sustentabilidade e Sistema B começou a ser publicada pelos canais a partir de 15 de outubro, no dia do Consumo Consciente. A *performance* foi muito positiva. Só no Instagram, o perfil SOMA e das marcas acumularam:

+ de **30 posts**

+ de **45 stories**

+ de **3,7 milhões**  
de contas alcançadas

E na imprensa foram

+ de **10 matérias**,  
com destaque para a página do caderno *Ela de O Globo* — com 543 mil de alcance.

# Ser **B** é o que SOMA



## É **BONITO** dizer que

Agora o maior grupo de moda do BRASIL é B

No SOMA, nossa **BÚSSOLA** aponta para uma única direção:

*A de criar uma moda cada vez mais limpa, justa, **BELA** e ética, que, pra nós, é a que deixa um legado positivo para você, para a gente e para o planeta.*

*Nossa missão como Empresa B é fazer moda conservando e regenerando a nossa **BIODIVERSIDADE**, agindo pelo **BEM-ESTAR** das pessoas, valorizando a pluralidade de cada **BELEZA** e tendo como premissa **BÁSICA**: responsabilidade e transparência.*

*Aqui, acreditamos que é sonhando grande e fazendo gigante que novas formas de vestir o mundo vão **BROTAR**.*

*Mais do que ontem, menos do que amanhã. Seguimos minimizando o impacto negativo e potencializando o positivo através da cultura ESG.*

Empresa



Esta empresa atende a altos padrões de impacto social e ambiental.

Certificada

## Estamos na carteira do ISE-B3

Em janeiro de 2024, fruto do processo de 2023, passamos a integrar o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, após atender a todos os critérios de inclusão estabelecidos pela metodologia do Índice, que conta com 78 companhias, de 36 setores.

O ISE é um dos indicadores de desempenho mais relevantes para empresas brasileiras de capital aberto, e atesta o comprometimento com as boas práticas da sustentabilidade corporativa. Em relação às companhias do segmento do varejo de moda presentes na carteira de 2024, o Grupo SOMA foi a que atingiu a classificação mais rapidamente a partir da data de abertura de capital: apenas 3,5 anos.

O Grupo SOMA está também nos seguintes Índices da B3:

- Ibovespa B3 IBOV B3
- Índice Brasil Amplo BM&FBOVESPA – IBRA B3
- Índice Brasil – IBXL e IBXX B3
- Índice de Consumo – ICON B3
- Índice Carbono Eficiente – ICO<sub>2</sub> B3
- Índice de Governança Corporativa Trade – IGCT B3
- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada – IGC B3
- Índice de Governança Corporativa – Novo Mercado – IGC-NM B3
- Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE B3
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado – ITAG B3
- Índice Valor – IVBX B3
- Índice Small Cap – SMLL B3

## Compromissos firmados GRI 2-28

### Pilar Moda mais limpa (ambiental)

- The United Nations Fashion Industry Charter for Climate Action – compromisso com a Business Ambition for 1,5° C, de companhias têxteis e da moda, em atingir emissões *Net Zero* até, no máximo, 2050.
- Science Based Targets initiative – (SBTi) – iniciativa do CDP, Pacto Global, WRI e WWF para a fixação de metas ambiciosas e significativas de redução de gases de efeito estufa.
- GHG Protocol – metodologia que fornece padrões e ferramentas que ajudam os países e cidades a acompanharem o progresso em direção às metas climáticas.
- CDP – organização sem fins lucrativos que mobiliza investidores, companhias e governos com o intuito de construir e acelerar ações colaborativas para uma economia de baixo carbono.
- eureciclo – certifica a logística reversa de embalagens pós-consumo por meio da compensação ambiental.

### Pilar Moda mais justa e bela (social):

- Women on Board – selo dado a empresas com ao menos duas mulheres nos Conselhos de Administração ou Consultivo.
- Great Place to Work (GPTW) – metodologia que identifica as melhores empresas para se trabalhar.
- Movimento de igualdade de gênero Elas Lideram 2030, organizado pelo Pacto Global, da ONU Brasil (Grupo SOMA comprometido com a causa e representado pela marca Animale como embaixadora da iniciativa).
- Pacto de Promoção da Equidade Racial – iniciativa que propõe a junção de empresas, movimentos sociais e representantes da sociedade civil num esforço coletivo de reduzir as desigualdades sociais e raciais no país.
- InPacto – Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo e Infantil.

**Pilar Moda mais ética (governança)**

- Pacto Global das Nações Unidas – quem integra o Pacto Global também assume a responsabilidade de contribuir para o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Conselho Empresarial de Responsabilidade Social – formado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan).
- Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) – congrega as mais representativas redes nacionais e internacionais de varejo de moda.
- Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit) – articula os atores da indústria têxtil buscando atuar de forma colaborativa para promover a sustentabilidade, o trabalho digno, a inovação, a agilidade e versatilidade do setor.
- Associação Brasileira de Franchising (ABF) – entidade sem fins lucrativos que representa oficialmente o sistema de franquias brasileiro. Sua missão é defender, promover e fomentar o setor, nacional e internacionalmente, para que ele se mantenha próspero, sustentável, inovador, inclusivo e ético.
- Fashion Hub – *hub* de inovação aberta que une *startups* e grandes empresas da cadeia de moda para cumprir metas de inovação e sustentabilidade.
- Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV) – iniciativa de representantes de algumas das maiores empresas do setor no Brasil para fortalecer a representação de varejistas junto aos órgãos do governo brasileiro, desenvolvendo o potencial de influência do setor.





# Temas prioritários

A construção da primeira matriz de materialidade do Grupo SOMA aconteceu entre 2020 e 2021 e foi o ponto de partida para a formulação dos conteúdos apresentados no primeiro Relatório Anual da Companhia, tendo como ano-base 2020.

Com a combinação de negócios entre o Grupo SOMA e a Cia. Hering, foi identificada a oportunidade de revisitar o processo, como recomenda a boa prática de reporte GRI Standards, já que houve uma mudança significativa no porte da empresa.

Em 2023, fizemos uma nova atualização da nossa matriz, considerando a metodologia de dupla materialidade. Assim, o documento leva em conta o impacto socioambiental, os riscos e o impacto financeiro, além da relevância para os *stakeholders*. Esta matriz serviu como base para este Relatório Anual 2023.

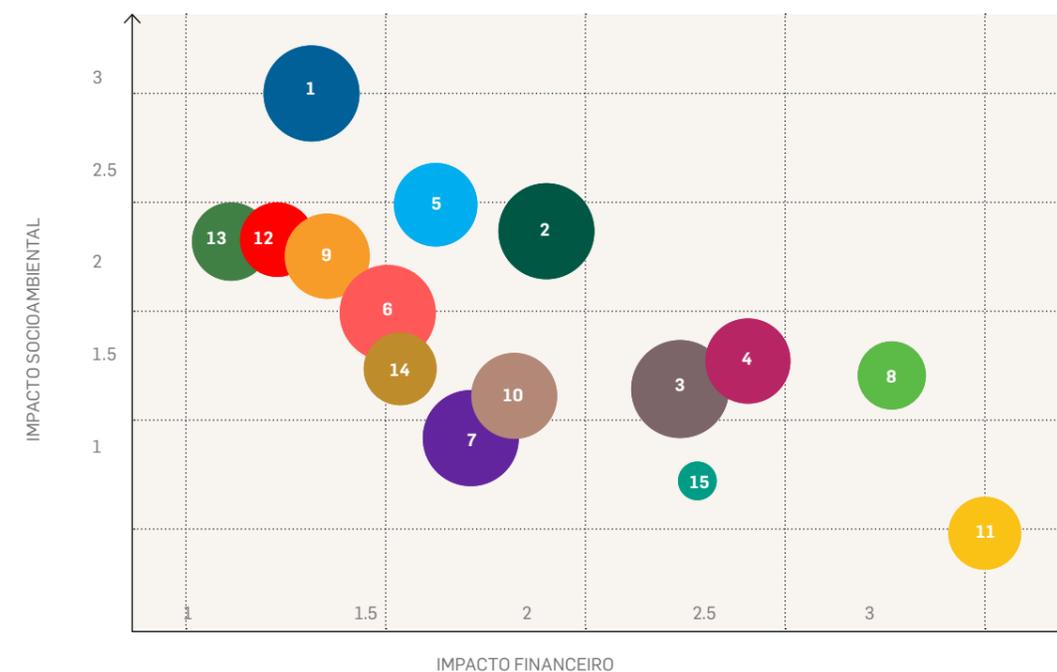
A consultoria responsável por esse processo foi o Grupo Report, que conduziu as etapas necessárias para sua elaboração.

- Foram analisados documentos internos e externos, juntamente com relatórios específicos do setor, com o objetivo de elaborar uma lista de assuntos que poderiam ser relevantes para a empresa.
- Foram realizadas 11 entrevistas com os principais executivos do Grupo SOMA e da Cia. Hering, juntamente com a consultoria de dois especialistas externos, visando a priorização dos temas mencionados.
- Foram realizadas entrevistas virtuais com 4.437 *stakeholders*, incluindo funcionários, consumidores, parceiros comerciais, entidades sem fins lucrativos, investidores e franqueados.
- Foram avaliadas as opiniões, levando em consideração a importância atribuída a cada uma delas, de acordo com os diferentes *stakeholders*.
- Foram realizadas três reuniões de trabalho com 13 especialistas internos.

A partir das atividades realizadas, elaborou-se uma representação da matriz de materialidade, na qual foram identificados 15 temas considerados os mais relevantes em relação aos riscos e possíveis impactos na empresa e/ou em seus *stakeholders*, mercado, sociedade e meio ambiente.

Esses temas foram analisados e aprovados pelo Conselho de Administração e pela alta gestão do Grupo SOMA. Apresentamos a seguir a versão atualizada da matriz de dupla materialidade, em três eixos: impacto socioambiental, no eixo vertical, impacto financeiro, no eixo horizontal e a relevância para os *stakeholders*, no eixo z, representado pelo diâmetro de cada um dos tópicos no gráfico. **GRI 3-1, 2-29**

### Representação gráfica | Materialidade SOMA 2023



#### Tópicos materiais GRI 3-2

- 1. Saúde, bem-estar e segurança
- 2. Ética, integridade e *compliance*
- 3. Respeito aos direitos humanos
- 4. Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores
- 5. Água e efluentes
- 6. Qualidade e segurança do produto
- 7. Transparência no relacionamento com os clientes
- 8. Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos
- 9. Diversidade, equidade e inclusão
- 10. Gestão de resíduos têxteis e não têxteis
- 11. Privacidade e segurança de dados
- 12. Biodiversidade e ecossistemas
- 13. Mudanças climáticas
- 14. Inovação e circularidade
- 15. Relações externas e *advocacy*



TEMA MATERIAL	POR QUE É IMPORTANTE?	ODS	CAPITAL
Saúde, bem-estar e segurança	Garantia do bem-estar e da saúde do trabalhador através da gestão do ambiente organizacional, prezando pela saúde mental e física dos colaboradores e de suas famílias. Assim como protocolos, processos e programas que identifiquem riscos e garantam operações seguras.	 	Humano Social e de relacionamento
Ética, integridade e compliance	Transparência, conformidade com normas, leis e práticas anticorrupção ao longo da cadeia de valor, promoção do Código de Conduta e dos atributos de ética nos processos organizacionais, e combate a práticas anticompetitivas e ao suborno.	 	Não se associa a capital
Respeito aos direitos humanos	Garantia de processos internos que inibam e tratam casos de violação aos direitos humanos, tanto internamente quanto na cadeia de valor, tais como o trabalho infantil e trabalho análogo ao escravo. Direito à livre associação sindical e direito de negociação coletiva.	 	Humano
Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores	Atração e retenção de talentos, estruturação de planos de carreira, reconhecimento, remuneração, benefícios, engajamento e estratégias de capacitação de funcionários, buscando a redução na rotatividade de funcionários ( <i>turnover</i> ).		Humano
Água e efluentes	Gestão dos impactos das operações nos recursos hídricos, relacionados à captação e consumo de água, descarte de efluentes e liberação de microfibras e químicos nos ecossistemas aquáticos. Está relacionado a "produto de menor impacto", quando falamos de processos ecoeficientes que consomem menos água na produção.	  	Natural
Qualidade e segurança do produto	Gestão e investimentos para garantir a segurança e qualidade dos produtos, referente à durabilidade e impactos negativos no ambiente e no usuário.	 	Intelectual Natural Manufaturado
Transparência no relacionamento com os clientes	Promoção da transparência no relacionamento e comunicação com os clientes, garantindo rotulagem adequada e informações sobre a procedência do produto.	 	Humano Social e de relacionamento
Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos	Exigência, controle e rastreabilidade ao longo da cadeia de suprimentos, incluindo critérios socioambientais na contratação de matérias-primas, produtos e serviços; engajamento pró-ativo ao longo da cadeia de suprimentos em busca da promoção de boas práticas socioambientais.	     	Humano Social e de relacionamento Natural
Diversidade, inclusão e equidade	Promoção do respeito à diversidade dentro e fora da organização, seja ela de gênero, raça, religiosa, idade, de orientação sexual, entre outras, de maneira transversal para todos os cargos e no relacionamento com terceiros. Manter canais abertos de reclamações e denúncias, garantindo anonimato em casos de discriminação, assédio e maus tratos.	  	Humano Social e de relacionamento

TEMA MATERIAL	POR QUE É IMPORTANTE?	ODS	CAPITAL
Gestão de resíduos têxteis e não têxteis	Robustez dos sistemas de gestão para reduzir geração de resíduos e rejeitos advindos das operações e instalações, de forma a garantir a destinação adequada e aumento das formas de valorização, incluindo resíduos têxteis e não têxteis. Está relacionado a "produto de menor impacto", quando falamos de processos que estimulem maior circularidade e valor de reuso aos produtos.	     	Natural
Privacidade e segurança de dados	Gestão segura da coleta, retenção e uso de dados sensíveis e confidenciais, garantindo a cibersegurança e a privacidade no uso das informações, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).		Humano Social e de relacionamento
Biodiversidade e ecossistemas	Proteção da biodiversidade e dos ecossistemas, referente a impactos indiretos do fornecimento de matérias-primas, contaminação plástica, entre outros. Assim como gestão de riscos (físicos e de transição) associados à degradação da biodiversidade e de serviços ecossistêmicos. Está relacionado a "produto de menor impacto" quando falamos de processos para aquisição de matérias-primas sustentáveis e redução da contaminação por microplástico dos produtos.	     	Natural
Mudanças climáticas	Gestão de gases de efeito estufa (GEE), considerando as emissões provenientes de processos, tais como a queima de combustíveis fósseis para geração de energia, consumida no funcionamento de veículos próprios, instalações e maquinário de movimentação de cargas. Assim como gestão de riscos (físicos e de transição) e oportunidades associadas à materialização das mudanças climáticas. Está relacionado a "produto de menor impacto", quando falamos de processos com menor emissão de GEE. Relevância crescente para o mercado de capitais. Usar poder de influência para mover a indústria da moda em direção a práticas menos poluentes.	  	Natural Intelectual Social e de relacionamento Financeiro
Inovação e circularidade	Investimento em inovação que possibilite a capacidade de adaptação a novos cenários e tendências de mercado. Incorporação de conceitos da economia circular na concepção e <i>design</i> de novos produtos e concepção de novos modelos de negócios.	      	Natural Manufaturado Intelectual
Relações externas e <i>advocacy</i>	Relacionamento pautado na defesa de interesses coletivos e do bem-estar social, por meio de ações proativas que promovam o avanço das causas apoiadas pela Companhia. Cooperação com outros <i>stakeholders</i> de forma a promover avanços rumo à viabilização de uma cadeia da moda circular e aderente aos desafios da agenda da sustentabilidade.	 	Humano Social e de relacionamento

# Diálogo com as partes interessadas

GRI 2-29

A principal metodologia utilizada pelo Grupo SOMA para escuta-ativa de seus *stakeholders* é a matriz de materialidade.

Vale lembrar ainda que o canal de diálogo se mantém continuamente aberto com as partes interessadas por meio de *e-mail*, redes sociais, eventos, relações com imprensa e investidores e pelo Canal Contato Seguro— por meio do link (<https://www.contatoseguro.com.br/gruposoma>), do aplicativo Contato Seguro, ou telefone (0800 601 8662).

A Companhia zela ainda pela transparência das informações relativas às suas iniciativas, dando publicidade e divulgando com objetividade seus indicadores financeiros e não financeiros.

De acordo com o público-alvo de cada atividade, o Grupo SOMA mantém ainda outras formas de diálogo:

**Pessoas colaboradoras:** o Grupo SOMA aplica, pelo menos semestralmente, pesquisas de e-NPS (*employee Net Promoter Score*) para medir o nível de lealdade dos seus colaboradores – ou seja, avalia a probabilidade de um colaborador recomendar a organização como um bom lugar para se trabalhar, identificando detratores, neutros e promotores do ambiente de trabalho. Além disso, em seu Censo de Diversidade, mede o índice

de segurança psicológica, diretamente relacionado à questão da saúde mental e a quanto as pessoas se sentem à vontade para compartilhar suas opiniões, sentimentos e expressar sua identidade dentro da empresa. Como parte principal de sua estratégia de engajamento, o Grupo SOMA é uma empresa certificada Great Place to Work (GPTW). A jornada de Certificação GPTW oferece soluções para o diagnóstico do clima organizacional da empresa, baseado na percepção das pessoas colaboradoras que fazem parte dela. Por meio de uma pesquisa anônima e sigilosa, é possível identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria na organização. Para que a empresa receba o selo de Certificação GPTW, com duração de um ano, além de contar com a amostra mínima de funcionários respondentes, 7 a cada 10 funcionários precisam avaliar a empresa de maneira favorável.

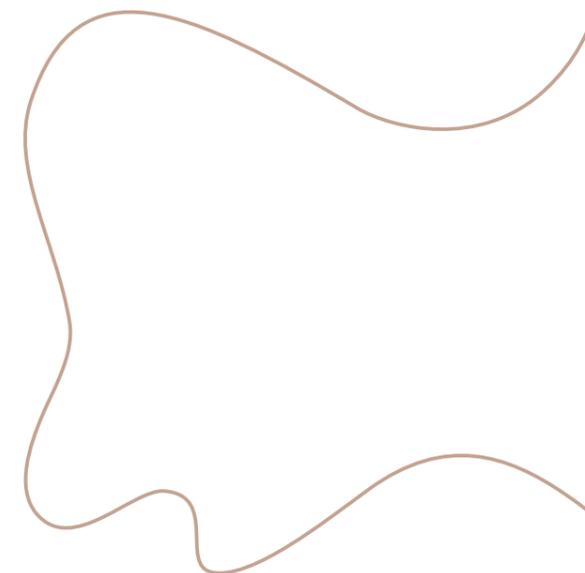
**Cientes:** como forma de relacionamento com seus clientes, o Grupo aplica pesquisas de percepção de marca, retenção de campanhas e fidelização. A cada compra, nossos clientes são convidados a responder o *Net Promoter Score* (NPS) para avaliar seu nível de satisfação. A partir desses resultados, são implementados planos de ações, sempre com o objetivo de oferecer a melhor experiência onde quer que as pessoas estejam em contato com nossas marcas.

**Comunidades:** em nossa estratégia de sustentabilidade e de investimento social privado, as áreas de interface com os parceiros devem estimular a participação e a escuta ativa das comunidades diretamente afetadas pelas atividades da Companhia e pelos projetos apoiados na medição de seus impactos socioambientais, bem como fomentar o engajamento de institutos, empresas, conselhos, comitês ou outras organizações da sociedade civil para atuar em conjunto em causas sociais e ambientais, a fim de somar forças, compartilhar informações, participar de apresentações em painéis e/ou fóruns, disponibilizar publicamente materiais e dar mais visibilidade às localidades e aos grupos de relacionamento.

**Cadeia de fornecedores:** como parte fundamental da engrenagem de nosso negócio, a cadeia de fornecedores gera uma relação de mutualismo com o Grupo SOMA, que precisa ser constantemente acompanhada. Este acompanhamento é feito por meio do Programa de Gestão de Fornecedores (SOMAR) e pela ferramenta de diagnóstico (RADAR). O Grupo SOMA possui uma área dedicada para relacionamento com fornecedores, que tem como principais ações: alimentação dos canais de comunicação (portal integrado, *e-mail* e WhatsApp), aplicação de pesquisas de NPS, atualização da plataforma EAD, realização da convenção de fornecedores e calibragem das pirâmides de fornecimento (saiba mais nas páginas 218 a 229).

**Investidores:** a equipe de Relações com Investidores mantém ativamente contato com este público. Trimestralmente, acontecem as divulgações de resultados, com espaço para interações com imprensa. Mantemos por meio do *site*, o formulário “Fale com o RI”, para recebimento de perguntas, *feedbacks* e sugestões. A equipe ESG é frequentemente convidada a responder questionários ou participar de entrevistas com bancos ou fundos de investimento.

**Franqueados:** o Grupo SOMA, considerando as marcas Hering e Maria Filó, possui uma rede de 690 franquias. Como parceiros de negócio, os franqueados participam da construção estratégica de coleções e ações de comunicação, por exemplo. Atuamos com o Conselho de Franqueados e em eventos focados para este público, como convenções e *showrooms*. Cada franqueado conta com um representante comercial dedicado a fazer a ponte entre ele e a empresa.



# Governança





# moda mais ética

**Temas materiais:**

Ética, integridade e *compliance*, Qualidade e segurança do produto, Transparência no relacionamento com os clientes, Privacidade e segurança de dados, Relações externas e *advocacy*.

**Acreditamos que nosso comprometimento, transparência e responsabilidade no tratamento e reporte de dados ESG contribuem significativamente para a credibilidade e geração de valor da Companhia e de suas marcas, além de protegerem nossos acionistas, investidores e *stakeholders*, que estarão mais bem informados para avaliar nosso desempenho e continuar nos apoiando.**



**+65%**

foi o crescimento da pontuação do Grupo SOMA no ISE nos últimos três anos. Passando de 38,89% pontos, em 2021, para 64,14% pontos, em 2023, o *score* foi suficiente para o Grupo entrar para a carteira.

O Grupo SOMA se tornou

***Empresa B***,

sendo uma das 15 do setor de moda, dentre as cerca de 400 certificadas no Brasil.

**+12 mil**

matérias jornalísticas em que o Grupo SOMA esteve presente no último ano.

# moda mais ética

*O Grupo SOMA tem crescido de maneira constante e sustentável. Desde sempre, temos investido em boas estratégias para fortalecer uma governança ética e adequadamente transparente. Estamos atentos em manter o alto nível de nossa gestão para atender voluntariamente as recomendações regulatórias, além dos critérios legais exigidos para uma empresa de capital aberto, orientando e supervisionando as iniciativas do Conselho de Administração, Diretoria, órgãos de fiscalização e controle, além de outras partes interessadas.*

Implementamos e aperfeiçoamos constantemente procedimentos e metodologias que viabilizam tomadas de decisão ágeis, embasadas em dados concretos, com o intuito de promover segurança, sem dificultar a administração ou restringir a inovação. Estabelecemos diretrizes com critérios claros que contemplam as necessidades de nossos parceiros, buscando proteger a devida transparência e a credibilidade de nossas relações.

Nossa governança é constantemente aprimorada. Conforme o artigo 12 de nosso Estatuto Social, a gestão da Companhia é feita pelo Conselho de Administração e pela Diretoria, sendo que o cargo de presidente do Conselho de Administração e de diretor-presidente ou principal executivo da Companhia não podem ser ocupados pela mesma pessoa.

**Princípios:** comprometimento, responsabilidade e transparência de informações financeiras e não financeiras.

**Objetivo:** garantir uma gestão ética e transparente, mediante adoção de estruturas e mecanismos que permitam ao mercado e partes interessadas identificar e avaliar, de forma clara e qualificada, a *performance* da Agenda ESG do Grupo SOMA e suas marcas.

### Diretrizes:

**Institucionalização de estruturas de governança ESG:** instituir e rever as estruturas de governança da Companhia para implantação e desenvolvimento da Política de Sustentabilidade.

**Transversalidade:** desenvolver e gerir processos que permitam a perenidade e integração da sustentabilidade em todas as áreas do negócio, na tomada de decisão, gestão e execução das atividades, em prol da busca das melhores soluções e resultados para o Grupo, considerando sua sinergia com partes interessadas (*stakeholders*).

**Sustentabilidade como dever fiduciário:** o planejamento estratégico, a matriz de risco, bem como os planos de negócios e de investimentos (e desinvestimentos) da Companhia deverão considerar, entre outros aspectos, os impactos e fatores ESG da Companhia, levando em conta seus efeitos no curto, médio e longo prazos.



**Engajamento e participação de acionistas e investidores (stewardship):**

estimular, cada vez mais, o engajamento e participação ativa de acionistas e investidores na Agenda ESG do Grupo SOMA e suas marcas, visando à melhoria contínua das atividades e decisões da Companhia.

**Posicionamento referencial**

**“benchmarking”:** aderir, voluntariamente, a *standards* e certificações de referência à Agenda ESG.

**Tratamento proporcional de informações não financeiras:**

tratar, gerir e reportar informações não financeiras materialmente relevantes à Agenda ESG, com mesmo grau de comprometimento, transparência, responsabilidade, responsividade e acuidade fornecidos às financeiras.

**Avaliação e medição contínua:** adotar mecanismos e processos para identificar, mensurar e acompanhar, de forma contínua, a qualidade e *performance* socioambiental e de governança da Companhia e de suas marcas.

**Publicidade de instrumentos e materialidade socioambiental relevante:**

divulgar com clareza e dar publicidade aos programas socioambientais e respectivos instrumentos (*standards*, metodologias, métricas, índices) utilizados pela Companhia em suas iniciativas, investimentos e

programas, como forma de prestação de contas a partes interessadas, identificando, inclusive, as externalidades negativas geradas para a sociedade em decorrência dos produtos e/ou serviços da Companhia.

**Indicadores de desempenho ligados a temas ou metas ESG:** atrelar a avaliação de performance ao cumprimento de metas de ESG.

**Auditoria independente de resultados não financeiros:**

promover a auditoria independente de resultados da Companhia, nos termos exigidos pelo Regulamento do Novo Mercado, inclusive quanto aos resultados não financeiros relevantes à Agenda ESG da Companhia.

**Combate às práticas de corrupção pública e privada:**

conduzir todos os negócios da Companhia de maneira ética e cumprir com as disposições das leis antissuborno e anticorrupção, observando os valores e condutas previstos no Código de Conduta Ética da Companhia.

**Livre iniciativa e defesa da**

**concorrência:** estimular a livre iniciativa e novos negócios, combatendo todas as formas de concorrência desleal.

**Prevenção e gestão de conflitos**

**de interesse:** agir de forma íntegra e imparcial na tomada de decisões e desenvolvimento das atividades, observando demais políticas corporativas da Companhia, especialmente o Código de Conduta Ética e a Política de Transações com Partes Relacionadas e Administração de Conflitos de Interesses, de modo a atuar sempre no melhor interesse da Companhia, incluindo expectativas e efeitos de curto e longo prazos de seus atos em relação às pessoas e instituições acionistas, colaboradoras, fornecedoras, clientes, credoras, a sociedade e o meio ambiente.

**Gestão de crise e combate a**

**emergências:** em casos de crise institucional, situações de emergência ou cenários que ameacem a estabilidade dos negócios, a Companhia deverá avaliar o evento, bem como proteger a sua estabilidade, garantido reporte apropriado e, caso necessário, consulta e participação de partes interessadas.

**Política de privacidade e tratamento**

**de dados:** preservar a privacidade de clientes, colaboradores e todos aqueles que fazem uso de nossos serviços (“Usuários”), tanto em plataformas *on-line* como em lojas físicas do Grupo SOMA.

**Gestão 4.0:** implementar ferramentas digitais, para reduzir a geração de resíduos e aumentar a qualidade de nossos dados e eficiência de nossas ações e, portanto, o ritmo da mudança.

**Estímulo à resolução consensual**

**de conflitos:** estimular a composição amigável de conflitos gerados em razão dos nossos negócios visando a reduzir custos operacionais, reputacionais e jurídicos.



## Compromissos de Política

### GRI 2-23

Acreditamos que a ética, a integridade, a transparência e o respeito são a melhor forma de se relacionar com todas as pessoas, além de também contribuir para um mundo melhor.

O tema Ética, integridade e *compliance* aparece com destaque em nossa matriz de materialidade, com elevado impacto financeiro e socioambiental, assim como com grande relevância para nossos *stakeholders*. Aqui, fazer do jeito certo é o único jeito.

Zelamos pelos direitos humanos, tanto na estratégia da Companhia quanto cultivando um ambiente de respeito à dignidade, em prol dos princípios contidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) e na Declaração dos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho da Organização Internacional do Trabalho (OIT), bem como nos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos (UNGPs), endossados pelo Conselho de Direitos Humanos das Nações Unidas e nas Diretrizes para Empresas Multinacionais da Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (OCDE). Também seguimos todos os direitos e garantias previstos na legislação brasileira.

Nossos códigos e políticas preveem a realização do respeito aos direitos humanos, de acordo com os documentos de referência:

- Declaração universal de Direitos Humanos, de 1948;
- Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU);
- Diretrizes para Empresas Multinacionais da Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico;
- Avaliação de Impacto B - Certificação de Empresa B;
- Relatório do Índice de Transparência da Moda Brasil (ITMB), edição 2022;
- Global Reporting Initiative (GRI);
- Lei Federal nº 6.404/1976 (Lei das S.A.);
- Lei Federal nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais);
- Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa – 6ª edição;
- Regulamento do Novo Mercado da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (Regulamento do Novo Mercado);

Estas diretrizes são adotadas nos documentos:

- Código de Ética e Conduta de Colaboradores do Grupo SOMA;
- Política Anticorrupção do Grupo SOMA;
- Política de Compliance do Grupo SOMA;
- Política de Sustentabilidade do Grupo SOMA;
- Política de Diversidade do Grupo SOMA;
- Política de Gerenciamento de Riscos do Grupo SOMA;
- Política de Gestão de Consequências do Grupo SOMA;
- Estatuto Social do Grupo SOMA.

O Grupo SOMA reafirma, anualmente, seu apoio aos Dez Princípios do Pacto Global das Nações Unidas sobre direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

Por meio da Comunicação do Progresso (COP) anual ao Pacto Global, o SOMA descreve suas ações para melhorar continuamente a integração ao Pacto Global e seus princípios, considerando estratégia de negócios, cultura e operações diárias. Também mantém o compromisso de compartilhar tais informações com as partes interessadas por meio dos nossos canais de comunicação, sendo o Relatório Anual um dos principais documentos de transparência.

Esses compromissos conduzem a atuação diária e o foco de planejamento estratégico da empresa — com diretrizes para direcionar esforços e investimentos, além da avaliação de riscos e impactos financeiros. Esta estratégia é desdobrada para todas as áreas, nas quais trabalhamos com metodologia ágil, com gestão via OKRs (do inglês, *objectives and key results*, ou, em português, objetivos e resultados-chave) detalhados em entregas trimestrais e anuais. O CEO e a Diretoria Executiva têm metas relacionadas à responsabilidade socioambiental e à promoção da diversidade.

Dentre suas práticas de *compliance*, o Grupo SOMA foca em implementar e manter em constante revisão o processo de *due diligence*, que tem por objetivo identificar e verificar a integridade e reputação de um potencial terceiro e/ou parceiro, monitorando a base de parceiros e em especial aqueles que possuem maior criticidade, conforme critérios definidos pela Companhia, a fim de aumentar a segurança nas contratações e mitigar eventuais riscos que possam prejudicar a reputação e os ativos do Grupo SOMA.



## Direitos humanos

GRI 2-23, 2-24, 3-3

Respeitamos os direitos humanos, cultivando um ambiente de respeito à dignidade e à diversidade, apoiando os princípios contidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, das Nações Unidas e na Declaração dos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

O tema de direitos humanos é transversal à atuação da Companhia, tendo interface em todas as áreas, atividades e pessoas. Sua aplicabilidade é regida pelo Código de Ética e Conduta e assegurada pela área de Compliance. A gestão deste Código cabe ao Comitê de Ética, que é o órgão responsável pela sua divulgação, e também por assegurar a sua atualização e pertinência, bem como determinar as ações necessárias para o seu aprimoramento.

Para nós, gente é o que SOMA. Sendo assim, é fundamental que cada um tenha acesso a condições dignas para exercer o seu trabalho — seja considerando nossas pessoas colaboradoras, ou aquelas que atuam junto à nossa cadeia de valor — e mais do que isso, se sintam felizes e estimulados em suas atribuições.

O respeito aos direitos humanos deve ser garantido a todas as pessoas que vierem a se relacionar com o Grupo SOMA, promovendo oportunidades iguais. Adotamos práticas de prevenção e erradicação de formas degradantes de trabalho, bem como assumimos o compromisso de não admitir a exploração do trabalho infantil e/ou análogo ao trabalho escravo em nossas atividades, da mesma forma que não contratamos serviços ou temos relacionamento comercial com empresas, entidades ou instituições que adotem essas práticas, proporcionando condições de trabalho seguras e de acordo com a legislação vigente.

Nossas políticas e práticas reforçam esses princípios e garantem um ambiente de trabalho seguro, saudável, digno, igualitário e colaborativo, sempre incentivando uma relação pautada no respeito à liberdade e às diferenças entre os indivíduos.

Assim, o Grupo SOMA considera as diretrizes gerais de direitos humanos, com destaque para:

- Liberdade de ir e vir, liberdade de pensamento, consciência e expressão;
- Não discriminação. Respeito e mitigação de situações de assédio;
- Direitos e inclusão dos grupos minorizados;
- Saúde;
- Segurança ambiental e social;
- Salários justos;
- Instrução e educação;
- Condições de trabalho decentes e seguras, com especial atenção para o combate ao trabalho infantil e análogo à escravidão.

Em todos os seus contratos, a Companhia prevê que os fornecedores da cadeia produtiva estejam aderentes ao Código de Conduta de Fornecedores, que, por sua vez, versa sobre as questões relacionadas aos direitos humanos. Esta é uma premissa fundamental para seleção de parceiros. E, para garantir o cumprimento dos direitos humanos na cadeia, o Grupo SOMA realiza auditorias com frequência, no mínimo, trimestral. Por meio do seu Programa de Gestão de Fornecedores, o SOMAR, o Grupo procura ainda manter uma comunicação próxima com seus parceiros e contribuir para resolução de problemas e desenvolvimento da cadeia (saiba mais na página 223).



# Políticas orientadoras

Acesse os documentos no site  
<https://www.somagrupo.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>

## Diversidade, equidade e inclusão

**Compromisso com respeito à diversidade de gênero, raça, religiosa, idade, de orientação sexual, entre outros direitos garantidos. Buscamos olhar transversalmente para todos os cargos e no relacionamento com terceiros.**

- Política de Diversidade, Equidade e Inclusão

## Transversal a todos os temas materiais

**Nossas políticas nos direcionam para um diálogo permanente com todos os temas materiais.**

- Política de Sustentabilidade
- Política de Gerenciamento de Riscos

## Ética, integridade e compliance

**Compromisso com a transparência, ética, conformidade com normas e legislações, além de práticas anticorrupção, ao longo da cadeia de valor.**

- Política Anticorrupção
- Política de Divulgação de Informação e Negociação de Valores Mobiliários
- Política de Remuneração de Administradores
- Política de Indicação de Administradores
- Política de Transações com Partes Relacionadas e Administração de Conflitos de Interesses
- Regimento interno do Conselho Fiscal
- Regimento Interno da Diretoria
- Regimento Interno do Conselho de Administração
- Regimento Interno do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças
- Código de Ética e Conduta
- Código de Conduta de Fornecedores

# 100%

**das nossas pessoas colaboradoras e da alta direção foram capacitadas sobre a Política Anticorrupção do Grupo SOMA**

## Privacidade e segurança de dados

**Atuamos na proteção de dados e preservação da privacidade de seus titulares, protegendo direitos de colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros.**

- Política de Privacidade e Tratamento de Dados Parceiros
- Política de Privacidade e Tratamento de Dados do Colaborador
- Clientes e usuários
- Política de Privacidade e Tratamento de Dados Franqueados
- Política de Privacidade e Tratamento de Dados Acionista
- Política de Governança de Dados — 2022

# 55,2%

**de mulheres em cargo de liderança no Grupo SOMA.**

# Nossa estrutura GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12

## Conselho de Administração

Órgão de governança principal, o Conselho de Administração tem como uma de suas atribuições definir as estratégias em larga escala e a longo prazo, além de fiscalizar a equipe executiva. Seu papel é orientar as atividades da empresa, aprovando o planejamento estratégico, investimentos, metas e diretrizes de ação, sempre considerando o compromisso da Companhia com o desenvolvimento sustentável, conforme previsto em seu Estatuto Social. É composto por oito membros, eleitos em Assembleia Geral de Acionistas para mandatos de dois anos, com possibilidade de reeleição. A maioria dos membros é independente. As atividades e decisões do Conselho, por sua vez, são supervisionadas pela Diretoria Executiva.

Tanto o Estatuto Social, quanto o Regimento Interno do Conselho de Administração, além da Política de Transações com Partes Relacionadas e Administração de Conflito de Interesses da Companhia contêm cláusulas que impedem a escolha de membros que não estejam em sintonia com os valores e compromissos da empresa ou de exigências legais. Busca-se ativamente a diversidade de gênero, de vivências, e amplitude de conhecimento na formação do Conselho.

A cada período social, conforme estabelecido na Política de Indicação e Avaliação de Administradores, o Conselho de Administração realiza a avaliação do próprio desempenho, como órgão colegiado; a avaliação individual de seus membros e dos membros da Diretoria, conforme Ciclo de Gente da Companhia; e a avaliação funcional dos comitês. Esse processo resulta em um plano de aprimoramento para lidar com possíveis problemas identificados. **GRI 2-18**

## COMITÊS QUE ASSESSORAM O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

A escolha dos participantes dos comitês do Grupo SOMA segue as diretrizes determinadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), sem aceitação de qualquer tipo de discriminação ou favorecimento indevido no processo seletivo. A honestidade no trabalho, a adesão ao Código de Conduta e Ética da empresa e a outras políticas internas são requisitos primordiais para os candidatos, conforme estipulado no Estatuto Social e no Regimento Interno do Conselho.

## Conflitos de interesse

**GRI 2-15**

Nossa Política de Transações com Partes Relacionadas e Conflitos de Interesses é o documento que, além de conceituar estas questões, traz diretrizes específicas sobre os procedimentos que devem ser seguidos em situações em que são identificados potenciais conflitos de interesses. A Política traz a não manifestação voluntária como uma violação a ser levada para o departamento Jurídico, à área de Relação com Investidores (respeitando a disposição legal do artigo 247 das Lei das Sociedades Anônimas e a Deliberação da CVM nº 642/10) e ao Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças para avaliação, ficando sujeita à proposição de eventual ação corretiva pelo Conselho de Administração.

O Grupo SOMA disponibiliza e incentiva o preenchimento do formulário de conflito de interesses para os cargos de liderança. O formulário, anexado ao Código de Ética e Conduta, é de preenchimento obrigatório no processo de adesão de novas pessoas colaboradoras, havendo ainda períodos em que as respostas deverão ser revisadas. Também é possível que situações de conflitos de interesses sejam reportadas pelo Canal de Ética da Companhia.

Ao longo de 2023, foram aplicados, aos líderes da Companhia, treinamentos de *compliance* com foco neste tema.

## Composição do Conselho

**Marcel Sapir**  
Presidente do Conselho  
Conselheiro independente

**Roberto Jatahy**  
Conselheiro

**Gisela Dantas Rodenburg**  
Conselheira independente

**Edison Ticle de Andrade Melo e Souza Filho**  
Conselheiro independente

**Fabio Hering**  
Vice-presidente do Conselho de Administração

**Marcello Bastos**  
Conselheiro

**Maria Laura Tarnow**  
Conselheira independente

**Ruy Kameyama**  
Conselheiro independente



### Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF)

Comitê estatutário, encarregado de assessorar o Conselho de Administração, com autonomia operacional, conforme previsto no Estatuto Social da Companhia. É responsável por dar parecer sobre a contratação e a exoneração dos auditores independentes; analisar nossas demonstrações e informações financeiras; avaliar e supervisionar nossa exposição a riscos; e propor melhorias em nossas políticas internas para a administração. Analisa, também, as informações não financeiras relevantes para a Agenda ESG da empresa e de suas marcas.

É responsável por receber informações sobre os principais riscos da empresa, ou seja, aqueles considerados mais prováveis de ocorrer e com grande impacto, além de avaliar a quantidade e o conteúdo dos relatos recebidos por meio do Canal de Ética.

O CRAF é formado por um mínimo de três membros, designados pelo Conselho de Administração, sendo pelo menos um deles independente e que ao menos um tenha comprovada *expertise* em contabilidade empresarial.

#### Composição

**Edison Ticle de Andrade Melo e Souza Filho**  
Coordenador do Comitê

**Marcel Sapir**  
Conselheiro independente

**Mauro Moreira**  
Membro do Comitê

### Conselho Fiscal

Tem a responsabilidade de realizar análises dos negócios da empresa. Funciona de maneira temporária e, quando formado, é composto por três titulares e três suplentes, acionistas ou não, eleitos e destituídos a qualquer momento pela Assembleia Geral. As reuniões são convocadas pelo presidente do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF), por sua própria vontade ou mediante solicitação por escrito de qualquer membro. Uma reunião na qual todos os membros do Comitê de Auditoria estejam presentes será considerada regularmente convocada, sem a necessidade de formalidades adicionais.

É necessário que a maioria absoluta de votos aprove as decisões tomadas pelo Conselho Fiscal. Além disso, para dar início a uma reunião, a presença da maioria dos membros é obrigatória.

### Comitê de Gente e ESG

Formado pela alta administração, incluindo o CEO e a Diretoria Executiva de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação, juntamente com duas conselheiras, sendo uma delas membro do Conselho de Administração e a outra conselheira independente. O Comitê analisa questões como promoção da diversidade, equidade e inclusão, cumprimento dos direitos humanos, adesão e proposição de políticas internas, *performance* em índices e certificações, além de estratégias ambientais.

#### Composição

**Roberto Jatahy**  
CEO e conselheiro

**Roberta Bicalho (posteriormente substituída por Bianca Bastos)**  
Diretora-executiva de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação

**Maria Laura Tarnow**  
Conselheira independente

**Marcel Sapir**  
Conselheiro independente

**Maria Aparecida Fonseca**  
Conselheira independente

### Diretoria Executiva

Responsável pela gestão das atividades empresariais da Companhia, tem plena autorização para realizar todas as ações necessárias ou apropriadas, com exceção daquelas que, por razões legais ou estatutárias, são atribuídas exclusivamente aos acionistas ou ao Conselho de Administração. É composta por um mínimo de dois e um máximo de dez membros, incluindo um diretor-presidente e um diretor Financeiro e de Relações com Investidores, conforme designação do Conselho de Administração.

A Diretoria Executiva assegura a consistência do processo de tomada de decisões, seguindo padrões de conformidade e as políticas mais adequadas do mercado, buscando a segurança e o crescimento sustentável da organização.

