

+ ROMA

*Relatório
Anual
2021*





Sumário

3	Boas-vindas
4	<i>Quem Somos</i>
5	Grupo SOMA
18	Destaques 2021
19	Mensagem do CEO
21	Temáticas prioritárias
28	<i>Estratégia SOMA</i>
36	<i>Ambiental</i>
37	Moda mais limpa
39	Resíduos - em busca do aterro zero
48	Produto de menor impacto
57	Fazendo a economia circular
64	Mudanças climáticas
75	Rumo à transição energética
78	Segurança hídrica
81	Biodiversidade, riqueza brasileira
87	<i>Social</i>
88	Moda mais justa e bela
89	Gente é o que SOMA
103	Diversidade, equidade e inclusão
119	Parceiros e comunidade
140	Nossos clientes
143	<i>Governança</i>
144	Moda mais ética
147	Governança ESG
153	Resultados econômicos e financeiros
155	ODS e capitais
160	Sumário de Conteúdo da GRI
181	Parecer da auditoria
183	Créditos



Boas-vindas

Olá,

que bom que está aqui. Convidamos você a uma imersão em nosso universo. Este é o segundo relatório anual do Grupo SOMA e conta nossas principais realizações, resultados e desafios de 2021.

O documento tem como base diretrizes internacionais de reporte e gestão ESG (*Environmental, Social and Corporate Governance*), reforçando nosso compromisso com a transparência e em mostrar nossos impactos, assim como as formas como compartilhamos valor com nossos parceiros, colaboradores, clientes, investidores e toda comunidade em nosso entorno.

Seguimos as normas da *Global Reporting Initiative* (GRI) - opção Essencial, adotamos procedimentos e conteúdos específicos previstos pelo *Sustainability Accounting Standard Board* (SASB) e pelo Relato Integrado do *International*

Integrated Reporting Council (IIRC). Na [página 156](#), informamos onde estão os conteúdos relacionados a cada capital. Como signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), também indicamos, ao longo das páginas, os 13 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que priorizamos aqui. E para trazer ainda mais transparência em relação aos riscos relacionados às mudanças climáticas, na [página 72](#) trazemos um sumário com os conteúdos *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD) que se aplicam ao nosso negócio.

Este Relato Integrado foi elaborado pela equipe de Sustentabilidade, sob liderança de Taciana Abreu, Gerente Executiva de Sustentabilidade, em parceria com as áreas da empresa especializadas em cada tema. O time de Sustentabilidade assegura a completude deste relatório, que visa a boa governança e refletir os impactos ambientais, sociais e econômicos gerados tanto internamente, quanto externamente.

O conteúdo é alinhado às temáticas priorizadas pelos nossos stakeholders na

consulta coletiva feita para construção da Matriz de Materialidade. Esta ferramenta direcionou os tópicos materiais reportados, além de ser um dos norteadores da estratégia ESG do Grupo SOMA.

Embora seja o segundo Relatório Anual do Grupo SOMA, é o primeiro unificado com a Cia. Hering, considerando a combinação de negócios entre as empresas, realizada em setembro de 2021. Todas as nossas atividades são abordadas nesta edição - industriais, administrativas, gestão de marcas e de canais - com o mesmo escopo das Demonstrações Financeiras da Companhia. GRI 102-45

Estamos em constante melhoria no nosso processo de governança e com muito orgulho comemoramos a certificação da Cia. Hering como Empresa B, em dezembro de 2021. Adotamos o Sistema B como modelo de gestão e assumimos publicamente o compromisso de buscar a certificação para todo o Grupo SOMA.

Este Relatório teve seu conteúdo aprovado pela nossa Diretoria e foi auditado pela KPMG.

Envie dúvidas e comentários sobre a publicação pelo e-mail sustentabilidade@somagrupo.com.br

Queremos ouvir você!

GRI 102-53

Para saber mais sobre nossa Companhia, acesse também:

[> Demonstrações financeiras](#)

[> Formulário de referência](#)

[> Estatuto e Políticas](#)



Quem somos

Grupo SOMA

Sonhar grande, fazer gigante

O Grupo SOMA nasceu em 2014, como resultado da evolução da união de duas grandes marcas cariocas de expressão nacional – Animale e FARM, que acontecera em 2010, e culminou com a institucionalização como grupo. Essa mescla fez crescer cada uma delas e deu origem à estratégia do SOMA: fazer marcas de moda brasileiras brilharem. Esse é nosso maior objetivo a cada aquisição ou fusão. Hoje, somos 15 marcas. As recém-chegadas em 2021 foram NV, marca nativa digital; Hering, Hering Kids e Hering

Intimates, que já fazem parte da vida dos brasileiros como “O Básico do Brasil”; e DZARM, reconhecida por sua moda versátil e pelo *jeanswear*. GRI 102-1

Cada marca que se junta ao Grupo traz consigo sua personalidade. Respeitamos a autonomia criativa e nos orgulhamos de termos tantas marcas apaixonantes no portfólio. Aqui, a alma do negócio é valorizar a essência de cada uma delas. Formamos, dessa maneira, uma grande união de talentos e *expertises* que se empenham

todos os dias para levar até o mercado o melhor da moda brasileira: uma moda mais bela, mais limpa, mais justa e mais ética. É possível, e temos feito acontecer.

Desde 31 de julho de 2020, data da nossa Oferta Pública Inicial de ações (IPO), o Grupo de Moda SOMA S.A. é uma sociedade anônima com capital aberto no Novo Mercado da B3 S.A. Atuamos na área de confecção e comércio de vestuário e acessórios, com sede principal no Rio de Janeiro. *Saiba mais sobre nossas unidades na página 12.* GRI 102-3, 102-5



O que nos move GRI 102-16

Nosso propósito é:

*Sonhar grande,
fazer gigante.*

Nossos valores:

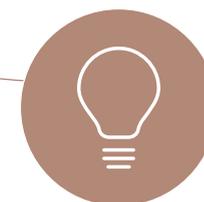
Investimos sempre em sofisticação e capacitação. Isto porque fazemos negócios com um olho no presente e outro no futuro. No caminho para a inovação, a tecnologia e a informação fazem a gente voar mais alto e chegar aonde antes era só um sonho.

Inteligência em gestão



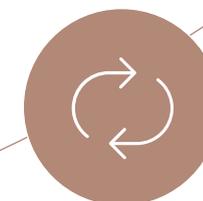
Parceria de verdade

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.



Dinamismo à toda prova

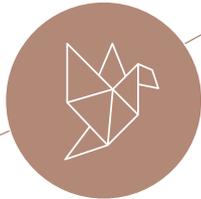
Mudar faz parte do nosso show. A gente muda a todo minuto a roupa, a coleção, o look das pessoas. Mais que isso: transformamos a realidade, o mercado, as oportunidades. Inventar moda é arregaçar as mangas e fazer os resultados acontecerem bem na nossa frente.