#### Composição

**Roberto Jatahy**  
Diretor-presidente

**Gabriel Lobo**  
Diretor-executivo Financeiro e de Relações com Investidores

**Roberta Bicalho (posteriormente substituída por Bianca Bastos)**  
Diretora-executiva de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação

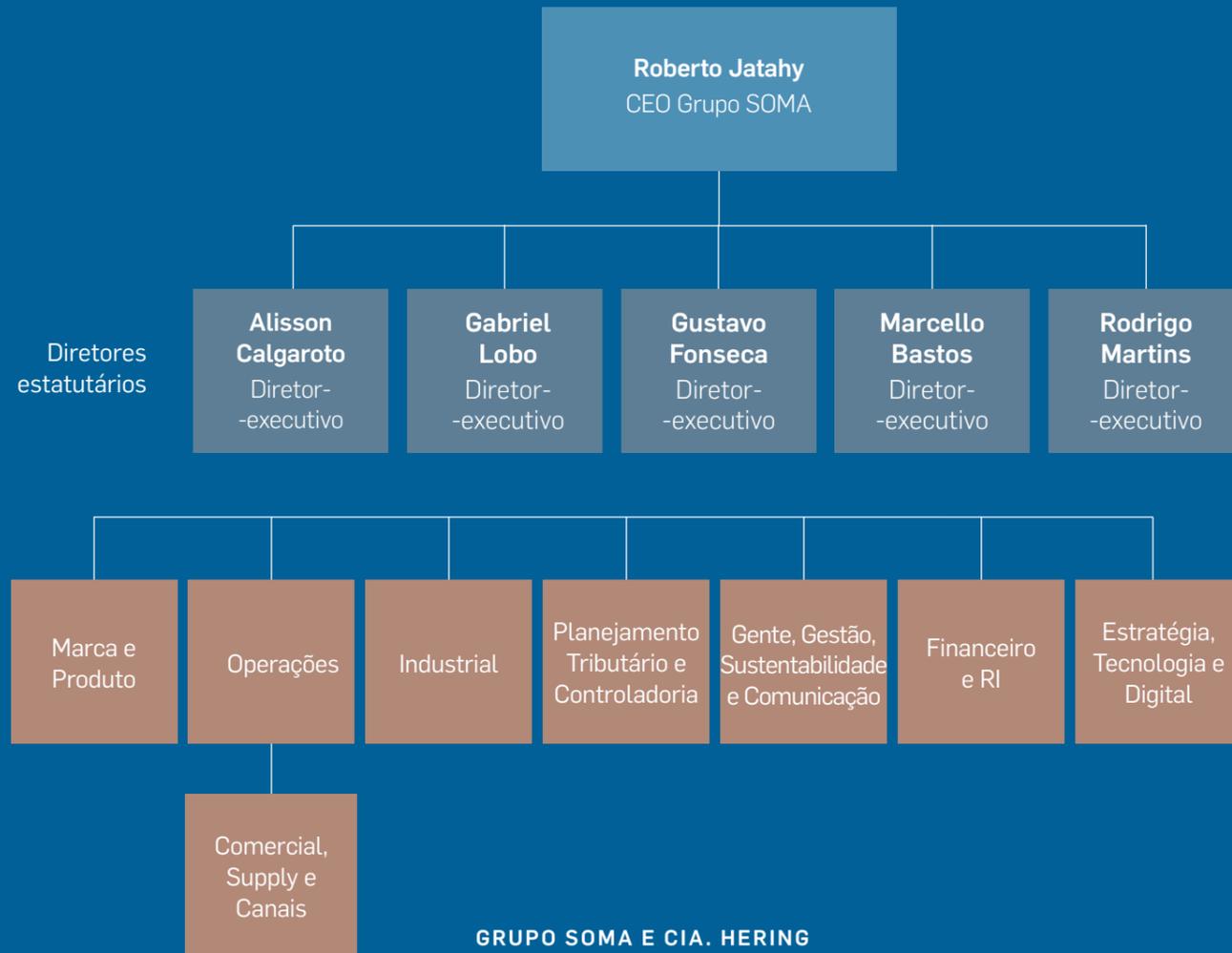
**Alisson Calgaroto**  
Diretor-executivo de Inovação e Tecnologia

**Gustavo Fonseca**  
Diretor-executivo de Operações

**Marcello Bastos**  
Diretor-executivo de Marcas (FARM)

**Rodrigo Martins**  
Diretor-executivo de Controladoria





**GRUPO SOMA E CIA. HERING**

85% dos membros da alta direção são contratados na comunidade local. A Diretoria é definida aqui como colaboradores com cargos em Diretoria, Diretoria Executiva (C-level), Presidência ou Conselho de Administração. Comunidade local é entendida como aquela no entorno (raio de até 300km) dos estados onde o Grupo SOMA possui unidades, abrangendo os estados RJ, MG, SP, SC e GO. **GRI 202-2**

A governança dos fatores ESG passa por todas as instâncias — garantindo o envolvimento da alta liderança, assim como a atuação de todas as pessoas colaboradoras.

# Política de Remuneração de Administradores

**GRI 2-19**

O Grupo SOMA implementa sua Política de Remuneração para Administradores, aprovada em 1º de julho de 2020, pelo Conselho de Administração que, anualmente, reanalisa a adequação deste documento, verificando se os salários pagos estão de acordo com a posição, responsabilidades, carga de trabalho de cada membro, levando em consideração a equidade em termos de diversidade e a situação econômico-financeira da empresa.

O principal propósito da Política de Remuneração é garantir que o pagamento dos gestores e colaboradores seja utilizado de maneira eficaz como forma de atrair, motivar e desenvolver os talentos mais qualificados dentro do Grupo SOMA. A remuneração da Diretoria está vinculada aos resultados, com metas de médio e longo prazos, relacionadas de forma clara e objetiva à geração de valor econômico para a Companhia no longo prazo.

A Assembleia Geral de acionistas determina a remuneração total anual dos integrantes do Conselho de Administração, da Diretoria e do Conselho Fiscal. Os incentivos oferecidos aos diretores, sejam eles estatutários ou não, devem respeitar os limites de risco estabelecidos pelo Conselho de Administração, não sendo permitido que uma mesma pessoa tenha controle

sobre o processo de tomada de decisões e a respectiva supervisão. É proibido que alguém delibere sobre sua própria remuneração.

A Política de Remuneração foi desenvolvida pelo time de Remuneração e Benefícios da Diretoria de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação com o apoio de uma consultoria externa à empresa. Nesse processo, foi realizada a pesagem dos cargos e definido o pacote de benefícios, de acordo com cada grupo/nível de cargo da Companhia, assim como as especificidades em relação à localidade de trabalho. **GRI 2-20**

Para tanto, foram analisadas práticas do mercado, para que fosse possível estabelecer uma política que estivesse competitiva frente ao varejo e demais setores do mercado brasileiro. Além disso, todo o movimento foi desenhado para estar em coerência com o orçamento da organização, garantindo o reconhecimento das pessoas que geram resultado para a Companhia.

A aprovação da Política passou por diversas instâncias, começando pela Diretoria da área de Gente, Diretoria Financeira, CEO e Conselho Administrativo. Todas as discussões também foram levadas ao Comitê de Gente e ESG, que tem reporte direto ao Conselho de Administração.

Essa política está disponível para consulta no site da CVM ([www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br)) e do Grupo SOMA e também na sede da empresa.

#### Remuneração variável

Os conselheiros não podem participar da remuneração variável. No entanto, o CEO e outros executivos de alto escalão podem receber essa forma de reconhecimento de acordo com as diretrizes do programa de participação nos lucros e resultados estabelecidos para a empresa inteira.

Os diretores têm direito a um bônus flexível, que possibilita à empresa recompensar seu desempenho e conduta, ao mesmo tempo em que reflete a lucratividade e a saúde financeira da empresa. Essa compensação está vinculada ao alcance de metas financeiras e não financeiras da empresa e/ou às metas individuais dos gestores.

Para a remuneração baseada em ações, os diretores e altos executivos se qualificam para aderir a programas

de incentivo de longo prazo, com remuneração variável, utilizando opções de compra de ações ou outros tipos de instrumentos que forem determinados pelo Grupo SOMA.

#### Devolução de bônus e incentivos (*clawback*)

De acordo com as normas do Grupo SOMA, procedemos com a recuperação dos bônus de contratação nos casos em que a pessoa colaboradora que os recebeu não cumpriu o período mínimo de permanência. Assim, o valor do bônus é deduzido do pagamento da rescisão de forma proporcional aos dias não trabalhados. Essa medida é aplicada de maneira igualitária para todos os colaboradores, sem distinção de cargos hierárquicos.

#### Plano de incentivo baseado em ações

Nós possuímos um plano de incentivo com base em ações, cujo propósito é garantir que os beneficiários tenham a oportunidade de comprar ações do SOMA, com o objetivo de promover um maior alinhamento de interesses entre eles e os acionistas; alcançar metas da empresa; fortalecer a capacidade da empresa em atrair, motivar e desenvolver os beneficiários; além de compartilhar tanto geração de valor, quanto responsabilidade em relação aos riscos envolvidos nos negócios da empresa.

O plano consiste em duas propostas de estímulo que se baseiam em ações emitidas pela empresa: o Modelo de Opções de Compra de Ações e o Modelo de Outorga de Ações Restritas, definindo os detalhes e requisitos para a concessão pela Companhia.

#### Regras de remuneração variável

Considerando que o salário-base e os benefícios não são influenciados diretamente pela *performance* individual das pessoas colaboradoras no Grupo SOMA, os salários e benefícios oferecidos são estabelecidos de acordo com normas legais e práticas de mercado.

A *performance* individual tem influência na progressão de carreira, ou seja, a ascensão a diferentes cargos está relacionada ao atingimento de objetivos de *performance* e alinhamento ao comportamento esperado pela empresa, avaliados anualmente no Ciclo de Gente.

Além disso, os prêmios da remuneração variável são calculados a partir da análise de critérios de produtividade. A empresa analisa o desempenho financeiro obtido ao longo do ano, como o Ebitda, para decidir o valor total a ser distribuído como prêmio. Além da avaliação geral do desempenho das pessoas colaboradoras no período, são levados em conta indicadores específicos de *performance*, como o alcance de objetivos e a conclusão de tarefas pré-estabelecidas para cada pessoa colaboradora. Adicionalmente, as habilidades são um fator importante na remuneração, pois a Companhia busca reconhecer seus talentos.

Nossa Política de Remuneração está, portanto, em conformidade com nossos objetivos de curto, médio e longo prazos, pois vincula o desempenho a metas financeiras, metas internas de desempenho do Grupo e metas individuais, todas alinhadas com a estratégia de negócios.

## mais ética

Nossa Política de Remuneração busca garantir o reconhecimento do esforço das pessoas que geram resultado para a Companhia.



## Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral GRI 401-2

O Grupo SOMA oferece para todos os seus colaboradores, considerando os públicos que atuam no corporativo, nas lojas e nas operações:

- Plano de saúde com participação parcial por parte da empresa, e possibilidade de inclusão de dependentes;
- Plano odontológico, com possibilidade de adesão com custo da mensalidade por conta do colaborador;
- Plano de assinatura para academias de ginástica;
- Licença-maternidade ou paternidade ampliada (Programa Empresa Cidadã);
- Descontos nas marcas do Grupo.

Além disso, prevê outros benefícios distribuídos de acordo com as características de diferentes ambientes de trabalho, sendo alocados conforme a atribuição de cada cargo. Sendo assim, também são oferecidos para os públicos do corporativo e das operações:

- Plano de aquisição de ações com elegibilidade para níveis específicos;
- Transporte fretado em determinadas unidades;
- Programa de Parceria com Terceiros.

Notas:

**Corporativo:** pessoas colaboradoras alocadas nos escritórios corporativos em Rio de Janeiro, São Paulo e Blumenau.

**Operações:** pessoas colaboradoras alocadas em nossas unidades de produção (CD Pavuna, Ateliê e Indústria).

**Lojas:** pessoas colaboradoras alocadas nas lojas por todo o Brasil.

**mais**  
*ética*

O Grupo SOMA oferece benefícios para todos os seus colaboradores que atuam no corporativo, nas lojas e nas operações.

## Transparência, ética, integridade e *compliance* GRI 3-3

Agimos com integridade em nossas rotinas diárias. Não permitimos de forma alguma que seja diferente: contamos com metodologias que apoiam os procedimentos operacionais e financeiros, incluindo aqueles ligados à administração através de riscos e conformidade (*compliance*). Esse método é apropriado para o tamanho da empresa, e os riscos correspondem ao nível de interação com diversos *stakeholders*. Nossos princípios incluem promover a transparência de nossas ações, proteger os bens físicos e intelectuais e manter altos padrões de governança corporativa do Grupo SOMA.

Realizamos constantes melhorias no sistema de controles internos, que é formado por diversos princípios,

procedimentos e práticas, destacando-se aqueles presentes no Código Ética e Conduta das pessoas colaboradoras (disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/af30e8c5-067e-1519-e2c9-464300be2435?origin=1>), que estabelece como comportamentos inaceitáveis a oferta, promessa, aceitação ou autorização, de forma direta ou indireta, de suborno, com o intuito de obter ou oferecer vantagens indevidas em qualquer circunstância. Além disso, o Código proíbe explicitamente o pagamento de propinas em qualquer operação comercial, em qualquer país, para agentes públicos e privados, incluindo taxas de facilitação. Também possuímos nossa Política Anticorrupção (disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/0a7bef68-1b14-c734-55b1-b5f6216cd379?origin=1>), documento que integra o Programa de Compliance, visando prevenir e combater atos ilícitos.



Essa Política teve sua publicação feita ao público geral do Grupo com aprovação do Conselho de Administração em 2023.

**GRI 205-2**

Possuímos mecanismos para garantir que registros comerciais, contas, livros e contratos transmitam com precisão a essência das transações e dos pagamentos, de acordo com as diretrizes do Código de Ética e Conduta e da Política Anticorrupção da Companhia. Assim, o Grupo SOMA tem como princípio fundamental agir na prevenção e combate à corrupção, promovendo a ética, a integridade, a transparência, a diversidade, a sustentabilidade, a responsabilidade e o desenvolvimento social, criando oportunidades de trabalho, capacitando nossas pessoas colaboradoras e agindo com responsabilidade em relação às partes interessadas, de modo a não compactuar com atividades ilegais ou que possam prejudicar os direitos humanos, a economia, o meio ambiente e as pessoas.

No Grupo SOMA, 100% dos membros do Conselho de Administração e das pessoas colaboradoras foram informados sobre o Código de Ética e Conduta e a Política Anticorrupção.

Ao serem admitidas na equipe, todas as pessoas colaboradoras recebem as orientações contidas no Código de Ética e Conduta e na Política Anticorrupção da Companhia e assinam o formulário de conflito de interesses.

Os programas de treinamento sobre ética e conduta e sobre a Política Anticorrupção abordam uma variedade de compromissos e recomendações, incluindo questões sobre como evitar a lavagem de dinheiro, proteger os dados, autorizar patrocínios e doações, lidar com brindes e presentes, gerenciar viagens e outras despesas.

Os documentos estão acessíveis no *site* do Grupo (para serem livremente consultados por pessoas colaboradoras, fornecedoras, parceiras e demais *stakeholders*).

Código de Ética e Conduta  
Política Anticorrupção

(disponíveis em: <https://www.somagrupo.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>)

## Canal de Ética **GRI 2-25; 2-26**

Nosso Canal de Ética está acessível a todas as partes interessadas — pessoas colaboradoras, fornecedoras, clientes e parceiras comerciais — por meio do *link* (<https://www.contatoseguro.com.br/gruposoma>), do aplicativo Contato Seguro, ou telefone (0800 601 8662). Sugestões, dúvidas, *feedbacks* ou denúncias são apuradas por uma empresa externa, de maneira totalmente confidencial, e, posteriormente, direcionadas para a equipe interna de *compliance* que faz a tratativa dos casos, garantindo a lisura do processo.

A administração dos casos recebidos é de responsabilidade do Comitê de Ética, que possui subcomitês compostos por equipes de diversas áreas de conhecimento para assegurar a melhor condução de cada uma das denúncias. Se a denúncia for comprovada, as penalidades previstas na gestão de consequências do Grupo SOMA podem ser aplicadas.

O Canal de Ética, juntamente com o Comitê de Ética, é instrumento para gestão do tema, sempre observando a confidencialidade das informações fornecidas; o anonimato, protegendo e preservando a identidade dos envolvidos; a imparcialidade nas investigações; a não retaliação de todos aqueles que, de boa-fé, desejarem relatar preocupações ou problemas éticos. Em relação às questões que não são consideradas aplicáveis ao canal, acreditamos que o diálogo é essencial para criarmos relações saudáveis em nossos ambientes de trabalho, desse modo, as direcionamos aos times competentes para tratamento.

## Privacidade e segurança de dados **GRI 3-3**

A privacidade é um tema central no Grupo SOMA, pois está presente e alinhada à sua matriz de materialidade. Temos como premissa atuar na prevenção e no combate do vazamento e do uso inadequado dos dados, sejam eles de pessoas colaboradoras, clientes ou fornecedoras. Em 2023, não foram identificados riscos relacionados à privacidade em nossas análises.

Mantemos uma gestão e princípios rigorosos que norteiam nossas práticas, a partir de um conjunto de políticas e regimentos, entre eles: Regimento Interno do Comitê de Privacidade, Política de Governança de Dados Pessoais, Política de Privacidade Interna, Política de Privacidade para Acionistas, Política de Privacidade para Colaboradores, Política de Privacidade para Franqueados, Política de Privacidade para Parceiros, Procedimento de Avaliação de Privacidade — Fornecedores, Procedimento de Retenção e Descarte, Procedimento para Gestão dos Direitos dos Titulares de Dados Pessoais, Procedimento de Registro e Processamento de Dados Pessoais, Aviso de Privacidade (*site*), Plano de Resposta a Incidentes, Relatório de Impacto e Teste Legítimo de Interesse.

A gestão do Programa de Privacidade e Proteção de Dados é coordenada pelo “escritório de privacidade”, composto por profissionais focados em integrar os principais tópicos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Dentre as atividades realizadas, temos: manter a estrutura de governança; manter o inventário de dados e Ropa's (*Record of Processing Activities*); incorporar a privacidade de dados em operações; manter programa de treinamento e conscientização; gerenciar o risco de atividades internas; gerenciar riscos de terceiros; manter e apoiar a criação de avisos e termos de privacidade; responder a pedidos e reclamações de titulares; oferecer consultoria interna no desenvolvimento de novos projetos; manter o Programa de Gerenciamento de Violações de Privacidade; monitorar práticas de tratamento de dados; rastrear critérios externos; acompanhar o orçamento; propor melhorias nos processos; e acompanhar e implementar projetos de automação de privacidade.

O processo utilizado para a gestão da privacidade é realizado, em sua maior parte, através de empresa terceira especializada. Estas atividades são monitoradas em nosso sistema por meio de *dashboards*, em que os riscos são sinalizados para serem analisados e mitigados.

## Relações externas e advocacy GRI 3-3

Reconhecer o lugar do Grupo SOMA no ambiente de negócios passa pelo entendimento de que podemos influenciar positivamente o nosso ecossistema e partes interessadas, a partir da nossa posição de destaque e liderança. Nosso impacto se dá em três frentes neste tema: cidadania corporativa, *advocacy* e responsabilidade empresarial.

Um exemplo relevante de *advocacy* é a atuação voluntária do Grupo na agenda de mudanças climáticas. Fazemos *advocacy* quando somos vocais sobre o tema em compromissos tais como *race to zero*, CDP, SBTi, e quando nos movimentamos em rede, inclusive por meio de programas internos como o Mil árvores por dia, todos os dias, que influencia toda a comunidade onde são realizados os plantios.

Especialmente em 2023, nos debruçamos sobre o projeto de lei (PL) nº 270/2022, que trata do sistema de logística reversa e embalagens, para entender como poderíamos contribuir com a evolução da legislação através do diálogo com associações do setor, como a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit).

Em nossa visão de empresa cidadã, temos como missão manter relações saudáveis com nossos *stakeholders* em prol da agenda de sustentabilidade. Participamos de fóruns (Firjan, ABVTEX, Fashion Charter for Climate Action, InPacto, Abit, Pacto Global da ONU) e eventos diversos, nos quais somos uma voz relevante no debate.

Ainda na frente de *advocacy*, desta vez no pilar de economia, somos participantes do Conselho Municipal de Moda do Município do Rio de Janeiro, desde julho de 2023, com discussões que buscam soluções para fortalecer a moda do Rio de Janeiro, através de eventos relevantes na cidade e atração de investimentos externos.

Na gestão deste tema material, ainda destacamos os compromissos com a agenda de direitos humanos como signatários da InPacto — Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo.

O Grupo SOMA tem se consolidado cada vez mais enquanto marca empregadora, e isso também é um reflexo da estratégia de comunicação institucional interna e externa.

*Avaliamos a eficácia das nossas medidas, tais como diálogos com nossos stakeholders por meio dos seguintes dados:*

**+de 12 mil** *matérias jornalísticas em que saímos no último ano.*

**+53%** *de seguidores no perfil do Grupo SOMA no Instagram (vs. 2022) e aumento de 76% de engajamento.*

**Nº 1** *de engajamento do LinkedIn dentre as empresas do setor de moda (de acordo com dados da própria rede social).*



# Gestão de riscos

Nossa Política de Gerenciamento de Riscos estabelece as diretrizes estratégicas para a administração dos mesmos, com a finalidade de auxiliar na proteção, no fortalecimento e na garantia dos fundamentos que sustentam o estilo de gestão da Companhia, tornando o SOMA capaz de lidar com acontecimentos indesejados, reduzindo o impacto e a probabilidade de acontecerem, operando de forma eficiente e lucrativa.

A estratégia de gestão de riscos tem o intuito de apoiar os aspectos que promovem a eficácia dos compromissos assumidos pela estrutura de governança da Companhia. Além disso, possuímos políticas suplementares (disponíveis em: <https://www.somagrupo.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>) voltadas para o controle de riscos, como Código de Ética e Conduta para Colaboradores, Código de Ética e Conduta de Fornecedores, Política de Transações com Partes Relacionadas e Administração de Conflitos de Interesses e o Regimento Interno do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças.

A estrutura de governança da Companhia é desenhada de forma a garantir que assuntos considerados sensíveis e críticos sejam levados aos órgãos que possuem autonomia e responsabilidade para avaliação e tomada de decisão. Dentre as preocupações comunicadas estão os riscos materializados, as contingências não previstas, os desafios estratégicos e de gestão.

As preocupações cruciais identificadas pelas áreas de Gerenciamento de Riscos, Auditoria e Compliance são reportadas de forma trimestral diretamente ao Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF), órgão de governança vinculado ao Conselho de Administração e composto por, no mínimo, três membros, nomeados pelo Conselho de Administração. O CRAF avalia e monitora a exposição a riscos, bem como recomenda melhorias nas políticas internas da Companhia.

São reportadas informações como o andamento dos riscos mais relevantes da Companhia (aqueles classificados como altos, muito altos e com impacto catastrófico, conforme metodologia de gestão de riscos aplicada) mapeados na matriz de riscos corporativos e monitorados pela equipe de Gestão de Riscos; a quantidade e teor dos relatos mais críticos recebidos pelo Canal de Ética ou identificados por outros meios; e os riscos levantados por auditorias internas.

Em 2023, foram reportados ao Comitê de Riscos Auditoria e Finanças 23 riscos classificados como prioritários pela matriz de riscos corporativos, com base na metodologia utilizada pela Companhia. Esse tipo de risco é monitorado mensalmente pela Sub-Comissão de Riscos e reportado ao CRAF (Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças) trimestralmente pela equipe de Gerenciamento de Riscos. **GRI 2-16**

CLASSIFICAÇÃO DE RISCOS REPORTADOS* GRI 2-16	
Riscos operacionais	9
Riscos de conformidade	5
Riscos estratégicos	5
Gente e gestão	2
Ambiental	1
Reputacional	1
Tecnológico	1
Riscos financeiros	4
<b>Total</b>	<b>23</b>

\*Nota: Todos os temas materiais do Grupo SOMA são considerados na classificação dos riscos, para fazer a conexão da estratégia de riscos com a estratégia ESG.





## Nosso foco, na gestão de riscos

### 1 *Riscos estratégicos:*

referem-se aos possíveis obstáculos associados às escolhas estratégicas feitas pelo Grupo SOMA com o intuito de alcançar suas metas comerciais e/ou decorrentes de limitações de capacidade ou competência. Tais riscos são originados por alterações no ambiente externo, como questões políticas, econômicas e sociais, mercado, concorrentes, fusões e aquisições, disponibilidade de recursos, inovações e gama de produtos e/ou serviços. Dentre os riscos estratégicos mais relevantes, destacam-se a sucessão e o modelo de negócio e de competição.

### 2 *Riscos financeiros:*

estão relacionados à transparência das atividades financeiras e contábeis do Grupo SOMA e à confiabilidade do balanço patrimonial, categorizados de acordo com os métodos de avaliação de riscos estabelecidos no Acordo de Basiléia — mercado, crédito, liquidez e operacionais. Alguns pontos importantes a serem contemplados são: falta de eficácia na gestão dos fluxos de caixa, com o objetivo de otimizar e gerar caixa operacional; o desempenho das transações financeiras; levantamento e aplicação de recursos financeiros; e potencial emissão de relatórios financeiros, gerenciais e fiscais incompletos, imprecisos ou fora do prazo.

### 3 *Riscos operacionais:*

são aqueles que podem interferir no funcionamento adequado dos procedimentos operacionais, incluindo sistemas, protocolos e colaboradores, sendo ocasionados por agentes internos ou externos. Alguns exemplos incluem falhas humanas, erros acidentais, fraudes, problemas em sistemas de tecnologia da informação, falhas de fornecedores, perdas de estoque em incidentes, entre outros. Esses fatores de risco impactam diretamente nas operações do Grupo SOMA, comprometendo a eficácia operacional e a alocação eficiente de recursos.

### 4 *Riscos de conformidade:*

referem-se a questões regulatórias e de *compliance* e estão relacionados ao cumprimento das normas, incentivos de desempenho, interação com acionistas, comunicação interna, divulgação ao público, reputação e imagem e Código de Ética e Conduta e/ou demais diretrizes, assim como com as leis e regulamentos — leis gerais, nacionais e internacionais (trabalhista, civil e tributário/fiscal, ambiental, legislação penal, empresarial etc.), contratos e regulamentos.

A análise de riscos é feita de acordo com os seguintes passos:

- Identificação das origens dos riscos e impactos nos objetivos estabelecidos (metas e resultados);
- Avaliação dos principais perigos que podem interferir nestes objetivos, pela identificação do nível de consequência e probabilidade de que aconteçam;

Após a análise e classificação adequada, as ameaças são gerenciadas por meio de ações específicas realizadas pela Diretoria, em colaboração com a equipe de gestão de riscos e controles internos da empresa e em linha com o direcionamento do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF), visando ajustar a resposta da empresa à exposição de risco estabelecida.

## mais ética

Para o Grupo SOMA é crucial garantir que o gerenciamento de riscos seja considerado em todas as etapas da tomada de decisão da Companhia, desde o planejamento estratégico até a execução dos projetos, a fim de garantir que os riscos sejam identificados e mitigados desde o início até a conclusão de cada projeto.



# Clientes

GRI 2-29

Diariamente, nos empenhamos em desenvolver, criar, testar e inovar para encantar nossos clientes. Utilizamos ferramentas para entender melhor os públicos e suas necessidades, como pesquisas de mercado e inteligência de dados. Nosso objetivo é proporcionar sempre a melhor jornada de compra, seja em lojas físicas próprias, franquias ou em canais digitais.

Nossas marcas têm como razão de ser: estabelecer uma conexão forte com os consumidores, surpreendê-los e despertar desejo em relação aos produtos, colocando as pessoas no centro de todas as nossas ações estratégicas. As 15 marcas do Grupo SOMA têm uma base total de 5,9 milhões de clientes ativos no Brasil e exterior.

Estamos sempre abertos a *feedbacks* e buscando atender às necessidades do nosso público de forma rápida e eficiente. Temos uma robusta e ágil estrutura de comunicação. Dispomos de ferramentas como SAC, ouvidoria, *sites* e redes sociais para aprimorar a conexão com os consumidores. Utilizamos o índice de NPS (*Net Promoter Score*) para avaliar a satisfação após cada aquisição. Incentivamos a comunicação eficaz com nossos parceiros e desenvolvemos um plano estratégico alinhado com esse *feedback*. Essa é uma maneira de monitorar nossa *performance* a longo prazo e garantir que estejamos constantemente buscando melhorias.

O Grupo enfatiza a importância das conexões autênticas e do estreitamento de relações com os clientes, para aumentar a confiança e a lealdade através de um atendimento mais atento e respeitoso. Diversos departamentos, incluindo Atendimento ao Cliente, CRM, Comercial, Marketing e Comunicação, desempenham papéis vitais na gestão dessa transparência. O Atendimento ao Cliente se dedica a fornecer informações detalhadas e a resolver dúvidas por meio de múltiplos canais *on-line*, enquanto o CRM utiliza estratégias de comunicação diversificadas para realçar projetos da marca e entender melhor as preferências dos clientes por meio de análises aprofundadas.

O setor Comercial mantém um relacionamento próximo com os clientes, oferecendo um atendimento personalizado e identificando oportunidades de melhorias. Além disso, Marketing e Branding enriquecem a experiência dos clientes com eventos especiais, visando a fazer com que se sintam valorizados. A comunicação dos aspectos sustentáveis dos produtos e a promoção da consciência ESG são também uma responsabilidade conjunta dessas equipes, demonstrando o compromisso do Grupo SOMA com práticas sustentáveis e transparentes em todas as suas operações e relações.

## Clientes no rebranding NV

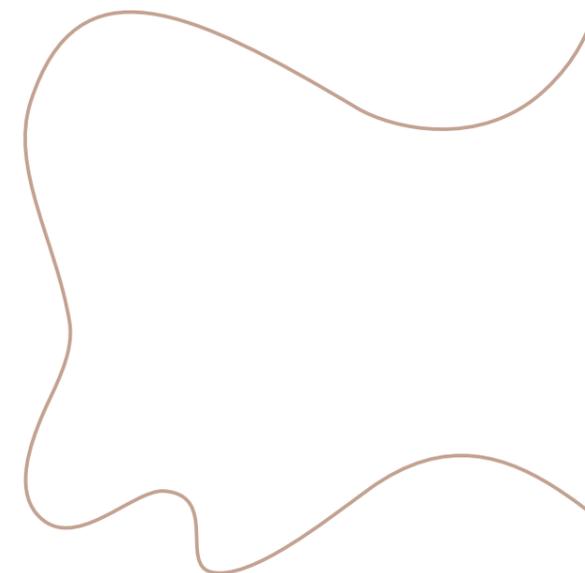
Em setembro de 2023, a NV fez uma pesquisa, junto com consultoria especializada, para o *rebranding* da marca, considerando as seguintes pautas: *lifestyle*, experiências, pessoas, gerações e marca. Com o objetivo de discutir o futuro da NV de forma estratégica e elevar a percepção de marca, foram entrevistados líderes e executivos internos, vendedores e gerentes das lojas e clientes.

Ao todo, foram 40 pessoas consultadas, dentre elas, 18 consumidoras.

Do ponto de vista de “vida e moda”, pode-se resumir o estado de espírito das clientes da NV em três pilares emocionais: empoderamento, autocuidado e expressividade. Em relação a “estilo e compras”, concluiu-se que 70% consomem os produtos da marca presencialmente e 30% *on-line*. Quando vão escolher as marcas nas quais vão comprar, alguns critérios principais são levados em conta: qualidade, versatilidade, custo-benefício, *fit* com estilo, atendimento, exclusividade e *fit* com persona. Com base nesses atributos, foram avaliadas as diferentes marcas de roupa, dentre elas, a NV, que se destacam pelos *drivers* “versatilidade” e “atendimento”.

## Hering Sports

Uma avaliação com os clientes da marca foi feita sobre produtos com o objetivo de entender as percepções sobre a Hering Sports. A cada 10 clientes, 9 manifestaram satisfação com as peças. Qualidade, conforto, estilo e tecido foram os aspectos mais elogiados espontaneamente por eles. A maioria dos clientes afirmou que as peças adquiridas pertencem à Hering Sports, mas 12% ainda não reconheceram a marca. Quase metade dos clientes que compraram Hering Sports souberam que a Hering passou a disponibilizar peças esportivas. Visitas ao *site* da marca, em seguida Instagram, comunicações de CRM e lojas físicas foram os principais divulgadores.



### Hering Kids

A marca realizou uma avaliação para compreender melhor sobre as percepções dos clientes de Hering Kids sobre as fotos e descrições dos produtos no *site*. Como resultado, foi visto que há uma preferência intensa dos consumidores por fotos com modelos em detrimento daquelas que exibem somente a peça, independentemente da idade da criança para quem estão comprando. Porém, nota-se uma aceitação ligeiramente maior das fotos em *still* quando estas trazem detalhes das peças.

Entre a maioria que afirma preferência por fotos com modelos, a principal justificativa apontada para a escolha é o entendimento do caimento da peça no corpo da criança. Também são citados outros facilitadores, como o entendimento da modelagem e dos tamanhos. Em produtos infantis também há a demanda por diversidade de corpos. As descrições dos produtos seguem bem avaliadas de forma geral pelos consumidores. A descrição em tópicos apresentou desempenho ligeiramente superior.

### Hering Intimates

Com o objetivo de entender o comportamento de compra e uso dos clientes de Hering sobre peças íntimas femininas, a marca disparou uma pesquisa para se aprofundar no universo *underwear* feminino. Dentre as principais descobertas, esteve a composição do tecido como uma das fortalezas de Hering Intimates e um dos principais atributos buscados na compra das peças íntimas. A pesquisa mostrou que podemos continuar utilizando os canais de compra para apresentação de Hering Intimates e fortalecer outros meios de divulgação.



### FARM + MINDMINERS

Foi feita uma pesquisa quantitativa *on-line* com consumidoras de moda sobre sustentabilidade (destaque em percepção) e diversidade (abordagem inclusiva de tamanho e representatividade de corpos). Além disso, foram levantados muitos pontos importantes em relação à qualidade do produto (destaques em motivadores de compra) oferecido pela FARM, além de comportamentos atrelados à consciência ambiental, que foram identificados pelo público em um comparativo com outras marcas do mercado.

### Animale – Impact ESG

Dentre 297 marcas, a Animale fez parte da análise do Google sobre o mundo ESG corporativo no Brasil. A metodologia foi desenvolvida pelo Google em parceria com a MindMiners para aferir o grau de associação de uma determinada marca aos quesitos meio ambiente, social e governança.

### Inteligência artificial na Cris Barros

Para a campanha da cápsula “Cris Barros Brazil Golf Tour”, a equipe da marca realizou uma pesquisa sobre o efeito e o cenário desejado, criou o *moodboard* e a partir dele fez os testes iniciais de inteligência artificial (IA). Depois de chegar ao resultado ideal e entender o que seria necessário para fazer acontecer, foram preparados os fundos para as fotos, com aplicações uma a uma.

Já para a campanha de alto inverno 24, a Cris Barros partiu do desejo de incluir animais e formas aplicadas nas fotos interagindo com as modelos. Foi decidido desdobrar um projeto especial com a artista Je Kos, que animou e recriou formas para ilustrar as páginas, e para gerar uma interação em IA.

## mais ética

Nossas marcas buscam entender a visão de seus clientes a respeito dos aspectos ESG.





# Ambiental



# moda mais limpa

<b>3</b> SAÚDE E BEM-ESTAR	<b>6</b> ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO	<b>7</b> ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL	<b>9</b> INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA	<b>12</b> CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS
<b>13</b> AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA	<b>14</b> VIDA NA ÁGUA	<b>15</b> VIDA TERRESTRE	<b>17</b> PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO	

**Temas materiais:**

Água e efluentes, Biodiversidade e ecossistemas, Gestão de resíduos têxteis e não têxteis, Mudanças climáticas, Inovação e circularidade.



**O Grupo SOMA submeteu suas metas ao SBTi e segue rumo à estratégia de descarbonização.**

**97%**

de energia renovável, por meio de I-RECs, nas unidades administrativas e fabris.

**+ de 79 mil**

peças foram consertadas em loja.

Chegamos a quase

**1,5 milhão**

de árvores plantadas pelo programa Mil árvores por dia, todos os dias.

**+ de 16 mil**

metros de tecido foram reaproveitados, transformando sobras têxteis em novas coleções.

# moda mais limpa

*O Grupo SOMA tem como direcional combinar criatividade, tecnologia e novas ideias em suas práticas, sempre respeitando o meio ambiente e as pessoas, consciente de que os recursos naturais são finitos e precisam ser manejados de forma responsável. Por isso, investimos em ecoeficiência, circularidade e inovação.*

Reveremos regularmente nossas maneiras de fabricar, adquirir matéria-prima e os procedimentos que utilizamos, mantendo uma atenção cuidadosa para o nosso formato de operação, visando minimizar os efeitos negativos e amplificar os positivos. Incentivamos nossa cadeia de fornecimento a seguir o mesmo caminho, e também procuramos conscientizar nossos clientes para uma atitude mais responsável após a compra.

Realizamos o controle dos indicadores ESG utilizando o sistema Climax, uma ferramenta de acompanhamento e relatório de impacto ambiental criada pela empresa WayCarbon. Com esse *software*, conseguimos monitorar informações como emissões de gases de efeito estufa (GEE), uso de água, energia e resíduos.

Com base nesse acompanhamento, temos acesso a painéis com informações em tempo real e relatórios semanais e mensais para aprimorar o controle, a eficiência e a transparência na administração e no alcance das metas ambientais. Também utilizamos documentos fundamentais (disponíveis em: <https://www.somagruposoma.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>), como a Política de Sustentabilidade, Código de Ética e Conduta de Colaboradores e o Código de Ética e Conduta de Fornecedores, para assegurar a perpetuação e melhoria do nosso compromisso em preservar e proteger o meio ambiente.

## Moda mais limpa

**Princípio:** moda de menor impacto (*sustainable fashion*). Minimizar continuamente os impactos ambientais por meio do uso responsável de recursos naturais e processos ecoeficientes nas operações do Grupo SOMA e em toda cadeia de valor, desde a matéria-prima até o pós-consumo, para preservar o meio ambiente para as presentes e futuras gerações e evitar a degradação ambiental.

**Objetivo:** conduzir os negócios visando à preservação, ecoeficiência e uso racional dos recursos naturais, contribuindo para a economia circular, redução do impacto ambiental e descarbonização da operação e cadeia de valor, buscando atender às expectativas de clientes, pessoas colaboradoras, acionistas, comunidade e *stakeholders*.



**Diretrizes:**

**Geração de valor, gerenciamento de riscos e prevenção ao greenwashing:** assegurar que iniciativas socioambientais do Grupo SOMA tenham conexão com a estratégia de negócio, políticas e gerenciamento de riscos da Companhia.

**Conformidade socioambiental (compliance):** primar pelo adequado cumprimento da legislação e obrigações socioambientais aplicáveis à Companhia e marcas que a compõem.

**Gestão qualificada de riscos socioambientais e melhoria contínua:** perseguir, voluntariamente e conforme disponibilidade e viabilidade técnico-econômica-operacional, o aprimoramento de tecnologias, padrões técnicos e metodologias utilizados em processos produtivos, não esquecendo do desenvolvimento e adesão a melhores práticas da indústria, que elevem a qualidade e sustentabilidade dos produtos buscando atender às expectativas de clientes, colaboradores, acionistas, comunidade local, parceiros, sociedade e *stakeholders*.

**Sustentabilidade e economia circular:** promover a origem, produção, consumo e destinação sustentáveis dos produtos, conforme ciclo de vida, mediante iniciativas como adoção de matérias-primas responsáveis, rastreabilidade, logística reversa, conservação da biodiversidade, assim como redução do uso de energia, água, geração de resíduos e efluentes. Além disso, fomentar o uso de energia renovável, incentivar projetos de reflorestamento, conservação e proteção ambiental e a circularidade dos produtos.

**Descarbonização da operação e da cadeia de valor:** a partir do inventário de emissões de gases de efeito estufa, trabalhar na redução e compensação das mesmas em prol da neutralização líquida de nossas emissões (*Net Zero*), contribuindo com as metas do Acordo de Paris, em alinhamento com os compromissos já firmados pela Companhia.

**Pesquisa, desenvolvimento e inovação:** conectar a organização com movimentos e instituições que promovam pesquisas, inovações e debates acerca do tema sustentabilidade com o objetivo de fomentar aprendizados para o negócio e para a rede.

# Produtos de menor impacto GRI 3-3

O Grupo SOMA busca incorporar práticas mais sustentáveis em todas as fases de desenvolvimento de produto. Os times de Design, Estilo, Planejamento, Sustentabilidade, Sourcing, Logística e demais setores colaboram com fornecedores e empresas parceiras para implementar soluções de produção responsáveis.

Dessa forma, buscamos uma atuação integrada, que visa garantir responsabilidade social e ambiental de ponta a ponta. Consideramos matérias-primas com certificações reconhecidas pelo mercado e menor pegada ambiental levando em conta emissões de gases de efeito estufa. O mesmo acontece em relação à escolha de materiais com melhores indicadores de consumo de água e energia, uso de substâncias químicas não tóxicas para o meio ambiente e para as pessoas, além de processos de reciclagem e manejo adequado do solo na etapa de pré-produção.

Temos baixo uso de matérias-primas como poliéster e poliamida, totalizando 30% da compra de matéria-prima do Grupo em 2023. Além disso, nossas marcas conscientizam seus clientes sobre cuidados recomendados no pós-consumo para que os produtos durem mais e tenham menor consumo de energia e água na etapa de lavagem e passadoria, por exemplo.

O time de Sustentabilidade também é responsável por engajar as equipes de Estilo, Planejamento e Compras sobre alternativas mais atrativas do ponto de vista de impacto ambiental, além de disponibilizar o Guia de Matérias-Primas Mais Responsáveis para consulta na etapa de criação e escolha de fornecedores (conheça mais na próxima página).

Empregamos materiais eficientes e formatos que demandam menos matéria-prima nas nossas embalagens, buscando maximizar sua reciclagem e reutilização com foco na economia circular.

**mais limpa**

O Grupo SOMA possui diretrizes que guiam nossas ações a fim de reduzir a pegada ambiental da Companhia.



### Atributos de qualidade e sustentabilidade GRI 416-1

Avaliamos a qualidade dos nossos produtos na prospecção e no recebimento de matérias-primas e de produtos acabados.

As análises de matéria-prima são realizadas por amostragem. A partir de pequenos pedaços do tecido é possível atestar os padrões exigidos, bem como reduzir as paradas de produção.

O Grupo SOMA mantém uma lista de manufaturas restritas — MRSL (*manufacturing restricted substances list*) e de substâncias restritas — RSL (*restricted substance list*). Para essas listas, nos baseamos na lista oficial da ZDHC, disponível em: <https://mrsl-30.roadmaptozero.com/>. SASB CG-AA-250a.1

Além dessa triagem de matéria-prima, depois de prontos, todos os nossos produtos passam por testes de qualidade para avaliar sua durabilidade e resistência, assim como a possibilidade de desenvolvimento de alergias. Trabalhamos com matérias-primas certificadas e em conformidade com os melhores padrões do mercado.

As etiquetas dos nossos produtos têm informações sobre composição, indicações de uso e gradação das peças.

O Guia de Matérias-Primas Mais Responsáveis, lançado em 2022, é um material perene, considerando atualizações anuais, que orienta nossas equipes de Estilo, Planejamento e Compras na seleção de materiais com atributos sustentáveis e certificações reconhecidas. Esse Guia auxilia na definição e quantificação das nossas compras anuais alinhadas às premissas da estratégia ESG, e tem sua existência reforçada sempre que possível em encontros de sustentabilidade com as marcas. O treinamento sobre o Guia é adaptado de acordo com as demandas e especificidades de cada marca. A proporção de materiais mais responsáveis pode variar de acordo com a temporada, a disponibilidade no mercado, custos envolvidos, a coleção do momento e a diversidade de composições sugeridas pelo *design*.

O Guia foi desenvolvido com base em materiais como *Preferred Fiber and Materials Market Report 2022*, da Textile Exchange; *Fios da Moda: Perspectiva Sistêmica para Circularidade*, do Modifica em parceria com a Regenerate Fashion e o Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV, *Higg Materials Sustainability Index (Higg MSI)* e pesquisas e tendências da WGSN.



Além disso, realizamos uma análise minuciosa da qualidade dos nossos itens desde a pesquisa e aquisição das matérias-primas até a finalização dos produtos. Os rótulos de nossos produtos contêm detalhes sobre os materiais utilizados, instruções de uso e classificação das peças.

Estabelecemos um critério de excelência para os materiais utilizados pelo Grupo SOMA, considerando aspectos como resistência, encolhimento, densidade, precisão de estamparia e controle do enrolamento excessivo nas bordas do tecido. Após a seleção inicial dos materiais, todos os itens fabricados são submetidos a rigorosos testes de qualidade, garantindo assim a sua vida útil e resistência, além de minimizar os riscos de causar reações alérgicas. Desde 2022, utilizamos um Manual de Qualidade e Recebimento para cadeia de fornecedores, desenvolvido por uma equipe multidisciplinar que seguiu as diretrizes da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) e ATCC (American Type Culture Collection).

Avaliamos a qualidade dos produtos acabados, bem como seu desempenho socioambiental também por meio do Programa SOMAR (saiba mais na página 223), que avalia holisticamente nossos fornecedores. Os itens finalizados com imperfeições ou insumos que não atendam aos padrões de qualidade são direcionados para iniciativas de circularidade, como a parceria com a Oficina Muda (saiba mais na página 140). Já a qualidade das matérias-primas é monitorada através do controle do índice de rejeição, que atualmente está em 1,2%.

## DZARM FOR BETTER

Em 2023, a marca Dzarm desenvolveu 34 artigos da coleção E-Co<sub>2</sub> Denim, reforçando o compromisso em criar produtos com menor impacto ambiental.

O E-Co<sub>2</sub> Denim é um *jeans* que, por contar com processos ecoeficientes, emite 34% menos carbono, se comparado com a produção de uma calça *jeans* comum. Além disso, as emissões de gases de efeito estufa referentes à fabricação desta coleção são compensadas em dobro por meio da parceria com o Instituto IPÊ, com projeto de reflorestamento do Sistema Cantareira, que abastece de água a capital paulista e outras cidades.

O consumo de água na produção de um *jeans* comum pode chegar a 489 litros, da fabricação do tecido à lavagem. Com o E-Co<sub>2</sub> Denim, reduzimos esse número para uma média de 10,6 litros por peça, gerando uma economia de até 96% de água. Além disso, em nosso processo, reutilizamos 85% da água e tratamos 100% dos efluentes.

Somando os processos produtivos de uma peça denim, a criação de uma única calça *jeans* pode significar o consumo de até 17,98 kWh de energia. As peças da E-Co<sub>2</sub> Denim são feitas com uma média de 1,83 kWh por item, além de contar com 100% de energia renovável nas caldeiras, proveniente do uso de biomassa. Todos os indicadores ambientais positivos da linha foram mensurados por meio da metodologia de Análise de Ciclo de Vida (ACV).



Pelo 3º ano consecutivo, esta linha ganhou uma campanha exclusiva com a *top model* Carol Trentini e Natasha Soares, que foi lançada no Dia Mundial da Água (22 de março).

Além do *jeans* E-Co<sub>2</sub> Denim, outros produtos foram desenvolvidos pela marca com foco em trazer menor impacto, como a sarja ECO, feita com matéria-prima certificada, sendo 24% do algodão reciclado do reaproveitamento de resíduos da fiação. O processo de fabricação destes tecidos também tem impacto positivo: 30% de economia de água e 87% menos uso de produtos químicos.

### Alfaiataria da NV com atributos sustentáveis

O principal tecido da linha de alfaiataria da NV, a mais vendida da marca, é uma matéria-prima responsável e com baixo impacto ambiental. Com composição mista de acetato e viscose, essas fibras artificiais de origem celulósica são renováveis, biodegradáveis e apresentam duas certificações com credibilidade no mercado: Forest Stewardship Council (FSC®) e OEKO-TEX®.

A primeira delas garante que a origem de matéria-prima é proveniente do manejo sustentável de áreas de reflorestamento. Já a segunda, indica que os produtos químicos utilizados na produção do tecido não são tóxicos para o meio ambiente e para as pessoas. Em 2023, esse artigo representou cerca de 25% da compra de matéria-prima da NV presente tanto na coleção de inverno quanto na de verão.

### FARM Global + LENZING™ ECOVERO™

Matérias-primas mais responsáveis é uma das frentes da agenda de sustentabilidade da FARM Global. Em 2023, matérias-primas certificadas representaram a composição de 24% da coleção Resort, 17% da coleção Spring Summer, 17% da coleção High Summer e 5% da coleção Fall.

Nesses montantes, a viscose é o insumo mais representativo na composição das peças da marca, e, por esse motivo, é importante garantir que a fibra celulósica tenha como origem a madeira de manejo florestal sustentável. Nesse sentido, a Lenzing — conhecida por suas boas práticas ambientais — é um parceiro estratégico. Não à toa sua viscose certificada LENZING™ ECOVERO™ está enquadrada no plano estratégico de carbono do Grupo SOMA para minimizar seu impacto ambiental.

Isso porque, além de serem produzidas com uma economia de pelo menos 50% de emissões e água, em comparação com a viscose convencional, as fibras LENZING™ ECOVERO™ ainda são compostáveis e biodegradáveis (certificada TÜV AUSTRIA e com o rótulo ecológico da UE de excelência ambiental, o EU Ecolabel).

De acordo com o Edited (Empowering Intelligent Retail), 77 modelos de produtos foram encontrados na pesquisa feita em setembro de 2023, concluindo que, em comparação com outras principais marcas concorrentes do mercado internacional, a FARM Rio representa a maior quantidade de itens feitos com LENZING™ ECOVERO™ nos Estados Unidos.

Considerando as peças homologadas na plataforma, o aumento em 2023 foi de 51% comparado a 2022. Dos 3.938.704 itens vendidos com viscose em sua composição, 16% eram certificados LENZING™ ECOVERO™ e a expectativa nos próximos anos é que essa porcentagem seja ainda mais representativa.

## Camiseta World, um modelo de produção ecoeficiente GRI 302-5

A camiseta World, que tem mais de três décadas no mercado, é feita com modelo de produção ecoeficiente. Sem costuras laterais, restam menos aparas no processo. Assim, há uma economia de 33% em matéria-prima, água e energia a cada produto confeccionado, em comparação a uma camiseta tradicional com costura lateral, e com base em processos internos de produção. Em mais de 30 anos, desde que o produto foi lançado: evitamos o consumo de mais de 1 milhão de m<sup>3</sup> de água, deixamos de gerar mais de 5 mil tCO<sub>2</sub>e e economizamos malha para produzir mais de 40 milhões de camisetas. Desde 2021, e com base em análise do ciclo de vida do produto, a Hering compensa as emissões de gases de efeito estufa de cada camiseta, considerando desde o plantio do algodão até o uso e descarte por parte dos clientes.

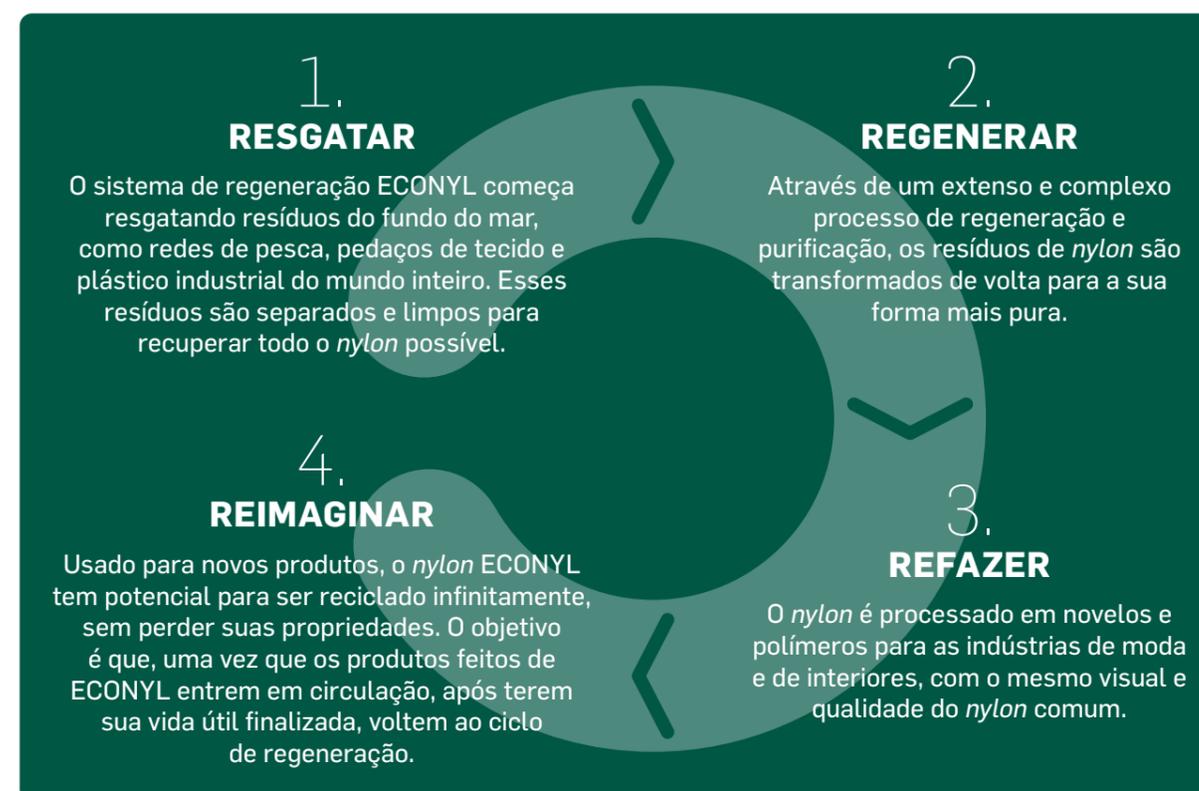
Em 2023, foram adquiridos 7.960,75 créditos de carbono para o projeto. Por ano, são cerca de 3,5 milhões de camisetas que deixam um impacto mais responsável na moda.

## ECONYL® + Foxton: tecnologia, sustentabilidade e inovação

Com o propósito de resgatar e ressignificar resíduos encontrados no fundo do oceano, transformando-os em um novo material, a Foxton iniciou uma parceria com a ECONYL® em 2022. A primeira coleção cápsula com *nylon* regenerado foi lançada no verão 2023, com venda acima de 1.200 peças.

O material proporciona a qualidade, visual e textura do *nylon* comum, porém com impacto positivo para o planeta, podendo ser novamente reciclado, recriado e remodelado, repetidas vezes, sem necessidade de descarte.

Conheça este fluxo:



## Tatuí: linha praia da Fábula

Para tomar banho de mangueira, montar o castelo de areia, brincar na beira da praia e dar um “tiburum” no mar, a Fábula investe em peças feitas de poliamida com biodegradabilidade acelerada (certificada Amni Soul Eco). Com o descarte adequado nos aterros sanitários e condições

favoráveis, estes produtos se decompõem em cerca de três anos, enquanto uma fibra sintética convencional, levaria em torno de 400 anos. Pensando nas futuras gerações, nos oceanos e na vida marinha que a Fábula quer preservar, em 2023, a marca apostou em 34.963 peças, representando 4,7% do seu *mix* anual de produtos.

## Inovação para não deixar sobrar GRI 306-2

O SOMALabs, área de Inovação do Grupo SOMA, trouxe mais inteligência para os processos de criação e produção, diminuindo o desperdício de matéria-prima e aumentando a agilidade e a eficiência dos processos. Eliminamos a necessidade de mostruários para validação das coleções, uma vez que agora esse processo passa a ser feito por meio de 3D digital. Este é um modelo que, em seu primeiro ano de lançamento, 2021, já permitiu a redução de 25% do tecido utilizado na produção de peças-piloto e um ganho de dez dias no processo de criação.

A partir da coleção de alto verão 24 da FARM, substituímos integralmente o processo da primeira aprovação de roupas complexas por um processo digital. O Provão 1, como é conhecido na marca, é um processo em que o time de Estilo se reúne para ver pela primeira vez as peças-piloto da coleção em desenvolvimento.

O SOMALabs desenvolveu um novo processo de aprovação da primeira peça de forma digital utilizando um digital *twin* em tecnologia 3D, ou seja, uma representação idêntica do produto feita inteiramente de forma digital, respeitando todas as suas características desde modelagem, localização da estampa e até mesmo simulação do tecido. Dessa forma, além de capturar o tempo de desenvolvimento do produto, pudemos devolver tempo para o estilo experimentar novidades e inovações nas peças.

### O básico do Brasil embarca no 3D

Com o objetivo de criar produtos que gerem ainda mais desejo para o público feminino, a Hering investiu em novas iniciativas no processo de desenvolvimento. Um desses avanços foi também a implementação da modelagem 3D, que foi consolidada em 2023. Temos ambiente de experimentação em colaboração com a equipe de Estilo, impulsionando o desenvolvimento de produtos diferenciados, com tomadas de decisões mais rápidas em relação ao *design* e ao formato, além de uma comunicação mais alinhada entre as equipes.

Durante o ano de 2023, foram criados 400 protótipos digitais de ideias de desenvolvimentos reais — sem considerar as inúmeras variações de cores e estampas testadas em cada uma. Somente esse número nos permite calcular a diminuição de pelo menos 400 amostras físicas ao longo do processo. Além da redução de custos associados aos materiais, também houve uma diminuição na emissão de CO<sub>2</sub> relacionada aos deslocamentos entre São Paulo e Blumenau, ou mesmo entre a Ásia e São Paulo, considerando que 38% dos produtos desenvolvidos eram provenientes do mercado internacional.

Durante o desenvolvimento dos produtos internacionais da coleção de outono 24, observamos que quase 46% dos protótipos desenvolvidos em 3D foram selecionados para a coleção, enquanto apenas cerca de 16% dos produtos desenvolvidos pelos métodos tradicionais alcançaram o mesmo nível de aceitação.

Já na última coleção desenvolvida, a coleção de alto verão 2024/2025, constatamos que 80% dos produtos em 3D selecionados para a coleção avançaram diretamente para a amostra pré-produção. Além da prototipagem 3D, vale ressaltar o projeto do Corpo Feminino Hering, também realizado em 2023, cujo objetivo foi compreender o corpo real da mulher, para poder ser utilizado em manequins físicos e digitais, gerando mais identificação.

# Economia circular

Reconhecemos que estamos inseridos em uma indústria historicamente conhecida por ser de grande impacto ambiental e que enfrenta diversos obstáculos relacionados à quantidade de resíduos gerados, emissões de gases de efeito estufa e ao modelo de negócio linear em que atua. Por isso, buscamos inovar em iniciativas de circularidade e soluções para escalar os modelos já existentes.

O Grupo SOMA pensa a circularidade no pré e pós consumos. A aceleração da economia circular na empresa considera escolhas de matérias-primas responsáveis, reaproveitamento de resíduos e sobras, extensão da vida útil de roupas e acessórios, além de logística reversa para reciclagem e melhores alternativas de descarte. No último ano, mais de 237 mil peças receberam um novo destino por meio de projetos de circularidade.

Ao olharmos para esta frente, pensamos em agregar, ou manter valor em cada etapa do pré e do pós-consumo — diferentemente do modelo linear de produção, no qual os insumos e as peças vão perdendo valor à medida que são usados. Então, um dos nossos maiores desafios está em repensar a maneira como produzimos e como consumimos roupas. Esta é uma questão cultural, no que diz respeito à evolução dos nossos processos industriais e à mudança de hábitos por parte da sociedade. A boa notícia é que já temos soluções viáveis, que podem ser escaladas.

Outro ponto de atenção em relação à circularidade está relacionado à logística reversa, ou seja, como podemos criar o hábito de devolver peças de roupa usadas nos pontos de venda nos quais peças novas são compradas, garantindo a correta destinação dos itens recebidos e, ainda, aproveitando rotas e frotas de transporte já existentes, evitando custos extras e emissões de carbono adicionais.

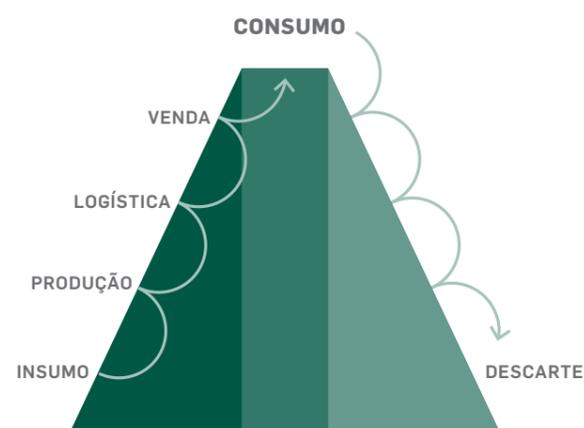
Com a expansão das iniciativas de moda circular, todos os elos da cadeia de valor precisam se adaptar. A cadeia de suprimentos, por exemplo, precisa estar preparada para oferecer matérias-primas que sejam passíveis de reciclagem (fibras renováveis) e que tenham maior durabilidade, para que seu ciclo de vida seja prolongado. Já o time de Logística passa a pensar não somente a entrega, como também a devolução das peças. Por sua vez, estilistas que idealizam o *design* de produto precisam desenhar para aumentar a reciclabilidade das roupas além de pensar no reaproveitamento máximo de matérias-primas, trabalhando coleções de *upcycling*.

Assim, temos o objetivo de reduzir e reaproveitar da melhor forma possível as nossas sobras. E, uma vez que existam peças, rolos de tecido ou sobras/aparas de corte, olharemos para as alternativas que gerem valor para estes materiais. Com isso, são considerados os KPIs para diferentes frentes:

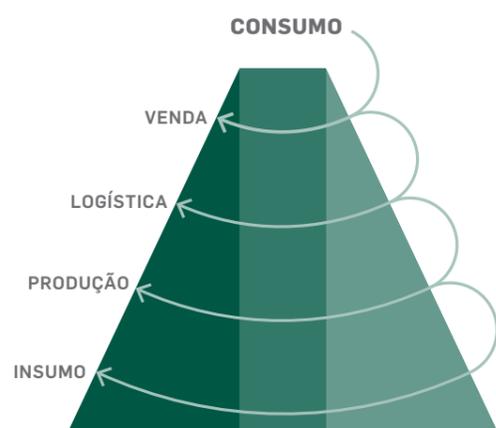
- Iniciativas de *second hand* – número de peças recirculadas, receita gerada;
- Iniciativas de doações – número de pessoas impactadas, toneladas de sobras reaproveitadas, renda gerada para grupos em vulnerabilidade social;
- Iniciativas de desfibragem e reciclagem – toneladas de tecidos desviados do aterro sanitário, reaproveitamento de matéria-prima (incluindo ouro) e receita gerada.

Todos estes projetos têm indicadores ambientais, sociais e financeiros considerados. Muitas vezes, o que para nós seria descartado, para outros negócios é insumo. Ao conectar estes diferentes elos da cadeia, conseguimos capturar sinergias, dar uma tratativa ambientalmente adequada, impactando positivamente grupos vulneráveis e gerar receita para o negócio. Em 2023, por exemplo, tivemos mais de R\$ 3 milhões de receita somente com as iniciativas de desfibragem e venda de recicláveis.

Economia linear



Economia circular



No que diz respeito aos fornecedores que nos acompanham nesta jornada, buscamos parceiros que compartilhem dos mesmos valores e compromissos com a sustentabilidade, ética e impacto social positivo, ou seja, que estejam genuinamente envolvidos com a temática ESG. Isso inclui transparência e responsabilidade sobre suas práticas e processos de produção. É fundamental que sejam capazes de oferecer produtos que atendam aos padrões de qualidade, ao mesmo tempo em que buscam constantemente novas soluções e abordagens inovadoras. Também estamos atentos se o parceiro possui certificações ou reconhecimentos relevantes na área de sustentabilidade e moda circular.

Estamos também interessados na evolução intersetorial para construção coletiva de uma moda mais limpa. Por isso, em 2024, estamos participando de um projeto para o desenvolvimento de um novo fio reciclado, em parceria com outros *players* do mercado. Temos dentro de casa todo o *know-how* da indústria Hering, portanto, queremos colaborar com a iniciativa e aprender com as demais empresas participantes.



**Práticas no Grupo SOMA:**

**1**  
*Pré-consumo, no estágio de fibra*

- Preferência ao uso de fibras com maior reciclabilidade: monomateriais, naturais ou recicladas;
- Investimento na regeneração de ecossistemas e fomento à produção de fibras naturais e orgânicas.

**2**  
*Pré-consumo, no estágio de produção*

- Iniciativas nas etapas criativas para redução da geração de sobras;
- Reaproveitamento de sobras de matéria-prima e aviamentos existentes para produção própria ou de terceiros em parcerias de *upcycling*;
- Reciclagem industrial de aparas de corte a fim de que sejam incorporadas em novos fios e materiais;
- Doação de pontas de corte para grupos de artesãos com o objetivo de reaproveitamento e geração de renda.

**3**  
*Pós-consumo*

- Educação para clientes sobre como cuidar das peças de roupa preservando sua qualidade por mais tempo (lavagem, secagem, passadoria);
- Conserto para prolongar a vida útil das peças e manter a funcionalidade;
- Devolução de peças usadas por clientes em mecânicas de logística reversa em lojas;
- Doação de peças obsoletas e/ou usadas para projetos de *upcycling* e responsabilidade socioambiental;
- Revenda em plataformas de segunda mão para outros clientes.

## Menos sobras, melhor destino GRI 306-2

Estabelecemos colaborações com diversos projetos com o objetivo de reduzir nossa pegada ambiental e criar valor social e ambiental compartilhados. A primeira ação é trabalhar para ter menos sobras, e, a partir do excedente existente, garantir um destino adequado. Nesse contexto, direcionamos as sobras geradas em nossos processos para reaproveitamento interno pelas marcas, vendas em outros canais como o *outlet*, desenvolvimento de linhas de *upcycling*, doações e desfibragem. Dessa forma, o que não teria mais utilidade para o Grupo, passa a ser transformado por artesãos e artesãs em novos produtos e em fonte de renda.

Em 2023, geramos 5.503,05 toneladas de resíduos. Destas, 60% (3.341,51 t) foram recuperadas, sendo que 100% dos resíduos têxteis foram destinados para a reciclagem.

Para nossas pessoas colaboradoras, desenvolvemos e aplicamos diversos treinamentos sobre o tema, focando em ações ecoeficientes. Além disso, também foram realizados treinamentos para a cadeia de valor.

As ações para aumentar a eficiência da gestão de resíduos se tornaram mais potentes através da parceria com a Eurofios, que realiza a reciclagem dos retalhos de tecido da cadeia da moda e os transformam em insumos para seus clientes.

Em 2023, o Grupo SOMA evoluiu consideravelmente na gestão de resíduos, aprimorando suas práticas internas e sua relação com fornecedores neste tema, em alinhamento às diretrizes estabelecidas tanto na Política de Sustentabilidade, quanto no Código de Ética dedicado a esse público. Ambos os documentos estão integralmente de acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

**mais**  
*limpa*

Temos evoluído na gestão de resíduos. Em 2023, recuperamos 3.341,51 toneladas por meio de reciclagem.

Alinhado a isso, o Grupo SOMA elaborou um Guia de Boas Práticas para Fornecedores, com orientações acerca de diversos temas ESG. Indicamos aos fornecedores que priorizem a reutilização, reaproveitamento e reciclagem, respeitando sempre a destinação final ambientalmente adequada, fomentando também a melhoria contínua de processos ecoeficientes. Além disso, em 2023 foi realizado um *webinar* para a cadeia de fornecedores com foco na temática de resíduos sólidos, para letrar e engajar cada vez mais esse público sobre a importância do gerenciamento dos resíduos e da coleta seletiva, bem como das práticas mais sustentáveis para a destinação adequada dos resíduos, conforme determina a Política Nacional de Resíduos Sólidos.



## Reaproveitamento para criação do novo

Nossas marcas têm enxergado cada vez mais valor nas sobras têxteis em estoque na hora de pensar em novas peças. Do ponto de vista da circularidade na moda, a matéria-prima mais responsável é aquela que já existe uma vez que não é preciso utilizar novos recursos naturais. Em 2023, o reaproveitamento esteve presente na criação dos seguintes produtos:

- Coleção-cápsula de Dia dos Pais da Foxton (inverno 23), com reaproveitamento de 2.400 metros de sobras de matéria-prima em estoque para a produção de 2.230 novas peças.
- Já na Friday Colorida da Fábula, 27 mil peças foram produzidas reutilizando mais de 16 mil metros de tecido parados no estoque.
- A Cris Barros criou *seedings* especiais com matéria-prima dos arquivos da marca. Em 2023, foram produzidas 646 *nécessaires* feitas a partir de tecidos

de coleções anteriores, cada uma com um bordado diferente, para presentear clientes da marca em eventos. Ao todo foram reaproveitados 646 botões de estoque e 87 metros de tecido.

- A Maria Filó criou uma coleção inédita para Black Friday (com vendas exclusivas para o *site* e *app*), com peças desenvolvidas a partir de sobra de matéria-prima de coleções anteriores. Foram 1.671 peças vendidas, sendo que a maioria das peças esgotou no mesmo dia em que foram disponibilizadas.

**mais  
limpa**

Novas coleções foram produzidas por diversas das nossas marcas com reaproveitamento de tecidos parados em estoque.

## Fluxo da Hering

Atualmente, a Hering busca fazer o reaproveitamento de suas sobras de estoque disponibilizando-as, inicialmente, para o uso entre as marcas do Grupo, em futuras coleções e *collabs*. Depois de oferecidas ao estilo, as sobras são disponibilizadas para a venda externa, e outras empresas e terceiros podem comprar os saldos, desde que se adequem a algumas regras comerciais.

O time de Planejamento de Demanda, por meio de regras de estoque e análises, determina quais matérias-primas serão classificadas como sobras e faz essa disponibilização, criando uma lista de transmissão via sistema com a transferência do material.

A matéria-prima chega fisicamente ao depósito, onde é vendida para clientes (varejistas e confecções). No ano de 2023, foram vendidas mais de 1.300 toneladas de malhas beneficiadas, 700 mil metros de tecidos e 65 toneladas de malha crua.

A Cia. Hering ainda conta o projeto MFO (*Made for Outlet*) que consiste na criação de produtos desenvolvidos com sobras de matéria-prima. As peças são vendidas no Sam's Club, Privalia, Dafiti, Zattini, entre outros. No ano de 2023, foram 674 metros de tecido (500 peças) e 6.963 kg de malhas que se transformaram em 29.802 peças (165 artigos/cor).

Doações de tecidos para instituições como o Senai — Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial e a Fundação Hermann Hering (em volumes e recorrências bem menores), também ocorrem. A venda de aparas têxteis é feita integralmente à Eurofios.



## Doações para geração de renda

Uma das estratégias complementares para destinar de forma ambientalmente adequada as nossas sobras têxteis é pela doação de retalhos do corte (pedaços de tecido maiores que as aparas enviadas para desfibragem\ reciclagem na Eurofios) e rolos de tecido para parceiros. Em 2023, o Grupo SOMA doou mais de 45 toneladas que, com muita criatividade, foram transformadas em mais de 181 mil produtos. O total de 15 projetos de responsabilidade socioambiental foram beneficiados, impactando positivamente a vida de aproximadamente 10.800 pessoas em vulnerabilidade social. Com o objetivo de estimular o empreendedorismo e pequenos negócios, além do empoderamento de grupos sub-representados, mapeamos a geração de renda indireta a partir das nossas doações, que somam R\$ 3.850.401,00.

Nos últimos anos, temos trabalho para mensurar cada vez melhor os indicadores ambientais, sociais e econômicos, pois entendemos que uma gestão robusta de resíduos têxteis tem interface com os três pilares da Agenda ESG. Mais informações sobre o pilar social podem ser encontradas no capítulo Comunidade e no aperfeiçoamento da nossa estratégia com estruturação na frente de Responsabilidade social (saiba mais na página 240).

## Conheça nossos parceiros:

### *Oficina Muda*

(que abarca o projeto Rede Asta)

28,43 toneladas

A Oficina Muda atua como um facilitador de uma moda mais sustentável, com um gerenciamento de resíduos têxteis inovador e original. É um empreendimento multimarca de moda *upcycling* que seleciona, analisa, reaproveita e repara peças de descarte de marcas parceiras dando nova vida a esses produtos.

Parceiras desde 2015, roupas da FARM, Maria Filó e Foxton são encaminhadas para ganharem uma nova vida na Oficina Muda. Em nove anos, mais de 612 mil peças foram ressignificadas, o equivalente a cerca de 270 toneladas de materiais que foram desviados do aterro sanitário. Em 2023, esse montante foi de 28,43 toneladas.

A doação de matérias-primas como retalhos de tecido para a Rede Asta também é intermediada pela Oficina Muda. Só em 2023, foram 157.347 produtos feitos por aproximadamente 300 artesãs.

Parcerias como a Oficina Muda e a Rede Asta fazem parte da estratégia ESG do Grupo SOMA. E, como o pilar ambiental está diretamente conectado ao social, a gestão de resíduos têxteis de forma ambientalmente correta é atrelada ao impacto positivo para as pessoas.

### *Fundação Hermann Hering*

0,41 tonelada

Por meio da Fundação Hermann Hering, desenvolvemos o Retrama que, a partir de resíduos têxteis, pratica o *upcycling*. São itens desenvolvidos colaborativamente entre a equipe da Fundação e cooperativas de costureiras. Desde 2017, o projeto já ressignificou mais de 2,7 toneladas de tecidos, transformados em mais de 20 mil peças, incluindo *ecobags*, cachepôs, aventais, *nécessaires*, entre outros. Em 2023, foram 412 kg de tecidos reaproveitados.

### *Mulheres do Sul Global*

5,98 toneladas

Mulheres em situações de refúgio e vulnerabilidade social recebem treinamento em costura (em um ateliê), utilizando os tecidos que recebem como doação. Dessa forma, são reintegradas à sociedade e passam a se dedicar à produção e venda de seus próprios produtos, seguindo os princípios da economia circular e do reaproveitamento de peças.

### *AESM*

4,60 toneladas

Sobras de tecidos do Grupo SOMA foram doadas para a Associação das Escolas de Samba Mirins (AESM), do Rio de Janeiro. Os insumos foram a base para as fantasias de 17 agremiações de crianças. Com essa iniciativa, os materiais ganharam nova vida e favoreceram a manifestação cultural por meio do trabalho da instituição.

### *Outras parcerias*

6,56 toneladas

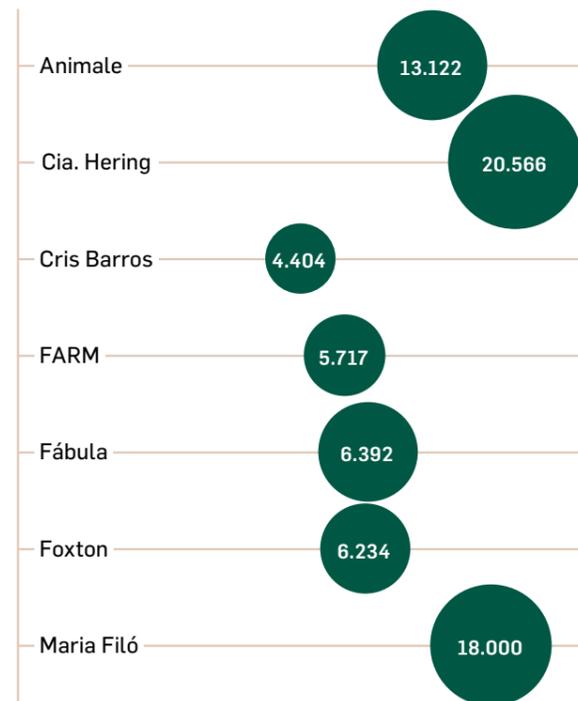
Diversas outras iniciativas sociais de menor porte estão sendo beneficiadas com nossas doações de materiais, visando estimular o empreendedorismo e a criação de oportunidades de trabalho.

**mais  
limpa**

45 toneladas de retalhos de tecidos transformadas em 181 mil produtos por 15 projetos de responsabilidade social gerando + de R\$ 3,8 milhões em renda.

## Feirinhas para nossa gente

Existem diversas opções para assegurar um destino consciente para nossos excedentes. Além de doar tecidos e produtos finalizados, reciclar sobras do corte, bazares *on-line* nas plataformas das marcas, vender na Off Premium e fazer consertos em peças danificadas, também realizamos a circulação interna de produtos entre as pessoas colaboradoras. Protótipos ou peças não vendidas nas lojas físicas e *on-line* ganham um espaço dentro de nossas instalações para que nossa equipe tenha acesso a produtos com descontos ainda maiores do que os praticados normalmente. Em 2023, mais de 74 mil peças foram vendidas nesses formatos. O montante representa 0,13% do total de peças produzidas pelo Grupo SOMA.



### PROGRAMAS DE LOGÍSTICA REVERSA NO PÓS-CONSUMO:

Nosso propósito é garantir que nossas peças de vestuário sejam utilizadas por várias pessoas e tragam felicidade a cada uma delas, com a vida útil dos produtos prolongada. Para alcançar esse objetivo, priorizamos a excelência na qualidade e durabilidade.

#### FARM + Enjoei

A FARM foi pioneira em uma parceria com um dos maiores *e-commerce* de segunda mão do país, o Enjoei. Esta é uma parceria que estimula a recirculação de roupas através da venda e reuso de peças previamente utilizadas. Por meio de um sistema perene de devolução, a consumidora entrega roupas em 23 lojas FARM participantes em bom estado e recebe um desconto na aquisição de novas roupas. Os produtos recolhidos são enviados para o *site* Enjoei e revendidos na loja enju-farm. No ano de 2023, 1.062 peças foram revendidas neste formato.

#### Animale Vintage

É uma iniciativa para incentivar a economia circular, por meio de campanhas anuais de troca. Em um período de 30 dias, as lojas recebem artigos da marca usados dos clientes, que podem ser trocados por descontos em futuras aquisições. Depois, as peças recolhidas são revendidas na própria

loja, em bazares com renda revertida para projetos de responsabilidade social. Outra parte dos produtos é doada para beneficiar parceiros.

Em 2023, o programa coletou 168.400 peças. Foram comercializadas 4.656 peças nas lojas da Animale, uma alta de 62% em relação ao ano anterior e que resultou em uma receita de aproximadamente R\$ 610.151. Destes, R\$ 145 mil foram investidos na 2ª edição do Lab de Moda do Instituto Donas de Si (saiba mais na página 232).

Mais de 100 mil peças desta iniciativa foram doadas para oito projetos de responsabilidade socioambiental que apoiam grupos marginalizados e em situação de vulnerabilidade social.

- Amigos do Bem: 25.052 peças
- Redes da Maré: 23.848 peças
- Fundação Angelica Goulart: 20.609 peças
- Volo: 14.346 peças
- Banco da Providência: 7.612 peças
- CFX Confecção e Comércio: 5.253
- Instituto Castanheiras: 1.427 peças
- Gerando Falções: 5.000 peças



Confira a linha do tempo de Animale Vintage e os resultados:

## 2017 1ª edição

- **40 mil** peças arrecadadas;
- **5.100** peças doadas para instituições diversas, entre elas, o Instituto da Criança.

## 2019 2ª edição

- **80 mil** peças arrecadadas;
- **R\$ 163.030,00** de lucro\*;
- **R\$ 83.145,00** revertidos em doações para a ONG Mulheres do Sul Global.

## 2021 3ª edição

- **70 mil** peças arrecadadas;
- **R\$250.483,00** de lucro;
- **R\$99.692,25** investidos socialmente e revertido em doação para o Instituto Dona de Si;
- **20 mil** peças disponibilizadas para a Dress&Go, destas, 665 foram doadas para a ONG Gerando Falcões.

## 2023 5ª edição

- **168.400** peças arrecadadas;
- **R\$ 610.151,00** de lucro;
- **R\$ 145 mil** investidos no Lab de Moda do Instituto Donas de Si;
- **Mais de 100 mil peças** foram doadas para oito organizações não governamentais.

## 2022 4ª edição

- **170 mil** peças arrecadadas;
- **R\$ 160 mil** de lucro investido socialmente no Instituto Dona de Si;
- **134.582** peças doadas para seis organizações não governamentais.

\*Os pilares desta ação envolvem a arrecadação de peças doadas voluntariamente por clientes da marca, que, ao fazerem a sua doação, recebem um desconto para a aquisição de um novo item. A receita com essa venda é parcialmente garantida para projetos sociais voltados para o empreendedorismo feminino, além das peças arrecadadas serem destinadas a parceiros estratégicos, com fim útil e ambientalmente adequado.

## Gold to go – Trunk Show

A Animale Oro possui o projeto *Gold to Go*, em que as clientes são convidadas a levar às lojas suas joias para as quais gostariam de dar um novo destino. As joias coletadas — tanto de Animale Oro, como de outras marcas — são reinseridas na cadeia, remodeladas, e se tornam matéria-prima para outras coleções. Em 2023, recebemos 5.801 kg de ouro, que foram utilizados para o desenvolvimento de novas joias.





## Consertar para durar

Algumas marcas do nosso Grupo oferecem serviço de reparo para suas clientes em todas as lojas, tanto de peças de coleções atuais quanto antigas. Partindo do princípio que roupas de qualidade podem e devem ter seu ciclo de vida estendido para honrar o propósito de durabilidade como um atributo de sustentabilidade, só em 2023, mais de 43 mil peças foram consertadas na NV e 36 mil na Cris Barros.

Todas estas iniciativas estão alinhadas com a meta pública do Grupo SOMA de ser aterro zero até 2030.

## RESPONSABILIDADE TAMBÉM NAS EMBALAGENS

### Parceria eureciclo

Em 2022, pela primeira vez, todas as marcas do Grupo SOMA adotaram a estratégia de compensação de embalagens por meio do selo eureciclo, e esta estratégia se manteve em 2023. Essa iniciativa começou em 2018, com a Maria Filó e depois foi expandida para as demais marcas. Em 2023, a parceria colaborou para a reciclagem de cerca de 1.800 toneladas de materiais como papel, papelão e plástico, que foram encaminhadas para mais de 300 centrais de triagem espalhadas por todos os estados do Brasil, incluindo o Distrito Federal.

**mais**  
*limpa*

Apenas em 2023, mais de 43 mil peças foram consertadas na NV e 36 mil na Cris Barros.

# Resíduos GRI 3-3

O Grupo SOMA é ciente dos possíveis impactos inerentes à indústria da moda, geradora de grande volume de resíduos têxteis e não têxteis. Para evitar, ao máximo, sobras e desperdícios, o Grupo prioriza a redução e que os resíduos, têxteis ou não têxteis, tenham reaproveitamento em iniciativas de circularidade ou destinação correta. Um dos principais objetivos, em linha com a meta de nos tornarmos aterro zero até 2030, é evitar o descarte irregular dos resíduos em lixões que acabam por alcançar e poluir águas subterrâneas e o solo por conta da produção de chorume sem qualquer tipo de controle. Outra consequência é a geração de gases de efeito estufa e a proliferação de organismos vetores de doenças. Esses riscos ambientais são monitorados em diversas instâncias, sendo a mais alta delas o Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (CRAF), que faz reportes ao Conselho de Administração.

O acompanhamento dos indicadores de resíduos das unidades administrativas e fabris é feito mensalmente por meio da CICE (Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente), inclusive com as classificações por tipo de resíduo e tecnologia de tratamento adequada. Os dados são documentados por meio dos MTRs (Manifestos de Transporte de Resíduos) e CDFs (Certificados de Destinação Final).

Além disso, temos os Procedimentos Operacionais (POs) e Fichas de Instrução de Trabalho (FITs) que norteiam as atividades a serem realizadas nos setores industriais, visando otimização de recursos e redução de desperdícios. Em 2023, não tivemos qualquer multa ou ações que causaram prejuízo social e ambiental para as comunidades no entorno de nossas operações.

No ano de 2023: doamos 45 toneladas de sobras têxteis, compensamos 1,8 tonelada de embalagens, reciclamos 1.919,45 toneladas de resíduos têxteis, vendemos mais de 1.365 toneladas de tecido e malha, e reciclamos 1.235,16 toneladas de papel, plástico e sucatas.

O Grupo SOMA privilegia, sempre que possível, o reaproveitamento dos materiais em setores internos e na cadeia, promovendo a economia circular. Fazemos isso de diversas formas, seja por meio de reinserção de sobras na produção, revenda de matérias-primas, reciclagem têxtil, doações de tecidos e peças a parceiros, promovendo geração de renda. Quando não é possível privilegiar a circularidade, nossos resíduos recicláveis são enviados para parceiros que garantem a correta destinação.

O Grupo SOMA adotou a coleta seletiva em suas unidades, com o intuito de reciclar ao máximo os produtos descartados. Por meio de parcerias com cooperativas de reciclagem e empresas especializadas, asseguramos o descarte apropriado dos resíduos. Já com o Grupo Eurofios, buscamos aumentar a eficiência na gestão de resíduos têxteis, utilizando as sobras do corte para produzir novos tipos de fio ou insumos para outras indústrias. A tecnologia também contribui para isso, já que adotamos um *software* inteligente nas nossas linhas de corte, que contribui para maior aproveitamento de tecido, gerando menos resíduos têxteis.

Em 2023, geramos 5.503,05 toneladas de resíduos:

**100%**  
*dos resíduos têxteis foram destinados para a reciclagem.*

**3.341,51 t**  
*foram recuperadas, por meio da reciclagem e do coprocessamento.*

Em 2023, mantivemos 100% dos nossos resíduos de tecido encaminhados para reciclagem. Por meio dos mecanismos de controle dos órgãos ambientais, realizamos o acompanhamento, monitoramento e a avaliação da efetividade da gestão de resíduos da empresa, conforme citado anteriormente.

Reforçamos sempre a percepção de que a sustentabilidade corporativa, incluindo a gestão de resíduos, é uma responsabilidade que deve ser compartilhada por todas as pessoas colaboradoras. Nessa direção, promovemos ações internas e orientamos nossos fornecedores que priorizem a redução, reutilização, reaproveitamento e reciclagem de materiais, seguindo a ordem de importância definida na Política Nacional de Resíduos Sólidos. De acordo com o conceito do *Net Zero*, nosso objetivo é reduzir ao máximo as emissões de gases de efeito estufa ligadas ao nosso escopo 3 até 2050, neutralizando apenas as emissões inevitáveis. Estas emissões estão relacionadas às atividades de nossos fornecedores, à logística envolvida e ao descarte de resíduos.

Em 2023, intensificamos nosso diálogo com a cadeia de suprimentos para garantir que nossos padrões sejam seguidos, com foco em fortalecer essa parceria por meio de treinamentos, compartilhamento de diretrizes e monitoramento dos indicadores ambientais dos parceiros. Definimos nossas metas estratégicas em consonância com tais métricas. Avaliamos os avanços e mantemos contato com os departamentos relacionados para impulsionar seu desenvolvimento. Adicionalmente, apoiamos cooperativas de catadores de materiais recicláveis que estão sob nossa área de influência, remunerando o serviço ambiental prestado de maneira a beneficiar mais de 60 famílias. Além disso, também temos a meta de compensar, anualmente, nossas embalagens feitas de materiais recicláveis.



**Geração de resíduos, etapa por etapa** GRI 3-3; 306-1

Etapa	Cadeia	Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Produção do fio	Upstream	Tecido de origem vegetal (como algodão e viscose): desperdício pelo insumo não ser utilizado totalmente.	Tecidos podem conter traços de defensivos agrícolas que, embora controlados por lei, podem causar impactos ao meio ambiente.	O linho pode ser 100% aproveitado (a planta também é utilizada na indústria alimentícia). As produções em couro aproveitam os resíduos da pecuária e, quando rastreadas e tratadas de forma correta, geram descartes mínimos.
		Tecido de origem química: emissões de gases de efeito estufa (por exemplo, gás metano muitas vezes não utilizado no processo).	Gasto energético e emissão de dióxido de carbono (CO <sub>2</sub> ) na fabricação.	Inclusão de matéria-prima no escopo 3 do inventário de emissões, fomentando o monitoramento de materiais que são provenientes de fontes não renováveis, possibilitando assim sua neutralização.
Tecelagem / Malharia	Upstream	Gases do processo de combustão.	Consumo de energia, que normalmente é originada de combustão, processo que gera calor e pode levar à redução da qualidade do ar local e intensificação da concentração de gases na atmosfera, contribuindo para o agravamento do aquecimento global.	Inclusão de matéria-prima no escopo 3 do inventário de emissões, fomentando o monitoramento de materiais que são provenientes de fontes não renováveis, possibilitando assim sua neutralização.
Tingimento e Estamparia	Upstream	Efluentes e químicos.	Risco de impacto a corpos hídricos, em caso de descarte de grandes volumes de águas residuárias.	Redução do uso de água, consumindo-a de forma responsável e buscando fornecedores que possuem boas práticas de gestão de água, principalmente em áreas de escassez hídrica. Toda água utilizada internamente na indústria de Cia. Hering é devolvida tratada ao meio ambiente.
Pilotagem	Interna	Rolos de tecido, peças-piloto, papel e plástico.	Impacto econômico devido às sobras de rolos de tecido. Interferência negativa na logística pelo armazenamento ineficiente das sobras.	Doação de rolos para apoiar o negócio de pequenas artesãs (saiba mais na página 140).
Corte	Interna	Retalhos de tecido, pontas de rolo, papel e plástico.	A disposição final inadequada de sobras, retalhos e produtos pós-consumo pelo consumidor em aterros pode contribuir para aumentar o impacto ambiental em solos e lençóis freáticos.	Doação de pontas de rolos e reaproveitamento de sobras para criação de novas coleções.
Costura	Downstream	Aviamentos, retalhos de tecido, roupas fora do padrão de qualidade, agulhas e óleo das máquinas.	Ambientais: desperdício pela extração de matéria virgem para uso na produção de aviamentos e tecidos que acabam não sendo utilizados na produção; lotação dos aterros e possível contaminação de solos e lençóis freáticos.	A rastreabilidade dos resíduos da cadeia é um dos tópicos ambientais que estão no radar do Grupo SOMA. Em 2022, iniciamos um mapeamento sobre a gestão de resíduos nos fornecedores, sensibilizando os mesmos sobre as boas práticas adotadas também internamente.
Venda	Interna	Papel e plástico de embalagens, roupas fora do padrão de qualidade.	Disposição incorreta de resíduos plásticos e dispersão de microplásticos nocivos.	O Grupo SOMA evita o uso de plástico nas embalagens que chegam aos clientes finais, além de realizar estudos para desenvolver embalagens mais sustentáveis. Nas lojas de <i>shoppings</i> e no <i>e-commerce</i> , o papelão é reaproveitado internamente e só após é direcionado para reciclagem ou aterro. Roupas fora do padrão de qualidade são direcionadas para a Oficina Muda, que realiza o trabalho de <i>upcycling</i> .