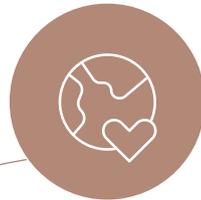
A gente não tem a fórmula da felicidade, mas sabe que trabalhar no que gosta faz parte dela. O brilho no olho e a satisfação no peito trazem mais confiança pra equipe, carinho nas relações, liberdade e generosidade no nosso dia a dia. Para realizar um trabalho bem feito, é preciso também se realizar nele.

Felicidade na 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, pra gente e pro planeta: esta é a nossa causa.

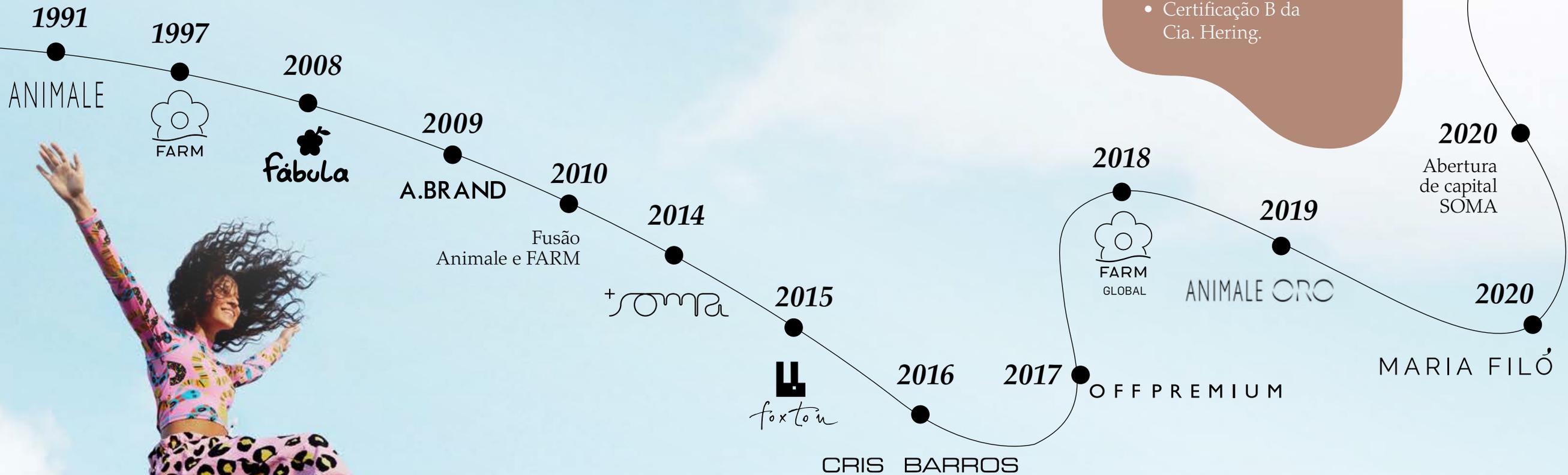


Missão:

Ser a melhor e maior equipe de marcas de moda do país, reconhecida mundialmente pela criatividade, energia, paixão e eficiência.



Fios da história



2021

- Aquisição NV.
- Combinação de negócios com Cia. Hering.
- Encerramento A. Brand.
- Certificação B da Cia. Hering.

Linha do tempo ESG

1950

Instalação de equipamentos para o tratamento químico da água na Cia. Hering.

1935

Para contribuir com colaboradores e apoiar a manutenção da vila operária, é criada a Fundação Hermann Hering.

1906

Bruno Hering é reconhecido com o título de pioneiro no reflorestamento no Brasil.

1880

Fundação da Cia. Hering pelos irmãos Bruno e Hermann Hering.

Bruno Hering é o idealizador e responsável pelo reflorestamento dos arredores de onde hoje é a Matriz da Cia. Hering, em Blumenau.

1988

Parceria Hering + SOS Mata Atlântica. 100 mil camisetas foram produzidas e 5% do valor arrecadado foi revertido para a instituição.

1989

Sistema de tratamento de água desenvolvido pela Cia. Hering é adotado por mais de 80 empresas têxteis do Brasil, Porto Rico e Alemanha.

1990

Lançada a camiseta World, ícone da Hering, feita sem costura lateral: menos consumo de água, energia e geração de resíduos.

1992

Lançamento da coleção licenciada Hering + Rio 92.

1993

Lançamento da camiseta 100% natural. A peça era amaciada com produtos menos impactantes, e seu tingimento era realizado a partir de raízes e frutas.

2014

1º Encadeamento Produtivo, em parceria com a Fundação Hermann Hering, a Cia. Hering e o SEBRAE.

2013

1º Relatório Anual Cia. Hering (ano-base 2012).

2011/2012

Ingresso da Cia. Hering na ABVTEX e formação do Comitê de gestão de fornecedores.

2008

1º inventário de Emissões de Gases Efeito Estufa da Cia. Hering.

2006

Instalação de Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs) na Cia. Hering.

1995

Início da parceria Hering + O Câncer de Mama no Alvo da Moda, vigente até hoje.

2016/2017

Construção da primeira Matriz de Materialidade da Cia. Hering e definição de temas prioritários.

—
Lançamento do Prêmio Abra para reconhecer fornecedores da Cia. Hering com as melhores práticas.

—
Início da parceria Cris Barros e ONG Casa do Rio.

—
Início da parceria FARM e povo Yawanawá.

—
Início da parceria FARM e Enjoei.

—
Início da parceria FARM e ISA (Instituto Socioambiental).

—
Lançamento da linha RE-FARM de *Upcycling*.

—
Início Projeto Oficina Muda.

2019

Investimentos em maquinários na Cia. Hering, com redução de 45% no consumo de água no tingimento de malha.

—
1ª edição do Censo Étnico-Racial SOMA.

—
Início da parceria Animale e Ampara Silvestre.

—
Início da parceria da FARM com o Instituto Vida Livre.

—
Lançamento da coleção Re-FARM Jeans.

—
Selo EuReciclo para Maria Filó.

—
Expansão do Programa Mil Árvores para FARM Global.

2018

Lançamento do Plurais, programa de diversidade com foco na inclusão da pessoa com deficiência na Cia. Hering.

—
Ingresso Grupo SOMA na ABVTEX.

—
Início das ações de reflorestamento que levaram ao programa "Mil árvores por dia, todos os dias", da FARM.

—
Início da parceria entre FARM e ID_BR pela Igualdade Racial.

2020

Selo EuReciclo para Hering e DZARM.

—
Divulgação da Política de Sustentabilidade Hering.

—
Lançamento da camiseta Reuse Hering.

—
Construção da primeira matriz de materialidade do Grupo SOMA.

—
Lançamento das primeiras coleções carbono neutro da FARM.

—
Início do programa Animale Vintage.

2021

Cia. Hering se torna Empresa B Certificada - reconhecimento pelas melhores práticas de gestão socioambiental.

—
1ª edição do Censo Étnico-Racial Cia. Hering

—
1º Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa do Grupo SOMA (ano-base 2020).

—
1º Relatório Anual Grupo SOMA (ano-base 2020).

—
Adesão ao Pacto Global da ONU.

—
Adesão ao Colabora Moda Sustentável.

—
Participação na Feira Inclui PCD - Egalitè.

—
Lançamento da camiseta carbono negativo (Hering).

—
Início da parceria entre Hering e ID_BR para lançamento de camisetas que contribuem com a causa da igualdade racial.

—
Parceria Animale e ID_BR para ações de letramento e sensibilização.

—
Início da parceria com SOS Mata Atlântica (Foxton, FARM e Fábula).

—
Lançamento da Política de Sustentabilidade SOMA + Hering.

—
Lançamento da Política de Diversidade e Política de Fornecedores Hering.

—
Cia. Hering se torna carbono neutro - escopos 1, 2 e 3 (excluindo matéria-prima, viagens a negócio e franquias).

Entradas ▶

Modelo de negócios

GRI 102-7

Capital Financeiro

Consolidado:

10 bilhões em ativo.
561 milhões de dívida líquida.
224 milhões de caixa.

Capital Social e de Relacionamento

Consolidado

4,9 milhões de clientes.
28.627 fornecedores.
74 parcerias socioambientais.
12 mil clientes multimarcas.

Grupo SOMA

1,4 milhões de clientes.
23.380 fornecedores.
58 parcerias socioambientais.
4 mil clientes multimarcas.

Cia. Hering

3,5 milhões de clientes.
5.247 fornecedores.
25 parcerias socioambientais.
8 mil clientes multimarcas.

Capital Organizacional

Marcas desejo.
SOMA Labs.
Indústria Têxtil (Cia. Hering).

Capital Humano

Consolidado

12.615 colaboradores.

Grupo SOMA

7.107 colaboradores.

Cia Hering

5.508 colaboradores.

Capital Manufaturado

Consolidado:

5 unidades industriais, 3 centros de distribuição e 7 escritórios.
369 lojas próprias no Brasil, 2 nos Estados Unidos e 734 franquias.
13 e-commerces.

Grupo SOMA

1 Centro de Distribuição (RJ - Rio de Janeiro), 5 escritórios (3 no RJ - Rio de Janeiro e 2 em SP - São Paulo), 268 lojas próprias no Brasil e 2 nos Estados Unidos, 20 franquias.
9 e-commerces.

Cia. Hering

5 unidades industriais (SC -Blumenau - Itororó e Bom Retiro, GO - Goianésia, Paraíba e São Luís de Montes Belos), 2 Centros de Distribuição (SC - Blumenau, GO - Anápolis), 2 escritórios (SC - Blumenau, SP - São Paulo). 71 lojas próprias, 713 franquias, sendo 3 na Bolívia, 9 no Paraguai e 9 no Uruguai - totalizando 21 lojas no mercado internacional.
4 e-commerces.

Capital Natural

Uso da terra e biodiversidade.
Água.
Energia elétrica.
Combustíveis.

Geração de Valor: construir marcas fortes entregando coleções com paixão e eficiência é a nossa marca.

Propósito: Sonhar grande, fazer gigante.

CONSOLIDAÇÃO DE MARCAS FORTES

Identificamos, adquirimos e aceleramos o crescimento de marcas que geram desejo, atendendo diferentes públicos.

EFICIÊNCIA OPERACIONAL

Buscamos sempre a melhor forma de fazer cada produto, de cada coleção, dando vida a eles em experiência de compra emocionantes. Agora, junto com Cia. Hering, temos dentro de casa um modelo verticalizado, que nos permite avaliar a melhor estratégia para produzir uma peça – internamente ou externamente.

BRASIL E ALÉM

Em nossas unidades administrativas e fabris - no Centro Oeste, Sudeste e Sul - ou nas mais de 1.000 lojas em todo o Brasil, além dos canais digitais, estamos sempre próximos dos nossos clientes e gerando valor para as comunidades ao nosso entorno. Além do Brasil, também estamos presentes em mais 4 países.

GESTÃO DE AFETO

Impulsionamos talentos internamente e em toda a nossa cadeia de valor. O cuidado nas relações reflete nosso respeito pelas diferenças, a valorização do desenvolvimento, equilibrando criatividade, profissionalismo, respeito às pessoas e ao planeta.

INOVAÇÃO DIGITAL

Integramos os mundos físico e digital entregando experiências humanizadas, inovadoras e únicas. Colocamos as pessoas em primeiro lugar reduzindo atritos, gerando eficiência e fidelização.

HARMONIA SOCIETÁRIA

Cuidamos da relação entre os sócios garantido coesão, respeito e bem-estar. E este é um dos nossos maiores diferenciais.

EXPANSÃO SUSTENTÁVEL

Crescemos com eficiência através da aquisição (M&A), produtos digitais (SomaLabs) e novos territórios (Internacionalização), olhando sempre para o futuro e para os nossos impactos. Em 2021, destaque para as aquisições de Cia. Hering (Embresa B Certificada), NV e para a performance da Farm Global.

55
milhões
de peças
vendidas.

15
marcas
do básico
ao luxo.

Impactos ▶

Ambiental

Consolidado:

64 mil tCO₂ e compensadas.
365 mil árvores plantadas, em
aproximadamente 240 hectares de área
reflorestada, além de 75 hectares de área
preservada (reserva legal Cia. Hering).
35% de redução no uso
de água na produção
(ver pág 78).

60% das matérias-primas
possuem certificação.
3.697 toneladas de sobras têxteis
reaproveitadas.

5.115 toneladas de resíduos
encaminhados para reciclagem.

Grupo SOMA:

29 mil tCO₂ e compensadas.
365 mil árvores plantadas, em aproximadamente
240 hectares de área reflorestada
47% das matérias-primas possuem certificação.
36 toneladas de sobras têxteis reaproveitadas.
195 toneladas de resíduos
encaminhados para reciclagem.

Cia. Hering:

35 mil tCO₂ e compensadas.
75 hectares de área
preservada (reserva legal).
35% de redução no uso de água
na produção (ver pág 78).
85% das matérias-primas possuem certificação.
3.660 toneladas de sobras têxteis reaproveitadas.
4.920 toneladas de resíduos
encaminhados para reciclagem.

Mais do que vender roupas, geramos experiências e conexões.

“Somos uma marca que faz outras marcas brilharem.”

Saídas ▶

Social

Consolidado:

R\$ 629 milhões em remuneração e benefícios.
R\$ 476,3 milhões em impostos e taxas
a serem revertidos para o país.
R\$ 16,9 milhões em
investimentos na comunidade.
51.570 horas de treinamentos realizados.

Grupo SOMA:

R\$ 376 milhões em remuneração e benefícios.
R\$ 362,7 milhões em impostos e taxas
a serem revertidos para o país.
R\$ 14,5 milhões em
investimentos na comunidade.
5.739 horas de treinamentos realizados.

Cia. Hering:

R\$ 253 milhões em remuneração e benefícios.
R\$ 113,6 milhões em impostos e taxas
a serem revertidos para o país.
R\$ 2,4 milhões em
investimentos na comunidade.
45.831 horas de treinamentos realizados.

Financeiro

Consolidado:

R\$ 2,8 bilhões
de receita líquida.
R\$ 436 milhões
de Ebtida ajustado.