Etapa	Cadeia	Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Uso	Downstream	Microfibras.	Gasto de energia na lavagem e processo de passar a roupa. Durante a higienização de peças sintéticas, microfibras acabam sendo lançadas nos corpos d'água.	Iniciativas de educação por meio da rotulagem sobre a melhor forma de cuidar das roupas, tanto para sua utilização, como para disposição final.
Descarte	Downstream	Roupas pós-consumo.	Ao final do ciclo da vida, produtos comercializados podem ser direcionados indevidamente por seus usuários e consumidores a aterros (controlados ou não) ou receber ainda outras destinações inadequadas. Os impactos na fauna e flora, especialmente tratando-se de tecidos com base polimérica, podem se estender no tempo.	Globalmente, menos de 1% das roupas são recicladas, em parte devido à inexistência de tecnologias apropriadas. As iniciativas do Enjoei e Animale Vintage são responsáveis por estender o ciclo de vida das peças (saiba mais na página 142).
Administração	Upstream, interna e downstream	Resíduos comuns: gerados em todas as etapas do processo.	Lotação de aterros, assim como a destinação final inadequada com potenciais impactos em solos, rios e mares.	Gerenciamos os resíduos de forma a reduzir sua geração.
		Resíduos recicláveis: gerados em todas as etapas do processo.	Considerável uso de energia para seu beneficiamento.	Trabalho por meio de cooperativas de catadores.
		Resíduos perigosos: gerados em todas as etapas do processo.	São altamente impactantes ao meio ambiente devido às quantidades de metais pesados e substâncias tóxicas.	Destinação ambientalmente adequada.



# Mudanças climáticas GRI 3-3

Apesar de, atualmente, ainda não haver um mercado regulamentado de carbono no Brasil, o Grupo SOMA assumiu, em 2021, o compromisso voluntário na gestão de emissões de gases de efeito estufa (GEE) nos escopos 1, 2 e 3. As emissões são mapeadas nos inventários de gases de efeito estufa anuais, seguindo a metodologia do GHG Protocol, e compensadas por meio de investimentos em créditos de carbono provenientes de projetos de restauro florestal ou de geração de energias renováveis. Além do investimento na compensação de suas emissões e em ações de redução das mesmas, a Companhia também acredita que o reflorestamento é uma iniciativa eficaz para remoção de carbono da atmosfera e, por isso, o programa “Mil árvores por dia, todos os dias”, da FARM, contribui para o combate às mudanças climáticas, com mais de 1,4 milhão de árvores destinadas ao plantio no Brasil.

Anualmente, o Grupo SOMA aprimora suas estratégias e objetivos referentes às alterações climáticas. Entendemos também que as mudanças do clima têm relação direta com impactos sociais, em especial para pessoas em vulnerabilidade social. Isso torna o tema ainda mais importante para nós.

Ao aderirmos ao Pacto Global, assumimos responsabilidades de *Net Zero* em consonância com as Agendas 2030 e 2050. Então, desde 2021, passamos a planejar nossas diretrizes de curto, médio e longo prazos com foco em iniciativas que estejam alinhadas à ciência, levando em conta a modernização dos procedimentos operacionais da organização por meio de opções mais eficazes em relação às emissões de GEE. Com o aumento da nossa maturidade, vieram também os compromissos com as metas de redução alinhadas ao SBTi — Science Based Targets initiative. Também fazemos parte do Fashion Charter for Climate Action. Traçamos, assim, estratégias de curto (até cinco anos), médio (5 a 10 anos) e longo (de 10 a 30 anos) prazos, considerando ações que contemplam a transição dos nossos processos operacionais, sempre que possível, por alternativas mais eficientes do ponto de vista ambiental, investindo na economia de baixo carbono. Além disso, respondemos o  $iCO_2$ , índice de carbono eficiente da B3.



## SBTi

Submetemos nossas metas de redução de emissões ao SBTi, iniciativa do CDP, Pacto Global, Instituto de Recursos Mundiais e Fundo Mundial para a Natureza, que avalia as metas das empresas usando bases científicas.

O SBTi desenvolve parâmetros, diretrizes, ferramentas e orientações de atendimento voluntário que, com base na ciência, permitem às empresas definirem metas de redução de emissões de GEE em linha com o compromisso global previsto no Acordo de Paris, para limitar o aquecimento global em até 1,5 °C e atingir zero emissões líquidas até 2050.

Comprometemo-nos com duas metas, uma de curto prazo (2030) e outra de longo prazo (2050). Para a meta de curto prazo, definimos uma redução de emissões de 42% para os escopos 1 + 2 e de 51,6% para o escopo 3 com base em quantidade de peças produzidas. Para a meta de longo prazo, nosso objetivo é reduzir em 90% nossas emissões do ano-base (2022), alcançando assim o *Net Zero*, e neutralizar as emissões inevitáveis remanescentes.

Os percentuais acima contidos na proposta de meta submetida pela Companhia, cuja chancela do SBTi deve ocorrer em até seis meses, buscam refletir o entendimento técnico mais atual, baseado na ciência, aplicável ao setor econômico em que as atividades do Grupo SOMA se inserem, conforme parâmetros e diretrizes do próprio SBTi, que entre outras variáveis também considera a aplicação de tecnologias técnicas e financeiramente viáveis.

As possibilidades e desafios ligados à crise climática e analisados pelo Grupo SOMA têm o poder de causar mudanças significativas em como operamos, geramos receitas e administramos despesas. Mapeamos os perigos naturais, relacionados aos fenômenos climáticos, e os perigos de transição, que incluem modificações de comportamento e novas políticas alinhadas à nossa estratégia ESG. Entre os perigos naturais, ressaltamos a possibilidade de distúrbios causados em decorrência das ações humanas, por mudanças no clima, como ventos fortes e chuvas intensas, que podem afetar diretamente nossas instalações,

procedimentos de logística, estoques de materiais e a cadeia de suprimentos.

A falta de precipitação também é um fenômeno que pode impactar nossos procedimentos de abastecimento.

Aderimos às diretrizes do Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) em relação aos riscos de transição. Identificamos: riscos de mudanças em políticas, de reputação, de mercado e tecnológicos como os principais que podem impactar nossa organização (veja nosso Relatório TCFD na página 284).

## Metas e estratégias para diminuir emissões\*

### **Curto prazo:**

Transição energética para fontes renováveis nas unidades administrativas e fabris até 2025.

### **Médio prazo:**

Metas de redução ligadas à Agenda 2030 em submissão ao SBTi, adoção de alternativas biogênicas para diminuir emissões do escopo 1, transição da matriz energética das lojas para solar e/ou eólica (emissões escopo 2), redução em 45% no consumo de água e geração de efluentes até 2030, e meta de aterro zero até essa mesma data. Investimentos em novas tecnologias e equipamentos que causem menos emissões.

### **Longo prazo:**

Meta de emissões líquidas zero de carbono até 2050 por meio de mais eficiência de processos, gestão de resíduos, compra de matérias-primas mais responsáveis e otimização de logística. Fortalecimento da cadeia de fornecimento e influência positiva em relação às práticas de responsabilidade socioambiental.

\*Ano-base das metas ambientais é 2022.



## Iniciativas

Essas metas e compromissos estão relacionados a projetos estratégicos da empresa, tais como:

- Aquisição de equipamentos como máquinas de menor relação de banho, além de melhorias de processos para redução do consumo de água.
- Transição energética para fontes renováveis, por meio de compra de energia solar/eólica via mercado livre de energia ou compra de I-RECs (Certificados de Energia Renovável).

- Redução de sobras e aceleração de projetos de circularidade — tais como Animale Vintage e FARM + Enjoei — além da destinação de tecidos para projetos de responsabilidade socioambiental.
- Plano de descarbonização, alinhado à estratégia das Metas SBTi.
- Substituição de combustíveis da frota logística por alternativas elétricas ou biocombustíveis. Em 2023, o Grupo SOMA iniciou essa estratégia com a utilização de um carro elétrico na unidade do CD Pavuna, no Rio de Janeiro, para realização das entregas diretas do CD para lojas da zona sul do Rio. O carro atendia às marcas Animale, FARM, Fábula, Foxtan e Maria Filó e rodou durante seis meses ao longo de 2023. Nesse período, sua utilização foi responsável pela economia de mais de 2.300 quilos de CO<sub>2</sub>e na comparação com as emissões de um caminhão convencional a *diesel*, o equivalente a aproximadamente 40 viagens de avião Rio de Janeiro x São Paulo.



## Estratégia de descarbonização:

Em março de 2024, a Companhia submeteu suas metas ao SBTi, conforme os parâmetros mencionados acima e aguarda a aprovação por parte da instituição. No que diz respeito ao seu plano de redução das emissões, o Grupo SOMA já tem mapeado e está em implantação de projetos relacionados a:

### ESCOPO 1:

- Substituir a combustão estacionária de combustíveis fósseis por fontes de energia limpa.
- Atualizar a frota própria de carros à gasolina ou a *diesel* por carros a etanol, biodiesel ou elétricos.
- Ao trocar, por obsolescência, aparelhos de ar-condicionado, considerar versões menos poluentes.

### ESCOPO 2:

- Migrar a matriz energética para fontes renováveis.

### ESCOPO 3:

- Ampliar a participação de matérias-primas certificadas nas coleções das marcas.
- Conscientizar pessoas colaboradoras para fazerem escolhas que gerem menos impacto na natureza, incluindo a utilização de meios de transporte menos poluentes.
- Desviar resíduos de aterros sanitários (em linha com a meta aterro zero, até 2030).

- Contratar transportadoras que tenham frotas movidas a etanol, biodiesel ou elétricas.
- Reduzir a frequência de viagens a negócio, sempre que possível, e buscar empresas aéreas que promovam ações de sustentabilidade

## Implicações financeiras com as mudanças climáticas GRI 201-2

O processo de identificação e avaliação dos riscos ambientais é feito em conjunto entre os times de sustentabilidade e de riscos do Grupo SOMA. São elencados diversos riscos que têm potencial impacto na Companhia, e os mesmos passam por um processo de avaliação, regido pela matriz de priorização de riscos e pela matriz de materialidade.

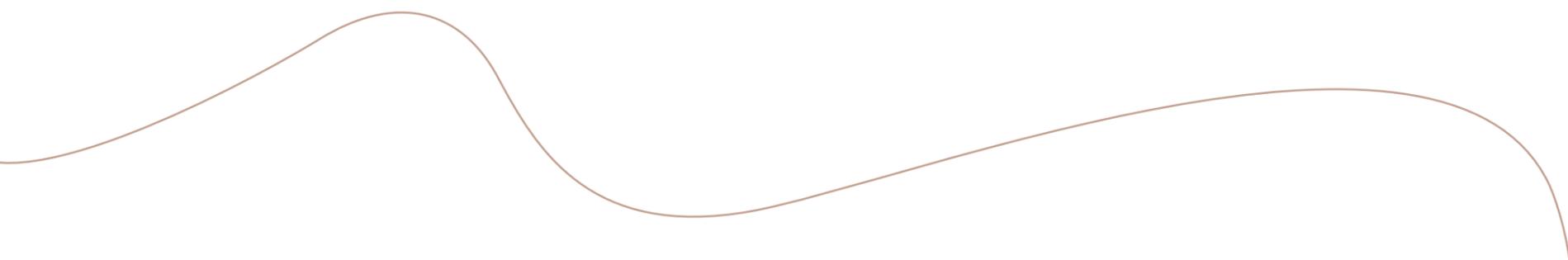
A Companhia está sujeita às leis e regulamentos ambientais, inclusive internacionais, e descumprimentos a tais normas podem afetar adversamente sua reputação, posição financeira e funcionamento de suas atividades.

No Grupo SOMA, os riscos ambientais e climáticos são avaliados com base nas recomendações do TCFD (Task Force on Climate Related Financial Disclosures), em linha com os reportes anuais ao CDP Disclosure Insight Action e metas baseadas na ciência desenvolvidas com base no modelo de gestão (*framework*) estabelecido pela The Science Based Targets initiative (SBTi). Desde 2021, o Grupo SOMA desenvolve ações para mitigar as consequências destes riscos.

## Risco: transição

Definição: associados a mudanças de hábitos e novas políticas durante a transição para uma economia de baixo carbono.

TIPOS	EXEMPLOS	IMPACTOS NO SETOR	MEDIDAS MITIGATÓRIAS
Novas políticas e riscos legais	Precificação do carbono: aumento dos valores dos créditos, implementação do mercado de carbono regulado, mais obrigações e aprimoramentos de reporte de emissões e respostas aos impactos climáticos causados.	Incertezas sobre regulamentações futuras. Aumento da precificação dos produtos em função do aumento da precificação e/ou taxação de emissões de gases de efeito estufa e da exigência de novos investimentos na frente de redução de impactos climáticos.	O Grupo SOMA optou por realizar não só o inventário de gases de efeito estufa, mas seu monitoramento e a criação de planos de ação para redução e compensação das emissões.
	Novas exigências de compensações de resíduos.		Foi realizada a compensação de carbono, antecipando o custo do crédito para compensação, de forma voluntária.
	Novas limitações em outorgas de água.		Além disso, a empresa se aliou a iniciativas para combater as mudanças climáticas como o Pacto Global, a adesão aos ODS e ao SBTi. Mais informações sobre metas e ações climáticas da Companhia, consultar item 1.9. deste Formulário de Referência.
Riscos tecnológicos	Novas obrigações de manutenção da biodiversidade.		
	Substituição de produtos e serviços existentes por opções com menos emissões, promovendo a economia de baixo carbono.	Custos para adotar/implantar novas práticas e processos, bem como adquirir novos produtos (matérias-primas renováveis).	<p>O Grupo SOMA está comprometido com o desenvolvimento de produtos mais responsáveis como a camiseta World, da Hering — que consome 33% menos água, energia e gera 33% menos resíduos em seu processo produtivo, além de ser carbono neutro. As embalagens das marcas também foram revistas para que sejam menos impactantes.</p> <p>Além disso, a empresa valoriza o modelo de economia circular para alongar o ciclo de vida de algumas de suas peças.</p> <p>Constantemente, processos são revisitados e são realizados investimentos em maquinários ecoeficientes, visando redução de tempo, e, conseqüentemente consumo de energia elétrica e de vapor.</p>
Riscos de mercado	Mudança de comportamento dos clientes.	Redução da demanda por bens e serviços devido à mudança de preferência do consumidor.	<p>Os clientes das marcas do SOMA entendem que um produto de menor impacto é algo a ser levado em conta na hora da compra.</p> <p>Em suas comunicações, tanto o SOMA quanto as marcas, falam com transparência sobre os impactos ambientais e sociais.</p> <p>Ao ofertar produtos alinhados com as demandas de sustentabilidade, a empresa está garantindo que a mudança de comportamento do consumidor se reflita também em seu portfólio.</p>
	Oscilações econômicas do mercado.	Aumento dos custos de produção devido à alteração dos preços dos insumos (água, combustíveis, químicos e energia).	<p>Além do plano de transição para a matriz energética renovável e o uso de iluminação LED, o SOMA tem uma meta de ecoeficiência que visa reduzir minimamente 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030 (nas unidades industriais - considerando o <i>baseline</i> de 2019).</p> <p>A redução de água, energia e vapor nos processos passa também pela utilização de químicos mais eficientes e menos poluentes.</p>
	Aumento do custo e/ou escassez das matérias-primas.	Mudanças abruptas e inesperadas nos custos do produto.	<p>O SOMA trabalha com matérias-primas diversas, o que facilita a gestão financeira em casos de crise. As principais matérias-primas utilizadas pela empresa são viscose e algodão, sem deixar de considerar o caminho de diversificar esta matriz, e torná-la ainda mais responsável por meio das certificações. <b>SASB CG-AA-440a.3</b></p>
Riscos reputacionais	Boicotes e cancelamentos por conta de má gestão social ou ambiental.	Receita reduzida devido à diminuição da demanda por bens/serviços.	<p>Os consumidores estão cada vez mais conscientes sobre as matérias-primas que compõem suas peças e sobre a qualidade do produto.</p> <p>Além disso, também querem saber como suas roupas foram feitas, cobrando sobre condições de trabalho justas.</p> <p>O Grupo SOMA é comprometido com a transparência dos dados, alinhado com suas políticas e compromissos. Esse fluxo contribui para a construção de uma relação de confiança com os consumidores.</p>



**Risco: físico**

Definição: associados a fenômenos da natureza ou a consequências de longo prazo das mudanças climáticas.

TIPOS	EXEMPLOS	IMPACTOS AO SETOR	MEDIDAS MITIGATÓRIAS
Riscos relacionados às mudanças climáticas	Enchentes, fortes chuvas, erosão do solo, deslizamentos e danificação de unidades operacionais, além da interferência em serviços e processos e escassez de energia.	Receita reduzida devido à diminuição da capacidade de produção (ex.: dificuldades de transporte e interrupções na cadeia de suprimentos).	Primeiramente, vale lembrar que o Grupo SOMA é comprometido em combater as mudanças climáticas (saiba mais no item 1.9).  Cada vez mais, a empresa busca fomentar a resiliência das suas cadeias produtivas e logísticas, visando apoiar a melhor estruturação de fornecedores, de acordo com práticas socioambientalmente responsáveis.  O SOMA tem fornecedores em várias partes do Brasil e internacionalmente, sendo que alguns deles se localizam em áreas propícias a eventos extremos. Na ocorrência destes fenômenos, o SOMA disponibiliza todo o suporte, incluindo apoio financeiro para reconstrução de infraestrutura, e demais necessidades que venham a surgir.
	Mudanças nos padrões de precipitações, ondas de calor e variabilidade climática.	Aumento dos custos operacionais (por exemplo, abastecimento de água inadequado para a produção de insumos e de tecidos, e maior uso de ar-condicionado). A variabilidade climática também pode gerar uma inadequação da oferta e demanda de estoques, impactando resultados operacionais. Períodos prolongados de temperaturas mais altas durante o inverno podem deixar parte dos estoques incompatíveis com o planejamento das coleções.	Neste tópico, se faz necessária a construção de adaptação. Para combater o aumento dos custos operacionais decorrentes de interferências no clima, o SOMA busca mais autonomia no consumo de água e energia, através de iniciativas de reúso de água de chuva e mudança da matriz energética para fontes renováveis diversificadas.  Vale ressaltar que projetos de reflorestamento, como o “Mil árvores por dia, todos os dias” também são capazes de mitigar os efeitos das mudanças climáticas ao recuperar solos degradados e promover a estocagem natural de carbono na atmosfera.

Além de acompanhar tais fatores externos que influenciam seu negócio, a Companhia também se atenta aos riscos internos inerentes à natureza de sua atividade.



# Metodologia do inventário de gases de efeito estufa do Grupo SOMA

Acreditamos na importância do gerenciamento dos nossos impactos climáticos, com foco em redução das emissões.

Para elaboração do nosso inventário de gases de efeito estufa, levamos em conta as metodologias de referência: ISO 14064-3, GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (2004 Revised Edition), 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories, e Especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol.

Para coleta e gestão de dados, utilizamos a plataforma Climas, da WayCarbon, com dados auditados e conformidade com os princípios do GHG Protocol: relevância, integralidade, consistência, transparência e exatidão.

No nosso inventário, estão incluídos todos os gases regulamentados pelo Protocolo de Quioto.

O limite geográfico abrange operações do Grupo SOMA no Brasil e nos Estados Unidos, e o limite organizacional é de controle operacional.

## Escopo 1

- Combustão estacionária
- Combustão móvel
- Fugitivas
- Processos industriais
- Resíduos sólidos e efluentes líquidos

## Escopo 2

- Aquisição de energia elétrica

## Escopo 3

- Bens e serviços comprados
- Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)
- Resíduos gerados nas operações
- Transporte e distribuição
- Viagens a negócio
- Franquias
- Atividades relacionadas com combustível e energia não inclusas nos escopos 1 e 2
- Bens de capital
- Tratamento de fim de vida dos produtos vendidos

Veja nossos indicadores numéricos referentes ao inventário na página 254.



## Transição energética

O Grupo SOMA está comprometido em realizar a transição da sua matriz de energia, priorizando fontes renováveis em todas as unidades administrativas e fabris até 2025 — seja por meio do abastecimento direto ou pela compra de certificados de energia renovável (I-REC). Essa transição é fundamental para alcançar nossa meta de neutralidade de carbono no escopo 2, até 2030. Além disso, estamos empenhados em promover a redução do consumo de energia em toda nossa cadeia de valor, com o objetivo de atingir o *Net Zero* de carbono até 2050.

Para garantir o abastecimento energético em nossas instalações, estabelecemos parceria com duas empresas que fornecem energia limpa para as nossas 62 lojas próprias e três escritórios administrativos. Estamos em processo de transição, migrando gradualmente de fontes tradicionais para fontes renováveis e rastreáveis no mercado livre de energia e na geração distribuída, como a energia solar, no sistema SOMA.

Em 2022, começamos a transição da matriz energética para fontes renováveis em algumas lojas próprias das marcas. O objetivo é alcançar 100% de abastecimento elétrico proveniente de fontes renováveis nas unidades administrativas e fabris até 2025.

No caso de Cia. Hering, todas as unidades industriais, a Matriz e o Centro de Distribuição de Anápolis já compram energia renovável do mercado livre, também contribuindo para menores emissões de escopo 2.



# Recursos hídricos

GRI 3-3, 303-1, 303-2

A indústria da moda depende de alto consumo de água e, conseqüentemente, gera efluentes que demandam monitoramento. O Grupo SOMA definiu como objetivo reduzir em pelo menos 45% o consumo de água e geração de efluentes por produção até 2030 (ano-base 2019). Essa meta está focada nas fábricas da Cia. Hering e, até o momento, a empresa conseguiu reduzir em 23% o consumo de água. No ano de 2022, esse acumulado estava em 34% e tivemos um retrocesso devido a processos, como tingimento, que demandaram maior uso de água. Para os próximos anos, a Companhia continuará buscando opções de ecoeficiência para atingir a meta de redução dentro do prazo proposto. O tema de água e efluentes é monitorado diariamente e em tempo real nos processos produtivos, com análise mensal mais profunda. A eficácia dessas ações tem sido acompanhada de perto por meio do monitoramento dos dados relativos à água, desde sua captação até o seu descarte final.

A totalidade da água utilizada nos estabelecimentos comerciais, edifícios administrativos e centros de distribuição do SOMA é proveniente das redes concedentes. Para evitar desperdícios, foram instalados dispositivos redutores de fluxo em banheiros e torneiras de nossas unidades. Ademais da fonte tradicional, contamos ainda com projetos de coleta de água da chuva. Segundo o *Aqueduct Water Risk Atlas*, todas as atividades do SOMA se encontram em regiões com níveis

médios e elevados de escassez hídrica. No entanto, na Grande São Paulo, há alta competição por água. Por isso, pensando na segurança hídrica, o Grupo SOMA realizou investimentos em infraestrutura natural na Bacia do Tietê, onde foi responsável pelo plantio de 141.106 árvores, promovendo a restauração da florestal local.

Na unidade da Cia. Hering em Itororó, localizada em Blumenau (SC), é onde pode haver maior impacto ambiental, por conta do processo de beneficiamento de malha e tecido. A captação de água é feita no Ribeirão do Gato e, além de adotarmos medidas para reduzir o consumo, seguimos rigorosamente os padrões estabelecidos pelas legislações federal e estadual nos locais onde nossas unidades estão presentes, em relação às condições e critérios para a captação de água e a liberação de efluentes. Já na indústria de São Luís de Montes Belos (GO), há um sistema interno de tratamento de efluentes, com posterior envio para a concessionária local. Nesta unidade, é seguido o padrão de efluente tratado estabelecido pela Resolução nº 68, que dispõe sobre o Regulamento dos Serviços de Abastecimento de Água e de Esgotamento Sanitário da empresa de Saneamento de Goiás S/A — Saneago. Nas instalações industriais, também realizamos a reutilização da água da chuva para o resfriamento das máquinas.

Em algumas unidades, como São Luís de Montes Belos, Goianésia e CD Anápolis, há uso de águas subterrâneas através de poço artesiano. Essa captação é analisada de forma criteriosa para que a água seja propícia para uso, tanto industrial como para consumo humano, a fim de evitar impactos para a saúde e segurança dos envolvidos e no meio ambiente.

Realizamos mensalmente a análise dos níveis de cloro e coliformes fecais nas fontes de água que abastecem a nossa rede de distribuição. Além disso, a água destinada para uso industrial é submetida a rigorosos testes de qualidade, que incluem análises tanto internas quanto externas.

O departamento de Engenharia tem sido estimulado a aprimorar os procedimentos no uso da água, como por exemplo, diminuir a quantidade utilizada na tinturaria, investindo em equipamentos mais econômicos, e implementando um sistema de temporização na máquina de lavar cilindros, além de optar por banhos fechados durante as lavagens. O time de Pesquisa e Desenvolvimento — P&D — trabalha fortemente no desenvolvimento de processos com menor consumo de água, bem como na substituição de produtos químicos convencionais por outros mais sustentáveis que impactam em menor consumo de água.



Nosso objetivo é minimizar os impactos negativos gerados pela indústria têxtil e, para isso, seguimos as diretrizes estabelecidas no ODS 6, que enfoca a importância da água limpa e do saneamento básico. Além disso, seguimos integralmente as normas da Política Nacional de Recursos Hídricos em termos legais.

O acompanhamento de água e efluentes das unidades fabris é feito pela CICE (Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente), tanto em relação ao consumo/geração quanto indicadores por produção (consumo de água em m<sup>3</sup> por tonelada produzida).



### Impactos

O principal efeito provocado pela utilização de água no Grupo SOMA é a produção de resíduos industriais e domésticos. Toda a água empregada nas unidades industriais da empresa, com destaque para o consumo em operações de lavanderias, passa por um procedimento de tratamento interno sendo devolvida ao meio ambiente de forma limpa. Já nas demais instalações, a água é utilizada principalmente para fins de limpeza e nos sanitários, sendo que não há armazenamento interno desse recurso, ou seja, a água descartada equivale ao consumo e o descarte é feito nas redes públicas de esgoto. Os únicos locais que possuem solução individualizada de fossa séptica são os Centros de Distribuição no Rio de Janeiro e em Anápolis, com filtro com sistema biodegradador.

Os impactos decorrentes do uso da água foram identificados por meio da comparação de estudos encontrados em material bibliográfico disponível, que apresentavam uma análise dos aspectos e efeitos de empreendimentos que empregam recursos de forma semelhante ao Grupo SOMA, além do Plano de Gestão de Água voltado para a indústria da Cia. Hering. As unidades da Cia. Hering — São Luís de Montes Belos — GO e Itororó — SC possuem estação de tratamento de efluentes (ETE) devido a essas unidades

realizarem serviços de beneficiamento têxtil. A ETE de Itororó utiliza ozônio, que possui um potente poder oxidativo, contribuindo assim para a melhora dos parâmetros, principalmente reduzindo a cor e a desinfecção do efluente, tendo em vista que nesta estação são tratados efluentes sanitários e industriais. O padrão de qualidade dos efluentes tratados segue a Resolução Conama nº 430, assim como também são seguidos os padrões da classificação do corpo receptor, conforme estabelecido pela Resolução Conama nº 357. Para melhor monitoramento e garantir que todos os parâmetros estejam em conformidade com a legislação vigente, foram realizados diversos investimentos nos últimos anos, desde a automatização da ETE e implantação de supervisorio, até aquisição de amostradores automáticos que, após programados, realizam coletas compostas de efluentes, garantindo assim mais confiabilidade de leituras dos parâmetros, uma vez que as coletas são programadas durante um dia inteiro, para efluente bruto e para o efluente tratado.

Estamos atentos aos efeitos potencialmente provocados pela nossa cadeia de fornecimento. Os fornecedores de matéria-prima são os que mais consomem água, tanto na captação quanto no tratamento de resíduos. Temos o Manual de boas práticas para fornecedores do Grupo SOMA, com diretrizes para minimizar os impactos negativos e maximizar os impactos positivos das atividades de nossos parceiros, apoiadas em teorias e sugestões sobre como implementá-las na prática, visando a um negócio mais sustentável.

### Fábula e Hering Kids: juntas pelas futuras gerações

Em 2023, a Fábula e a Hering Kids lançaram a coleção Amar é o Amor, na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro. O evento teve curadoria, desenvolvimento e gerenciamento em parceria com o Instituto Mar Urbano. Juntas, as marcas e a entidade, trabalharam em prol da proteção ao oceano e à vida marinha. Realizaram a limpeza da praia com cerca de 30 pessoas que coletaram resíduos na faixa de areia e na água (com auxílio de pranchas de *stand up paddle*). O objetivo da iniciativa era promover a conscientização ambiental dos participantes sobre os impactos causados pelo descarte inadequado de resíduos e incentivar a redução do consumo de plásticos de uso único, por exemplo.

### Água para quem tem sede

Em 2023, a NV contribuiu com o projeto Love Together Brasil na construção dos poços artesianos em Aguiar de Cima e Timbaúba, na Paraíba. Essa parceria é intermediada pelo fornecedor IMA Brands, que reverteu parte do valor referente à venda das 245.328 garrafas personalizadas para a marca. O objetivo é fornecer fontes confiáveis de água potável para a comunidade, melhorando a saúde e higiene de 48 famílias, aproximadamente 212 pessoas.

## mais limpa

Buscamos o menor consumo possível de água em nossos processos. Além disso, nossas marcas também investem em programas e projetos para melhorar o acesso e limpeza desse recurso para comunidades.



# Recuperação e conservação ambiental

GRI 3-3, 304-3

A FARM encontra na natureza sua principal fonte de inspiração. Suas criações de roupas e estampas refletem a exuberância das paisagens brasileiras, fazendo com que a marca abrace de forma natural o compromisso do Grupo SOMA em preservar e restaurar os biomas do Brasil por meio de projetos de reflorestamento em diversas regiões do país.

Em 2023, a FARM investiu em mais de 380 mil árvores exclusivamente no bioma Amazônia, dentro de dois estados brasileiros: Rondônia e Acre. Os projetos visam restaurar áreas degradadas por meio da implantação de Sistemas Agroflorestais (SAFs) e uma das principais espécies selecionadas para o plantio foi o cacauieiro, nativa do bioma.

Quase **1,5 milhão** de árvores plantadas pelo programa 'Mil árvores por dia, todos os dias', sendo 30% do total na Mata Atlântica.



Com esse recorte, agora a FARM atinge um investimento de mais de 900 mil árvores na Amazônia, acumuladas desde o início do Programa, em 2020, contribuindo para diversos benefícios locais, como o sequestro de carbono a longo prazo, criação de corredores ecológicos, recuperação de cobertura vegetal em áreas com solo degradado, conservação da biodiversidade, melhora da qualidade do ar e da água, além dos benefícios sociais para a população local, como a geração de emprego e renda, e a diversificação da fonte alimentar das famílias a partir da utilização de espécies frutíferas na composição dos sistemas agroflorestais.

Já em 2023, o Programa "Mil árvores por dia, todos os dias", alcançou 1.491.616 árvores plantadas, abrangendo todos os biomas do Brasil.

Participam do projeto as entidades: Anjos do Sertão, Assobio, Associação Sociocultural Yawanawá (ASCY), Idesam, Iniciativa Verde, Instituto Curicaca, Instituto Homem Pantaneiro, Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ), Jundu, One Tree Planted, reNature/ Sociedade de

Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental (SPVS), SOS Mata Atlântica e Tedesco Eco Park.

O projeto traz grandes impactos, tanto de forma direta quanto indireta, através da sua ação de plantio. Com essa iniciativa, o Grupo SOMA consegue não só compensar as emissões de CO<sub>2</sub> e da FARM, gerando ainda créditos extras, mas também promover uma série de benefícios locais nas áreas onde os plantios são realizados, como preservação da diversidade biológica, melhoria dos recursos hídricos a longo prazo, contribuir para a preservação das culturas locais e indígenas, além de contribuir para a qualidade do ar e do solo, entre outros já citados.

Valorizamos espécies de plantas nativas, ameaçadas de extinção e frutíferas em nossos plantios, como banana, melancia, açaí, mamão, pitanga, jabuticaba, limão, laranja, caju e tangerina, que contribuem significativamente para as comunidades locais e para a economia. Mais de 30% das árvores plantadas estão localizadas na Mata Atlântica, região onde o Grupo SOMA concentra a maioria de suas operações.

## Status por Bioma GRI 304-3

BIOMA	QUANTIDADE DOADA	PERCENTUAL	2023	PARCEIROS
Amazônia	919.478	61,64	381.500	Idesam; Yawanawa; SOS Amazônia; e Belterra
Caatinga	1.600	0,11	-	Anjos do Sertão
Cerrado	11.002	0,74	-	Assobio
Mata Atlântica	552.702	37,05	-	SOS Mata Atlântica; Iniciativa Verde; reNature; Tedesco Ecopark; e Assobio
Pampas	1.834	0,12	-	Instituto Curicaca
Pantanal	5.000	0,34	-	Instituto Homem Pantaneiro
Total	1.491.616	100,00	381.500	13 Parceiros

## FOXTON + SOS MATA ATLÂNTICA

Desde 2021, a Foxton estabelece uma parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica para promover a preservação do bioma e contribuir para o desenvolvimento do Parque Nacional do Itatiaia (PNI — situado nos municípios de Itatiaia — RJ, Resende — RJ, Itamonte — MG e Bocaina de Minas — MG.), o primeiro Parque Nacional do Brasil (1937) e um dos mais importantes da Mata Atlântica até hoje. Além disso, a Foxton e a Fundação desenvolveram campanhas colaborativas para engajar a sociedade na valorização dos parques da região e conservação da biodiversidade da Mata Atlântica.

Por trás do propósito ambiental existe também uma agenda relacionada à diversidade. O PNI recebe mais de 150 mil visitantes por ano, dentre estudantes, pesquisadores e a comunidade local. O Centro de Visitantes do Parque foi projetado para acolher pessoas com deficiência, e a parceria com a Foxton permitiu o aprimoramento da trilha sensorial e da trilha interpretativa acessível, proporcionando uma experiência inclusiva para todas as pessoas.



## Inovação e sustentabilidade

Combinando inovação e sustentabilidade, o Grupo SOMA está colaborando com a Jundu, uma empresa de certificação de carbono que utiliza tecnologias como *blockchain* e NFT (*Non-fungible Token*) para preservar ecossistemas, recuperar florestas e apoiar iniciativas que promovem a transição para uma economia com baixas emissões de carbono, resultando em benefícios concretos para o meio ambiente.

Nossa parceria com a Jundu conta com tecnologia de ponta para monitoramento das áreas restauradas, geração e verificação de créditos de carbono. E o melhor: nosso programa de reflorestamento, “Mil árvores por dia, todos os dias”, tem interface direta com a plataforma, o que resulta em geração de créditos de carbono dos nossos próprios plantios, fechando o ciclo e garantindo um restauro florestal com transparência e robustez.

A recuperação de áreas florestais é uma solução baseada na natureza (NbS — *Nature-based Solutions*) e a mais eficiente na absorção de carbono da atmosfera, trazendo inúmeros benefícios, não só na mitigação dos impactos das mudanças climáticas, como também na restauração dos ecossistemas. Essa abordagem é essencial para alcançar as metas definidas pelo Acordo de Paris de alcançar emissões líquidas zero até 2050.

## mais limpa

Nossos projetos de restauração e compensação de carbono buscam não apenas trazer benefícios ao meio ambiente, como também impactar de forma positiva as comunidades que vivem nas áreas onde acontecem as iniciativas.

## Uma reserva que protege bioma e espécies (Cia. Hering) GRI 304-1, 304-3

A Cia. Hering possui, há mais de cem anos, uma área de conservação de 4,2 milhões de metros quadrados, localizada em Blumenau (SC), sendo 750 mil metros quadrados de reserva legal. Neste local, encontramos a vegetação típica da Mata Atlântica, sendo 80% da área coberta por florestas preservadas e os outros 20% por áreas reflorestadas. Na reserva, é possível encontrar aproximadamente 140 tipos de árvores, sendo que 27 delas estão em risco de extinção.

A diversidade de animais presentes na região engloba 27 espécies sob algum grau de ameaça de extinção. Levantamentos recentes realizados nas redondezas da reserva já registraram a presença de 22 tipos de mamíferos e 134 espécies de aves, das quais 67 são consideradas pouco comuns.

Entre os mamíferos, podemos citar o veado-catingueiro, o graxaim, o quiriquiri, a cotia, além de primatas como mico-leão e o bugio. Já entre as aves, encontramos a araponga, a jacuaçu, o saíra, o bem-te-vi, os sabiás, a aracuã, o sanhaço, o gavião, o tangará, a coruja e o tucano-de-bico-verde.

Um estudo realizado na reserva apontou que sua vegetação está em franco processo de recuperação, em função do desmatamento que ocorreu antes da instalação da Cia. Hering no local.

O Grupo SOMA e a Cia. Hering não realizam qualquer atividade que possa impactar negativamente a área de conservação. Pelo contrário, nessas áreas não há interferência humana que possa causar qualquer impacto negativo.

GRI 304-2, 304-4

### Espécies vegetais em ameaça e que são preservadas na reserva GRI 304-4

ESPÉCIE	NOME CIENTÍFICO	GRAU DE AMEAÇA
Araticum do mato	<i>Annona neosericea</i> H. Rainer	Criticamente ameaçada
Pindaíba	<i>Xylopia brasiliensis</i> Spreng.	Criticamente ameaçada
Mandioqueira-amarela	<i>Schefflera angustissima</i> (Marchal) Frodin	Em perigo
Araucária	<i>Araucaria angustifolia</i> (Bertol.) Kuntze	Em perigo
Palmito-juçara	<i>Euterpe edulis</i> Mart.	Vulnerável
Ingá Ferro	<i>Inga sellowiana</i> Benth	Quase ameaçada
Canela-amarela	<i>Ocotea aciphylla</i> (Nees) Mez	Quase ameaçada
Canela-preta	<i>Ocotea catharinensis</i> Mez	Vulnerável
Cedro	<i>Cedrela fissilis</i> Vell.	Vulnerável
Véu-de-noiva	<i>Rudgea jasminoides</i> (Cham.) Mull Arg.	Vulnerável
Chapéu-de-Napoleão	<i>Chrysophyllum viride</i> Mart. & Eichler	Quase ameaçada
Canela-sassafrás	<i>Ocotea odorifera</i> (Vell.) Rohwer	Ameaçada



## Bem-estar animal

As fibras naturais são consideradas preferenciais de acordo com a maioria dos indicadores ambientais, mas quando nos referimos às de origem animal, deve ser levado em conta o compromisso com a uma moda mais ética, previsto na Política de Sustentabilidade do Grupo SOMA. Além disso, o ODS 12, que se refere ao consumo e produção responsáveis, é um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU para a Agenda 2030 que o Grupo SOMA adotou.

Os consumidores estão cada vez mais conscientes sobre os direitos dos animais e exigem matérias-primas que não envolvam crueldade no seu processo. Este direcional também ganha cada vez mais destaque nas metodologias de índices e certificações que classificam as marcas para investidores e clientes.

O Grupo SOMA, enquanto impulsionador da Agenda ESG no mercado da moda nacional, também se preocupa e zela pelo bem-estar dos animais que estão inseridos de alguma maneira em sua cadeia produtiva, por isso atua com responsabilidade para rastrear como esses animais são cuidados e tratados, prezando pelo respeito e dignidade deles.

Por isso, estamos de acordo com as diretrizes mundiais das Cinco Liberdades (*Five Freedoms*):

- Estar livre de fome e sede – os animais devem ter acesso à água e alimento adequados para manter sua saúde e vigor;
- Estar livre de desconforto – o ambiente em que eles vivem deve ser adequado a cada espécie, com condições de abrigo e descanso adequados;
- Estar livre de dor, doença e injúria – os responsáveis pela criação devem garantir prevenção, rápido diagnóstico e tratamento adequado aos animais;
- Ter liberdade para expressar os comportamentos naturais da espécie – os animais devem ter a liberdade para se comportar naturalmente, o que exige espaço suficiente, instalações adequadas e a companhia da sua própria espécie;
- Estar livre de medo e estresse – não é só o sofrimento físico que precisa ser evitado. Os animais também não devem ser submetidos a condições que os levem ao sofrimento mental, para que não fiquem assustados ou estressados, por exemplo.

Para escolhas mais responsáveis, a empresa considera as seguintes certificações para o uso de lã, couro e outros materiais de origem animal: Responsible Down Standard (RDS); Responsible Wool Standard (RWS); Leather Working Group Certification e/ou Certificação de Sustentabilidade do Couro Brasileiro (CSCB); Sustainable Fiber Alliance (ou equivalente) e Responsible Mohair Standard.





# Social



# moda mais *justa e bela*



### Temas materiais:

Saúde, bem-estar e segurança. Respeito aos direitos humanos. Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores. Diversidade, equidade e inclusão. Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.



**Somos a 19ª melhor empresa varejista para se trabalhar no país, na categoria 'Grandes', de acordo com o GPTW.**

**+70%**

das pessoas colaboradoras do Grupo SOMA são mulheres, e ocupam 55% dos cargos de alta liderança.

Aplicamos mais de

**20 mil** horas de treinamento, com mais de 9 mil pessoas impactadas.

Lançamos programas voltados para ações afirmativas

como o **Prepara** e o **Inclua SOMA**, com foco em negros e pessoas com deficiência, respectivamente.

Também foi a vez

do **SOMA Desenvolve**, voltado a pessoas em vulnerabilidade social.

# moda mais justa e bela

*Seguimos avançando nas nossas políticas de gente, diversidade, equidade, inclusão e pertencimento. O Grupo SOMA tem focado seus esforços em ações para o desenvolvimento de planos de carreira para nossa equipe, porque nosso desejo é não somente atrair os melhores talentos, como também permitir que eles cresçam conosco. Sem esquecer das ações da porta pra fora, fundamentadas nas políticas de fornecedores e de compras.*

Nossas marcas trilham caminhos independentes, mas articulados em uma Política de Gente pensada nos detalhes. Nos últimos anos, nos preparamos para ampliar o impacto positivo na vida dos nossos profissionais, com foco na promoção da saúde e bem-estar, criação de valor compartilhado, incentivo à redução de desigualdades, bem como apoio à educação e capacitação.



## **Moda mais justa e bela**

**Princípios:** cadeia de valor inclusiva; defesa e promoção da diversidade, identidade e memória cultural. Defender os direitos humanos, sociais e trabalhistas, respeitando as liberdades fundamentais e zelando pelo não retrocesso de garantias legais, promovendo a diversidade, valorização da identidade, inclusão e equidade na cadeia de valor, valorizando os mais diversos grupos formadores da sociedade brasileira e suas mais diversas formas de organização, costumes, tradições, modos de vida e criação, obras e bens, materiais e imateriais, manifestações históricas, artísticas, paisagísticas, estéticas e culturais, fonte inspiradora e inestimável de valor e riqueza para as coleções e atividades da Companhia e suas marcas.

**Objetivo:** criar coleções inspiradoras que preservem o significado e a alma de nossas marcas, valorizando a moda enquanto expressão cultural e gerando valor compartilhado com os diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, a partir da geração de emprego com condições de trabalho dignas, seguras e inclusivas, fomentando a inclusão econômica e o bem-estar social, em linha com os princípios dos direitos humanos, tanto internamente na Companhia quanto em toda sua cadeia produtiva.

## **Diretrizes:**

**Sociedade plural:** promover políticas, processos e estruturas inclusivas, aplicadas a todos os públicos da empresa, assegurando o respeito em primeiro lugar.