Plataforma de marcas GRI 102-2, 102-4

Chegamos a todos os estados do Brasil - com um portfólio completo de marcas oferecemos moda nos setores de vestuário, calçados e joalheria com experiências focadas em diversos públicos: nossos clientes B2B (franqueados e lojistas multimarcas) e consumidores. Para que cada uma das nossas marcas expresse sua personalidade, contamos com o envolvimento de fornecedores, colaboradores, investidores, terceiro setor e toda comunidade local, em relações de troca e influência mútua. Assim, construímos ativos financeiros e ativos intangíveis que são algumas das marcas mais queridas do Brasil. GRI 102-6

Animale, Animale Jeans e Animale Oro

Marcas *premiums*, sofisticadas. A Animale completa 30 anos em 2022 como referência na moda feminina brasileira, hoje conta com extensões de marca para *jeans* (Animale Jeans) e joias (Animale Oro).

A Animale acredita que o poder feminino é a soma das escolhas singulares de cada mulher. Vê a moda como energia criativa, que liberta sentimentos e opiniões.

> Presente em 19 estados, 25 cidades, com 70 lojas, sendo uma Animale Oro. Mais de 600 multimarcas.

FARM e FARM Global

A marca da brasilidade, da alegria, da natureza. Um estilo de vida, inspirado na garota carioca, do Brasil para o mundo. A FARM oferece peças de vestuário e espalha suas estampas nos mais diversos objetos que compõem sua proposta de marca, de pranchas de *surf* a bicicletas elétricas.

> A FARM está presente em 21 estados e no Distrito Federal, 39 cidades, com 82 lojas e 1.700 multimarcas.

> A FARM Global vem conquistando o mercado internacional, tem uma loja própria em Nova York e outra em Miami e está disponível para venda em 159 lojas de departamento.

Conheça mais sobre a FARM no Relatório Anual 2021 da marca.





Fábula

As coleções da Fábula são um convite ao brincar, traduzido por produtos confortáveis e criativos. A marca estampa o colorido e o imaginário da infância.

> Presente em cinco estados e seis cidades, com 17 lojas, e em mais de 800 multimarcas.

NV

Primeira marca nativa digital do Brasil. Conhecida por trazer cor e autenticidade à clássica alfaiataria, a NV apresenta novas tendências da moda ao público brasileiro a cada temporada.

Representa mulheres versáteis, autênticas e sofisticadas, e as peças são uma verdadeira homenagem a elas, dos desenhos às nomenclaturas.

> Presente em cinco estados e seis cidades, com dez lojas. 75 multimarcas.



CRIS BARROS

É referência quando se fala de uma marca de luxo brasileira. Exclusiva, elegante e sofisticada.

> Presente em seis estados e seis cidades, com 11 lojas. 55 multimarcas.





Maria Filó

Por meio de tramas, formas e cores, a Maria Filó traz leveza e feminilidade para as roupas. Surpreende, misturando o clássico com o moderno, a simplicidade com sofisticação. Sempre com atenção aos detalhes e com muito afeto.

> Presente em 26 estados e 32 cidades, com 40 lojas e 20 franquias. Mais de 460 multimarcas.

Foxton

Inspira e acompanha o homem contemporâneo em sua trajetória diária, com praticidade, qualidade e *design*.

A Foxton valoriza comportamentos, histórias e produtos que atravessam o tempo, superam tendências, evoluem e se mantêm atuais: os verdadeiros clássicos.

> Presente em oito estados e 11 cidades, com 25 lojas. Mais de 250 multimarcas.

DZARM

Marca urbana, para todos os momentos, com uma linha *jeanswear* completa com modelagens diferenciadas. A Dzarm acredita na moda que cabe na vida das pessoas e no estilo que permite a expressão pessoal, sem esforço.

> Presente em duas lojas no Brasil, e em mais de 1.700 multimarcas.



Hering, Hering Kids e Hering Intimates

Ícone da moda brasileira. A Hering tem mais de 140 anos de história: é o "Básico do Brasil" - jovem, contemporânea e democrática. Com os mesmos atributos, porém com foco no público infantil, a Hering Kids surgiu como extensão de marca, em 1992.

A Hering Kids acompanha o crescimento da criança, sempre reforçando sua característica principal que é o conforto em todas as linhas, valorizando a liberdade de brincar e explorar.

A Hering Intimates dá continuidade ao tema "o Básico do Brasil" e apresenta um portfólio que une moda íntima, pijamas e *loungewear* para os públicos feminino e masculino. A Hering Intimates é a marca íntima do Brasil.

- > Juntas, as marcas têm 784 lojas físicas no Brasil e em outros três países – Bolívia, Paraguai e Uruguai.
- > 71 lojas próprias, incluindo 15 *outlets*.
- > 713 franquias.
- > Presença em 8 mil lojas multimarcas.

OFF Premium

Curadoria, oportunidade e qualidade com preço acessível.

Marketplace digital, comercializa produtos de marcas renomadas do varejo de moda nacional.

- > Presente em oito estados e oito cidades, com 13 lojas.



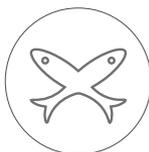
Destques

2021

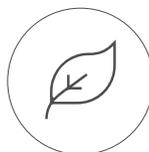
GRI 102-10



Criação da área de Sustentabilidade como um dos pilares da Diretoria de Gente & Gestão, Sustentabilidade e Comunicação.



Combinação de negócios com a Cia. Hering (marcas Hering, Hering Kids, Hering Intimates e DZARM).



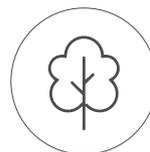
Lançamento da Política de Sustentabilidade Grupo SOMA.



Farm Global conquistou de vez o mercado norte-americano e cresceu 8,2 vezes em relação a 2019.



Aquisição da primeira marca nativa digital, a NV.



Programa "Mil árvores por dia, todos os dias" alcançou, em 2021, meio milhão de árvores plantadas.



64 mil toneladas de carbono compensado - incluindo SOMA + Cia. Hering em 2021.



Mensagem do CEO

GRI 102-14

O ano em que fizemos gigante

Uma nova companhia. É com essa sensação que fechamos 2021. Ano em que praticamente dobramos de tamanho, mas também multiplicamos as oportunidades de geração de impacto positivo e de nos firmarmos como o Grupo da moda brasileira.

Um ano iniciado ainda sob os efeitos da pandemia, e com muita preocupação com nossas pessoas, fornecedores e resultados, mas que se mostrou muito otimista para nós.

Vivemos os reflexos positivos do primeiro ano pós IPO, em que entregamos além do que prometemos e sentimos a renovação de energia dos times com a empolgação trazida pelas novas marcas que passaram a fazer parte do SOMA. Celebramos a incorporação da NV, marca nativa digital, com alto engajamento e potencial de crescimento. E

a chegada da Hering, a marca de moda mais longeva do Brasil, um patrimônio nacional, que completa nosso portfólio no *white space* de moda masculina, feminina, infantil e íntima com *price point* mais acessível.

A gente gosta e sabe cuidar de marcas. Por isso, poder contribuir com a continuidade da trajetória de 140 anos da Hering tem muito valor. Temos princípios muito parecidos, o que facilita o processo de integração cultural. Temos capacidade de colaborar na sua retomada de crescimento, recolocando a Hering no aspiracional das pessoas e, principalmente, a atestando como uma marca geradora de desejo e orgulho nacional, sendo atrativa para todas as classes sociais.

Além disso, vivemos todo o amadurecimento da FARM Global, que teve em 2021 seu ponto de virada.



Chegamos mais preparados a 2022. Ganhamos mais maturidade e musculatura.

De começo, uma operação com enorme potencial, porém cheia de novos desafios a serem entendidos e vencidos, e que vem se mostrando cada vez mais forte e, de fato, um *case* único de internacionalização de uma marca brasileira de moda. O que nos dá muito orgulho.

Em 2021, abrimos 18 novas lojas, alcançamos uma receita bruta de R\$ 3,27 bilhões e EBITDA ajustado de R\$ 436,2 milhões. Alcançamos (ex-Hering) resultados recordes, com receita bruta de R\$ 2,44 bilhões e EBITDA ajustado de R\$ 343 milhões. Com isso, a gente vê que todos os esforços feitos em 2020 para

enfrentar a pandemia e continuar inovando foram válidos e estamos colhendo estes resultados.

Sem dúvidas, tivemos mais um ano emocionante, em que nossa ousadia com responsabilidade nos tirou da zona de conforto e nos levou ainda mais longe.

Foi também em 2021 que estabelecemos nossa governança ESG (*Environmental, Social and Governance*). Aderimos aos compromissos do Pacto Global e à Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) e, em abril, criamos a área corporativa de sustentabilidade, liderada

por Taciana Abreu, executiva que esteve à frente do *marketing* e da sustentabilidade FARM de 2016 a 2021, colocando a marca em uma posição de destaque nessa agenda. A área, que já conta com 13 colaboradores SOMA e Cia. Hering, responde para a Diretoria Executiva de Gente & Gestão, Sustentabilidade e Comunicação, sob o comando de Roberta Bicalho, profissional altamente engajada na promoção da diversidade, equidade e inclusão e que já vem elevando nossas práticas de Gente & Gestão a um novo patamar. Queremos ser referência em sustentabilidade na moda e estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil de acordo com o *ranking* GPTW - *Great Place to Work*.

Com a chegada da Hering, celebramos a importante conquista da Certificação B das marcas Hering, Hering Kids, Hering Intimates e DZARM, além da forte e importante Indústria Hering, pioneira

em muitas práticas socioambientais e de ecoeficiência. Junto com o Comitê de Sustentabilidade de Hering, alinhamos a integração das estratégias ESG das duas companhias, que passam a ser uma só.

Por tudo isso, chegamos mais preparados para 2022. Ganhamos mais maturidade e musculatura. Reduzimos o risco do nosso portfólio, aumentamos nossa diversificação e cobertura.

Que 2022 seja a virada de página para o mundo mais belo, mais justo, mais ético e mais limpo que todos nós temos o dever de construir.

Roberto Jatahy

Temáticas prioritárias

O processo de construção da nossa primeira matriz de materialidade aconteceu entre 2020 e 2021 e foi o ponto de partida para a formulação dos conteúdos apresentados em nosso primeiro [Relatório Anual](#), tendo como ano-base 2020.

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

O processo foi então conduzido pela Report Sustentabilidade, mesma consultoria externa que nos apoiou na matriz anterior.

Foram analisados documentos internos e externos, além de relatórios do mercado

e setoriais para a construção de uma lista com temas potencialmente relevantes para o negócio combinado das companhias. Esta lista foi apresentada aos *stakeholders* de ambas empresas para priorização.

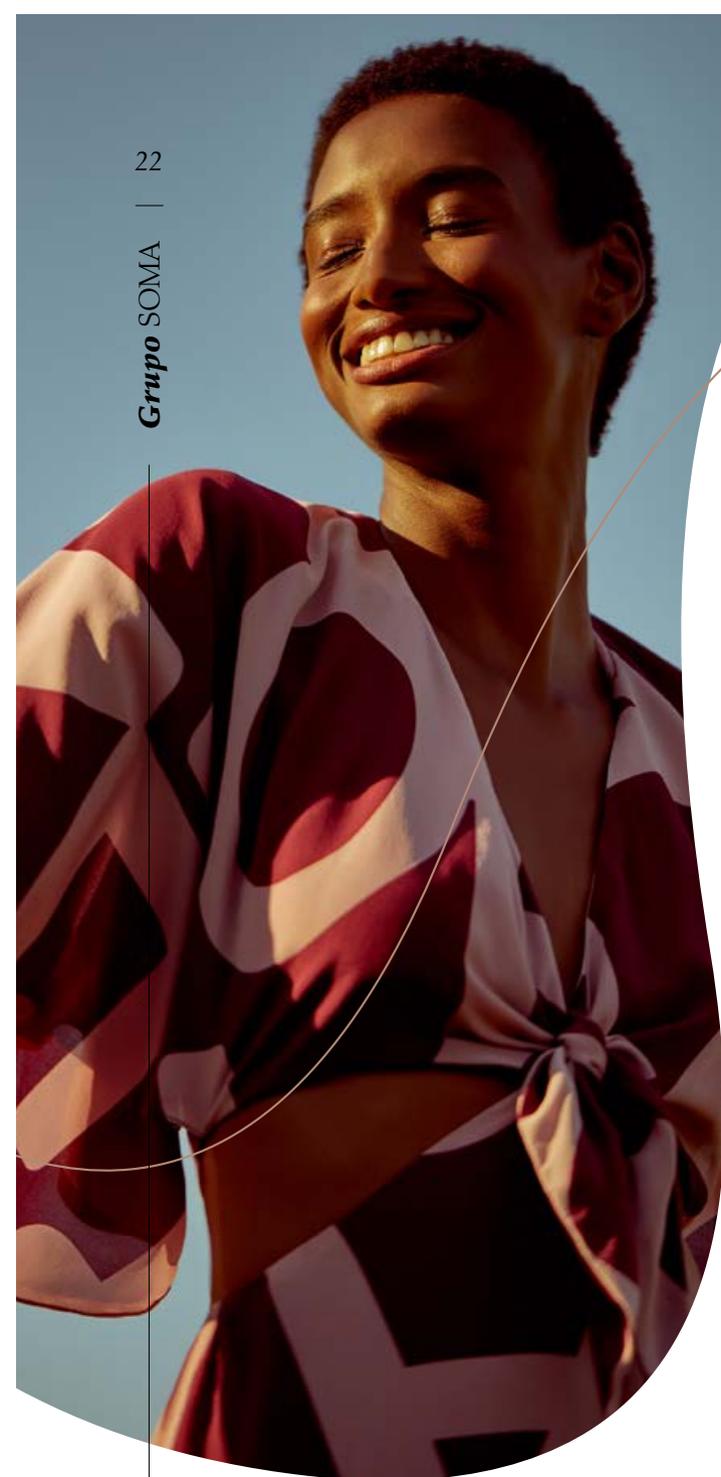
Realizamos 10 entrevistas com a alta liderança do SOMA e da Cia. Hering e duas com especialistas externos. Além disso, por meio de questionário *on-line*, obtivemos respostas sobre a lista de temas por parte de 3.717 *stakeholders*, entre colaboradores SOMA e Cia. Hering, clientes e fornecedores das duas companhias, organizações do terceiro setor, agentes do mercado financeiro e franqueados. GRI 102-40, 102-42