**Trabalho justo e digno:** defender e estimular condições de trabalho e remuneração justas.

**Conformidade social (compliance):** zelar pelo adequado cumprimento da legislação, obrigações trabalhistas e normas regulamentadoras (NRs) relativas à segurança e saúde do trabalho aplicáveis à Companhia e suas marcas, bem como primar pelo respectivo cumprimento em toda a cadeia de valor.

**Gestão qualificada da segurança e saúde do trabalho e melhoria contínua:** avançar com as rotinas de monitoramento e instituição de políticas e programas para promover a melhoria contínua na saúde e segurança do trabalho nas operações próprias e na cadeia de valor.

**Extensão de *compliance* e regras de governança:** reforçar aos prestadores de serviço e fornecedores sobre a necessidade do cumprimento adequado não só da legislação aplicável, como também das convenções e protocolos da OIT (Organização Internacional do Trabalho) e dos acordos coletivos, bem como da observância às políticas do Grupo SOMA.

**Apoio à capacitação e engajamento de colaboradores:** desenvolver os colaboradores, bem como membros da alta administração, para que todos sejam protagonistas das ações de proteção aos direitos humanos, sociais, trabalhistas e ambientais, além de temas sobre anticorrupção e diversidade.

**Apoio à capacitação profissional da cadeia:** contribuir para mitigar barreiras sociais na indústria da moda, estimulando o engajamento da rede de fornecedores e parceiros através de atividades educacionais e certificação de boas práticas (econômicas, ambientais e sociais).

**Combate ao trabalho infantil, trabalho forçado ou trabalho análogo à escravidão:** vedar, de maneira absoluta, quaisquer práticas irregulares em toda nossa cadeia de valor.

**Apoio ao empoderamento de grupos sub-representados:** contribuir com o desenvolvimento de grupos minorizados na indústria da moda, por meio da geração de emprego e mecanismos de investimento social privado.

**Combate à violência e assédios:** não tolerar qualquer forma de assédio ou violência, protegendo, orientando e fornecendo apoio a clientes, fornecedores, prestadores de serviços, colaboradores, administradores, comunidades e todos aqueles com quem o Grupo se relaciona.

**Diversidade, equidade e inclusão:** repudiar a discriminação em todas as suas formas, fomentando a representatividade, pluralidade, equidade de tratamento e progressão de carreira de grupos sub-representados em todos os times e cargos da organização, exercendo suas funções baseados no comportamento ético, desempenho profissional e experiências complementares, sem preconceito de origem, gênero, raça, cor, religião, idade, altura, peso, aparência física, deficiência, classe social, orientação sexual, gravidez, estado civil, afiliação sindical, convicção política ou quaisquer outras características humanas.

**Divulgação de distâncias salariais:** divulgar, em Relatório Anual, a proporção entre o maior salário pago e a média salarial de demais funcionários e estimular a redução entre essa distância.

**Apoio a comunidades locais e engajamento à participação:** zelar pelos direitos de comunidades locais integrantes da cadeia de valor e/ou diretamente afetadas pelos negócios.

**Pleno desenvolvimento:** assegurar a cada colaborador condições de pleno desenvolvimento de seus talentos e potencialidades.

**Formação de parcerias:** engajar institutos e empresas, para atuação em conjunto em causas sociais e ambientais.

**Apoio a políticas públicas:** contribuir para a implementação de políticas públicas ou de agendas coletivas de desenvolvimento sustentável.

**Respeito ao consumidor:** fomentar o relacionamento ético com os clientes, em conformação com a legislação e o Código de Defesa do Consumidor, bem como com os princípios e diretrizes da Companhia.

**Incentivo ao consumo consciente e sustentável:** praticar a transparência das informações, estimulando engajamento e consumo consciente.

**Repartição de benefícios:** repartir devidamente benefícios decorrentes do compartilhamento de conhecimentos tradicionais associados, eventualmente aplicados aos produtos e processos produtivos do Grupo SOMA e de suas marcas.

**Incentivo e proteção à criação:** incentivar a inovação, promovendo o respeito e proteção de patentes e marcas, assegurando as devidas participações, citações, créditos e direitos aos seus criadores.

**Design como instrumento transformador:** estimular o *design* como instrumento de inovação, influência de comportamentos e geração de valor, inclusive para criação de modelos de consumo e economia circular.

**Preservação de bens materiais e imateriais:** apoiar a restauração e proteção de bens materiais e imateriais de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico.

**mais  
justa e bela**

O Grupo SOMA possui diretrizes e políticas para garantia dos direitos humanos e promoção de bem-estar social.

## Inédito: nossa rede social corporativa

Pensando em expandir os meios de comunicação internos para além do *e-mail* corporativo e murais físicos nas unidades, em fevereiro de 2023, lançamos o “Nas Internas”, canal exclusivo para pessoas colaboradoras do Grupo SOMA. É por meio dele que a Comunicação Institucional consegue se conectar com a indústria, corporativo e lojas de forma mais eficaz e promover o engajamento por meio de *gameificação*, *quiz*, pesquisas e outras ferramentas.

Por meio do “Nas Internas”, as pessoas colaboradoras podem fazer *posts* na *timeline* e, inclusive, são incentivadas a compartilhar as conquistas de suas áreas para atualizar toda a Companhia. Desde que o “Nas Internas” foi lançado, foram:

- 5.874 usuários;
- 1.020 *posts* na *timeline*;
- 63.838 reações;
- 537 acessos por dia (em média).

Essas são algumas das métricas utilizadas para medir o sucesso e *performance* da rede social corporativa. Para 2024, como plano de melhoria, está o *onboarding* de indústrias e lojas da Cia. Hering. Além disso, aumentar o engajamento, com metas por trimestre.

## Ativações nas nossas unidades

Pensando em despertar o orgulho em pertencer, dentre celebrações como Páscoa, Dia das Costureiras, Dia das Crianças, Mês do Orgulho, SOMA Friday e Dia do Trabalho, realizamos:

- +15 ativações;
- + 5.600 pessoas impactadas;
- Em 16 unidades contempladas.

Para tanto, contamos com parceiros como a Cacau Show, Cicero e Dermage.

# Pessoas colaboradoras Gente é o que SOMA

## Um ótimo lugar para se trabalhar!

O Grupo SOMA comemora com orgulho a conquista do 19º lugar como melhor empresa varejista para se trabalhar no país, na categoria ‘Grandes’. Estamos também no ‘Top Empresas para Trabalhar no Varejo 2023’, ambos *rankings* realizados pelo Great Place to Work (GPTW) — método pelo qual o Grupo também é certificado. O GPTW é uma consultoria global que apoia empresas a aprimorar seus ambientes de trabalho por meio de um conjunto de metodologias.

Estas conquistas são uma honra, pois mostram que o Grupo SOMA proporciona um ambiente de trabalho dos mais favoráveis no território nacional, segundo análises feitas junto às pessoas colaboradoras e validadas por uma parte terceira independente.

Estar entre as empresas mais bem avaliadas para se trabalhar no Brasil reflete os esforços do Grupo na construção de uma Companhia que enche a equipe de orgulho, que se torna cada vez mais diversa e inclusiva, que busca inovação e cujo maior ponto forte é a parceria.

### “O nosso jeito a gente inventa”

O maior ponto positivo do Grupo SOMA na pesquisa GPTW foi relacionado à liberdade — seja no dia a dia, no trabalho, no respeito à diversidade ou na expressão individual. Aqui as pessoas colaboradoras são livres para serem quem quiserem.

### Censo 2023

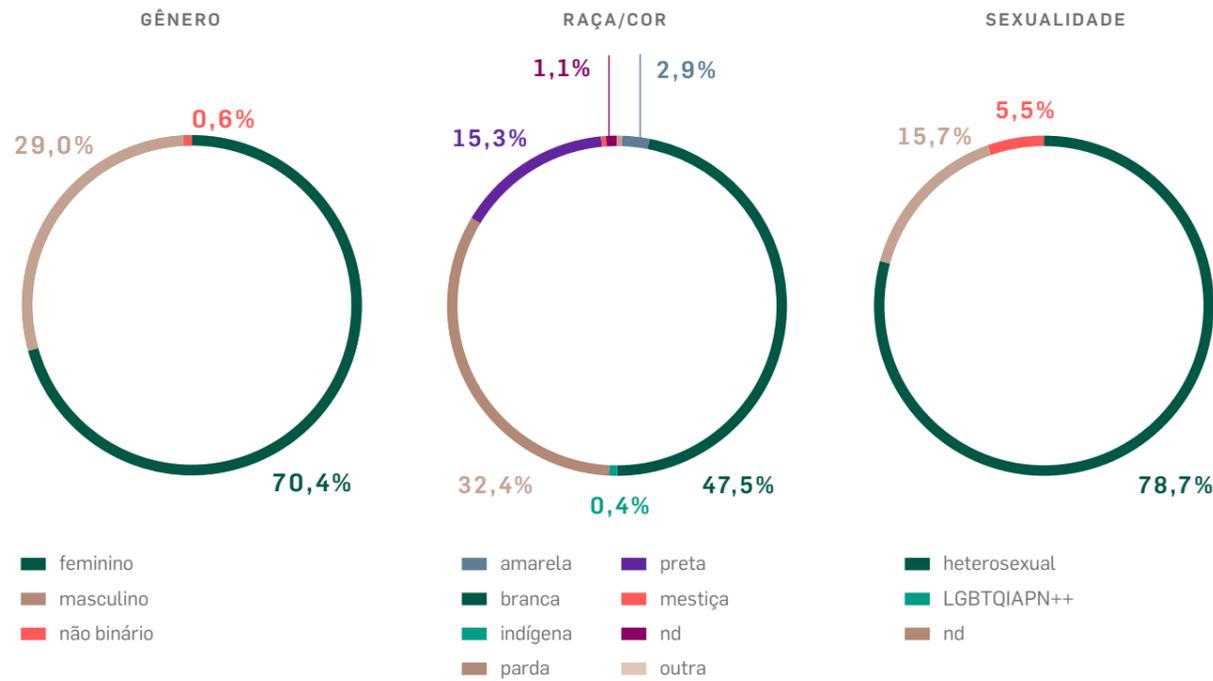
O Censo é uma ferramenta fundamental para conhecermos quem são as pessoas que fazem o Grupo SOMA acontecer e quais são suas percepções sobre as iniciativas de diversidade, equidade, inclusão e pertencimento da empresa. Por isso, anualmente, há três anos, e pelo segundo ano consecutivo com a consultoria Diversitera, aplicamos a pesquisa para toda a empresa.

Mais do que levantamento demográfico, o Censo é também uma oportunidade para letrar as pessoas sobre o tema. Esse ano, além da Cartilha, abordando os principais conceitos da diversidade, fizemos outros materiais, incluindo vídeos e *webinars*, sobre as pautas racial, LGBTQIAPN+, pessoas com deficiência e de gênero. Com esses conteúdos, buscamos levar ainda mais conhecimento e autopercepção para que cada um respondesse a pesquisa de forma mais consciente e segura.



### O que o Censo nos trouxe em 2023

Do ponto de vista da representatividade, os dados do Censo mostram que o Grupo SOMA se destaca pela presença de mulheres, pessoas negras e LGBTQIAPN+.



Segundo o IBGE, as mulheres são 51% da população brasileira.

De acordo com o IBGE, as pessoas negras representam 56% do total da população no Brasil, sendo 40% na região Sudeste.

Segundo o IPSOS, a população LGBTQIAPN+ representam 16% da população brasileira.

#### Grandes números do Censo

<b>7.200</b> Participantes em 2023	<b>9.165</b> Total	<b>87%</b> Pessoas recenseadas
<b>1.965</b> Aproveitadas de 2022	<b>10.543</b> População	<b>0,4 p.p.</b> Margem de erro

Os números são diferentes do reportado no GRI (2-7) de composição do quadro de colaboradores devido à diferença nas bases de respostas — o Censo foi realizado em outubro de 2023, e contou com adesão conforme informado no box acima.

### Desafios que o Censo nos provoca

O Grupo SOMA é uma empresa diversa, mas ainda tem oportunidades de acelerar a inclusão e a mobilidade hierárquica. De acordo com o resultado da pesquisa, os grupos sub-representados perdem participação em níveis mais altos (cargos de liderança). Para pessoas pretas e pardas, o SOMA lançou, em 2024, o Programa Prepara, focado em promover a mobilidade hierárquica, aumentando a representatividade das pessoas que ocupam cargos de tomada de decisão.

Continua sendo um objetivo do nosso trabalho fazer com que grupos sub-representados se sintam cada vez mais seguros e incluídos. A estratégia de educação contínua, por meio de letramentos e sensibilizações de diversidade e iniciativas como os Grupos de Afinidade, propõem uma cultura de acolhimento e pertencimento.

O Subcomitê de Diversidade tem atuação consistente no combate aos relatos de discriminação e preconceito feitos em nosso Canal de Ética, garantindo um olhar sensível e humano para as possíveis violações do Código de Ética e Conduta.

**mais**  
*justa e bela*

O Censo 2023 nos instiga a melhorar. Ainda há espaço para mais diversidade nos cargos de liderança.

# Diversidade, equidade e inclusão

GRI 3-3

Parte fundamental da nossa estratégia organizacional é sermos reconhecidos por nossa excelência em ações de diversidade, equidade, inclusão e pertencimento. A cada ano, progredimos com iniciativas concretas no Grupo e nas marcas. Temos nossa Política de Diversidade, Equidade e Inclusão (disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/0a989d17-5cac-ea91-5492-b500212aa6c3?origin=1>), que promove uma cultura de respeito e ambientes livres de discriminação e preconceito em relação a características individuais, como origem, gênero, raça, cor, religião, idade, altura, peso, aparência física, condição de deficiência, classe

social, orientação sexual, gravidez, estado civil, filiação sindical, convicções políticas, e quaisquer outros aspectos humanos.

Encaramos a diversidade como um valor fundamental em nosso time. Procuramos na individualidade das pessoas a diversidade necessária para o progresso da Companhia. Acreditamos na força do grupo, que só é verdadeira quando as conexões são claras e construídas no pilar de igualdade e participação.

Defendemos os direitos humanos, tanto em nossa abordagem corporativa quanto promovendo um ambiente de respeito à dignidade, em conformidade com os preceitos da Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU e da Declaração dos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho da OIT (Organização Internacional do Trabalho), além dos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos (UNGPs), respaldados pelo Conselho de Direitos Humanos da ONU e pelas Diretrizes para Empresas Multinacionais da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico).



Além da Política de Diversidade, Equidade e Inclusão, garantimos ainda que nossas ações e iniciativas estejam alicerçadas por nossos documentos oficiais como: Política de Sustentabilidade, Código de Ética e Conduta e a Cartilha de Diversidade, Equidade e Inclusão (disponíveis em: <https://www.somagrupo.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>).

Os requisitos legais de diversidade são acompanhados pela comissão de riscos com reporte para a alta liderança (CRAF e Conselho de Administração). Além disso, semanalmente há reporte dos avanços das pautas de diversidade por meio dos OKRs para a *head* da área, que também os reporta com a mesma periodicidade para a diretora de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação.

Os compromissos públicos nos motivam a ir além, impulsionando a pauta dentro e fora da empresa. Hoje, o Grupo SOMA possui o selo *Woman on Board* dado às companhias que possuem pelo menos duas mulheres em seus Conselhos Administrativos.

Somos signatários do Pacto Global e, com ele, assumimos o compromisso de termos 50% de mulheres em cargo de alta liderança até 2030. Meta já alcançada e hoje temos uma ocupação de mulheres nessas posições de 55,2%

Em 2023, nos tornamos signatários do Pacto de Promoção da Equidade Racial, iniciativa que propõe implementar um Protocolo ESG Racial para o Brasil, trazendo a questão racial para o centro do debate econômico brasileiro. A Animale já é signatária desde 2022.

Se em 2022, o foco do pilar social foi a construção e estruturação da área de Diversidade, em 2023, nos aprofundamos no tema, debruçando sobre cada um dos aspectos com um calendário robusto de treinamentos e sensibilizações como foco da nossa estratégia de mudança de cultura pela educação continuada. Temos estratégias bem definidas para cada um dos temas prioritários:

## Gênero

Somos uma empresa majoritariamente feminina, com mais de 70% do nosso time composto por mulheres. Em 2023, a Animale seguiu sendo embaixadora do movimento *Elas Lideram*, do Pacto Global da ONU, com o compromisso de garantir 50% de mulheres em cargos de alta liderança, meta já alcançada em 2021. Como manutenção da agenda, em parceria com o Pacto Global, trouxemos uma série de encontros que abordaram a pauta de gênero para todas as nossas pessoas. Entre os temas, destacamos: Mulheres no Mercado de Trabalho; A Equidade como Pilar estratégico do Negócio e o Papel do Setor Privado; O Papel dos Homens da Igualdade de Gênero; e Transversalização de Gênero.

## Pessoas com deficiência

Essa foi uma das frentes mais aceleradas ao longo de 2023. Lançamos o Programa InluaSOMA, com a abertura de mais de cem vagas, que pode ser conferido na página 205.

Além de garantir oportunidades, precisamos também zelar por ambientes seguros para todas as pessoas. Pensando nisso, o time de Diversidade desenvolveu um material para sensibilização contínua da equipe e da liderança que irão receber a pessoa com deficiência. Isso garante que o time esteja mais bem preparado para recebê-la e, ao mesmo tempo, a pessoa colaboradora sinta o ambiente mais seguro desde sua chegada.

### Étnico-racial

Ainda no sentido de garantir um ambiente seguro para todas as pessoas, ao longo de 2023, avançamos com o Afrobetizar, treinamento com conteúdo antirracista para Cris Barros e Maria Filó, sendo aplicado para 100% das pessoas das marcas desde os cargos operacionais, passando pelos comerciais e chegando à alta liderança. Para 2024, o calendário do treinamento segue sendo executado com o desafio de impactar todas as marcas do Grupo. Ao todo, mais de mil pessoas foram impactadas num total de 27 horas de treinamento em 2023.

Paralelo ao Afrobetizar, aplicamos também sua versão 2.0, com foco em vieses inconscientes, para a Animale, marca que recebeu o conteúdo inicial em 2022.

Segundo nosso Censo, o Grupo SOMA possui 47,7% do seu quadro composto por pessoas pretas ou pardas. Temos o desafio de aumentar a representatividade, a fim de cumprir nossa meta pública de ter 50% de negros dentre nossos colaboradores, e de acelerar a inclusão da população negra em cargos de liderança. Nossas metas internas apontam para o avanço nessa direção e são reportadas semanalmente para a liderança da área de Sustentabilidade.

Aproveitamos o mês de novembro para reforçar nossa estratégia e, em 2023, lançamos o Diversas Falas, um espaço para debater os temas de diversidade e inclusão (saiba mais na página 204). Além disso, divulgamos nosso manifesto étnico-racial (feito em colaboração com nosso Grupo de Afinidade e demais pessoas da empresa).

### LGBTQIAPN+

O foco foi deixar o ambiente de trabalho cada vez mais seguro para as pessoas trans. Como estratégia, assim como para pessoas com deficiência, desenhamos uma sensibilização para ser aplicada para os times e liderança antes da entrada da pessoa trans na equipe. Dessa forma, garantimos um espaço mais acolhedor e preparado para quem está chegando.

Durante o ano de 2023, aplicamos 74 treinamentos sobre esse tema.

No mês do Orgulho, fizemos ações de impacto exaltando a diversidade das pessoas e a expressão de todas as singularidades. Na ocasião, emitimos comunicados corporativos e outros materiais carregados de mensagens afirmativas.

### Grupos de Afinidade

Os Grupos de Afinidade têm como grande objetivo dar luz às pautas de diversidade e colocá-las no centro das discussões em todos os âmbitos da empresa, além de garantir um olhar diverso e lugar de fala para todas as iniciativas internas e externas do SOMA. Para a definição da estratégia de cada grupo, uma pesquisa foi aplicada junto aos integrantes, no momento em que solicitaram a participação no grupo de interesse. O resultado dessa pesquisa foi cruzado com as metas e OKRs das áreas da empresa e, a partir desse dado final, foram definidas as pautas que seriam trabalhadas em prioridade.

Cada um dos grupos é composto por pessoas que se identificam com a pauta e que se inscrevem de forma voluntária. Hoje, os grupos contam com 317 pessoas divididos nos pilares de gênero, pessoas com deficiência, étnico-racial e LGBTQIAPN+.

Outra forma de prevenir os impactos negativos potenciais são os treinamentos do Código de Ética e Conduta. A meta é que 100% das nossas pessoas concluam o treinamento pelo menos uma vez por ano.

### Jovem Aprendiz

O Programa Jovem Aprendiz possui importante papel social. Para o Grupo SOMA, é um compromisso coletivo, que alinha interesse e demandas da Companhia e da sociedade. O Programa é uma política pública de assistência social, sendo responsável pela inclusão de jovens no mundo do trabalho. O desenvolvimento do Programa é importantíssimo para atingirmos esse fim, pois é a principal política de inclusão social de pessoas com idades de 14 a 24 anos.

O programa auxilia na estruturação da renda familiar, além de assegurar a formação teórica e profissional desses jovens. Em particular, para aqueles que estão em situação de vulnerabilidade, pois apresenta uma oportunidade de transformação de sua realidade socioeconômica e seu horizonte de expectativa.

Quem cuida do Programa Jovem Aprendiz é o time de Sustentabilidade (*squad* de Diversidade), que para além do acompanhamento da cota legal, garante o recorte de diversidade nas contratações e o desenvolvimento profissional, contribuindo para o crescimento de futuros cidadãos.

**mais**  
*justa e bela*

Procuramos na individualidade das pessoas do Grupo SOMA a diversidade necessária para o progresso da Companhia.

## Estratégias

Em 2023, foi criado o subcomitê de Diversidade, ligado ao Subcomitê de Ética, no qual são tratadas todas as denúncias feitas no Canal de Ética ligadas à discriminação e preconceito. O Subcomitê se reúne semanalmente, sendo composto por integrantes dos times de Diversidade, Compliance, Gente e Gestão e consultorias que atendem à equipe de Diversidade. Como processo, além das investigações necessárias para a averiguação de cada caso, também foi criado um protocolo de acolhimento com a denunciante feitos por integrantes do Subcomitê.

Além disso, o subcomitê de Ética é frequentemente acionado por diferentes diretorias e marcas, com o objetivo de problematizar e discutir aspectos relacionados aos diferentes produtos, de respostas institucionais às campanhas das coleções. Desde a segunda metade do ano passado, foi estabelecido um diálogo muito próximo junto às equipes criativas de algumas marcas — como Marketing e Estilo da Cris Barros e Maria Filó, por exemplo — garantindo que a diversidade seja um elemento que atravessa as diferentes instâncias no nosso *core business*.

Ao final de todos os treinamentos aplicados pelo time de Diversidade, disponibilizamos um NPS que mede a satisfação do público em relação ao conteúdo, ao palestrante e à dinâmica do treinamento. Assim, podemos avaliar os pontos positivos e aqueles a serem desenvolvidos em cada uma das agendas e, então, focamos na melhoria contínua de cada um dos temas e das dinâmicas aplicados.

Além disso, reunimos relatos das pessoas participantes em todas as nossas ações de Diversidade. O objetivo é conseguirmos garantir insumos para entender a efetividade do que foi proposto e, a partir desses dados, traçar rotas de melhoria.

## Denúncias GRI 406-1

O Grupo SOMA analisa todas as denúncias de discriminação que recebe, com exceção das situações em que não são trazidas informações mínimas para iniciar o processo de apuração. Na sequência, a área de Compliance elabora sua recomendação e a encaminha ao subcomitê de Diversidade, com posterior encaminhamento ao subcomitê de Ética, que delibera sobre o assunto. A aplicação de medidas disciplinares é feita com base em uma tabela referencial, com o objetivo de afastar a subjetividade do tema.

Quando os casos são identificados como procedentes, ações são recomendadas e implementadas, contando inclusive com o apoio da equipe de Sustentabilidade, em especial do *squad* de Diversidade. Para os nove relatos de discriminação concluídos como procedentes em 2023, as medidas disciplinares aplicadas foram: seis demissões, uma suspensão, uma advertência verbal e um *feedback*.

Os planos de reparação foram devidamente implementados. Realizamos ações tanto para a pessoa que recebeu a medida disciplinar, como *team building* e *feedbacks* frequentes, quanto para a vítima, oferecendo acolhimento e acompanhamento junto à equipe de Saúde e Segurança do Trabalho e Gente e Gestão.



## Diversas Falas

A jornada da construção de uma cultura verdadeiramente inclusiva passa por diálogos sinceros com todas as pessoas colaboradoras da Companhia. Um espaço no qual haja trocas honestas, além de muita segurança e confiança para trazer os temas de diversidade, equidade, inclusão e pertencimento para a mesa de conversa é muito necessário.

Foi assim que, no final de 2023, surgiu o Diversas Falas, nosso programa mensal, formado por e para nossas pessoas, com base em suas vivências profissionais e pessoais. No centro da discussão, estão as pautas mais relevantes sobre a temática com o apoio de especialistas de Sustentabilidade e a participação efetiva de pessoas da própria empresa, que são convidadas de acordo com a aderência de suas vivências à pauta mensal.

Buscamos, com o Diversas Falas, democratizar cada vez mais os temas relacionados à diversidade, garantindo a transversalidade da agenda e construindo uma moda mais justa e bela, em que nossas pessoas se sintam cada vez mais incluídas e pertencentes.

O Projeto começou como uma das iniciativas do Novembro Negro, e, então, o time de Diversidade, Equidade, Inclusão e Pertencimento entendeu que esse diálogo precisaria ser constante e não datado. Por isso, a proposta de continuidade para garantir a robustez da agenda social.

A estreia do Diversas Falas teve como tema central “Qual é a conexão racial com a Agenda ESG? Como o pilar social (S) atravessa o ambiental (E) e o de governança (G)?” e contou com uma audiência de 169 pessoas. O segundo encontro, em dezembro, trouxe a pauta “Colorismo, Pardismo e Racismo Recreativo” para um público de 126 pessoas.

## 4ª Semana da Diversidade FARM

Apesar do evento acontecer desde 2020 na marca, em 2023, pela primeira vez, foi aberto ao público externo e teve as emissões atreladas ao consumo de materiais, de energia e transporte (aéreo, viário e fluvial) compensadas. um total de 12 pessoas colaboradoras dos times de Diversidade e Inclusão e Sustentabilidade da FARM capitanearam esse projeto de quatro dias que teve o “Legado” como fio condutor da história dos mais de 20 convidados que passaram pelo sofá da unidade de São Cristóvão.

A ideia de envolver os parceiros do ‘Mil árvores por dia, todos os dias’ foi humanizar o programa de reflorestamento, mostrar as redes de conexões e impacto social na comunidade local que existe por trás das sementes que florescem em todos os biomas do Brasil. Para isso, o time da marca viajou, de norte a sul do país: para a Caatinga Piauiense ao encontro da ONG Anjos do Sertão, ao Pará, para se conectar com a Associação Sociocultural Yawanawa e, por fim, em direção ao Instituto Curicaca, no Pampa.

## Lançamos o IncluaSOMA

O IncluaSOMA é uma iniciativa lançada em 2023 que, além de oferecer oportunidades afirmativas para pessoas com deficiência, também é focada no desenvolvimento de carreira desses talentos. Em 2023, mais de cem vagas foram abertas nesse formato.

As posições são para as áreas comerciais, administrativas, criativas e operacionais da Companhia. O projeto inclui integração e desenvolvimento profissional, com acompanhamento de um ano. A programação inclui capacitações para a evolução profissional, palestras inspiracionais e avaliações, além de retornos regulares sobre o desempenho das pessoas colaboradoras.

Além deste Programa, o Grupo SOMA incentiva a participação e contratação de pessoas com deficiência em todos os processos seletivos para quaisquer vagas.

Com o avanço das vagas, no último ano, crescemos em 51% o número de pessoas com deficiência em nosso time.

## Aprimorar e treinar, sempre GRI 404-2, 3-3

Somos um Grupo que impulsiona grandes talentos a alcançarem sonhos gigantes, por isso temos nossa própria área de Treinamento e Desenvolvimento. Em 2023, demos mais um passo significativo ao construir diversos treinamentos para nossas marcas e diretorias. Esses treinamentos abordaram uma variedade de temas de *soft skills*, incluindo gestão do tempo, comunicação assertiva, comunicação não violenta, inteligência emocional, protagonismo de carreira, trabalho em equipe, sustentabilidade, entre outros. Os conteúdos foram elaborados e disponibilizados com o objetivo claro de melhorar as relações interpessoais no ambiente de trabalho. Em 2023, foram mais de 20 mil horas de treinamento ministradas e mais de 9 mil pessoas colaboradoras impactadas.

Para as pessoas colaboradoras da indústria, criamos o Programa Somando com a Operação, incluindo aquelas que fazem parte do nosso Centro de Distribuição (CD) e Ateliê. Este programa visa não só inspirá-las, como também impulsionar o desenvolvimento de habilidades essenciais.

No Ateliê, 543 pessoas colaboradoras participaram em mais de 12 turmas, totalizando 814 horas de treinamento. E, para garantir que todos estivessem engajados e satisfeitos, realizamos uma pesquisa eNPS, com um resultado de 86. Já no CD, 555 pessoas colaboradoras participaram de mais de 12 turmas, totalizando mais de 832 horas de capacitação, com uma avaliação eNPS de 87.

Além disso, dedicamos especial atenção aos nossos jovens aprendizes, reconhecendo o potencial singular que cada um traz consigo. E o *feedback* recebido foi muito positivo, com um índice de satisfação de 84.

Na Cia. Hering, registramos um total de mais de 7.900 horas dedicadas a diversos programas de treinamento, os quais tiveram um impacto significativo em uma amplitude de 2.932 pessoas colaboradoras.

Além disso, reconhecendo a importância de manter nossos times atualizados e alinhados com as tendências do nosso negócio, também organizamos *workshops* dedicados à apresentação das novas coleções. Esses *workshops* tanto ofereceram uma visão aprofundada das últimas tendências da moda, quanto também serviram como uma ferramenta para incentivar e inspirar a criatividade das nossas pessoas colaboradoras.

## Gestão de performance e desenvolvimento

Implementamos o Ciclo de Gente, em 2022, e desde então, garantimos importantes conquistas na área de Gestão de Pessoas. Demos início ao Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e à gestão de *performance*, que passa por analisar os profissionais em relação às entregas, comportamentos e potencial de talento — com essas dimensões sempre alinhadas aos nossos princípios e cultura. Além disso, no Ciclo identificamos possíveis sucessores para todos os níveis da hierarquia.

Nossa avaliação de desempenho de 2023 foi dividida em dois momentos. A onda 1 avaliou a persona corporativa e teve como parâmetro de corte as admissões realizadas até 31/03/2023, isso para considerarmos as pessoas que passaram dos três meses de experiência, já que as avaliações ocorreram a partir de julho de 2023 e duraram cerca de um mês (período em que os formulários ficaram disponíveis para respostas). A onda 2 avaliou as personas operacionais e comerciais, e teve como data de corte as pessoas colaboradoras admitidas até o dia 31/05/2023, sendo avaliadas a partir de setembro de 2023, também com duração de cerca de um mês. Ao final do ciclo, 90,9% das pessoas colaboradoras foram avaliadas. **GRI 404-3**



## SOMA Desenvolve GRI 3-3

O programa tem como objetivo formar profissionais em vulnerabilidade social para ingressarem ou reingressarem no mercado de trabalho, gerando impacto positivo para a sociedade e comunidade por meio da aceleração de talentos para posições de portas de entrada. A jornada é composta por três etapas:

### 1. *Recrutamento*

Engloba toda a divulgação e seleção para o projeto e foi conduzida pelo time interno do SOMA em conjunto com o parceiro Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial).

### 2. *Desenvolvimento*

A jornada é composta pelo “Bora Fazer Junto” (módulo comportamental, em que o desenvolvimento é focado na apresentação dos nossos valores e *soft skills* como inteligência emocional, comunicação assertiva, trabalho em equipe e gestão do *feedback*); “Planejando o Futuro” (acompanhamento socioemocional, planejamento de vida e carreira e papel na sociedade), “Abraçando a Diversidade” (capacitação referente aos pilares étnico-racial, LGBTQIAPN+, gênero e pessoas com deficiência) e o “Aprendizado técnico” (capacitação de *hard skills* de acordo com o conhecimento técnico específico da área da edição do programa), além das visitas guiadas às nossas unidades para visualizarem na prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

### 3. *Empregabilidade*

Consiste em preparar e acelerar a contratação de talentos para atuar no nosso Centro de Distribuição e, caso não tenhamos vagas disponíveis, acreditamos que os participantes estão capacitados para o mercado de trabalho.

Em 2023, o programa teve duas edições:

#### CD Logística (1ª edição)

Foram abertas 30 vagas com foco em Mulheres 30+. Esse recorte foi embasado pelo fato do Centro de Distribuição da Pavuna ser um ambiente predominantemente masculino, então o objetivo foi promover maior participação de gênero feminino na nossa unidade fabril do Rio de Janeiro. O pré-requisito para se inscrever para o processo seletivo era ter ensino médio completo e residir na Pavuna ou no entorno, gerando um impacto positivo em termos de geração de emprego na comunicação local.

Nessa edição, tivemos 343 inscritos, com um total de 325 mulheres, das quais 200 tinham disponibilidade para realizar a Jornada de Desenvolvimento. Essas mulheres dentro dos pré-requisitos foram convocadas para entrevista, e dessas, selecionamos 30 pessoas para o programa. Todas receberam o certificado do curso técnico do Senac. Até o final de 2023, 17 pessoas, provenientes desse grupo inicialmente preparado, foram contratadas como auxiliar de logística no Grupo SOMA.

#### Ateliê (2ª edição)

O desenvolvimento técnico da 2ª edição do SOMA Desenvolve foi visando desenvolver as habilidades de costura e modelagem para Iniciantes e Excel, com foco para a nossa unidade de São Cristóvão, também no Rio de Janeiro. O pré-requisito para se inscrever no processo seletivo foi ensino médio completo e residir no bairro ou arredores, para também gerar um impacto positivo na região da instalação. Houve 217 pessoas inscritas, das quais 216 tinham disponibilidade para realizar a Jornada de Desenvolvimento. As 143 pessoas dentro dos pré-requisitos foram convocadas para entrevista, das quais selecionamos 24 pessoas. Até o fim de 2023, três pessoas foram contratadas para trabalhar no SOMA. Ao todo, foram 66 horas de Desenvolvimento no SOMA Desenvolve — CD Logística (1ª edição) e 141 horas de Desenvolvimento no SOMA Desenvolve — Ateliê (2ª edição). Ao final do projeto, aplicamos o NPS e tivemos um resultado de 100% de satisfação.

# Segurança e saúde do trabalho

GRI 3-3, 403-1, 403-3

O Grupo SOMA possui o Sistema de Gestão Integrado de Saúde e Segurança do Trabalho (SOC) e o Sistema Sênior de Gestão Integrado de Saúde e Segurança do Trabalho, capaz de controlar o vencimento de programas de saúde e segurança do trabalho, atestados de saúde ocupacional (ASOs), exames médicos, cursos obrigatórios e complementares, mapeamento de perigos e riscos, entre outras funcionalidades.

Por meio desses sistemas é possível atender às normas regulamentadoras, do Ministério do Trabalho e Previdência Social, além do envio das informações obrigatórias ao E-social. A Companhia também utiliza a plataforma *on-line checklist* fácil para realizar a gestão dos requisitos legais e demais ações de SST.

O Sistema de Gestão Integrado em Saúde e Segurança do Trabalho cobre 100% dos funcionários em todas as unidades operacionais, centros de distribuição, escritórios administrativos e demais lojas em todo o território nacional. Adotamos também os Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho conforme estabelece a Norma Regulamentadora 04.

Seguimos as leis e regulamentos para garantir a proteção e bem-estar de nossas pessoas colaboradoras. Qualquer incidente que possa afetar os trabalhadores ou a empresa é tratado conforme nossa Política de Saúde e Segurança no Trabalho (SST), que está em conformidade com as normas regulamentadoras e com a legislação trabalhista. Priorizamos a prevenção de acidentes e doenças ocupacionais em nossas ações de saúde e segurança no trabalho e aplicamos ações corretivas, caso ocorram desvios.

Realizamos uma administração integrada e participativa, com a colaboração da liderança e das pessoas colaboradoras em geral. Temos implementados Comitês de Normas de Segurança e Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas). Contamos também com o gerenciamento de riscos do Programa, que inclui Normas Operacionais Padrão (NOPs) abrangendo atividades com possíveis riscos de operação, além de protocolos para análise e redução de acidentes.

A Cipa possui mandato de um ano e os integrantes recebem treinamento de capacitação para a gestão do dia a dia na prevenção de acidentes. Os integrantes da Cipa possuem autonomia para realizar as atividades, e reúnem-se mensalmente para deliberar sobre prevenção, sendo assistidos e apoiados pelas lideranças da empresa e pela equipe de Segurança do Trabalho. A Cipa também realiza sua própria inspeção de risco, com o objetivo de prevenir desvios e a ocorrência de acidentes. Nas unidades produtivas, também temos o Comitê de Normas de Segurança, com participação de gestores das áreas de Segurança do Trabalho, Engenharia e Manutenção, além de outros representantes para deliberar sobre as condições de trabalho e atendimento das normas de segurança. No âmbito da Cipa, também são abordados temas objeto de recentes legislações, com a finalidade

de adotarmos medidas que visam à prevenção e o combate ao assédio sexual e às demais formas de violência no trabalho. A periodicidade das reuniões é mensal. **GRI 403-4**

Promovemos encontros de segurança ocupacional pelo menos uma vez por mês, com a equipe de liderança, além de reuniões regulares da Comissão de Avaliação de Riscos, com relatórios enviados ao Conselho de Administração do SOMA.

As pessoas colaboradoras, tanto nas unidades fabris quanto nas administrativas, e visitantes terceirizados passam por treinamento de Integração de Saúde e Segurança do Trabalho. Esse treinamento tem como objetivo informar sobre os perigos relacionados ao trabalho, medidas de prevenção, procedimentos e normas de conduta. Para atividades específicas, são realizados treinamentos regulares, análises de riscos, autorizações de trabalho e outras ações necessárias para cada tipo de atividade.

**mais**  
*justa e bela*

A conscientização e capacitação nas áreas de Saúde e Segurança trazem impactos positivos a toda a Companhia.

Além disso, 100% dos profissionais em nossas unidades fabris e administrativas recebem treinamento de Integração de Saúde e Segurança do Trabalho para serem informados sobre os riscos ocupacionais, formas de prevenção, procedimentos e demais regras de conduta. Em atividades especiais, são realizados treinamentos normativos, emissão de análise de riscos, permissão de trabalho e demais ações aplicáveis a cada atividade.

A avaliação do ambiente ocupacional é realizada pelos profissionais que compõem o SESMT (técnicos de Segurança, técnicos de Enfermagem e enfermeiros do trabalho, médicos do trabalho e engenheiros de Segurança do Trabalho) por meio de visitas aos postos de trabalho. O Grupo SOMA possui a clínica de saúde ocupacional terceirizada e ambulatórios próprios (em algumas unidades) que realizam os procedimentos previstos na Norma Regulamentadora 07.

Temos canais de comunicação, como o Alô Saúde (telefone, WhatsApp e e-mail), pelos quais a pessoa colaboradora pode ter acesso direto ao time de Saúde para realização de consultas, orientações e queixas relacionadas a questões de saúde e segurança do trabalho sem a necessidade de um interlocutor, garantindo, assim, o sigilo das informações.



## Investigar, avaliar, identificar e mitigar incidentes GRI 403-2, 403-7

Temos o Programa de Gerenciamento de Riscos, Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) para atividades que representam riscos operacionais, procedimentos para investigação e mitigação de acidentes, comissões internas de prevenção de acidentes, realizamos reuniões de segurança do trabalho quinzenais com a liderança, e reuniões periódicas de comissão de risco com reporte ao Conselho da Companhia.

Além disso, o setor possui uma matriz operacional tipificando todos os riscos e perigos das unidades, graduação de riscos, probabilidade, severidade, medidas de controle existentes, medidas propostas e plano de ação. Dessa forma, é possível realizar uma gestão robusta dos perigos e riscos periodicamente.

Ainda, elaboramos Fichas de Risco em cada unidade, com o objetivo de reconhecer, avaliar e monitorar os cenários mais críticos das plantas. A cada trimestre as fichas passam por revisão e são apresentadas na Comissão de Riscos do Grupo SOMA, quando é possível avaliar a tendência dos riscos e a evolução das medidas de controle.

Temos também o Comitê de Produtos Químicos Perigosos, com reuniões periódicas com representantes para tratar de situações que envolvem uso destes produtos. E 100% dos produtos

químicos são avaliados e aprovados apenas após avaliação criteriosa dos riscos, dos componentes químicos, da ficha de informação de segurança do produto, além da análise de riscos para a saúde das pessoas colaboradoras, com parecer técnico da equipe de Segurança do Trabalho.

Em caso de detecção de algum produto entre os restritos, ele é tirado da linha de produção. Além disso, o Comitê realiza a avaliação geral da Ficha de Segurança de Produtos Químicos (FISPQ), que deve estar descrita em português e conter todas as informações pertinentes.

Também é realizada uma análise criteriosa do produto para entender se poderá causar algum impacto negativo na Estação de Tratamento de Efluentes.

**SASB CG-AA-250a.2**

A equipe de segurança do trabalho também é responsável por realizar as análises de risco das máquinas e equipamentos utilizados nos processos produtivos, classificando-as pelo grau de risco e encaminhando para o setor de Engenharia realizar as adequações à Norma Regulamentadora 12.

Todas as unidades produtivas possuem Programa de Segurança Comportamental: abrange o que é a inspeção comportamental, baseada em metodologia de identificação, abordagem, compromisso de mudança de comportamentos inseguros, que são realizados pelos gestores com as pessoas colaboradoras e terceiras de suas unidades.

Cumprimos com o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), exigência normativa para análise, previsão e gestão de riscos presentes nas tarefas laborais. A implementação do PGR começa com a identificação do fluxo das tarefas e atividades do ambiente de trabalho.

Após o levantamento de riscos para todos os estágios das tarefas, formulamos um plano de intervenção, visando à correção ou redução dos impactos adversos. Todo esse processo é planejado e executado de maneira integrada com os especialistas em segurança do trabalho da empresa.

Ainda contamos com os Comitês de Normas de Proteção, nos quais os supervisores, especialistas em segurança ocupacional, membros da equipe de Manutenção e Produção se encontram mensalmente para analisar todos os detalhes envolvendo as normas de segurança e para desenvolver e modificar os planos de ação para as unidades.

Realizamos também capacitações para fornecedores e funcionários que trabalham nas nossas indústrias, visando minimizar nossos impactos negativos.

Também damos grande valor à opinião dos nossos clientes por meio de pesquisas com partes interessadas, buscando sempre aprimorar nossos produtos.

Todas as pessoas colaboradoras recebem treinamento inicial (integração de segurança), ordem de serviço e treinamento específico para a realização de suas atividades, bem como são instruídas sobre a necessidade de informar e comunicar riscos observados e incidentes ocorridos. Possuímos o Plano de Atendimento a Emergências (PAE), bem como sistemas de emergência e prevenção ao pânico, equipes de brigadistas e bombeiros voluntários treinados a agir em situações de emergências e prevenção ao pânico. A empresa mantém ramal de emergência para que colaboradores possam acionar em situações necessárias, bem como

as equipes de brigadistas e equipes de Segurança do Trabalho e um *e-mail* da Segurança do Trabalho para encaminhar qualquer comunicação necessária.

Existem diversas formas de relato:

- Canal de ética — Contato Seguro, no qual o anonimato é garantido;
- Caixa de reporte de ocorrências — instaladas nas plantas, na qual o anonimato é garantido;
- *E-mails* da Segurança do Trabalho;
- Ramal da Segurança do Trabalho;
- Inspeções comportamentais;
- Reuniões mensais da Cipa.

A Política de Segurança e Saúde do Trabalho tem como premissa assegurar a toda pessoa colaboradora, sempre que a ela for exposta a uma conduta insegura ou insalubre de trabalho, assim entendida a ausência dos requisitos mínimos de segurança e salubridade prevista na legislação para o desempenho de determinada tarefa ou função, o direito de recusa ou interrupção de uma atividade por considerar que ela envolva riscos não dimensionados para a sua segurança e saúde, bem como o respectivo dever de comunicar a situação à equipe de Segurança do Trabalho.