Feita a análise das respostas, foi montada a nova matriz de materialidade considerando os temas da lista de acordo com o impacto que produzem ou podem

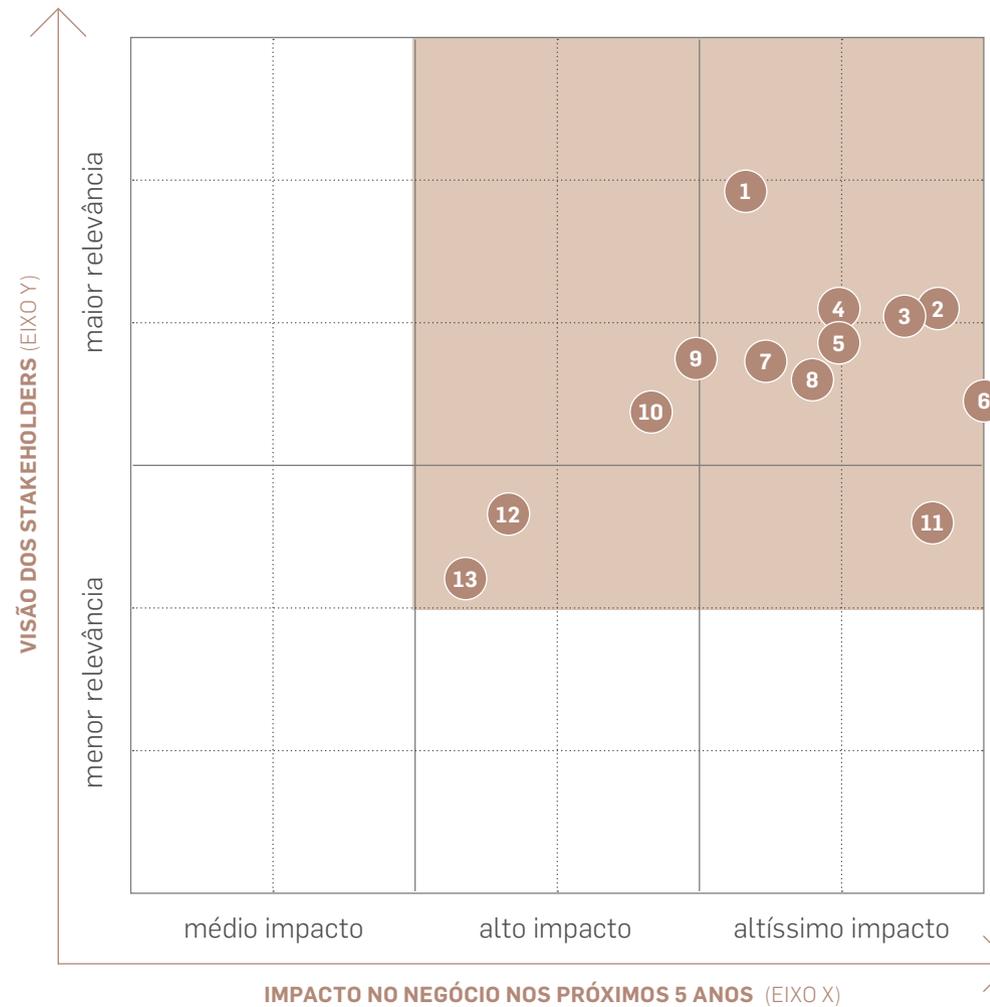
produzir no negócio e aqueles prioritários aos *stakeholders*. O resultado foi uma matriz com 13 temas materiais aprovada pelo Conselho de Administração e pela alta liderança da empresa.

São esses os temas que norteiam os conteúdos e diretrizes GRI deste relato referente a 2021.

13
temas materiais
foram identificados
em nossa matriz



Matriz de materialidade



- 1 Responsabilidade social
- 2 Transparência no relacionamento com os clientes
- 3 Diversidade, equidade e inclusão
- 4 Ética, integridade e compliance
- 5 Saúde e bem-estar
- 6 Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores
- 7 Qualidade e segurança do produto
- 8 Respeito aos direitos humanos
- 9 Gestão de resíduos têxteis e não-têxteis
- 10 Produto de menor impacto
- 11 Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos
- 12 Mudanças climáticas
- 13 Água e efluentes

Temas prioritários GRI 102-44, 102-46, 102-47, 103-1

Tema material 2021	Por que é importante?	Onde os impactos ocorrem	Limite do tópico	ODS	Capital
 Responsabilidade Social	Promoção do impacto positivo no ambiente e na sociedade por meio de investimento socialmente responsável e cidadania corporativa. Uso do poder de influência do Grupo para avançar causas importantes para a sociedade.	Dentro e fora.	Limites Geográficos.		> Humano. > Social e de relacionamento.
 Transparência no relacionamento com os clientes	Ser transparente no relacionamento com nossos clientes, oferecendo informações relevantes sobre produtos e processos, prezando sempre pela boa comunicação ao longo de sua jornada com nossas marcas e operações.	Fora.	Alcance de mercado das marcas.	 	> Humano. > Social e de relacionamento.
 Diversidade, equidade e inclusão	Promoção do respeito à diversidade dentro e fora da organização, seja ela de origem, gênero, raça, cor, religião, idade, altura, peso, aparência física, deficiência, classe social, orientação sexual, gravidez, estado civil, afiliação sindical, convicção política, dificuldades emocionais ou de aprendizagem, condição de HIV, entre outras, de maneira transversal buscando incentivar a inclusão em todos os níveis de cargos e no relacionamento com terceiros. Oferta de tamanhos de modo a atender diferentes tipos de corpos.	Dentro e fora.	<p>O machismo estrutural que limita o acesso de mulheres em cargo de liderança.</p> <p>Racismo estrutural que impossibilita a aceleração de negros em cargos estratégicos e liderança.</p> <p>Capacitismo que impossibilita a entrada de pessoas com deficiência em cargos mais estratégicos.</p> <p>LGBTQIA+fobia que não permite que as pessoas sejam como elas são. Quaisquer outros tipos de preconceito e discriminação.</p>	  	> Humano. > Social e de relacionamento.