A Companhia dispõe de Procedimento de Segurança e Saúde Ocupacional que visa estabelecer a sistemática para registro, classificação, investigação e análise das ocorrências de acidentes; padronizar conceitos e divulgação entre as unidades, bem como definir os procedimentos básicos para o tratamento dos incidentes, condições e comportamentos inseguros,

além de efetuar o acompanhamento das ações preventivas, corretivas, e/ou de melhorias necessárias para evitar a repetição.

Através do Relatório de Análise de Incidente — RAI, as ocorrências geradoras de incidentes e acidentes são investigadas, sendo possível identificar as causas, bem como as medidas propostas para correção imediata e plano de ação com melhorias, conforme hierarquia de controles.

Todas as ocorrências com envolvimento de colaboradores e ou terceiros são realizadas sempre após o atendimento no ambulatório da unidade, e são posteriormente registrados através do RAI, que visa regulamentar os procedimentos para o registro de acidentes de trabalho e perdas, bem como, estabelecer um fluxo adequado para o atendimento e acompanhamento do acidentado até seu pronto restabelecimento.

Também possuímos a PSSO 0034, que visa estabelecer a sistemática para registro, classificação, investigação e análise das ocorrências de acidentes; padronizar conceitos e divulgação entre as unidades, bem como definir os procedimentos básicos para o tratamento dos incidentes, condições e comportamentos inseguros, além de efetuar o acompanhamento das ações preventivas, corretivas, e/ou de melhorias necessárias para evitar a repetição.

**mais**  
*justa e bela*

Capacitamos nossas pessoas colaboradoras, terceiras e fornecedoras em segurança do trabalho visando minimizar impactos negativos.

## Nossa estrutura de promoção da saúde do trabalhador GRI 403-6

Temos a Clínica de Saúde Ocupacional, terceirizada, na qual são realizados os exames ocupacionais (admissional, demissional, periódico, mudança de função, retorno ao trabalho) e assistenciais, plano de saúde com coparticipação (Sul América, Unimed, GNDI: NotreDame Intermédica), e

enfermaria (CD Pavuna). Ainda contamos com ambulatórios médicos próprios (unidades industriais da Cia. Hering) e o telemonitoramento (Alô Saúde) de casos suspeitos de Covid-19, com base em protocolo específico.

### 1 Ambulatório enfermagem (CD Pavuna):

para atendimentos de primeiros socorros, mal súbitos e direcionamentos e orientações de enfermagem.

### 3 Teleatendimento dos casos suspeitos de Covid-19:

em linha com o Protocolo Covid, a empresa disponibiliza o número de WhatsApp "Enfermeira SOMA" para atendimento aos casos suspeitos e confirmados relacionados à Covid-19.

### 2 Ambulatório médico e enfermagem (unidades industriais da Cia. Hering):

para atendimentos dos exames ocupacionais, consultas assistenciais, enfermagem para atendimentos de primeiros socorros e mal súbito, fisioterapia, ginecologia e outros.

### 4 Clínica de Saúde Ocupacional: serviço de enfermagem para orientação por meio dos canais de atendimento (Teams, e-mail da saúde e Portal de chamados). Quando necessário, as pessoas colaboradoras são direcionadas ao médico do trabalho para atendimento e orientação.

### 5 Meses da Saúde:

determinamos um calendário anual das ações de saúde que trabalharemos no decorrer com conscientização e cuidados com a saúde com as nossas pessoas colaboradoras de forma *on-line*. Por exemplo, Setembro Amarelo (saúde mental), Outubro Rosa (autocuidado e saúde feminina, com foco na prevenção do câncer de mama), Novembro Azul (autocuidado e saúde masculina, com foco na prevenção do câncer de próstata).

### 6 SIPAT:

semana interna de prevenção de acidentes, com palestras, presenciais ou *on-line*, voltadas à prevenção de doenças (DSTs e LER/DORT, por exemplo).

### 7 Semana da Saúde:

semana interna na qual são realizadas atividades de promoção à saúde como palestras; Diálogos de Saúde, com conscientização sobre alimentação saudável; autocuidado; ergonomia, realização de massoterapia; e incentivo a práticas de atividades físicas de maneira interativa e lúdica.

### Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho GRI 403-8

No Grupo SOMA, 100% das pessoas são cobertas pelo nosso sistema de gestão de saúde. Aqui estão consideradas as pessoas diretamente contratadas pela Companhia e terceirizados que atuam nas unidades industriais e CDs.

Temos um total de 31,31% de pessoas colaboradoras, cujo sistema de SST foi auditado internamente e certificado por parte externa.



# Cadeia de fornecimento GRI 3-3

## Como funciona nosso processo produtivo GRI 2-6

### FORNECIMENTO (SOURCING) DE MATÉRIA-PRIMA:

Muito antes do nascimento de um produto exposto à venda em loja, o processo de busca, seleção e compra de materiais para aquela peça é iniciado. A cadeia de fornecedores de matéria-prima do Grupo SOMA é composta ao todo por fornecedores de tecidos planos, malharia e fornecedores de aviamentos. Eles são os responsáveis pelo abastecimento de insumos que serão transformados ao longo do ano nas milhares de peças fabricadas e vendidas pelas nossas marcas. Aqui estão inclusos desde as linhas, botões e elásticos, além dos tecidos ou malhas, de viscose, linho e algodão que serão cortados e costurados posteriormente.

A partir de um *briefing* ou necessidade da marca, o *sourcing* de matéria-prima é responsável por pesquisar ou desenvolver, aprovar a qualidade e negociar aquele material. Caso ele seja selecionado e aprovado, seguimos com o processo de compra junto ao fornecedor.

A equipe também é responsável pela prospecção de novos fornecedores, sempre guiada pelas premissas comerciais do Grupo em relação a prazo de pagamento, frete e padrões de qualidade.

### ATELIÊ SOMA

Por sua vez, um time interno de costureiras especializadas desenvolve as peças para aprovação e, por fim, ocorre a validação final dos modelos, a aposta de volume e a definição do preço de venda. No final desta etapa, temos os modelos finais e a grade da coleção, que deverá ser alocada nos fornecedores.

### OFICINAS DE COSTURA

Tudo começa com a segmentação das pirâmides de fornecimento de cada marca. Na pirâmide, os fornecedores são divididos em estratégicos, volantes, bases e críticos.

**Estratégicos:** são aqueles de grande importância para a empresa, seja pela quantidade significativa de produtos fornecidos ou pela escassez dos itens no mercado. Eles possuem uma gestão eficiente para atender às demandas comerciais, mantendo altos padrões de qualidade, capacidade de resposta e potencial de crescimento. Esses fornecedores desenvolvem parcerias sólidas com a empresa, promovendo colaboração e responsabilidade mútua.

**Volantes:** têm certa relevância, mas podem ser substituídos, pois ainda não oferecem produtos ou técnicas especializadas. No entanto, eles têm potencial para se tornarem estratégicos, demonstrando capacidade de atender novas demandas conforme necessário.

**Bases:** fornecem itens de fácil aquisição e têm pouco impacto nos resultados da empresa. Geralmente são fornecedores recentes na cadeia de suprimentos, mantendo uma relação transacional sem grande representatividade no volume de compra.

**Críticos:** apresentam problemas na relação de fornecimento, trazendo riscos de abastecimento e/ou à imagem da empresa. Isso pode ser devido a questões de desempenho, problemas financeiros, responsabilidade social e ambiental, qualidade ou segurança do produto. É esperado que fornecedores nesse estágio sejam acompanhados por um período limitado e, se necessário, medidas legais podem ser tomadas pelo Comitê de Fornecimento.

O objetivo da segmentação é dialogar com a marca sobre diretrizes e recomendações para a seleção, classificação, desenvolvimento, negociação de compra e descontinuidade da relação com fornecedores para suportar a execução da estratégia de fornecimento, garantindo o abastecimento e a mitigação de riscos para o negócio.

### FORNECIMENTO (SOURCING) DE PRODUTO ACABADO

Também existe a possibilidade da compra de produtos acabados, que já chegam prontos às nossas unidades. Antes da entrega, é feita a devida aprovação de modelagem, tecido, caimento e padrões de cores pelo time de Estilo, assim como preço e volume pelo time de Planejamento Comercial.

No geral, o acompanhamento da produção é realizado pelas equipes de PCP e Desenvolvimento de Fornecedores, até que a produção seja entregue nos Centros de Distribuição da empresa, onde é recebida e avaliada pela equipe de Qualidade, que aprova as produções que chegam aos nossos clientes.

Contamos ainda com fornecedores de produtos e serviços, indiretamente relacionados à produção de roupas, que também são essenciais para funcionamento do nosso negócio.

No ano de 2023, não tivemos mudanças significativas na nossa cadeia de valor.

# Perfil dos fornecedores

O Grupo SOMA possui uma estratégia clara e bem definida em relação aos seus fornecedores, vistos como parceiros essenciais para o crescimento da empresa, e como objeto de desenvolvimento mútuo. Buscamos firmar contratos e parcerias duradouras com aqueles que estão alinhados com os nossos valores de respeito aos direitos humanos e ao meio ambiente, oferecendo produtos de alta qualidade a preços competitivos. Nossas políticas de compra são orientadas por padrões de conformidade e *sourcing* ético.

Pelo país, nossos fornecedores têm suas bases, predominantemente, em quatro estados: Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, e Goiás. Os fornecedores localizados nestas localidades são os maiores em termos de volume de compras, com 57,65% do total de verba investida, atestando que a maior parte da cadeia de fornecedores do Grupo é local, nas comunidades ao entorno das nossas unidades. Quando olhamos para o cenário nacional, temos 86,42% dos gastos de compras aplicados em fornecedores brasileiros.

Outro ponto fundamental na cadeia produtiva é o fornecimento de matérias-primas. Essa frente inclui os fornecedores de fios e tecidos, que foram responsáveis por fornecer mais de 12 milhões de toneladas de materiais, totalizando um valor de compra de R\$ 603 milhões. Todos os fornecedores aprovados são solicitados a apresentar suas certificações, especialmente aquelas que atendam aos padrões estabelecidos pelo Grupo SOMA em relação a exigências ambientais e sociais.

## Cadeia de fornecedores SOMA

- 78% gastos com fornecedores brasileiros;
- R\$ 3.091 milhões destinados a esses fornecedores em 2023;
- + de 7 mil auditorias realizadas em + de mil fornecedores de produtos nacionais;
- + de 400 fornecedores de matérias-primas (tecidos, aviamentos, fios e químicos). **SASB CG-AA-000.A**

Além disso, o Grupo SOMA está sempre atento às necessidades socioeconômicas dos seus parceiros e ao alinhamento com as diretrizes do Código de Conduta Ética de Fornecedores (disponível em: <https://www.somagruposoma.com.br/investidores/estatuto-codigos-e-politicas/>).

## Impactos ambientais e sociais GRI 308-2, 414-2

Nossos mais de mil fornecedores, que compõem nossa base de oficinas de costura parceiras, são selecionados com base nos critérios ambientais e sociais definidos pela Companhia no *checklist* de *compliance*. Os documentos que garantem a conformidade são solicitados no momento da contratação e posteriormente, em auditorias de manutenção.

O total (100%) da cadeia de fornecimento de produto (oficinas de costura) foi avaliada com relação aos aspectos ambientais e sociais. Do ponto de vista ambiental, as exigências contemplam gestão de resíduos, licenciamento ambiental, e emissões de gases de efeito estufa. Já para questões sociais, foram considerados aspectos tais como: Certidões Negativas de Débito no INSS, FGTS e Caged, por exemplo. Além disso, todos os parâmetros da auditoria ABVTEX — Associação Brasileira de Varejo Têxtil — são utilizados na avaliação dos nossos fornecedores.

Para fornecedores da FARM Global, os critérios são com base na auditoria SMETA, que abarca questões ambientais, tais como gestão e conformidade ambiental (incluindo gestão de produtos químicos) e manutenção de maquinários, observando critérios internacionalmente recomendados. Como nas auditorias das marcas do Brasil, do ponto de vista social, são incluídos temas como condições do ambiente de trabalho, uso de equipamentos de proteção

individual e coletiva, condições sanitárias, pagamentos de salários, benefícios trabalhistas, acompanhamento de jornada e horas extras.

Estes temas são explicitados no Código de Conduta de Fornecedores (disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/dd835c95-0412-4284-82db-dae5784acebc/4edce4fa-9804-a381-dfa2-5a199e03f7b8?origin=1>) e no *Supplier's Code of Conduct* (disponível em: <https://www.farmrio.com/pages/transparency>).

Os indicadores são acompanhados ainda recorrentemente no nosso Programa SOMAR (saiba mais na página 223).

Em 2023, 718 fornecedores foram identificados como causadores de impactos ambientais e 344 fornecedores como causadores de impactos sociais.

Todos os fornecedores identificados com impactos ambientais ou sociais negativos receberam notificações informando a pendência e indicando melhorias. Além disso, o Grupo SOMA lançou a Trilha de Fornecedores para apoiá-los na evolução das temáticas ESG.

Vale ressaltar ainda que não houve fornecedores identificados como causadores de impactos significativos que poderiam culminar no encerramento de relações de negócios com os mesmos. As oportunidades de melhoria foram identificadas de acordo com nossas avaliações de auditoria, sem incidir em descumprimentos legais.

- Para Grupo SOMA --> durante o ano, foram identificados 635 fornecedores com não conformidades ambientais e 231 fornecedores com oportunidades de melhorias sociais. Estas oportunidades foram identificadas com base no ato das auditorias próprias.
- Para Cia. Hering --> durante o ano, foram identificados 83 fornecedores com oportunidades de melhorias ambientais e sociais, sendo 67 oficinas de costura, que receberam notificações em auditorias de manutenção e entraram em plano de ações para os temas, e 16 fornecedores de *sourcing*, que entraram em *follow-up* na auditoria da ABVTEX.
- Para FARM Global --> durante o ano, não foram identificados fornecedores com não conformidades ambientais e foram identificados 19 fornecedores com não conformidades sociais, com base no ato das auditorias SMETA.

## Rastreabilidade *blockchain*

A equipe de Sustentabilidade, com interface de Compliance, Sourcing, Desenvolvimento de Fornecedores e do SOMALabs (área de Inovação) iniciou a implantação do primeiro projeto de rastreabilidade do Grupo SOMA em parceria, com a Blockforce — fornecedor especializado em tecnologia *blockchain*. Convidamos dois dos nossos mais representativos fornecedores de algodão para participar do projeto. As informações registradas no sistema nos permitiram acompanhar mais de 40 mil peças da coleção de inverno 23 da marca Fábula, o que significa que mapeamos a produção desde a plantação do algodão (em mais de dez fazendas) até a distribuição nas lojas.

As metodologias de acompanhamento de SOMA e Cia. Hering estão em integração, por isso a diferença de modelo de reporte — sendo que para o Grupo SOMA as não conformidades são olhadas de maneira detalhada nos quesitos ambiental e social, e para Cia. Hering, de maneira consolidada.

**mais**  
*justa e bela*

100% dos fornecedores do SOMA são selecionados com base em critérios ambientais e sociais.

## Monitoramento e desenvolvimento GRI 3-3

Para além das iniciativas de auditorias e rastreabilidade, o Grupo SOMA investe ainda em programas para potencializar sua cadeia de valor, combinando ações de desenvolvimento, reconhecimento e incentivos financeiros — por meio do seu Programa de Fornecedores SOMAR, e de práticas referências de mercado como o Encadeamento Produtivo, realizado em parceria com o Sebrae — Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Por meio do SOMAR, os fornecedores são classificados e recebem apoio de acordo com suas *performances* em diferentes frentes, considerando não só indicadores de produtividade e custos, como também o impacto socioambiental.

O SOMAR foi estruturado em cinco pilares: sustentabilidade, operação, margem, avaliação de qualidade e reatividade.

Em 2023, lançamos o Portal de Fornecedores, com o objetivo de concentrar nossa gestão da cadeia, automatizar algumas etapas do processo e, principalmente, aumentar nosso poder de comunicação direta com nossos parceiros. Por meio desta ferramenta, podemos obter diretamente informações sobre as práticas socioambientais e demais indicadores pertinentes ao tema.



## A experiência dos fornecedores

A pesquisa anual de NPS é a principal ferramenta utilizada para medir a experiência dos fornecedores da cadeia produtiva do Grupo SOMA. Com base nos resultados dela, desenvolve-se um plano de ações para tratar as principais questões identificadas da cadeia. A pesquisa de 2022 resultou nas seguintes ações, executadas em 2023:

### 1 Manual do grau de dificuldade das marcas:

pensando em melhorar a transparência nos processos de desenvolvimento de produto da empresa, o grau de dificuldade das peças passou a ser inserido em todas as fichas técnicas. Além disso, foram desenvolvidos manuais de grau de dificuldade da FARM, da Animale e da Maria Filó. Os manuais foram disponibilizados para a cadeia via *e-mail*.

### 2 Formulário para demonstrar interesse em produzir para outras marcas do Grupo Soma:

na pesquisa, muitos fornecedores manifestaram o desejo de ampliar o leque de marcas para as quais produzem, e, pensando em facilitar esse processo, foi desenvolvido um formulário no qual os fornecedores pudessem deixar as informações necessárias para os times internos do Grupo SOMA darem início ao processo de avaliação visando entender se determinado fornecedor está apto a fornecer para novas marcas do Grupo.

### 3 Projeto de chamados:

o Grupo SOMA contratou uma consultoria especializada que revisou processos internos com foco em tratativas para reduzir o número de chamados. Um *webinar* foi apresentado para explicar o que foi feito e os resultados obtidos com o projeto. Ao todo, entre setembro de 2022 e setembro de 2023, foi registrada uma queda de 22% na reincidência de chamados e de 16% no *lead time* de abertura dos mesmos.

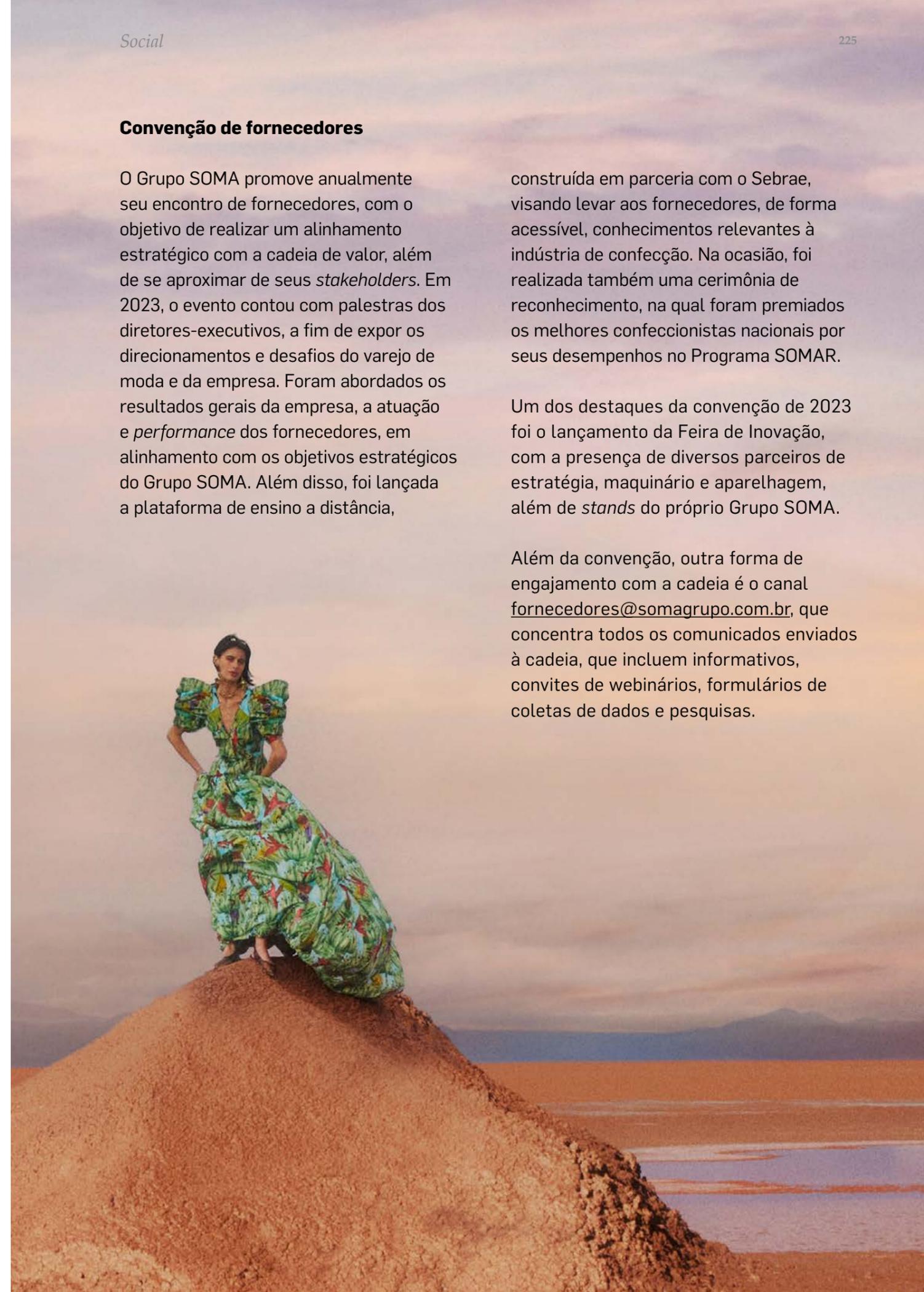
## Convenção de fornecedores

O Grupo SOMA promove anualmente seu encontro de fornecedores, com o objetivo de realizar um alinhamento estratégico com a cadeia de valor, além de se aproximar de seus *stakeholders*. Em 2023, o evento contou com palestras dos diretores-executivos, a fim de expor os direcionamentos e desafios do varejo de moda e da empresa. Foram abordados os resultados gerais da empresa, a atuação e *performance* dos fornecedores, em alinhamento com os objetivos estratégicos do Grupo SOMA. Além disso, foi lançada a plataforma de ensino a distância,

construída em parceria com o Sebrae, visando levar aos fornecedores, de forma acessível, conhecimentos relevantes à indústria de confecção. Na ocasião, foi realizada também uma cerimônia de reconhecimento, na qual foram premiados os melhores confeccionistas nacionais por seus desempenhos no Programa SOMAR.

Um dos destaques da convenção de 2023 foi o lançamento da Feira de Inovação, com a presença de diversos parceiros de estratégia, maquinário e aparelhagem, além de *stands* do próprio Grupo SOMA.

Além da convenção, outra forma de engajamento com a cadeia é o canal [fornecedores@somagrupo.com.br](mailto:fornecedores@somagrupo.com.br), que concentra todos os comunicados enviados à cadeia, que incluem informativos, convites de webinários, formulários de coletas de dados e pesquisas.



## Suporte financeiro para a cadeia de valor

Além dos investimentos nos programas de desenvolvimento da cadeia de valor, o Grupo SOMA possui ainda uma Política de Aporte Financeiro — cujo apoio pode ser requerido pelo próprio fornecedor, de acordo com as condições estabelecidas no documento. Os empréstimos têm, por sua vez, a função de fortalecer a cadeia de fornecedores da Companhia por meio de melhorias nos níveis de profissionalização, governança, capacidade de produção e boas práticas sociais e ambientais. Em casos de emergências sociais e ambientais, o Grupo se mobiliza para realizar ações além do previsto na Política.

O investimento na profissionalização de pequenas e médias empresas consiste em um modelo de negócio de impacto para o Grupo SOMA e para seus fornecedores, pois garante a longevidade das relações, o acompanhamento de indicadores baseados nos modelos da própria empresa e de parceiros como Sebrae e ABVTEX. Por meio de apoio ao desenvolvimento, capacitação, investimento financeiro e atuação em mercados menos favorecidos, o Grupo SOMA constrói impacto positivo nas comunidades no seu entorno.

**mais**  
*justa e bela*

O Grupo SOMA possui regras internas institucionalizadas para dar apoio financeiro a fornecedores.

## CrITÉRIOS ambientais e sociais para fornecedores GRI 308-1 e 414-1

Foram homologados, em 2023, 67 fornecedores, sendo 17 na cadeia de Cia. Hering, 46 na cadeia SOMA e 4 na cadeia de FARM Global.

Destes, 100% foram selecionados com base nos critérios sociais definidos pela Companhia no *checklist* de *compliance* e somente os fornecedores de Cia. Hering e FARM Global tiveram como premissa os critérios ambientais na seleção. Ou seja, de um total de 67 fornecedores, 21 tiveram critérios ambientais considerados em sua seleção (31%).

Para fornecedores de Cia. Hering, esta verificação é feita com checagem interna para cadastro (auditoria de homologação). Já para FARM Global, é utilizada como premissa para entrada na cadeia a auditoria SMETA, que contém os pilares ambiental e social.

Em virtude das características das operações dos fornecedores, os critérios ambientais de todos os fornecedores passam a ser avaliados a partir da primeira auditoria realizada.

Além disso, o Grupo SOMA parametrizou uma matriz de riscos baseada em dados públicos sobre encargos sociais e outros débitos trabalhistas ou previdenciários.

Para a cadeia de fornecedores de *sourcing* nacional, o Grupo SOMA adota a auditoria da ABVTEX como requisito obrigatório, e monitora mensalmente, via ferramenta de *due diligence*, o cumprimento das obrigações legais.

Os fornecedores de matéria-prima e de *sourcing* internacional (exceto FARM Global) ainda não são contemplados neste processo. Para entender a origem dos materiais que consome, o Grupo SOMA prioriza a escolha de matérias-primas certificadas e investe em projetos de rastreabilidade, como o piloto que está sendo executado com a marca Fábula (saiba mais na página 222).



## Trabalho digno na cadeia de valor

GRI 408-1, 409-1, CG-AA-430b.3

Historicamente, a cadeia produtiva do setor de vestuário enfrenta desafios relacionados a exposições a riscos de informalização, emprego de mão de obra irregular e desrespeito a condições dignas de trabalho. Atento a esse triste histórico, o Grupo SOMA investe na verificação e na qualificação de sua cadeia de fornecimento, incentivando e premiando fornecedores que, voluntariamente, internalizem boas práticas estimuladas pela Companhia e previstas em nosso Código de Condutas para Fornecedores.

O *sourcing* internacional também apresenta um nível de risco, especialmente pela falta de similaridade na legislação e mecanismos de fiscalização em países com grande potencial de negociação de produto acabado, como a China, Bangladesh, Indonésia e outros.

Para a FARM Global, este item é monitorado nas auditorias SMETA e acompanhado de acordo com a classificação na matriz de riscos.

Toda a nossa cadeia nacional passa por auditorias não anunciadas pelo menos a cada quatro meses, com o intuito de mitigar riscos em relação à violação de direitos humanos, atendimento de condições justas de trabalho e cumprimento da legislação. Este procedimento é feito por empresa terceira parceira, o que assegura a verificação independente. A frequência de auditorias pode ser maior a depender do risco do local de operação do fornecedor.

As auditorias ocorrem presencial e remotamente, com entrevistas em fornecedores da cadeia de oficinas de costura seguindo os programas reconhecidos, como o de certificação ABVTEX — Associação Brasileira de Varejo Têxtil, integrando parte do escopo em nossas auditorias próprias. Além disso, mantemos o monitoramento periódico de 100% dos fornecedores nacionais através de uma ferramenta de *due diligence* que busca informações relacionadas a pendências de documentação quanto ao tema.

Em 2023, foram realizadas 7.546 auditorias em toda a nossa cadeia. Como signatários da ABVTEX, ajudamos e incentivamos os nossos fornecedores no processo de adequação de suas empresas para também serem habilitados na certificação ABVTEX. Um dos principais objetivos é manter condições de trabalho em conformidade com as normas de direitos humanos. Atualmente, 79% dos fornecedores e subcontratados nacionais do Grupo SOMA possuem certificação ABVTEX.

Para os fornecedores internacionais, realizamos uma auditoria própria em parceria com uma certificadora que atua especialmente nos países asiáticos, com o intuito de verificar as condições locais de trabalho. Exigimos ainda a apresentação de relatórios relacionados a verificações de auditoria social de acordo com os mais reconhecidos padrões internacionais, tais como BSCI, WRAP ou SMETA, por exemplo.

# Comunidade

O Grupo SOMA e suas marcas cultivam relações sociais responsáveis e duradouras, compartilhando com a sociedade os impactos positivos do negócio. O SOMA se move e atua na busca da diversidade, equidade e inclusão e por fazer a diferença nas comunidades nas quais está inserido ou com as quais se relaciona.

Este relacionamento com as comunidades se dá de forma contínua, numa perspectiva de aprendizado e de geração de valor mútuos.

Desenvolvemos projetos de responsabilidade socioambiental a partir da identificação das necessidades das comunidades e, assim, convidamos seus representantes para pensarmos estratégias conjuntas de como promover transformações significativas na vida das pessoas. Estabelecemos parcerias e aprovamos investimentos de forma dialógica, por meio de iniciativas tanto institucionais quanto das marcas da Companhia.

**mais**  
*justa e bela*

Nosso relacionamento com as comunidades está baseado em aprendizado e geração de valor mútuos.

## Fundação Hermann Hering apoia empreendedorismo e cultura local

A Fundação Hermann Hering (FHH) atua em dois eixos prioritários: “Preservar a memória & Cultura da moda”, com o Museu Hering e o Centro de Memória Ingo Hering, ambos na cidade de Blumenau (SC) e “Moda que valoriza as pessoas”, com projetos que reforçam compromissos com a sustentabilidade e a produção consciente.

### A FHH em números em 2023

Em 2023, um dos destaques da FHH foi a Escola Trama Afetiva (ETA!), projeto EAD da Trama Afetiva, que tem direção criativa e de conteúdo de Jackson Araujo e Luca Predabon. O projeto foi viabilizado pelo Proac-SP, com apoio da FHH e patrocínio da Cia. Hering. Esta experiência impactou mais de 5 mil pessoas.

No projeto Retrama, em 2023 realizamos duas ações educativas com universidades com o desafio de desenvolver peças para o projeto. Cada uma possuía um foco e um público diferente. Foram utilizados bandeiras de amostras e resíduos têxteis que estavam em estoque para a confecção das peças. Aqui, 412kg de resíduos foram ressignificados.

Outro destaque em 2023 foi a parceria com o ID\_BR (Instituto Identidades do Brasil), num programa para atrair profissionais negros, negras e indígenas que desejam ser referência como líderes em suas áreas de atuação. O programa tem duração de dois anos, e, em 2023, impactou 256 pessoas.

**Preservar a memória & Cultura da Moda**

**14.758**

Visitantes no Museu Hering

**29.614**

Documentos arranjados no Centro de Memória Ingo Hering

**50**

Pesquisas atendidas no Centro de Memória

**2**

Editais executados

**Moda que valoriza as pessoas**

RETRAMA

**412 Kg**

de resíduos ressignificados

TRAMA AFETIVA

**5.138**

pessoas impactadas

ID\_BR

**256**

pessoas impactadas

**Gestão de pessoas**

**161h**

de capacitação da equipe em cursos realizados

## Ações e programas junto à comunidade local **GRI 413-1**

### **ANIMALE + Instituto Dona de Si**

Em 2023, renovamos a nossa parceria com o Instituto Dona de Si. Por meio desta iniciativa, desde 2021, investimos no Lab de Moda, projeto social que já atendeu, desde então, 93 mulheres em situação de vulnerabilidade social no Morro dos Prazeres (RJ) com oficinas com a alta liderança da Animale, aulas de corte, costura, empreendedorismo e geração de renda. Alcançamos resultados como a doação de R\$ 395 mil e 97% das alunas se tornando responsáveis pela renda familiar.

Ao longo do ano de 2023, foi concluída a segunda edição do Lab de Moda com aulas digitais e presenciais divididas em duas turmas (módulo iniciante e módulo avançado) — foram 260 horas de capacitação para 80 alunas, das quais 90% são negras. Ao final desta edição, 63 novas alunas se formaram. Além das aulas, o Instituto ofereceu a presença de uma “educadona” — nome dado pelo Instituto para a profissional que presta apoio a cada aluna individualmente, auxiliando suas necessidades de saúde mental, dúvidas e acolhimento.

### **ANIMALE + CBF**

Buscar inspiração em cada mulher e nos sentirmos representadas pelas jogadoras da Seleção Brasileira de Futebol Feminino foram as grandes iniciativas que nos levaram a esta parceria *fashion*. Reforçamos o nosso compromisso com o empoderamento feminino e, junto com a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), abrimos caminhos para conectar o futebol com a moda, por meio de uma alfaiataria que se tornou a vestimenta oficial da Seleção rumo ao mundial na Austrália.

A parceria com a CBF também permitiu nossa conexão com a ONG Empodera, que atua no desenvolvimento de lideranças de meninas e mulheres, trilhando um caminho para o empoderamento e para a equidade de gênero e raça. São cerca de 650 meninas e mulheres beneficiadas anualmente pela ONG.

Entre os diferentes projetos realizados pela Empodera, nosso apoio foi para o “Pretas em Campo”. O projeto promove o enfrentamento ao racismo e desenvolve a liderança de 120 meninas e jovens mulheres, com idades entre 13 e 21 anos, majoritariamente negras, estudantes da rede pública e moradoras de comunidades vulnerabilizadas do Rio de Janeiro.

### **ANIMALE + Amigos do Sertão**

A parceria com a ONG conecta a marca com dois projetos: a Associação Quilombola Conceição das Crioulas e o Rio Esperança, ambos com atuação no sertão de Pernambuco. Em dezembro de 2023, representantes da Animale estiveram presentes no Natal Solidário da ONG, quando entregaram cerca de 200 kits que incluíam roupas de crianças feitas a partir dos 78 rolos de tecidos doados. Além disso, também foram doados 78 rolos de tecido para a Associação Quilombola Conceição das Crioulas para a confecção de peças, apoiando na geração de renda e fomentando a economia local. O projeto alcança cerca de 20 mulheres entre costureiras, bordadeiras e cortadeiras, impactando cerca de 80 pessoas que dependem da renda da produção.

### **Hering, básico pelo Brasil**

A Hering fez uma viagem rumo às maiores festas de Carnaval do país. Olinda, Salvador e Rio de Janeiro foram as cidades escolhidas para personificar a força motriz que coloca a folia de pé, nas ruas, todos os anos. A Hering reiterou o seu compromisso com causas sociais e apresentou uma campanha atrelada ao apoio às instituições e comunidades do Carnaval: Homem da Meia Noite (PE), Olodum (BA) e a Escola de samba Portela (RJ).

### **Hering, invisibilidade do trabalho da mulher**

A Hering lançou a campanha “Ser Visível é Básico”, com o objetivo dar luz ao trabalho que ninguém vê das mulheres. Afinal, são elas, em sua maioria, que realizam tarefas básicas, relacionadas aos cuidados com a casa e com a família. Para chamar atenção para esta realidade, a camiseta básica branca serviu como plataforma para levar este questionamento. Por meios de estampas “invisíveis”, que podiam ser vistas em locais escuros (com luz negra), frases alertaram sobre o tema. Parte das vendas das camisetas brancas, de 8 a 10 de março de 2023, foi revertida para o Instituto Cactus — instituição filantrópica e de direitos humanos que atua de forma independente para a prevenção e promoção da saúde mental no Brasil, em especial para mulheres e adolescentes. Foi realizada a doação de R\$ 10 mil para a instituição.

### **Hering, orgulho LGBTQIAPN+**

Para exaltar o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+, celebrado em 28 de junho, a Hering apresentou uma campanha vinculada à Camiseta World. De 26 a 30 de junho de 2023, parte das vendas destas camisetas foi doada para a Casa Neon Cunha — instituição que presta serviços à população LGBTQIAPN+ em São Bernardo do Campo e no ABC Paulista. Foram doados R\$ 40 mil para a instituição.

**Hering Intimates e o Alvo da Moda**

Há mais de 25 anos, a Hering é parceira da campanha O Câncer de Mama no Alvo da Moda, realizada no Brasil pelo IBCC Oncologia. Em julho de 2023, a Hering Intimates e o IBCC Oncologia reforçaram a parceria e a importância da conscientização do câncer de mama o ano todo. A marca lançou o seu mais novo ícone cheio de propósito: o top de algodão nas cores preto e branco. Em outubro, foram lançadas mais duas variações: rosa e azul. A peça em ribana, com alças finas e bojo removível, conta com uma etiqueta lateral do icônico Alvo da Moda. O modelo faz parte do portfólio perene da marca e tem parte das vendas revertida para a instituição. Foi feita a doação de R\$ 23.862,23 para o IBCC Oncologia no ano de 2023.

Durante o Outubro Rosa, a Hering Intimates também realizou uma ação em prol da conscientização sobre o câncer de mama. De 19 de outubro, Dia Internacional de Combate ao Câncer de Mama, a 22 de outubro de 2023, todos os sutiãs tiveram parte das vendas revertida ao IBCC Oncologia. O valor de R\$ 19.592,00 foi repassado para a instituição.

**O Dia da Básica na Hering**

No aniversário da Hering, comemorado sempre na última sexta-feira de setembro, a icônica Camiseta World ajuda em uma importante causa. Em 2023, de 29 de setembro a 04 de outubro, parte das vendas do produto, na cor branca, foi revertida para a Casa 1 (ONG que atua com a acolhida para pessoas LGBTQIAPN+ expulsas de casa por suas orientações afetivas sexuais e identidades de gênero) e para o Instituto Identidades do Brasil – ID\_BR (ONG comprometida com a aceleração da promoção da igualdade racial). O valor de R\$ 96.678,10 foi dividido entre as duas instituições, sendo R\$ 48.339,05 cada.

No período, a marca também fez a doação de 1.500 camisetas para a instituição Amigos do Bem (entidade sem fins lucrativos que desenvolve projetos educacionais, de geração de trabalho e renda, água, saúde e moradia no sertão nordestino).

**O Novembro Colorido da Hering**

A Hering tem uma ação social na *Black Friday*. Com o nome Novembro Colorido, a data comercial mais aguardada do ano também é solidária. Durante a Sexta-Feira Básica, a cada compra nas lojas, *site* e *app*, uma doação foi feita para a CUFA (Central Única das Favelas). Como resultado, foram repassados R\$ 90 mil para a instituição.

**Cris Barros + Casa do Rio**

Em 2023, a parceria entre a Cris Barros e a Casa do Rio completou sete anos. Neste ano, esteve atrelada ao lançamento de camisetas natalinas da marca, que tiveram 100% do lucro revertido à organização social. Desde o início da parceria, foram doados R\$ 221.476,18, dos quais R\$ 41.219,00 em 2023. Os recursos são investidos na capacitação de mulheres indígenas e ribeirinhas da Amazônia, que transformam matérias-primas da floresta em artesanato — manejado de forma sustentável e tingido naturalmente. O apoio à ONG foi direcionado para o projeto “Artesania Amazônica”, que tem o propósito de preservar os saberes manuais de 41 artesãs (de 20 etnias distintas) da comunidade Parque das Tribos, em Manaus.



**Cris Barros — Histórico de doação Casa do Rio**



**Total: R\$ 221.476,18**

**Cris Barros + Rede Synapse**

A marca renovou a parceria pelo 3º ano consecutivo com a ONG, que desenvolveu uma metodologia própria focada na alfabetização e na educação infantil, considerando o contexto, a realidade e a vivência de cada aluno. A iniciativa de responsabilidade social esteve atrelada à campanha de Dia das Mães, lançada por amigas da marca acompanhadas por seus filhos. O total (100%) do lucro foi revertido para a Rede Synapse, realizando um investimento de R\$ 24.119,00 que contribuiu para que o projeto atendesse 200 crianças, com dez professoras qualificadas em oito estados do Brasil.

**Dzarm no Outubro Rosa**

A campanha Outubro Rosa da Dzarm foi realizada em parceria com o Instituto Quimioterapia e Beleza (IQeB). Para gerar conhecimento sobre a importância da prevenção do câncer de mama, a Dzarm criou quatro lenços com estampas exclusivas para a ação com parte da venda revertida para o Banco de Lenços da Flávia Flores, fundadora do IQeB. Isso porque o lenço é um acessório muito usado por mulheres que estão em tratamento contra a doença, por conta da queda de cabelo causada pela quimioterapia.

Além disso, no dia 08 de outubro, a marca participou da Pedalada Rosa na Avenida Paulista, em São Paulo. O evento teve o objetivo de despertar a atenção da comunidade para a importância da prevenção e do autocuidado das mulheres em relação ao combate ao câncer de mama. Internamente, a marca promoveu uma palestra para as pessoas colaboradoras do Grupo SOMA, convidando Flávia Flores, para contar sua história.

**Dzarm + Orientavida**

Para o Dia da Mulher, a Dzarm lançou uma *collab* com a jornalista e consultora de diversidade, Luanda Vieira. Todas as peças da coleção foram desenvolvidas com E-Co<sub>2</sub> Denim (*jeans* com modelo de produção ecoeficiente — saiba mais na página 126) e a bolsa foi produzida pela ONG Orientavida, responsável por capacitar mulheres de baixa renda em situação de vulnerabilidade para que, através da costura e bordado, conquistem sua autonomia financeira.

**Maria Filó + ONE BY ONE**

A Maria Filó estabeleceu uma parceria com a ONG One by One, que assiste crianças com deficiência, suas famílias e toda a rede de apoio, acreditando na inclusão social por meio da mobilidade e da educação. Em 2023, A Maria Filó doou R\$ 11 mil para compra e reforma de cadeiras de rodas e realizou um *workshop* criativo na oficina de arte terapia do projeto.

Nesta mesma época, foi feito um letramento interno de sensibilização sobre pessoas com deficiência e combate ao capacitismo em parceria com a artista e fundadora da One by One, Maria Teresa Stengel. O encontro teve a participação do time de Diversidade, Equidade e Inclusão do Grupo SOMA.

A Maria Filó tem um histórico positivo com a causa, sendo a primeira marca do Grupo a lançar aulas de Libras para todas as pessoas colaboradoras da marca, antes mesmo de fazer parte do SOMA.

**Natal do Bem**

O Grupo SOMA fez uma campanha de arrecadação de alimentos entre suas pessoas colaboradoras para serem doados para instituições parceiras como Gastromotiva (RJ e SP), Casa São Felipe Neri (Blumenau), Irmãos Invisíveis (Anápolis) e Instituto Social Kairós (Goianésia). A campanha contou com a participação de todas as unidades operacionais e administrativas do Grupo e arrecadou ao todo 3,3 toneladas de alimentos não perecíveis.

**3ª edição do RE-FARM CRIA**

Desde 2021, a FARM firmou uma parceria com o Instituto Precisa Ser para juntos olhar para fora e reconhecer as potências criativas do nosso país. Na edição de 2023, foram 20 projetos de moda incentivados com o valor de R\$ 25 mil cada, somando um investimento de meio milhão de reais. A página do RE-FARM Cria alcançou mais de 200 mil pessoas, contando com divulgação por *e-mail marketing* e *newsletter*, correspondendo a 15 mil cliques na plataforma PROSAS. Em 53 dias de inscrições abertas, 370 propostas foram recebidas de 27 estados (incluindo o Distrito Federal).



**FARM + Yawanawa**

Em sete anos de parceria, o grande investimento da marca nas terras indígenas foi no fortalecimento do Plano de Vida Yawanawa, que contou com a criação de mais cinco agroflorestas que ajudaram a garantir autonomia e segurança alimentar para o povo Yawanawa. Este programa está ligado ao nosso “Mil árvores por dia, todos os dias”, totalizando 7 mil árvores plantadas na terra indígena. Além disso, seguimos apoiando a cultura Yawanawa pelo patrocínio ao Festival Mariri, que reúne todo o povo em uma semana de encontros e celebrações.

Em 2023, nós investimos R\$ 283.500,00 nesta frente. Ao longo de sete anos de parceria:

- 180 artesãs impactadas positivamente;
- 7 mil árvores frutíferas plantadas em áreas desmatadas, considerando 29 espécies escolhidas pelo povo Yawanawa;
- + R\$ 1,3 milhão em geração de renda bruta;
- + R\$ 220 mil em investimentos locais;
- Mais autonomia financeira para as mulheres da comunidade;
- Aumento da segurança alimentar das comunidades locais;
- Instalação de internet em sete aldeias Yawanawa: Matrixa, Amparo, Yawarani, Sete Estrelas, Tiburcio, Escondido e Mutum.

**FARM na III Marcha das Mulheres Indígenas**

Com o tema “Mulheres Biomas em Defesa da Biodiversidade pelas Raízes Ancestrais”, foi por meio de representantes da marca e com o apoio da equipe da Deputada Federal Célia Xakriabá, que a FARM se fez presente em Brasília, entre os dias 11 ao dia 13 de setembro na Marcha das Mulheres Indígenas.

Este engajamento social foi idealizado pela Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade (ANMIGA) e reuniu mais de 8 mil defensoras ancestrais com o foco em promover a igualdade de gênero, a defesa dos direitos das mulheres e a proteção das culturas indígenas ao redor do globo.

Com objetivo de estabelecer relações e pontes com as lideranças organizadoras, aproximar a marca do movimento indígena e identificar possíveis oportunidades de atuação e patrocínio, a FARM apoiou o evento com a doação de R\$ 30 mil, firmada com o Instituto Shirley Djukurnã Krenak.

Os três dias da Marcha foram encerrados com uma leitura do documento final, estruturado pelas defensoras representantes de 172 povos originários, com exigências sociais e econômicas que envolvem mais políticas públicas eficazes para a proteção das ativistas e de suas respectivas comunidades e terras para as próximas gerações.



# Responsabilidade social GRI 413-1

Tendo as marcas do Grupo realizado iniciativas sociais com parceiros externos, reconhecemos a necessidade de padronizar os indicadores para mensurar o impacto global das nossas iniciativas e estabelecer projetos institucionais perenes e estratégicos em nome da nossa responsabilidade ética. Por isso, ao final de 2023, estruturamos a frente de Responsabilidade Social Corporativa com gestão direta pela *head* de Sustentabilidade. A nova estratégia conta com a definição dos pilares prioritários de atuação, papéis e responsabilidades e começará a ser implementada a partir de 2024.

A área se estrutura com o objetivo de institucionalizar as práticas do Grupo criando uma governança para o acompanhamento e gestão dos projetos sociais, contando com políticas, fluxos, controle e monitoramento do resultado a curto e longo prazos. Além disso, está em linha com os temas materiais Responsabilidade social, Diversidade, equidade e inclusão e Gestão de resíduos têxteis, priorizados em nossa matriz de materialidade.

Os projetos se darão a partir de:

**+**  
**Doações**  
*de recursos diretos (financeiro e bens materiais)*

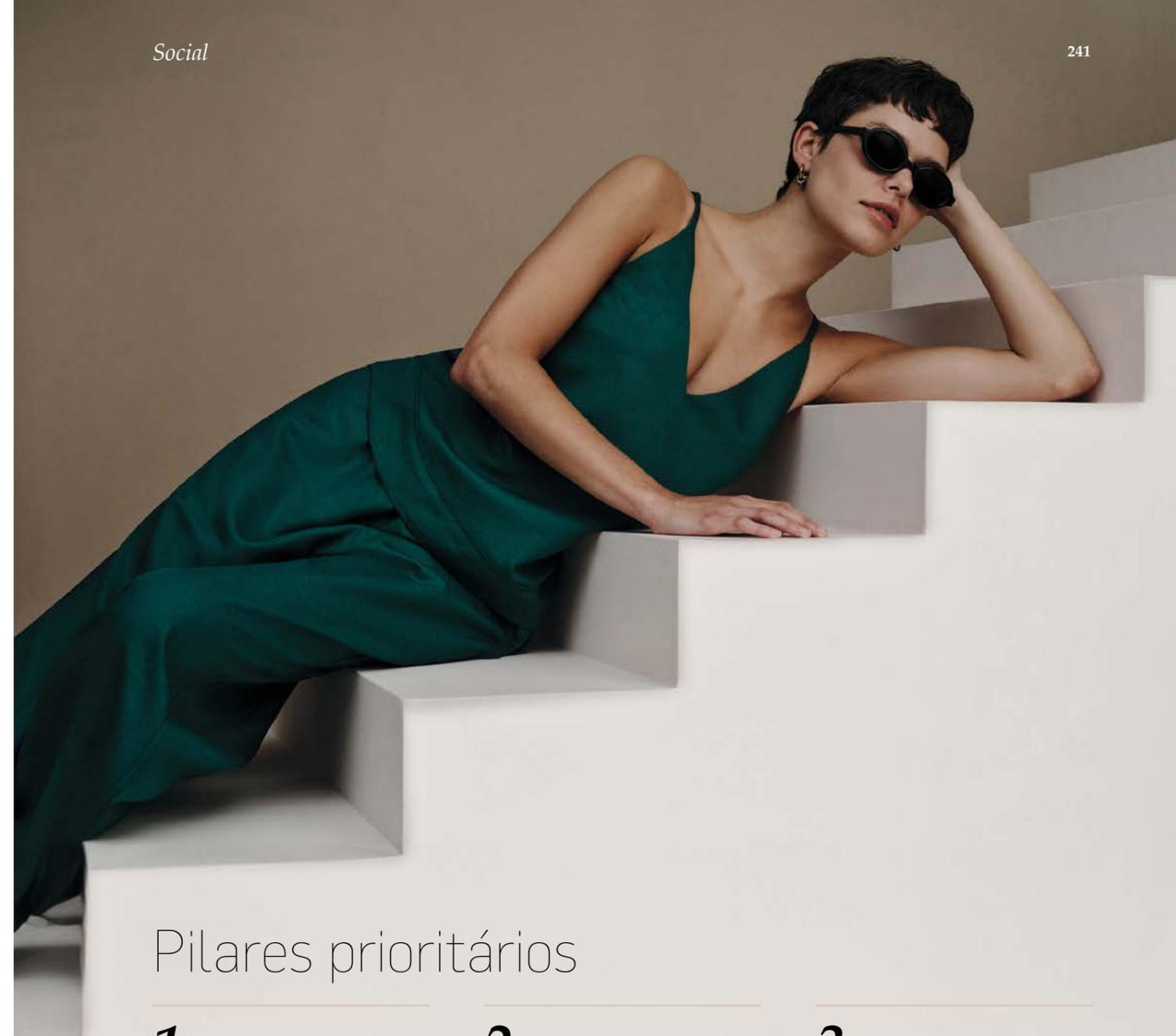
**+**  
**Doações**  
*de recursos incentivados (leis de incentivo)*

**+**  
**Programa**  
*de Voluntariado*

**+**  
**Capacitações**  
*de grupos em vulnerabilidade social*

**+**  
**Apoio humanitário**  
*em desastres naturais*

**+**  
**Campanhas**  
*internas*



## Pilares prioritários

### 1. Educação para moda

Atuação em projetos que acreditam na educação para moda como forma de transformação na sociedade.

### 2. Diversidade e inclusão

Apoio a projetos cujas frentes de atuação são focadas na diversidade e inclusão para a redução das desigualdades. Nesse pilar, as pautas prioritárias são gênero e raça.

### 3. Menos resíduos e mais renda

Através da doação de tecidos, apoio a pequenas produtoras e artesãs para a geração de renda para mulheres. Mais do que doar, o objetivo é compartilhar conhecimento para a expansão dos projetos. Outra frente desse pilar é o apoio a projetos de arte e cultura.



# Visão de futuro



## Nasce o AZZAS 2154, maior grupo de moda da América Latina

Iniciamos o ano de 2024 de forma espetacular ao anunciar a maior combinação de negócios da moda na América Latina.

O Grupo SOMA e a Arezzo&Co vão unificar suas operações, bem como suas estruturas acionárias, em um Acordo de Associação. A gestão da Companhia combinada será compartilhada entre os acionistas-chave atuais da Arezzo&Co e do Grupo SOMA. Alexandre Café Birman (atual CEO Arezzo&Co) será o CEO da nova empresa.

Essa operação resultará na formação de um conglomerado com 34 marcas, mais de 2 mil lojas próprias e franqueadas e quatro unidades de negócios distintas.

Com a transação, haverá uma nova estrutura das marcas, que passam a operar divididas em quatro categorias. São elas: Calçados e Acessórios, que será liderada por Luciana Wodzick; Vestuário Feminino *Lifestyle*, liderada por Roberto Jatahy; Vestuário Masculino *Lifestyle*, liderada por Rony Meisler e Vestuário Democrático, liderada por Thiago Hering.

Com a conclusão dessa união, a empresa projeta atingir um faturamento combinado próximo a R\$ 12 bilhões (com base nos faturamentos brutos LTM reportados nos relatórios trimestrais do terceiro trimestre de 2023).

O Grupo AZZAS 2154 traz em si grandes oportunidades para aumentar seu valor agregado, como o desenvolvimento das categorias de calçados e acessórios nas marcas do Grupo SOMA para impulsionar a receita, melhorias na gestão dos canais de venda multimarcas, *e-commerce* e, especialmente, franquias, bem como a otimização das instalações industriais de malharia da Cia. Hering e a preparação para a incorporação de outros segmentos de negócios.

Estamos otimistas com este novo cenário de influência global, que atribui uma nova dimensão para os próximos capítulos da nossa história.



# Anexos



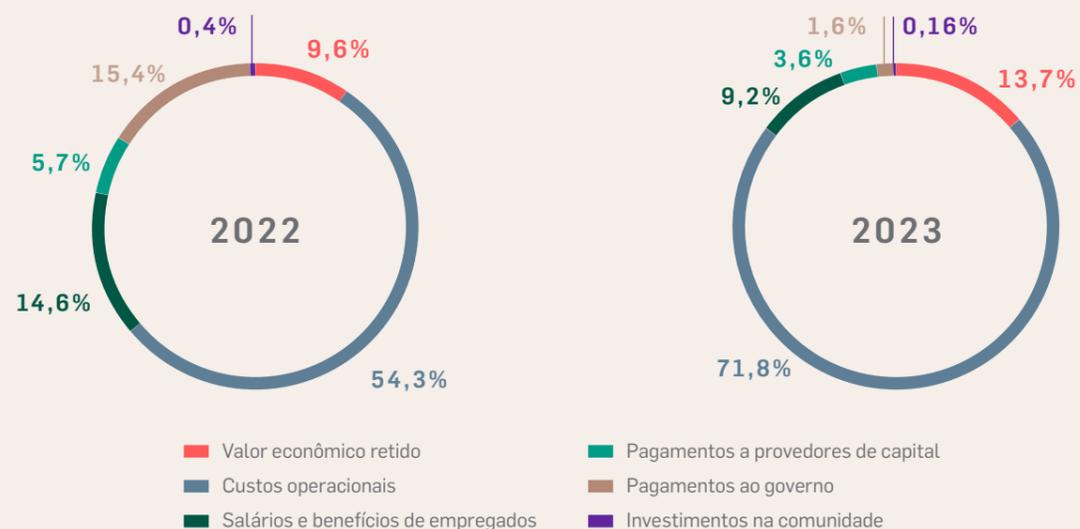
# Central de indicadores GRI

## Econômico-financeiro

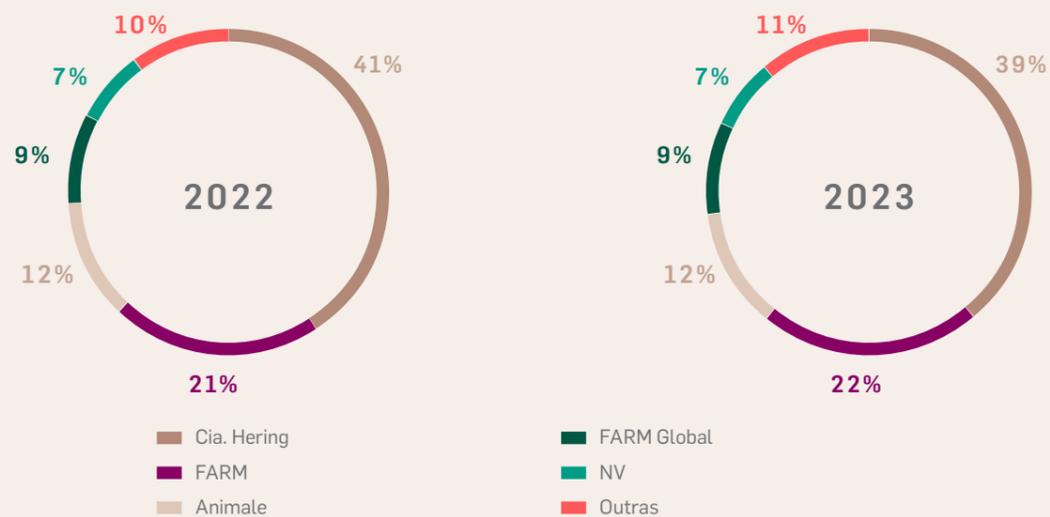
### Nosso desempenho

GRUPO SOMA E CIA. HERING - VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO GRI 201-1		
GERADO	2022	2023
Receitas (R\$ mil)	5.732.434	6.332.693
DISTRIBUÍDO (R\$ MIL)	2022	2023
Custos operacionais	3.114.518	6.542.221
Salários e benefícios de empregados	836.574	836.179
Pagamentos a provedores de capital	325.844	329.100
Pagamentos ao governo	880.716	144.477
Investimentos na comunidade	23.595	14.739
<b>Total</b>	<b>5.181.247</b>	<b>7.866.716</b>
RETIDO (R\$ MIL)	2022	2023
Retido	551.187	- 1.534.023,00
GRUPO SOMA E CIA. HERING – APOIO FINANCEIRO RECEBIDO DO GOVERNO GRI 201-4		
Benefícios e créditos fiscais	R\$ 510.102.045,41	

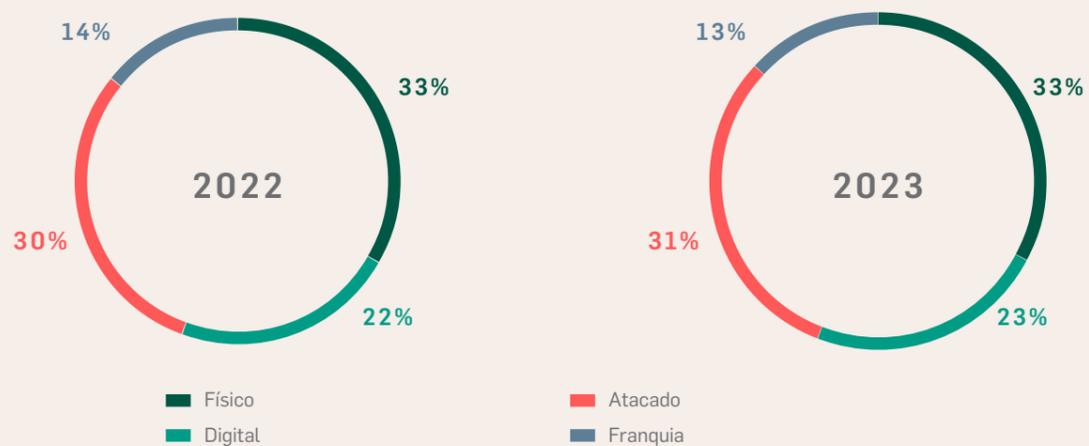
### Valor econômico direto gerado



### Receita bruta por marca



### Receita bruta por canal



# Governança - Moda mais ética

## GRUPO SOMA E CIA. HERING – RELATOS RECEBIDOS NO CANAL DE ÉTICA SOBRE CASOS DE DISCRIMINAÇÃO GRI 406-1

	2022	2023
Encerrados como improcedentes	3	2
Encerrados como inconclusivos	9	10
Em apuração	2	3
Inaplicáveis ao canal	2	1
Encerrados como procedentes	2	9
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>25</b>



# Ambiental - Moda mais limpa

## Produto de menor impacto

### GRUPO SOMA E CIA. HERING — MATERIAIS UTILIZADOS, DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME GRI 301-1, SASB CG-AA-440A.4

MATERIAL	COMPOSIÇÃO	FONTE	2022		2023	
			PESO (t)	%	PESO (t)	%
Acetato	Fibra sintética	Não renovável	12,12	0,43%	101,86	0,82%
Acrílico	Fibra sintética	Não renovável	0,36	0,01%	36,19	0,29%
Algodão	Fibra natural vegetal	Renovável	684,25	24,18%	8.015,37	64,68%
Elastano	Fibra química sintética	Não renovável	34,28	1,21%	121,72	0,98%
Fios e tecidos mistos	Diversos	Não renovável	0,74	0,02%	629,86	5,08%
Lã	Fibra natural animal	Renovável	1,37	0,05%	18,46	0,15%
Linho	Fibra natural vegetal	Renovável	244,01	0,05%	182,76	1,47%
Liocel	Fibra natural vegetal	Renovável	0,16	0,01%	0,33	0,00%
Lurex	Fibra química sintética	Não renovável	0,06	0,00%	0,01	0,00%
Modal	Fibra artificial MMCF	Renovável	3,06	0,11%	6,21	0,05%
Nylon	Fibra sintética	Não renovável	0,88	0,03%	2,23	0,02%
Poliamida	Fibra química sintética	Não renovável	41,64	1,47%	98,16	0,79%
Poliéster	Fibra química sintética	Não renovável	64,35	2,27%	307,04	2,48%
Rayon	Fibra natural vegetal	Não renovável	-	-	3,64	0,03%
Seda	Fibra natural animal	Renovável	21,53	0,76%	6,55	0,05%
Viscose	Fibra artificial MMCF*	Renovável	1.722,35	60,87%	2.862,31	23,10%
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.829,49</b>	<b>100,00%</b>	<b>12.392,70</b>	<b>100,00%</b>

	2023
<b>CERTIFICADO</b>	<b>METRAGEM</b>
ABR	2.231.483
BCI	2.238.368
OEKO-TEX 100	1.950.226
FSC	1.588.162
VISCOSE LENZING ECOVERO	288.679
CANOPY STYLE-BIRLA	299.893
ZDHC	128.074
CARBON FREE	55.593
<b>OUTROS</b>	<b>METRAGEM</b>
AMACIANTE RYCE RECICLE	753.322
AMNI SOU ECO	59.139
POLIESTER RECICLADO	3.512

### MATÉRIAS-PRIMAS OU MATERIAIS RECICLADOS UTILIZADOS GRI 301-2

Poliéster reciclado – 3.512 metros (representa menos de 0,1% das compras totais de matéria-prima do Grupo SOMA)

Malhas fio desfibrado – 1.574,25 kg (representa menos de 0,1% das compras totais de matéria-prima do Grupo SOMA)

### GRUPO SOMA E CIA. HERING – PERCENTUAL DE PRODUTOS E SUAS EMBALAGENS RECUPERADOS GRI 301-3

MATERIAL	UNIDADE DE MEDIDA	2021			2022			2023		
		QTD VENDIDA	QTD RECUPERADA	% EM RELAÇÃO AO TOTAL	QTD VENDIDA	QTD RECUPERADA	% EM RELAÇÃO AO TOTAL	QTD VENDIDA	QTD RECUPERADA	% EM RELAÇÃO AO TOTAL
Peças de roupa usadas que foram coletadas no FARM + Enjoei e Animale Vintage	Peças	9.765.189	71.770	7,35%	7.731.774	163.676	2,12%	7.507.872	169.462	2,26%
Embalagens de papel e papelão	Toneladas	1.677	301,32	18,00%	2.015	1.918	95,18%	2.018,60	1.776,22	87,99%
Embalagens plásticas	Toneladas	0,17	0,17	100,00%	91	82	90,36%	38,15	23,95	62,78%

## Resíduos

### GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS, POR COMPOSIÇÃO (t) GRI 306-3

DADOS DAS UNIDADES SOMA E HERING	TIPO	2021	2022	2023
Reciclável	Perigoso e não perigoso	5.115,20	2.540,17	3.341,50
Não reciclável e resíduo comum	Perigoso e não perigoso	4.455,78	1.978,92	2.161,54
<b>Total</b>		<b>9.570,98</b>	<b>4.519,09</b>	<b>5.503,05</b>

A quantidade de resíduos do ano de 2022 foi corrigida. No ano passado, a contagem foi feita considerando quilos ao invés de toneladas, o que ocasionou um desvio significativo. Também foram ajustadas as classificações de tipo. GRI 2-4.

### GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR COMPOSIÇÃO (t) GRI 306-4

COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE (t)		
	2021	2022	2023
Papel	1.229,08	716,05	1.048,18
Plástico	251,55	142,47	115,63
Metal	112,42	113,72	71,35
Madeira	9,00	3,42	16,00
Têxtil	3.498,46	1.528,99	1.919,45
Vidro	5,86	2,74	0,86
Pilha e bateria	8,83	0	0,07
Lâmpada	-	0	2,07
Diversos	-	32,78	167,91
<b>Total</b>	<b>5.115,20</b>	<b>2.540,17</b>	<b>3.341,51</b>

A quantidade de resíduos do ano de 2022 foi corrigida. No ano passado, a contagem foi feita considerando quilos ao invés de toneladas, o que ocasionou um desvio significativo. Também foram ajustadas as classificações de tipo. GRI 2-4.

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO, EM TONELADAS MÉTRICAS (t) GRI 306-4**

	2022	2023
Preparação para reutilização	0	0
Reciclagem	2.539,22	3.341,51
Coprocessamento	0	0

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO (t) GRI 306-5**

	2021	2022	2023	
<b>RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b>		<b>QUANTIDADE DE RESÍDUOS GERADOS (t)</b>	<b>QUANTIDADE DE RESÍDUOS GERADOS (t)</b>	<b>%</b>
Incineração sem recuperação de energia	0,08	0,00	0,00	0,00%
Aterro	3.781,70	1.636,63	1.781,58	33,40%
Coprocessamento	288,3	150,08	75,47	1,42%
Reciclagem	0,00	2.539,22	3.337,46	62,58%
Tratamento de efluentes	0,00	0,00	138,92	2,60%
<b>Subtotal</b>	<b>4.070,08</b>	<b>4.325,93</b>	<b>5.333,43</b>	<b>100,00%</b>

		QUANTIDADE DE RESÍDUOS GERADOS EM 2023 (t)	QUANTIDADE DE RESÍDUOS GERADOS EM 2023 (t)	%
<b>RESÍDUOS PERIGOSOS</b>				
Incineração	-	0,00	0,00	0,00%
Aterro	-	115,10	79,55	46,90%
Coprocessamento	-	64,78	69,89	41,20%
Reciclagem	-	0,95	4,04	2,38%
Rerrefino	-	5,07	3,38	1,99%
Tratamento de efluentes	-	1,97	9,12	5,38%
Autoclave	-	5,29	3,64	2,15%
<b>Subtotal</b>	<b>-</b>	<b>193,16</b>	<b>169,62</b>	<b>100,00%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>4.070,08</b>	<b>4.519,09</b>	<b>5.503,05</b>	

Nota: Os resíduos contabilizados são de dentro da organização. Dados extraídos dos MTRs. A quantidade de resíduos do ano de 2022 foi corrigida. No ano passado, a contagem foi feita considerando quilos ao invés de toneladas, o que ocasionou um desvio significativo. Também foram ajustadas as classificações de tipo. GRI 2-4.

**Emissões**
**GRUPO SOMA E CIA. HERING – EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) GRI 305-1**

	2021	2022	2023
Combustão estacionária	11.795,40	13.117,77	9.032,84
Combustão móvel	49,83	42,09	48,86

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) GRI 305-1**

	2021	2022	2023
Fugitivas (extintores de incêndio e ar-condicionado)	1.706,97	670,73	741,74
Processos industriais	215,97	182,41	111,66
Resíduos sólidos e efluentes líquidos	4.500,36	319,32	157,04
<b>Total de emissões brutas de CO<sub>2</sub></b>	<b>18.268,54</b>	<b>14.332,32</b>	<b>10.092,14</b>

Foram calibrados os dados de fugitivas e de resíduos sólidos e efluentes líquidos de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como *baseline* para as metas de curto e longo prazos. GRI 2-4

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 2) PROVENIENTES DE AQUISIÇÃO DE ENERGIA (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) GRI 305-2**

2021	2022	2023
5.346,94	1.891,58	1.629,37

Foram calibrados os dados de consumo de energia elétrica de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como *baseline* para as metas de curto e longo prazos. GRI 2-4  
Total de emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia em toneladas métricas de CO<sub>2</sub> equivalente calculadas com base no mercado: 389,07 tCO<sub>2</sub>e, em 2022 e, 528,47 tCO<sub>2</sub>e, em 2023. Gases incluídos no cálculo: CH<sub>4</sub>, CO<sub>2</sub>, HFC-32, HFC-125, HFC-134a, HCFC-22, HCFC-141b, CO<sub>2</sub> renovável, e N<sub>2</sub>O.

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – EMISSÕES BIOGÊNICAS DE CO<sub>2</sub> (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE)**

	2021	2022	2023
Emissões diretas biogênicas (provenientes da queima da lenha* + efluentes) GRI 305-1	31.900,37	22.219,04	23.009,34
Emissões indiretas biogênicas de CO <sub>2</sub> GRI 305-3	-	5.323,51	3.753,72

A consolidação das informações de emissões levou em conta o controle operacional. Inventário realizado sob as normas da metodologia do GHG Protocol. Atualizamos nosso ano-base para 2022 por termos aprimorado o inventário com a adição de novas categorias para a submissão das metas ao SBTi — sendo 2022 também o ano-base para o mesmo. Em relação ao inventário de 2022 informado no último Relatório Anual, foi necessário fazer a calibragem dos dados de logística do Grupo SOMA e a atualização dos fatores de emissão da estação de tratamento de efluentes. Os dados reportados no relatório de 2022 são diferentes destes apresentados agora para 2022, devido a estas revisões. Gases incluídos no cálculo: CH<sub>4</sub>, CO<sub>2</sub>, HFC-32, HFC-125, HFC-134a, HCFC-22, HCFC-141b, CO<sub>2</sub> renovável, N<sub>2</sub>O.  
\* A queima de lenha é proveniente das operações de Cia Hering. Por isso, em 2020, ano anterior à fusão das empresas, o valor é zero. O uso da lenha ocorre na caldeira na Unidade Industrial de Itororó, em Blumenau (SC), para a geração de energia.

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – OUTRAS EMISSÕES (ESCOPO 3) DE GASES DO EFEITO ESTUFA (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) GRI 305-3**

	2021	2022	2023
Bens e serviços adquiridos	55.116,43	48.476,56	38.397,96
Transporte e distribuição a montante	42.165,93	7.150,45	8.054,49
Resíduos gerados nas operações	5.054,26	4.224,04	3.273,04
Viagens a negócios	981,88	1.926,75	2.989,30
Deslocamento de pessoas colaboradoras	6.918,17	10.585,34	7.302,41

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – OUTRAS EMISSÕES (ESCOPO 3) DE GASES DO EFEITO ESTUFA (tCO<sub>2</sub> EQUIVALENTE) GRI 305-3**

	2021	2022	2023
Franquias	3.145,52	771,39	680,59
Atividades relacionadas com combustíveis e energia não incluídas nos escopos 1 e 2	-	3.129,26	2.799,84
Bens de capital	-	255,20	134,39
Tratamento de fim de vida dos produtos vendidos	-	21.025,58	14.205,74
<b>Total</b>	<b>113.382,19</b>	<b>97.544,57</b>	<b>77.837,76</b>

Foram calibrados os dados de consumo de energia bens e serviços adquiridos, transporte e distribuição a montante, e deslocamento de pessoas colaboradoras de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Além disso, foram adicionados no inventário as categorias: atividades relacionadas com combustíveis e energia não incluídas nos escopos, bens de capital e tratamento de fim de vida de produtos vendidos. Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como *baseline* para as metas de curto e longo prazos. **GRI 2-4**

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DO EFEITO ESTUFA GRI 305-4**

	2021	2022	2023
Total de emissões de GEE (tCO <sub>2</sub> equivalente) – escopos 1 e 2	23.615,47	16.223,90	11.721,51
Quantidade de produtos produzidos (peças)	60.193.517	62.963.049	51.496.373
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (tCO <sub>2</sub> equivalente/peça)	0,0004	0,0003	0,0002

Para 2021, 2022 e 2023, ajustamos a base de cálculo considerando a quantidade de produtos produzidos, ao invés de produtos vendidos. Entendemos que seria mais apropriado considerar desta forma, já que independentemente de a venda ser consolidada, o impacto ambiental já estaria dado. Além disso, ajustamos a somatória das emissões de escopos 1 e 2 para refletir as atualizações pontuadas nos GRIs 305-1, 305-2 e 305-3. **GRI 2-4**

**REDUÇÃO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) EM tCO<sub>2</sub>E GRI 305-5**

GRUPO SOMA	2022	2023
Emissões escopos 1, 2 e 3	113.768,47	89.559,27
Redução de emissões 2023 x 2022		24.209,20

Gases incluídos no cálculo: CH<sub>4</sub>, CO<sub>2</sub>, HCFC-22, HFC-125, HCFC-141b, HFC-32, N<sub>2</sub>O, CO<sub>2</sub> renovável, HFC-134a. Atualizamos nosso ano-base para 2022 por termos aprimorado o inventário com a adição de novas categorias para a submissão das metas ao SBTi — sendo 2022 também o ano-base para o mesmo. A elaboração do inventário segue as normas do Programa Brasileiro GHG Protocol, realizado com auxílio da consultoria da WayCarbon e utilização da plataforma Climas. **GRI 2-4**

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – EMISSÕES DE SUBSTÂNCIAS QUE DESTROEM A CAMADA DE OZÔNIO (SDO) GRI 305-6**

	2021	2022	2023
HCFC-22	0,033377	0,027776	0,023272
HCFC-141b	-	0,002983	0,002988
<b>Total</b>	<b>0,033377</b>	<b>0,030759</b>	<b>0,026260</b>

HCFC-22 e HCFC-141b. Emissões calculadas por meio do: Ozone Depleting Potential (ODP) adotado pelo Protocolo de Montreal. Inventário de GEE realizado sob as normas do GHG Protocol. Conforme reportado no GRI 305-1, foram calibrados os dados de fugitivas de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Por isso, tivemos calibragem também na quantidade de HCFC-22. Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como *baseline* para as metas de curto e longo prazos. **GRI 2-4**



## Água

GRUPO SOMA E CIA. HERING — VOLUME TOTAL DE ÁGUA CAPTADA E DESCARTADA EM TODAS AS ÁREAS E NAQUELAS COM ESTRESSE HÍDRICO, POR FONTE (ML) <b>GRI 303-3</b>			
	2021	2022	2023
Água superficial	1.130,09	1.187,73	936,83
Água subterrânea	49,42	53,88	49,30
Água de terceiros	354,25	14,18	238,03
Águas pluviais	0,33	0,40	0,00
<b>Total</b>	<b>1.534,09</b>	<b>1.256,19</b>	<b>1.224,15</b>
Descarte <b>GRI 303-4</b>			
Água superficial			919.679
Água de terceiros			15.845
<b>Total</b>			<b>935.524</b>

Dados consideram unidades industriais, administrativas e lojas próprias. O esgoto gerado pelas lojas não é contabilizado, pois em *shoppings*, os banheiros são de uso comum. As demais unidades industriais possuem sistema de fossa e filtro, com exceção da unidade de São Luís de Montes Belos (GO), na qual o esgoto sanitário e o efluente industrial são enviados para a concessionária Saneago, mas este volume não é medido mensalmente. Toda a água descartada é doce. De acordo com o *Aqueduct Water Risk Atlas*, todas as operações do SOMA estão localizadas em áreas de estresse hídrico médio e alto. Todos os descartes de efluente industrial e de esgoto sanitário do Grupo SOMA são realizados em água doce, podendo ser diretamente no corpo receptor (rio) ou por meio de concessionárias que tratam nosso efluente/esgoto e depois lançam esses efluentes/esgotos no rio. Não há substâncias prioritárias preocupantes no descarte do Grupo SOMA, que segue os parâmetros de lançamento de efluentes/esgoto conforme a legislação aplicável. No caso da unidade Itororó (Blumenau - SC), que lança os efluentes diretamente no rio, seguimos a Resolução Conama nº 430 e a Resolução Conama nº 357. Já para a unidade de São Luís de Montes Belos (GO), que envia os efluentes para a concessionária Saneago, seguimos a Resolução Nº 068 /2009 - CG.

## Energia

GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA (GJ) <b>GRI 302-1</b>			
COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS	2021	2022	2023
Gás natural	157.654,86	221.326,58	147.727,04
GLP	3.998,13	4.034,03	4.881,17
Gasolina	77,48	0,00	54,96
<i>Diesel</i>	3.661,90	1.096,43	1.265,40
Acetileno	0,36	0,00	0,00
<b>CONSUMO TOTAL DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS (A)</b>	<b>165.392,73</b>	<b>226.457,04</b>	<b>153.928,57</b>
COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS			
Lenha	445.094,67	198.318,48	205.345,24
Outros combustíveis	0,00	0,00	0,00
<b>CONSUMO TOTAL DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS (B)</b>	<b>445.094,67</b>	<b>198.318,48</b>	<b>205.345,24</b>
ENERGIA CONSUMIDA – ELETRICIDADE			
Renovável	111.689,80	72.413,95	112.976,17
Não renovável	41.309,92	83.596,89	37.878,98
<b>TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA – ELETRICIDADE (C)</b>	<b>152.999,72</b>	<b>156.010,84</b>	<b>150.855,15</b>
ENERGIA VENDIDA			
Renovável	12.696,23	53.398,95	0,00
Não renovável	4.695,86	40.283,42	0,00
<b>TOTAL DE ENERGIA VENDIDA – (D)</b>	<b>17.392,09</b>	<b>93.986,37</b>	<b>0,00</b>
<b>CONSUMO TOTAL (A+B+C-D)</b>	<b>916.486,84</b>	<b>487.103,99</b>	<b>510.128,97</b>

Nota:

Em 2021, 73% do escopo 2 do Grupo SOMA e da Cia. Hering foram provenientes de fontes de energia renovável a partir de um *mix* (hidrelétrica, eólica, solar e biomassa).

Em 2022, 57% do escopo 2 do Grupo SOMA e da Cia. Hering foram provenientes de fontes de energia renovável a partir de um *mix* (hidrelétrica, eólica, solar e biomassa).

Já em 2023, 75% do escopo 2 do Grupo SOMA e da Cia. Hering foram provenientes de fontes de energia renovável de um *mix* (hidrelétrica, solar e biomassa). Em 2023, não tivemos energia vendida, pois o total comprado foi consumido.

Estas porcentagem consideram todas as unidades — administrativas, fabris e lojas, e está diferente da reportada na página das metas ambientais, porque a meta considera apenas unidades administrativas e fabris. Foram calibrados os dados de consumo de energia elétrica de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como baseline para as metas de curto e longo prazos. GRI 2-4

<b>GRUPO SOMA E CIA. HERING – CONSUMO DE ENERGIA FORA DA ORGANIZAÇÃO (GJ) GRI 302-2</b>	
<b>COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS</b>	<b>2023</b>
Gasolina	74.302,74
Diesel	133.946,01
Querosene	70.256,87
Óleo combustível	323,79
<b>CONSUMO TOTAL DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS (A)</b>	<b>278.829,41</b>
<b>ENERGIA CONSUMIDA – ELETRICIDADE</b>	
Renovável	0,00
Não renovável	65.616,38
<b>CONSUMO TOTAL DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS (B)</b>	<b>65.616,38</b>
<b>CONSUMO TOTAL (A+B)</b>	<b>344.445,79</b>

<b>GRUPO SOMA E CIA. HERING – INTENSIDADE ENERGÉTICA GRI 302-3</b>			
	2021	2022	2023
Energia consumida (GJ)	916.409,36	580.786,36	510.128,97
Quantidade de produtos (peças)	60.193.517	62.963.049	51.496.373
Taxa de intensidade (GJ/peça)	0,02	0,01	0,01

Para 2021, 2022 e 2023, ajustamos a base de cálculo considerando a quantidade de produtos produzidos, ao invés de produtos vendidos. Entendemos que seria mais apropriado considerar desta forma, já que independentemente de a venda ser consolidada, o impacto ambiental já estaria dado. Foram calibrados os dados de consumo de energia elétrica de 2022 (em relação ao que foi reportado no último Relatório Anual). Estes ajustes se deram por conta de atendimento aos parâmetros recomendados pelo SBTi — para termos mais confiabilidade no inventário que será utilizado como baseline para as metas de curto e longo prazos. **GRI 2-4**



# Social - Moda mais justa e bela

## Pessoas colaboradoras – Gente é o que SOMA

GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR GÊNERO E POR REGIÃO GRI 2-7

REGIÃO	2022		2023
	HOMEM	MULHER	TOTAL
Centro-Oeste	493	1.623	2.116
Nordeste	78	623	701
Norte	7	72	79
Sudeste	1.954	5.803	7.757
Sul	996	1.587	2.583
<b>Total</b>	<b>3.528</b>	<b>9.708</b>	<b>13.236</b>

GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR GÊNERO GRI 2-7

POR CONTRATO	2021			2022			2023		
	HOMEM	MULHER	TOTAL	HOMEM	MULHER	TOTAL	HOMEM	MULHER	TOTAL
Permanentes	3.368	7.951	11.319	3.593	8.574	12.167	3.255	8.416	11.671
Temporários	216	1.080	1.296	366	1.543	1.909	273	1.292	1.565
<b>Total</b>	<b>3.584</b>	<b>9.031</b>	<b>12.615</b>	<b>3.959</b>	<b>10.117</b>	<b>14.076</b>	<b>3.528</b>	<b>9.708</b>	<b>13.236</b>

GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR GÊNERO GRI 2-7

POR JORNADA	2021			2022			2023		
	HOMEM	MULHER	TOTAL	HOMEM	MULHER	TOTAL	HOMEM	MULHER	TOTAL
Integral	3.458	8.700	12.158	3.820	9.733	13.553	3.408	9.398	12.806
Parcial	126	331	457	139	384	523	120	310	430
<b>Total</b>	<b>3.584</b>	<b>9.031</b>	<b>12.615</b>	<b>3.959</b>	<b>10.117</b>	<b>14.076</b>	<b>3.528</b>	<b>9.708</b>	<b>13.236</b>

TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR REGIÃO GRI 2-7

POR CONTRATO	2021			2022			2023		
	PERMANENTES	TEMPORÁRIOS	TOTAL	PERMANENTES	TEMPORÁRIOS	TOTAL	PERMANENTES	TEMPORÁRIOS	TOTAL
Centro-Oeste	134	2.320	2.454	2.487	226	2.713	2.007	109	2.116
Nordeste	126	465	591	591	134	725	546	155	701
Norte	24	73	97	74	11	85	63	16	79
Sudeste	848	6.078	6.926	6.564	1.275	7.839	6.688	1.069	7.757
Sul	164	2.383	2.547	2.451	263	2.714	2.367	216	2.583
<b>Total</b>	<b>1.296</b>	<b>11.319</b>	<b>12.615</b>	<b>12.167</b>	<b>1.909</b>	<b>14.076</b>	<b>11.671</b>	<b>1.565</b>	<b>13.236</b>

GRUPO SOMA E CIA. HERING – TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR REGIÃO GRI 2-7

POR JORNADA	2022			2023		
	INTEGRAL	PARCIAL	TOTAL	INTEGRAL	PARCIAL	TOTAL
Centro-Oeste	2.591	122	2.713	2.064	52	2.116
Nordeste	698	27	725	683	18	701
Norte	85	0	85	77	2	79
Sudeste	7.524	315	7.839	7.470	287	7.757
Sul	2.655	59	2.714	2.512	71	2.583
<b>Total</b>	<b>13.553</b>	<b>523</b>	<b>14.076</b>	<b>12.806</b>	<b>430</b>	<b>13.236</b>

Nota: Os dados foram coletados no último mês do ano (dezembro de 2023). Para calcular a quantidade total de funcionários, adotamos a premissa de que a situação do colaborador é diferente de desligado, afastado por invalidez ou admitido próximo mês (portanto, ativos, férias, licenças e afastamentos entram na conta). Além disso, autônomos (contratos de prestação de serviço) também foram desconsiderados. Foi considerado como contrato temporário apenas os contratos de trabalho sazonais de Natal. No mais, todos os colaboradores que seguem as premissas acima são categorizados como permanentes. Além disso, contratos de jovens aprendizes e estagiários são considerados como contratos de período parcial enquanto todos os outros formam a categoria de tempo integral. No período em que os dados foram coletados há variação sazonal por conta do reforço de equipe em loja para atender o movimento do varejo durante *Black Friday* e Natal, respectivamente. As vagas sazonais representam cerca de 11,8% (1.565 de vagas sazonais sobre 13.236) do quadro total de colaboradores do período analisado.

## Contratações

GRUPO SOMA E CIA. HERING – NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE EMPREGADOS DURANTE O PERÍODO DE RELATO, DISCRIMINADOS POR CATEGORIA GRI 401-1

POR FAIXA ETÁRIA	2023	
	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Abaixo de 30 anos	4.789	72,0%
Entre 30 e 50 anos	1.960	35,2%
Acima de 50 anos	152	14,9%
<b>Total</b>	<b>6.901</b>	<b>52,1%</b>

POR GÊNERO	2023	
	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Homens	1.546	43,8%
Mulheres	5.355	55,2%
<b>Total</b>	<b>6.901</b>	<b>52,1%</b>

POR REGIÃO	2023	
	CONTRATAÇÕES	TAXA (%)
Norte	37	46,8%
Nordeste	418	59,6%
Centro-Oeste	1.342	63,4%
Sudeste	3.936	50,7%
Sul	1.168	45,2%
<b>Total</b>	<b>6.901</b>	<b>52,1%</b>

## Rotatividade

GRUPO SOMA E CIA. HERING – NÚMERO TOTAL E TAXA DE ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS DURANTE O PERÍODO DE RELATO, DISCRIMINADOS POR CATEGORIA GRI 401-1		
		2023
<b>POR FAIXA ETÁRIA</b>	<b>DESLIGAMENTOS</b>	<b>TAXA (%)</b>
Abaixo de 30 anos	5.031	75,7%
Entre 30 e 50 anos	2.521	45,3%
Acima de 50 anos	242	23,7%
<b>Total</b>	<b>7.794</b>	<b>58,9%</b>
<b>POR GÊNERO</b>		
Homens	2.007	56,9%
Mulheres	5.787	59,6%
<b>Total</b>	<b>7.794</b>	<b>58,9%</b>
<b>POR REGIÃO</b>		
Norte	38	48,1%
Nordeste	378	53,9%
Centro-Oeste	1.917	90,6%
Sudeste	4.335	55,9%
Sul	1.126	43,6%
<b>Total</b>	<b>7.794</b>	<b>58,9%</b>

## Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, por gênero 2023\*

GRI 202-1

ÁREA	SALÁRIO MAIS BAIXO - MULHERES	SALÁRIO MAIS BAIXO - HOMENS	PROPORÇÃO ENTRE SALÁRIO MÍNIMO LOCAL/ SALÁRIO MAIS BAIXO - MULHERES**	PROPORÇÃO ENTRE SALÁRIO MÍNIMO LOCAL/ SALÁRIO MAIS BAIXO - HOMENS**
Centros de Distribuição	1.320,00	1.320,00	100%	100%
Corporativo	1.502,60	1.320,00	114%	100%
Indústria	1.320,00	1.320,00	100%	100%
Lojas	1.320,00	1.320,00	100%	100%
<b>Total</b>	<b>1.320,00</b>	<b>1.320,00</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

\*Aqui estão sendo excluídos estagiários (não CLT), aprendizes (cargos com carga horária menor que 44 horas) e cargos comissionados (vendedores, consultores de venda e gerentes de loja).

\*\*Salário mínimo local aqui considerado é salário mínimo nacional.

## Licença-maternidade/paternidade

GRUPO SOMA E CIA. HERING – LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE GRI 401-3							
	2021		2022		2023**		
	SOMA	HERING	SOMA	HERING	SOMA	HERING	SOMA + CIA. HERING
<b>EMPREGADOS QUE TIVERAM DIREITO A TIRAR A LICENÇA</b>							
Homens	1.574	2.010	1.744	2.238	1.556	1.856	3.412
Mulheres	5.533	3.498	6.285	3.856	6.192	3.307	9.499
<b>EMPREGADOS QUE TIRARAM A LICENÇA</b>							
Homens	–	32	14	15	38	32	70
Mulheres	178	193	207	94	142	175	317
<b>EMPREGADOS QUE RETORNARAM AO TRABALHO, NO PERÍODO DO RELATÓRIO, APÓS O TÉRMINO DA LICENÇA</b>							
Homens	–	32	14	15	37	32	69
Mulheres	155	130	126	94	142	157	299
<b>TAXA DE RETORNO (%)</b>							
Homens	–	100,0%	100,0%	100,0%	97,37%	100,0%	98,57%
Mulheres	87,1%	94,0%	60,8%	100,0%	100,0%	89,71%	94,32%
<b>EMPREGADOS QUE RETORNARAM A TRABALHAR APÓS A LICENÇA E CONTINUARAM EMPREGADOS 12 MESES APÓS O RETORNO AO TRABALHO</b>							
Homens	–*	13	10	15	11	11	22
Mulheres	104	63	67	94	139	59	198
<b>TAXA DE RETENÇÃO (%)</b>							
Homens	–*	59,1%	–*	100,0%	28,95%	34,36%	31,43%
Mulheres	58,4%	31,4%	32,4%	100,0%	97,89%	33,71%	62,46%

\* O controle da quantidade de licenças-paternidades só começou a ser feito em novembro de 2022. Como este não era um dado acompanhado em 2021, não foi possível medir a retenção nos últimos 12 meses. \*\*Base de dados de 31/12/2023. Não são contabilizados aposentados, estagiários, conselheiros, diretores estatutários e contratos suspensos por justa causa.