Tema material 2021	Por que é importante?	Onde os impactos ocorrem	Limite do tópico	ODS	Capital
 Ética, integridade e Compliance	Zelar pela conformidade com a legislação, compromissos e práticas anticorrupção e anticompetitivas, promovendo uma gestão ética e transparente dos processos organizacionais, inclusive mediante adoção de mecanismos corporativos que promovam o controle e fiscalização interna e acompanhamento por partes interessadas.	Dentro e fora.	Não há.		> Não se associa a capital.
 Saúde e bem-estar	Garantia do bem-estar e da saúde física e mental do colaborador através da gestão do ambiente organizacional e de boas práticas corporativas.	Dentro.	Além das ações realizadas pela empresa, o colaborador também precisa estar atento à saúde e bem-estar na vida pessoal. Cenário de pandemia impacta no tema.	 	> Humano. > Social e de relacionamento.
 Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores	Marca empregadora alinhada às melhores práticas de mercado, geração de valor na experiência e gestão de carreira do colaborador, capacitação continuada fomentando o desenvolvimento de pessoas.	Dentro.	Não há.	  	> Humano.
 Qualidade e segurança do produto	Gestão de qualidade e durabilidade de produto alinhada às normas técnicas, considerando também os aspectos ESG. Responsabilidade no uso de químicos que podem afetar o usuário e o meio ambiente.	Fora.	Pesquisa e desenvolvimento de novos materiais para melhoria contínua. Necessidade de avanços tecnológicos na indústria da moda e redução de custos com ganho de escala.	 	> Intelectual. > Natural. > Manufaturado.

Tema material 2021	Por que é importante?	Onde os impactos ocorrem	Limite do tópico	ODS	Capital
	<p>Respeito aos direitos humanos</p>	<p>Dentro e fora.</p>	<p>Alta taxa de informalidade no varejo e indústria de moda no Brasil.</p>	 	<p>> Humano.</p>
	<p>Gestão de resíduos têxteis e não-têxteis</p>	<p>Dentro e fora.</p>	<p>Necessidade de avanços tecnológicos, escalabilidade da reciclagem têxtil e redução de custos operacionais.</p>	      	<p>> Natural.</p>
	<p>Produto de menor impacto</p>	<p>Dentro e fora.</p>	<p>Necessidade de avanços tecnológicos na indústria da moda e redução de custos com ganho de escala.</p>	      	<p>> Natural. > Manufaturado. > Intelectual.</p>

Tema material 2021	Por que é importante?	Onde os impactos ocorrem	Limite do tópico	ODS	Capital
	Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos	Dentro e fora.	Alta taxa de informalidade no varejo e indústria de moda no Brasil.		> Humano. > Social e de relacionamento. > Natural.
	Mudanças climáticas	Dentro e fora.	Não há.		> Natural. > Intelectual. > Social e de relacionamento. > Financeiro.
	Água e efluentes	Dentro e fora.	Não há.		> Natural.

As mudanças em nossa matriz de materialidade 2020 para 2021 GRI 102-49

	2020	Posição que ocupa na Matriz	2021	Posição que ocupa na Matriz
Ambiental	Gestão de resíduos têxteis e não têxteis	7	Gestão de resíduos têxteis e não têxteis	9
	Mudanças climáticas	12	Mudanças climáticas	12
	Uso e gestão sustentável de recursos naturais	10	Produto de menor impacto	10
	Economia circular	5	Água e efluentes	13
	Produto de menor impacto	3	Qualidade e segurança do produto	7
Social	Diversidade e igualdade	2	Diversidade, equidade e inclusão	3
	Condições de trabalho e direitos humanos	1	Saúde e bem-estar	5
			Atração, desenvolvimento, e retenção de colaboradores	6
			Respeito aos direitos humanos	8
			Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos	11
Geração de valor compartilhado	4	Responsabilidade social	1	
Governança	Visão de negócios e governança	6	Transparência no relacionamento com os clientes	2
			Ética, integridade e compliance	4



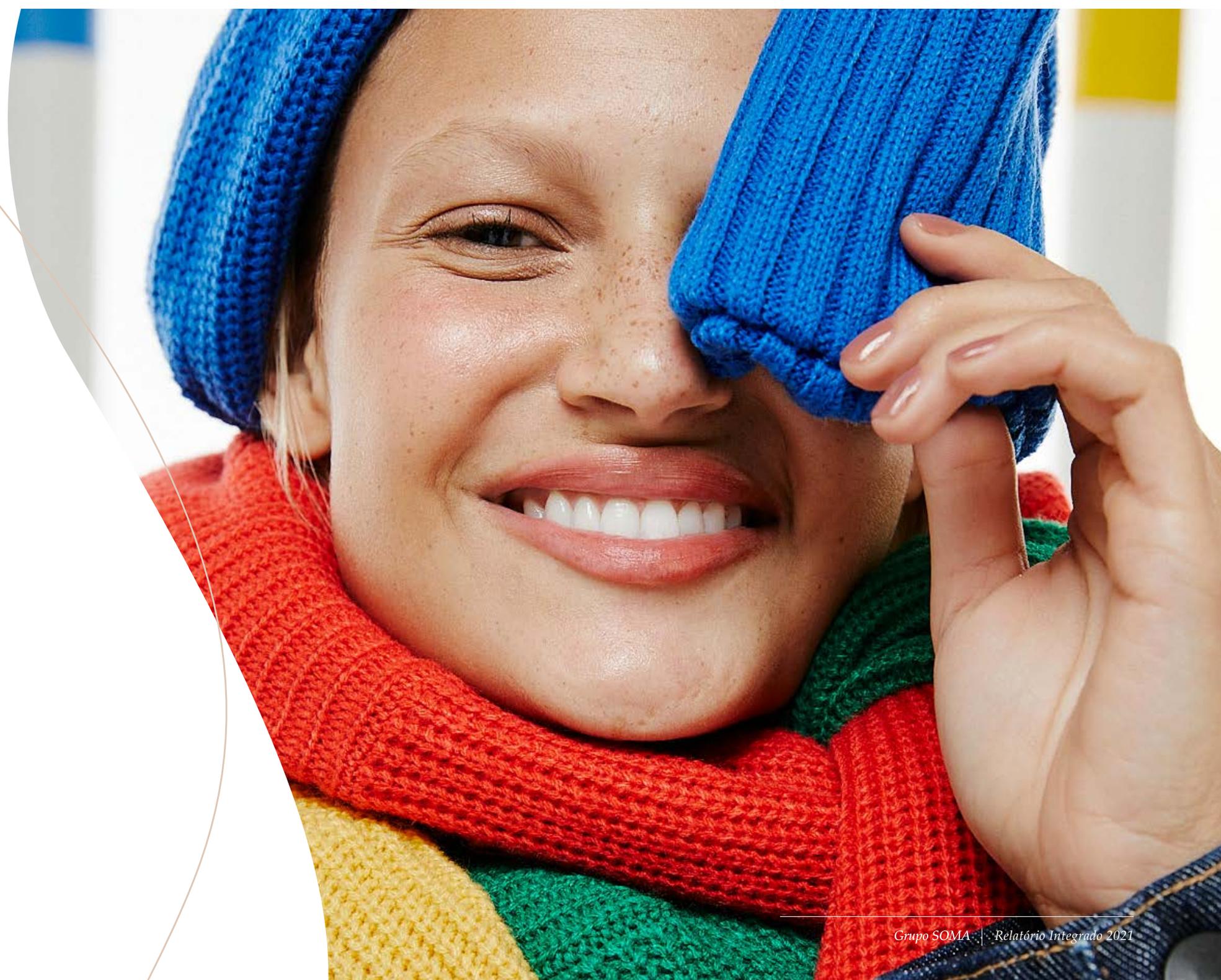


Estratégia SOMA



Nosso propósito de sonhar grande e fazer gigante conta com uma estratégia de negócios bem definida e realista, com base em muitas pesquisas de mercado, de tendências e escuta de nossos públicos de relacionamento.