## GRUPO SOMA E CIA. HERING – MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE EMPREGADOS – 2023 GRI 404-1

Horas de treinamento	21.038 h e 55 min
Pessoas impactadas	9.969
Horas de treinamento/pessoa impactada	2h
Quantidade total de colaboradores	13.236
Horas de treinamento/quantidade total de colaboradores	1h

## Avaliação regular de desempenho

GRUPO SOMA E CIA. HERING – PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE RECEBEM AVALIAÇÕES REGULARES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA <b>GRI 404-3</b>	
CATEGORIA FUNCIONAL (%)	2023
Conselheiros(as) e diretores(as)-executivos(as)	56%
Diretores(as)	96%
Gerentes executivos(as)	93%
Gerentes corporativos(as)	95%
Gerentes de loja	88%
Coordenadores(as), especialistas e supervisores(as)	91%
Analistas e cargos operacionais	68%
Vendedores(as)	47%
Estagiários(as)	58%
Aprendizes	30%
<b>Total</b>	<b>65%</b>
GÊNERO (%)	
2023	
Homens	71%
Mulheres	62%

## Diversidade em órgãos de governança e empregados

GRUPO SOMA E CIA. HERING – GRUPO SOMA E CIA. HERING – GRUPO SOMA E CIA. HERING – PERCENTUAL DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM CADA UMA DAS SEGUINTE CATEGORIAS DE DIVERSIDADE – POR GÊNERO* <b>GRI 405-1</b>		
	2023	
CATEGORIA PROFISSIONAL	HOMEM	MULHER
Conselheiros(as) e diretores(as)-executivos(as)	75%	25%
Diretores(as)	46%	54%
Gerentes executivos(as)	30%	70%
Gerentes corporativos(as)	30%	70%
Gerentes de loja	20%	80%
Coordenadores(as), especialistas e supervisores(as)	39%	61%
Analistas e cargos operacionais	30%	70%
Vendedores(as)	13%	87%
Estagiários(as)	43%	57%
Aprendizes	22%	78%

\* Optamos por detalhar mais esta estratificação a fim de conferir maior transparência à informação. Nos anos anteriores, os dados de Conselho de Administração, Diretoria Executiva e Diretoria eram reportados de forma unificada assim como os dados de gerentes executivos, coordenadores, especialistas e supervisores eram reportados junto com Gerência Corporativa.

GRUPO SOMA E CIA. HERING – PERCENTUAL DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM CADA UMA DAS SEGUINTE CATEGORIAS DE DIVERSIDADE GERACIONAL* <b>GRI 405-1</b>			
	2023		
FAIXA ETÁRIA	MENOS DE 30	ENTRE 30 E 50	MAIS DE 50
Conselheiros(as) e diretores(as)-executivos(as)	0%	44%	56%
Diretores(as)	0%	27%	73%
Gerentes executivos(as)	0%	12%	88%
Gerentes corporativos(as)	3%	5%	92%
Gerentes de loja	26%	3%	71%
Coordenadores(as), especialistas e supervisores(as)	19%	6%	75%
Analistas e cargos operacionais	48%	10%	42%
Vendedores(as)	63%	2%	34%
Estagiários(as)	92%	0%	8%
Aprendizes	100%	0%	0%

\* Optamos por detalhar mais esta estratificação a fim de conferir maior transparência à informação. Nos anos anteriores, os dados de Conselho de Administração, Diretoria Executiva e Diretoria eram reportados de forma unificada assim como os dados de gerentes executivos, coordenadores, especialistas e supervisores eram reportados junto com Gerência Corporativa.

GRUPO SOMA E CIA. HERING – PERCENTUAL DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM CADA UMA DAS SEGUINTE CATEGORIAS DE DIVERSIDADE – ÉTNICO RACIAL <b>GRI 405-1</b>						
2023	AMARELA	BRANCA	INDÍGENA	NEGRA	NÃO DECLARADA	NÃO INFORMADA
Conselheiros(as) e diretores(as)-executivos(as)	0%	67%	0%	0%	0%	33%
Diretores(as)	0%	88%	0%	4%	4%	4%
Gerentes executivos(as)	0%	79%	0%	9%	5%	7%
Gerentes corporativos(as)	2%	84%	1%	13%	0%	1%
Gerentes de loja	2%	56%	0%	38%	0%	3%
Coordenadores(as), especialistas e supervisores(as)	1%	66%	0%	26%	4%	3%
Analistas e cargos operacionais	2%	44%	0%	48%	1%	4%
Vendedores(as)	3%	47%	0%	48%	0%	2%
Estagiários(as)	1%	70%	2%	26%	0%	1%
Aprendizes	1%	39%	0%	58%	1%	1%

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS MULHERES E AQUELES RECEBIDOS PELOS HOMENS GRI 405-2**

	2022		2023	
	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO
Conselheiros(as) e diretores(as)-executivos(as)	111%	92%	93%	79%
Diretores(as)	103%	96%	104%	104%
Gerentes executivos(as)	113%	86%	107%	106%
Gerentes corporativos(as)	106%	101%	100%	101%
Gerentes de loja	79%	127%	96%	96%
Coordenadores(as), especialistas e supervisores(as)	98%	101%	93%	96%
Analistas e cargos operacionais	117%	88%	88%	90%
Estagiários(as)	93%	100%	95%	96%
Aprendizes	100%	104%	100%	89%

\*Não são reportados os dados de vendedores devido às alterações significativas por conta das comissões – a depender da *performance* de vendas de cada pessoa colaboradora neste cargo.

**GRUPO SOMA E CIA. HERING – PROPORÇÃO ENTRE A REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL GRI 2-21**

	2021	2022	2023
Maior remuneração paga (no período coberto pelo relatório)	R\$ 1.385.789,62	R\$ 5.166.822,00	R\$ 6.662.191,75
Remuneração total anual média para todos os empregados (exceto o indivíduo mais bem pago)	R\$ 37.881,84	R\$ 142.369,38	R\$ 91.383,19
Proporção entre a maior remuneração paga e a remuneração total anual média para todos os empregados	2,73%	2,76%	1,37%

O aumento percentual na remuneração total anual do indivíduo mais bem pago na organização foi de 29%, enquanto o percentual médio na remuneração total de todos os demais empregados sofreu uma queda de 36%. A variação negativa na remuneração total anual média dos colaboradores se deu devido à integração dos dados de Grupo SOMA e de Cia. Hering em 2023, quando então passamos a contar com um grande público de Operações. Para essa análise, consideramos os colaboradores das unidades operacionais Corporativo e Operações, desconsiderando o time da unidade de Loja, uma vez que esses possuem formato de remuneração diferente dos demais colaboradores (comissões de vendas). Além disso, foram retirados dos cálculos todos os colaboradores que estão afastados sem previsão de volta à atividade normal ou que têm contrato abaixo de 220 horas mensais.



## Saúde e segurança do trabalho

<b>GRUPO SOMA E CIA. HERING – TRABALHADORES COBERTOS POR UM SISTEMA DE GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO GRI 403-8</b>			
		<b>2022</b>	<b>2023</b>
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos	Número	15.451	15.308
	Percentual	100%	100%
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado internamente	Número	2.917	4.793
	Percentual	18,9%	31,31%
Indivíduos cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional com base em requisitos legais e/ou padrões/diretrizes reconhecidos, que foi auditado ou certificado por uma parte externa	Número	7.094	4.793
	Percentual	45,9%	31,31%

Notas: Foram considerados trabalhadores diretamente contratados pela Companhia e terceirizados. Nas unidades Industriais e CDs são realizadas auditoria externas por parceiros como ABVTEX e KPMG.

<b>GRUPO SOMA E CIA. HERING – ACIDENTES DE TRABALHO GRI 403-9</b>			
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Número de horas trabalhadas*	22.824.583	18.755.759	21.668.090
Número de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	1	0	0
Taxa de fatalidades resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0,009	0,000	0,000
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)**	6	7	7
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	0,053	0,075	0,065
Número de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes)	79	114	90
Taxa de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes)	0,692	1,216	0,831
FAR***	0,692	1,216	0,831
FAA****	0,053	0,075	0,065
SEV*****	56,667	14,321	7,061
Dias perdidos	6.467	1.343	765
Índice de segurança*****	11,478	3,101	1,588

Nota: Em 2022, o Índice de Segurança melhorou consideravelmente (quanto menor melhor), porque no ano de 2022, e no seguinte, não tivemos nenhuma morte resultante de lesões no trabalho. Também, por isso, o número de dias de afastamento foi menor. O número de lesões registradas relacionadas ao trabalho aumentou por conta de um controle mais diligente da área de SST.

\*A base de horas trabalhadas é de 200.000.

\*\* Acidentes com afastamento maior do que 15 dias.

\*\*\*FAR: Frequência de Acidentes Reportáveis: representa o número de comunicações de acidentes de trabalho (CAT) reportado ao órgão governamental (previdência social) a cada duzentas mil homens-horas trabalhados.

\*\*\*\*FAA: Frequência de Acidentes com Afastamento: representa o número de acidentes de trabalho com afastamento a cada duzentas mil homens-horas trabalhadas.

\*\*\*\*\*SEV: Severidade: estimativa do número de dias perdidos referente aos acidentes de trabalho a cada duzentas mil homens-horas trabalhados.

\*\*\*\*\*Índice de Segurança: tem o objetivo de mensurar os acidentes levando em consideração o número de acidentes, sejam eles com ou sem afastamento e a severidade deles (FAR/7,5 + FAA + SEV/5).

Não tivemos registros de eventos com trabalhadores que não são empregados, mas cujo trabalho e/ou local de trabalho é controlado pela organização em 2021, 2022 e 2023.

## Compras e materiais

<b>GRUPO SOMA – ORÇAMENTO DE COMPRAS GASTO COM FORNECEDORES LOCAIS* GRI 204-1</b>			
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Orçamento para fornecedores (R\$)	1.774.361.408,64	3.846.537.732,80	3.955.263.308,96
Valor gasto com fornecedores nacionais (R\$)	1.591.900.127,14	3.284.006.301,65	3.091.016.035,39
% do orçamento gasto com fornecedores nacionais	89,72%	85,38%	78,15%
Valor gasto com fornecedores locais (R\$)	1.258.967.078,76	2.511.998.149,67	1.855.724.331,33
% do orçamento gasto com fornecedores locais	70,95%	65,31%	46,92%

Fornecedores nacionais: Brasil. Fornecedores locais — nos estados onde a empresa possui unidades administrativas ou fabricas, sendo que para Grupo SOMA consideramos RJ e SP, e para Cia. Hering, GO, SC e SP.

Entendemos como unidades operacionais importantes todas as filiais da empresa, bem como os locais que possuem maior representatividade de comercialização dos produtos da Companhia.

A variação no valor total gasto com fornecedores se deu porque, em 2021, foram considerados apenas fornecedores das oficinas de costura. Nos anos seguintes, além destes, incluímos no cálculo gastos com fornecedores de matéria-prima, produtos acabados e indiretos.

### Sumário de conteúdo GRI

Este relatório foi publicado em 29/07/2024.

Declaração de uso	SOMA relatou com base nas Normas GRI para o período de janeiro a dezembro de 2023.		
GRI 1 usada	GRI 1: Fundamentos 2021		
NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
CONTEÚDOS GERAIS			
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	Sede e contato: Avenida Pasteur, nº 154, N/A, Botafogo, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, CEP 22.290-240. Telefone (21) 2503-6850 E-mail: <a href="mailto:ri@somagrupocom.br">ri@somagrupocom.br</a>	
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Grupo SOMA e suas 15 marcas.	
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	6	
	2-4 Reformulações de informações	45, 253, 254, 255, 256, 259, 260	
	2-5 Verificação externa	6, 294	
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	218	
	2-7 Empregados	22, 196, 262, 263	8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	No mês de dezembro de 2023, tivemos 71 contratos de pessoa jurídica (PJ). Para este reporte, foram considerados os PJs em tempo integral. Os serviços prestados mais comuns foram consultorias relacionadas ao Comercial e ao Estilo e desenvolvimento de sistemas voltados para diferentes áreas do negócio como TI, <i>e-commerce</i> e SomaLabs (área de Inovação), por exemplo.	8
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	88	5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	88	5, 16
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	88	16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	88	16

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	A gestão dos impactos da organização na economia, meio ambiente e nas pessoas é atribuição da Diretoria Executiva de Gente & Gestão, Sustentabilidade e Comunicação, voltada para a promoção da diversidade, equidade e inclusão, como também pelo monitoramento e implantação dos demais programas, ações e iniciativas estratégicas da Companhia relacionadas a sua Política de Sustentabilidade. A área corporativa de Sustentabilidade, que assessora tecnicamente tal Diretoria é representada por uma <i>head</i> de Sustentabilidade junto com um grupo de trabalho diverso, reunindo <i>expertise</i> nas mais diversas áreas impactadas pelos negócios da Companhia, considerando as suas relações e interações com o tema.	
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	O Relatório é disponibilizado na íntegra para leitura do Conselho de Administração e pautado em reunião prévia à sua publicação. 6	
	2-15 Conflitos de interesse	89	16
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	103	
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Não foram feitos treinamentos específicos de sustentabilidade para o Conselho de Administração. Periodicamente os assuntos da temática são submetidos à aprovação do órgão, de acordo com necessidades de agendas — por exemplo: validação da estratégia de transição para economia de baixo carbono, matriz de materialidade, Relatório Anual e demais políticas.	
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	88	
	2-19 Políticas de remuneração	93	
	2-20 Processo para determinação da remuneração	93	
	2-21 Proporção da remuneração total anual	268	
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	10	
	2-23 Compromissos de política	56, 82, 84	16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	40, 41, 84	
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	99	
2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	99	16	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	<p>Não existem casos significativos em que multas ou sanções não monetárias foram aplicadas, nem foram aplicadas sanções no âmbito de casos significativos por não conformidade com leis e regulamentos durante o período do relato atual. Temos apenas um único processo de impacto significativo, envolvendo questões contratuais, mas o montante total da respectiva condenação ainda está em discussão sendo apurado o valor de indenização a ser paga a título de danos materiais e lucros cessantes. Esclarecemos que entendemos como casos significativos aqueles que envolvem quantia ou obrigação com impacto superior a 1% à receita líquida ou superior a 5% do lucro líquido. Os casos significativos foram definidos com base nas seguintes premissas: (i) processos judiciais e administrativos com aplicação de sanções em 2023, envolvendo valor superior R\$ 5 milhões; (ii) processos judiciais e administrativos, em curso, envolvendo valor superior R\$ 5 milhões de perda provável. O valor mencionado foi escolhido com base no porte da Companhia, considerando seu faturamento e o número de funcionários, superior a R\$ 100 milhões e 10 mil, respectivamente.</p> <p>No ano de 2022, tivemos 805 eventos de penalidades registrados em nossa contabilidade, abrangendo questões cíveis, trabalhistas e tributárias. Tais eventos representam a soma total de R\$ 11 milhões.</p> <p>No ano de 2023, tivemos 608 eventos de penalidades registrados em nossa contabilidade, abrangendo questões cíveis, trabalhistas e tributárias, que representam a soma total de R\$ 6 milhões.</p>	
	2-28 Participação em associações	61	
	2-29 Abordagem para engajamento de stakeholders	15, 67, 70, 108	
	2-30 Acordos de negociação coletiva	<p>O percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva do Grupo SOMA é de 100%, ou seja, todos os funcionários fazem jus a todos os direitos estabelecidos na legislação e normas coletivas emitidas pelos sindicatos representativos de cada categoria.</p> <p>Não estão incluídos estatutários e estagiários, pois estes, mesmo sendo funcionários, não estão cobertos por acordos de negociação coletiva.</p>	8
	<b>TEMAS MATERIAIS</b>		
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	67	
	3-2 Lista de temas materiais	67	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
<b>TRANSPARÊNCIA NO RELACIONAMENTO COM CLIENTES</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	97	
GRI 417: Marketing e rotulagem 2016	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	<p>Em relação à rotulagem, as obrigatoriedades incluem a divulgação da composição para produtos têxteis e a inclusão de pictogramas para calçados. Na qualidade de matérias-primas, temos amostragem de 20% testada em revisão física e 100% têm teste laboratorial. Além disso, os produtos da FARM Global seguem a regulamentação de etiquetagem internacional ISO e 100% dos produtos de vestuário e calçados são testados e passam por uma inspeção de qualidade de lote final.</p>	12
	417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	<p>Não houve casos significativos de não conformidade que tenham resultado em multa ou outros tipos de sanções não monetárias. O número total de casos resume-se a 11 processos administrativos, sendo que apenas dois são oriundos de 2023.</p>	16
	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	<p>Não houve casos significativos de não conformidade que tenham resultado em multa ou outros tipos de sanções não monetárias.</p>	16
<b>DIVERSIDADE, INCLUSÃO E EQUIDADE</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	198	
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	264	5, 8
	202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	92	8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	266, 267	5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	268	5, 8, 10

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
<b>ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	97	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Nossas operações são 100% avaliadas e o processo de gestão de riscos corporativos contempla aqueles relacionados à corrupção, com uma rotina trimestral de monitoramento realizada pela equipe de Gestão de Riscos da Companhia. A área de Compliance conduziu, ao longo de 2023, uma avaliação de riscos feita por consultoria independente para avaliar as exposições às situações relacionadas aos aspectos de corrupção em todas as operações do Grupo SOMA. A avaliação da consultoria independente considerou as seguintes frentes: comprometimento da alta direção e compromisso com a ética; instância interna responsável pela aplicação do Programa de Integridade; gestão de riscos para a integridade; Código de Ética e Conduta, políticas e procedimentos de integridade; treinamentos e ações de comunicação sobre o Programa de Integridade; controles para assegurar a precisão e a clareza dos registros contábeis, relatórios e demonstrações financeiras; diligências para contratação e supervisão de terceiros e para fusões e aquisições societárias; Canais de Denúncia, remediações e medidas disciplinares; monitoramento do Programa de Integridade e Transparência, além de responsabilidade social. Não houve riscos significativos relacionados à corrupção.	16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	98	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Foram identificados e confirmados dois casos envolvendo condutas não íntegras ao longo de 2023. Foram enquadrados como fraude e os empregados foram punidos com demissão. Não há registros confirmados de casos de corrupção envolvendo fornecedores. Não há registros de processos judiciais relacionados à corrupção movidos contra a organização ou seus empregados no período coberto pelo relatório.	16
	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Em relação à concorrência desleal, práticas de truste e monopólio, temos 34 ações ativas. O Grupo SOMA é autor em todas elas, abordando questões de plágio e concorrência desleal. Ainda em relação ao tema, temos 25 processos arquivados. Nesses processos, a questão central está em torno do uso indevido de nossas estampas e marcas, o tópico da concorrência desleal entra apenas para reforçar o argumento da irregularidade. Levando-se em conta ações já concluídas, na maior parte dos casos, o Grupo SOMA sai vencedor das ações para proibir que as partes adversas façam uso de suas estampas e marcas previamente registrados no INPI (órgão regulador).	16

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
<b>SAÚDE E BEM-ESTAR E SEGURANÇA</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	210	
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	210	8
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de risco e investigação de incidentes	213	8
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	210	8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	211	8, 16
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	100 % das pessoas colaboradoras realizam treinamentos na integração inicial, feitos por pessoal capacitado (técnicos de Segurança, engenheiros de Segurança e brigadista particular). São aplicados diálogos diários de segurança, palestras, treinamentos, Sipat e demais ações que reforçam as regras de segurança e alertam os trabalhadores para a importância da segurança e da prevenção de acidentes.	9
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	216	3
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	213	8
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	217, 270	8
	403-9 Acidentes de trabalho	270	3, 8, 16
	403-10 Doenças profissionais	Não temos ocorrência de doenças profissionais no período do relato.	3, 8, 16

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
<b>ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE COLABORADORES</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	206, 208	
	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	263, 264	4, 5, 8, 10
GRI 401: Emprego 2016	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	96	3, 5, 8
	401-3 Licença maternidade/paternidade	265	5, 8
GRI 402: Relações de trabalho 2016	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Em 2023, não tivemos nenhuma mudança operacional significativa. Caso elas ocorram, tomamos como premissa o aviso com pelo menos 60 dias de antecedência, conforme recomendam algumas convenções coletivas, e, exceto se tratem de informações sigilosas, que devem seguir as regras de divulgação da CVM.	8
	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	23, 265	4, 5, 8, 10
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	207	8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	207, 266	5, 8, 10
<b>QUALIDADE E SEGURANÇA DO PRODUTO</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	123	
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	125	
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Não foram identificados casos de não conformidade no período deste relatório.	16
<b>RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	84	
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	203, 251	5,8

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 407: Liberdade sindical e negociação coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Atualmente, 28,37% dos fornecedores foram avaliados em critérios com relação à liberdade sindical e negociação coletiva*. *Avaliados com os parâmetros de Cia. Hering, que abrangem o cumprimento das condições previstas em acordos e convenções coletivas. Para os fornecedores de SOMA e FARM Global este quesito não é abordado nas auditorias.	8
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	228	5, 8, 16
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	228	5, 8
<b>PRIVACIDADE E SEGURANÇA DE DADOS</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	99	
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não foram identificados vazamentos, furtos ou perdas de dados pessoais, ou queixa comprovada de violação à privacidade.	16
<b>BIODIVERSIDADE E ECOSISTEMAS</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	176	
	304-1 Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental	181	6, 14, 15
GRI 304: Biodiversidade 2016	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade	181	6, 14, 15
	304-3 <i>Habitats</i> protegidos ou restaurados	176, 177, 180	6, 14, 15
	304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização	180	14, 15
SASB: Gestão de substâncias químicas nos produtos	CG-AA-250a.1 Análise dos processos para manutenção do cumprimento da regulamentação sobre substâncias restritas	124	
	CG-AA-250a.2 Análise dos processos para avaliar e gerenciar os riscos ou perigos associados às substâncias químicas nos produtos	213	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
SASB: Impactos Ambientais na Cadeia de Suprimentos	CG-AA-430a.1 Porcentagem de (1) instalações do fornecedor Nível 1 e (2) instalações do fornecedor além do Nível 1 em conformidade com as autorizações de descarga de águas residuais e/ou acordo contratual	O percentual de instalações de fornecedores de nível 1 em conformidade com licenças de descarga de águas residuais e/ou acordo contratual foi de 100%. Não são solicitadas informações para nível 2 quanto a requisitos legais ambientais.	
	CG-AA-430a.2 Porcentagem de (1) instalações de fornecedores de Nível 1 e (2) instalações de fornecedores além de Nível 1 que concluíram o Sustainable Apparel Coalition's Avaliação do Higg Facility Environmental Module (Higg FEM) ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	Atualmente nenhuma marca do Grupo é signatária do <i>Sustainable Apparel Coalition</i> .	

**GESTÃO E ENGAJAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS**

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	218	
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	271	8
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	227	
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	22, 221	
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	227	5, 8, 16
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	221	5, 8, 16
SASB: Métricas de atividade	CG-AA-000.A Número de (1) fornecedores de Nível 1 e (2) fornecedores além do Nível 1	221	

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
SASB: Condições de Trabalho na Cadeia de Suprimentos	CG-AA-430b.1 Porcentagem de (1) instalações do fornecedor de Nível 1 e (2) instalações do fornecedor além do Nível 1 que foram auditadas para um código de conduta de trabalho, (3) porcentagem do total de auditorias conduzidas por um auditor terceirizado	100% dos fornecedores nível 1 são auditados, com base no código de conduta de fornecedores. Fornecedores nível 2 não passam por auditorias. Das auditorias no SOMA, 80,60% foram realizadas por auditor terceiro, observando os requisitos determinados pela legislação vigente e exigências contratuais do SOMA (demais 19,40% são fornecedores de facção correspondentes à cadeia Cia. Hering, que passam por auditorias próprias).	
	CG-AA-430b.2 Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias de código de conduta de trabalho de fornecedores	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta trabalhista dos fornecedores foi de: <i>Priority non-conformance rate</i> : 7,28% (Total de Fornecedores com não conformidades sociais graves, dividido pelo total de auditorias realizadas); e <i>Associated corrective action rate for suppliers' labor code of conduct audits</i> : 94,82% (Total de casos de não conformidades sociais graves que foram endereçadas).	
	CG-AA-430b.3 Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) ambientais, de saúde e segurança na cadeia de suprimentos	228	
SASB: Fornecimento de matérias-primas	CG-AA-440a.3 (1) Lista de matérias-primas prioritárias; para cada matéria-prima prioritária: (2) fatores ambientais e/ou sociais com maior probabilidade de ameaçar o abastecimento, (3) discussão sobre riscos e/ou oportunidades de negócios associados a fatores ambientais e/ou sociais e (4) estratégia de gestão para lidar com riscos e oportunidades de negócios	163	
SASB: Fornecimento de matérias-primas	CG-AA-440a.4 (1) Quantidade de matérias-primas prioritárias compradas, por material, e (2) quantidade de cada matéria-prima prioritária que é certificada por um padrão ambiental e/ou social de terceiros, por padrão	252	

**MUDANÇAS CLIMÁTICAS**

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	156	
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	161	13
	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	252	8, 12
GRI 301: Materiais 2016	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	253	8, 12
	301-3 Produtos e suas embalagens reaproveitadas	253	8, 12

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	259	7, 8, 12, 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	260	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	302-3 Intensidade energética	23, 260	7, 8, 12, 13
	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	128	7, 8, 12, 13
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	254, 255, 256	3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	255, 256	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	255, 256	3, 12, 13, 14, 15
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	256	13, 14, 15
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa	23, 256	13, 14, 15
	305-6 Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	256	3, 12, 13, 14, 15
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativo relacionados a resíduos	152	3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	130, 136	3, 6, 8, 11, 12
	306-3 Resíduos gerados	23, 253	3, 6, 11, 12
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	253, 254	3, 11, 12
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	254	3, 6, 11, 12, 15

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
<b>RELAÇÕES EXTERNAS E ADVOCACY</b>			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	100	
<b>ÁGUA E EFLUENTES</b>			
GRI 303: Água e efluentes 2018	3-3 Gestão dos temas materiais	170	
	303-1 Interação com a água como um recurso compartilhado	23, 170	6, 12
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	170	6
	303-3 Captação de água	258	6
	303-4 Descarte de água	258	6
	303-5 Consumo de água	Todas as operações do Grupo SOMA estão em áreas de estresse hídrico médio e alto, conforme o <i>Aqueduct Water Risk Atlas</i> (GRI 303-3). Mudanças no armazenamento de água em megalitros não são aplicáveis, pois não foram identificados impactos significativos relacionados à água. A coleta de dados foi feita por medidores de vazão (para água superficial e subterrânea) e, para água de terceiros, pelas faturas das concessionárias.	6
<b>INDICADORES NÃO MATERIAIS</b>			
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	23, 249	8, 9
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	232, 240	
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	232, 240	
	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	Não foram identificados impactos negativos significativos, potenciais ou reais, na comunidade local.	1, 2



# Relatório TCFD

## Nossa governança quanto às mudanças climáticas

A gestão de questões climáticas pelo Grupo SOMA vem sendo pauta de discussões desde o nascimento da área de Sustentabilidade, em 2021. Em 2022, o Grupo passou a contar com o Comitê de Gente e ESG, e com uma Diretoria Executiva de Gente, Gestão, Comunicação e Sustentabilidade.

Neste Comitê, o Grupo possui uma conselheira independente que é responsável por apoiar a estratégia de longo prazo e apoiar a Diretoria Executiva na pauta ESG. Nossa conselheira é responsável por validar nossas metas ambientais internas e apresentá-las para os demais membros do Conselho de Administração, fortalecendo a pauta ambiental na alta liderança.

Além disso, o Grupo também possui em sua estrutura de diretores, uma Diretoria com olhar específico para questões de sustentabilidade, voltada para a promoção dos temas ambientais, de diversidade, equidade e inclusão, e também pelo monitoramento e implantação dos demais programas, ações e iniciativas estratégicas da Companhia relacionadas à sua Política de Sustentabilidade. A frequência com que as questões climáticas são um item da pauta programada do Conselho de Administração, se dá em algumas reuniões, sob demanda, passando pelas estruturas de governança apresentadas nas páginas 88 a 92 deste documento.

Para monitorar o impacto ambiental nas unidades industriais, possuímos uma Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE). A comissão também fornece aos novos projetos atributos de responsabilidade ambiental, qualidade técnica e eficiência financeira. Todos os dados coletados por esta comissão são reportados mensalmente para a alta liderança da empresa e inseridos no sistema Climax para acompanhamento dos indicadores ambientais.

### Estrutura de reporte de questões climáticas do Grupo SOMA:



# Nossa estratégia

O Grupo SOMA, em 2021, se filiou ao Pacto Global e assumiu diversos compromissos climáticos alinhados com a Agenda 2030 e 2050. Dessa forma, traçamos nossas estratégias de curto, médio e longo prazos pensando nas ações alinhadas à transição dos processos operacionais da empresa por alternativas mais eficientes. Definimos os horizontes da seguinte forma:

**Curto prazo (0 a 5 anos):** o Grupo SOMA entende que algumas iniciativas podem ser tratadas em curto prazo para adiantar metas de descarbonização e prevenir efeitos das mudanças climáticas. Um exemplo de medida mitigatória é o plantio anual de árvores já visando à geração de créditos de restauração florestal e a neutralização anual das suas emissões de gases de efeito estufa por meio do mercado voluntário de carbono.

Desde 2021, o Grupo leva em conta riscos ambientais ligados a mudanças climáticas na pauta das reuniões da Comissão de Riscos, e norteia ações de curto, médio e longo prazos para cada risco mapeado.

O Grupo ainda realiza uma análise de curto prazo e previsão sazonal para os riscos físicos associados a efeitos extremos, tendo o foco principal nos impactos sobre a disponibilidade de serviços e matérias-primas da cadeia de fornecedores.

**Médio prazo (5 a 10 anos):** considerando 2021 como ano-base para esse cenário de riscos de médio prazo, estruturamos nossas metas de descarbonizar operação e cadeia de valor, pautando escolhas na ecoeficiência e acelerando a economia circular até o ano 2030.

Definimos nossos próprios prazos de acordo com o tempo de vida dos nossos ativos e o perfil dos riscos relacionados ao clima que enfrentamos em nosso setor e nos locais que operamos.

Para o Grupo SOMA, o horizonte de médio prazo se relaciona às metas públicas aderidas ligadas à Agenda 2030 como a meta submetida ao SBTi. Para isso, o Grupo já está implementando medidas de transição energética e traçando metas palpáveis de reduções de emissões da sua produção, buscando alternativas para reduzir nossas emissões de escopo 1 e realizando a transição da matriz energética por meio de energia solar pensando nas emissões de escopo 2.

Nossas estratégias até 2030 englobam também metas de ecoeficiência, como a de reduzir minimamente em 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030; e metas de resíduos, como ser aterro zero até 2030.

Como análise de riscos de médio prazo, o Grupo SOMA foca em identificar investimentos necessários nas instalações associados às mudanças climáticas, como investimentos em novas tecnologias e equipamentos.

**Longo prazo (10 a 30 anos):** o horizonte temporal de longo prazo do Grupo SOMA é definido a partir do seu comprometimento ao SBTi e adesão ao Pacto Global de alcançar o balanço de emissões líquidas zero de carbono até o ano 2050, sendo este o nosso marco de longo prazo. Para isso, o Grupo já vem atuando na eficiência dos processos que têm maior contribuição das emissões do escopo supracitado, por exemplo, na gestão de resíduos, compra de matérias-primas mais responsáveis e otimização do uso logístico terceiro, analisando os riscos de acordo com a demanda.

Além disso, buscamos fortalecer nossa cadeia de fornecimento e mapear os riscos físicos atrelados a eventos extremos associados às mudanças climáticas de forma que não implique em danos na nossa produção, diversificando nossas matérias-primas.



# Gestão de risco

## Identificação e gestão

O processo de gerenciamento de riscos adotado pelo Grupo SOMA foi elaborado à luz do disposto no ISO 31000:2009 — Princípios e Diretrizes da Gestão de Riscos. A avaliação dos riscos do Grupo SOMA é estruturada por meio das seguintes etapas:

- Identificação dos riscos;
- Análise dos riscos;
- Avaliação dos riscos;
- Tratamento dos riscos;
- Monitoramento e análise crítica dos riscos;
- Registro e relato às partes interessadas (*stakeholders*).

A principal ferramenta de gestão de riscos do Grupo SOMA é a matriz de riscos, que visa estabelecer uma comparação individual dos riscos a partir de graus de impacto e probabilidades de ocorrência para fins de priorização e gestão. A matriz de riscos é um organismo em constante evolução sendo atualizada sempre que necessário e tempestivamente com o surgimento de eventos de risco emergente. No Grupo SOMA, um impacto financeiro ou estratégico significativo é aquele que expõe a empresa a um impacto alto, muito alto ou catastrófico.

Os riscos ESG (que incluem riscos ambientais) são mapeados pelo Grupo SOMA, abrangem questões como mudanças climáticas, gestão de resíduos,

relação do homem com o uso de recursos naturais, influência no ecossistema social no qual a entidade tem sede, e também aspectos relacionados à responsabilidade corporativa com a manutenção de índices e certificações, relevantes para qualificação da Companhia perante as práticas mais adequadas para correta gestão da Agenda ESG.

O processo de identificação e avaliação dos riscos ambientais é feito com o auxílio das recomendações do TCFD e em conjunto entre os times de Sustentabilidade junto com o time de Riscos do Grupo SOMA, assim como com o Jurídico, especialmente por questões regulatórias e mercadológicas.

É feita uma planilha com esses riscos enumerados e que são avaliados de acordo com os seguintes aspectos:

- Responsável pelo risco;
- Descrição do risco;
- Dicionário de risco (se é um risco operacional, de conformidade, estratégico ou financeiro);
- Vetor de impacto (se é impacto na qualidade, imagem, orçamento, tempo de retorno, não conformidade na operação);
- Probabilidade muito frequente (muito alta), provável (alta), moderada (média), improvável (baixa), rara (muito baixa);
- Impacto catastrófico (muito alto), crítico (alto), moderado (médio), menor (baixo), insignificante (muito baixo).

Após essa avaliação, a planilha classifica o risco de acordo com um *score* e o risco é levado à discussão pela comissão de riscos mensal com diversas áreas da empresa.

## Impactos

Na área de produtos e serviços, os principais impactos ao nosso setor seriam:

- Maiores custos para adotar/implantar novas práticas e processos;
- Redução da demanda por bens e serviços devido à mudança de preferência do consumidor;
- Aumento dos custos de produção devido à alteração dos preços dos insumos (água, combustíveis, químicos e energia);
- Mudanças abruptas e inesperadas nos custos do produto;
- Eventos extremos danificarem/interferirem a produção de matérias-primas que utilizamos.

Impactos para a cadeia de valor:

- Dificuldades de transporte;
- Interrupções na cadeia de suprimentos;
- Carência de produção para atender à demanda;
- Maiores custos operacionais;
- Danos diretos à produção devido às fortes chuvas, furacões e alagamentos.

Em termos de adaptação:

- Incertezas sobre regulamentações futuras;
- Aumento da precificação dos produtos em função do aumento da precificação e/ou taxação de emissões de gases de efeito estufa.

Impactos em investimentos e P&D:

- Custos para adotar/implantar novas práticas e processos

Impactos em operações:

- Receita reduzida devido à diminuição da capacidade de produção (ex.: dificuldades de transporte, interrupções na cadeia de suprimentos devido a fenômenos extremos como chuvas intensas que causam enchentes e inviabilizam processos logísticos);
- Aumento dos custos operacionais (por exemplo, abastecimento de água inadequado para a produção de tecidos em determinada localidade).

Impactos na área de Aquisições:

- Preocupação prévia em se a nova aquisição está alinhada e se posiciona ativamente dentro das questões ESG para evitar uma regressão nas metas e compromissos ambientais.

Impactos ao capital da empresa:

- Mau posicionamento sobre os riscos climáticos pode influenciar na *performance* direta da empresa na bolsa de valores por gerar uma visão distorcida da mesma para os investidores.

O Grupo SOMA se comprometeu com o SBTi para reduzir suas emissões de gases de efeito estufa e se tornar *Net Zero* até 2050 e, em 2021, demos início às estratégias de redução de emissões de gases de efeito estufa. Para o ano de 2022 (que é o ano-base para nossas metas climáticas), já começamos a transição da matriz energética para fontes renováveis em algumas lojas próprias das marcas, e, em 2023, para unidades de média e alta tensão, em linha com as reduções de escopo 2. O objetivo é alcançar 100% de abastecimento elétrico proveniente de fontes renováveis nas unidades administrativas e fabris até 2025.

No caso da Cia. Hering, todas as unidades industriais, o escritório de Blumenau e o Centro de Distribuição, de Anápolis, já compram energia renovável do mercado livre, em que as unidades do Sul recebem energia proveniente de PCHs e as unidades de Goiás recebem energia proveniente de um *mix* (eólica, solar, biomassa, dentre outros), também contribuindo para menores emissões de escopo 2.

Para o escopo 1, nossas estratégias vão de encontro com a substituição do uso de gás natural na indústria de Cia. Hering por fontes biogênicas; a substituição da frota própria de veículos para veículos

elétricos (sem consumo de combustíveis fósseis); e substituição dos aparelhos de ar-condicionado por modelos com menor consumo de gases refrigerantes.

Para nossos fornecedores (escopo 3), consolidamos nossos valores já aplicados à nossa cadeia via cláusulas contratuais, além de auditorias socioambientais e de rastreabilidade. Buscamos fornecedores com boas práticas de gestão hídrica, gestão de resíduos, e que trabalham com matérias-primas certificadas. Estas diretrizes também estão estabelecidas no Código de Fornecedores do Grupo SOMA.

### **Resiliência da estratégia da organização, incluindo um cenário de 2°C ou menos**

Em 2023, atualizamos nosso inventário de GEE com a adição de novas categorias de escopo 3 para nos adequarmos ao SBTi e traçarmos nossas metas de forma mais precisa. Durante o ano, estruturamos todo o plano de ação e estamos atualmente em processo de validação das nossas metas pelo SBTi.

Nossa área de Sustentabilidade é estruturada com olhar para as três frentes ESG e, dentro do pilar ambiental, também com olhar específico para mudanças climáticas. Com isso, tracionamos o mapeamento dos nossos impactos com a elaboração de inventários de gases de efeito estufa anuais e auditados, compensamos nossas emissões com investimentos em créditos de carbono (com *split* entre créditos que reduzem e créditos que

removem CO<sub>2</sub> da atmosfera — mais detalhado a frente), estamos traçando um plano de redução de emissões nos três escopos e investimos em projetos de reflorestamento no Brasil.

Esses projetos, principalmente os relacionados ao plantio de florestas, têm um horizonte de longo prazo para se concretizarem totalmente e por isso a importância do investimento a partir de agora — como fazemos com o projeto “Mil árvores por dia, todos os dias”, em que já foi direcionado 1,5 milhão de árvores para o plantio em todos os biomas do Brasil.

O investimento em créditos que removem CO<sub>2</sub> da atmosfera também contribui para uma economia abaixo do 1,5°C, como é o caso dos créditos de carbono provenientes de reflorestamento, já que no seu processo de crescimento, as árvores (que realizam fotossíntese) liberam O<sub>2</sub> e absorvem CO<sub>2</sub> da atmosfera.

Já os projetos que geram créditos que reduzem CO<sub>2</sub> da atmosfera, como os de energia renovável, ajudam a fomentar a cultura da economia de baixo carbono, em que os novos processos para as atividades são aqueles mais ecoeficientes, que agridam menos (ou não agridam) o meio ambiente.

# Mapa de capitais

## Capitais



### Financeiro

Mudanças climáticas GRI 201

PÁGINA: 156



### Social e de relacionamento

Pilar de governança:

Ética integridade e *compliance* GRI 205 e 206  
Privacidade e segurança de dados GRI 418  
Relações externas e *advocacy* GRI 413  
Transparência no relacionamento com clientes GRI 417

PÁGINAS: 99, 100, 108, 156, 198, 220



### Intellectual

Pilar ambiental:

Inovação e circularidade

PÁGINAS: 123, 148, 156



### Manufaturado

Pilar social:

Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos GRI 204, 308, 407, 408, 409 e 414 + SASB

Pilar de govenança:

Qualidade e segurança do produto GRI 416

PÁGINAS: 123, 148



### Natural

Pilar ambiental:

Água e efluentes GRI 303  
Biodiversidade e ecossistemas GRI 304  
Gestão de resíduos têxteis e não têxteis GRI 306  
Mudanças climáticas GRI 301, 302, 305 + TCFD

PÁGINAS: 123, 148, 156, 171, 176, 220



### Humano

Pilar social:

Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores GRI 401, 402 e 404  
Diversidade, equidade e inclusão GRI 202, 405 e 406  
Respeito aos direitos humanos  
Transversal a todos os GRIs  
Saúde, bem-estar e segurança GRI 403

PÁGINAS: 84, 99, 100, 198, 104, 105, 106, 108, 220

# Carta de asseguração GRI 2-5

## Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual de Sustentabilidade

Aos  
Acionistas, Conselheiros e  
Administradores do  
**Grupo de Moda Soma S.A.**  
São Paulo – SP

### Introdução

Fomos contratados pelo Grupo de Moda Soma S. A. (“Grupo Soma” ou “Companhia”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não constantes no Relatório de Sustentabilidade 2023 (“Relatório 2023”) do Grupo Soma, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório 2023, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

### Responsabilidades da administração do Grupo Soma

A administração da Grupo Soma é responsável por:

- selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório 2023;
- preparar as informações com base nos critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative* (“GRI – Standards”);
- desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório 2023, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório 2023, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO N° 07/2022 – Trabalhos de Asseguração Limitada referente às informações não financeiras contidas no Relato Integrado emitido pelo CFC, e com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida

pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB). Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório 2023, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração do Grupo Soma e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório 2023, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relatório 2023, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório 2023, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório 2023;
- o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores constantes no Relatório 2023;
- para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguarção limitada compreenderam, também, a aderência com base nas diretrizes e critérios da estrutura de elaboração GRI *Standards*, aplicáveis na elaboração das informações constantes no Relatório 2023.

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho são suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

#### **Alcance e limitações**

Os procedimentos executados em trabalho de asseguarção limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguarção razoável. Conseqüentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguarção limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguarção razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório 2023. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade seguiu com base nos critérios da GRI – *Standards*, e, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguarção deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (GRI – *Standards*).

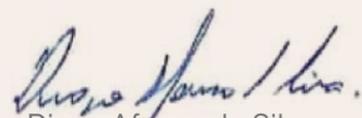
#### **Conclusão**

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório 2023 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2023 do Grupo Soma, não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, com base nos critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative* – GRI (“GRI – *Standards*”).

Rio de Janeiro, 29 de julho de 2024.

#### **Ernst & Young**

Audidores Independentes S/S Ltda.  
CRC-SP0151199/F



Diogo Afonso da Silva  
Contador CRC-RJ114783/O

## Informações Corporativas

#### **Time de Sustentabilidade – Grupo SOMA**

Aline Soares  
Ana Carolina Poeys  
Anna Carolina Lima  
Apollo Moura  
Bianca Bastos  
Daiani Villela  
Dalila Portela  
Daniela Lustosa  
Dayane Farias  
Isabel Beaklini  
Luciane Poroski  
Marina Ricciardi  
Rafael Carvalho  
Stella Messias  
Taciana Abreu

#### **Coordenação do Projeto**

Marina Ricciardi

#### **Jurídico ESG do Grupo SOMA**

Karina Dornelas



# Créditos

Redação, edição, projeto gráfico,  
diagramação e consultoria GRI:  
rpt sustentabilidade - [grupo report](#)

Revisão ortográfica e gramatical  
Fábio Valverde

Consultoria jurídica externa  
Candido Oliveira Advogados

Fotos  
Acervo Grupo SOMA





+ stana