Em 2021, nossa estratégia de negócio foi mantida, conforme planejada em 2020, à época do IPO. Nosso foco foi apoiar as marcas e acelerar seu crescimento por meio da nossa plataforma e buscar a redução de riscos do portfólio, com o preenchimento de oportunidades ainda existentes em diferentes *price points* e nichos de mercado. O resultado é um portfólio diversificado, que gera ainda mais desejo e amplia nosso mercado endereçável. Após combinação de negócios com a Cia. Hering, atingimos uma carteira de marcas ainda mais abrangente e com muitas oportunidades. Por isso, temos nos dedicado para as alavancas de crescimento de alto valor nas nossas marcas.



Nossa estratégia ESG

Nossa ambição é ser a principal referência ESG (do inglês *environmental, social and governance*) da moda brasileira e estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil. Isso significa:

Gerar impactos positivos para a sociedade vestindo novas formas de cuidar do mundo.

Sabemos como queremos fazer isso: reduzindo o impacto negativo e potencializando o impacto positivo.

Pra chegar lá, dividimos a nossa estratégia nos três pilares:

Ambiental (E - Environmental): Moda mais limpa

> Fazer moda respeitando o meio ambiente em nossos processos e atuando na regeneração dos recursos naturais;

Social (S - Social): Moda mais justa e bela

> Ser socialmente responsável e ser uma empresa diversa, equitativa e inclusiva;

Governança Corporativa (G - Governance): Moda mais ética

> Ter uma governança corporativa que agrega valor, impacta positivamente todos os *stakeholders* e gera resultado de forma sustentável.

Ainda, aprovamos com o Conselho de Administração e lançamos nossa Política de Sustentabilidade - que traz as diretrizes e o posicionamento do Grupo SOMA para cada um dos aspectos ESG. Ela está alinhada e reafirma os princípios do nosso Estatuto

Social, do Código de Conduta e Ética e demais políticas internas. Para nossos fornecedores, consolidamos nossos valores já aplicados à nossa cadeia via cláusulas contratuais, além de auditorias sociais e de rastreabilidade.



Como desdobramos nossa estratégia ESG

	Ambiental Moda mais limpa	Social Moda mais justa e bela	Governança Moda mais ética
Objetivo	Descarbonizar operação e cadeia de valor, pautando escolhas na ecoeficiência e acelerando a economia circular.	Fomentar a diversidade, equidade e inclusão garantindo os Direitos Humanos, Saúde & Segurança no trabalho – para dentro e para fora.	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	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade e segurança do produto. • Gestão de Resíduos têxteis e não têxteis. • Produto de menor impacto. • Mudanças climáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Saúde e bem-estar. • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores. • Respeito aos direitos humanos. • Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência no relacionamento com clientes. • Ética, Integridade e Compliance.
ODS			
Metas	<p>Carbono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atingir Net Zero escopos 1 e 2 até 2030 (baseline 2021). • Atingir Net Zero escopo 3 até 2050 (baseline 2021). <p>Ecoeficiência:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atingir o uso de 100% de energia renovável até 2025 nas unidades administrativas e fabris. • Reduzir minimamente em 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030 (baseline 2019). <p>Resíduos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser aterro zero até 2030 (baseline 2021). 	<p>Diversidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50% de mulheres na Alta Liderança* até 2030. • 50% de autodeclarados pretos e pardos no Grupo SOMA até 2023. <p>*Entendemos como “Alta Liderança” 2 níveis abaixo do CEO.</p> <p>**Demais metas de Diversidade serão calibradas e divulgadas após realização do segundo Censo Étnico-Racial do Grupo SOMA e Cia. Hering, sendo agora integrado. A aplicação está programada para 2022.</p> <p>Colaboradores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil, de acordo com a metodologia GPTW. 	<p>Índices:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar a certificação do Sistema B. • Seguir crescendo a pontuação das nossas marcas no Índice de Transparência da Moda (ITM). • Entrar na carteira ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial, da B3, incorporando suas metodologias ao nosso modelo de gestão ESG. <p>Ética e Compliance</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% de adesão e ao Código de Conduta e Ética de colaboradores, com pelo menos um treinamento por ano.

Utilizar valores e práticas da sustentabilidade para inovar em produtos e comunicação e na conexão com clientes.

Plano de trabalho 2021

Desenhamos nossa estratégia ESG, traçamos objetivos, metas e já desdobramos um plano de ação. O ano de 2021 foi um período de planejar, mas também executar.

Agenda 2030 e Pacto Global

ODS 5, 12, 17

Em fevereiro de 2021, nos tornamos signatários do Pacto Global, da Organização das Nações Unidas (ONU). Demonstramos, dessa forma, nossa adesão aos dez princípios da Agenda 2030 e influenciamos positivamente outros *players* do mercado a se comprometerem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Também assinamos o *Business Ambition for 1.5°C*, um compromisso em contribuir para que o aumento da temperatura média global não ultrapasse esse limite, o que nos inclui no *Race to Zero*, uma campanha internacional liderada pela Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima (UNFCCC), para alcançar o balanço de emissões líquidas zero de carbono até 2050 (Net Zero). Além disso, nos filiamos ao *Fashion Industry Charter for Climate Action*, nos juntando a marcas de moda do mundo todo em prol dos avanços da agenda climá-

tica. Estas ambições já estão incorporadas a nossas metas para uma Moda mais limpa.

E mais: assinamos o Equidade é Prioridade (Gênero), nos comprometendo, junto à Rede Brasil do Pacto Global, em ter 50% de mulheres na alta liderança até 2030. Esta meta já tinha sido cumprida em dezembro de 2021, com 51% de participação feminina na alta liderança. Ainda, no primeiro trimestre de 2022, Animale, marca que abraça a causa do ODS 5 – Igualdade de gênero, se tornou embaixadora do movimento “Elas lideram 2030” do Pacto Global, como parte da Ambição 2030, com o objetivo de fomentar o alcance das metas do ODS 5 nesta década, ampliando a equidade de gênero nas empresas brasileiras.

Conheça, na [página 35](#), outros compromissos que firmamos.





Certificação B – Compromisso com a melhoria contínua ESG

ODS 12, 16

Em 2021, a Cia. Hering foi certificada como Empresa B, se juntando ao grupo de negócios que se destacam por práticas e compromissos em relação a governança, trabalhadores, comunidade, meio ambiente e clientes. Ao final de 2021, apenas 231 empresas no Brasil foram auditadas e aprovadas nos critérios do Sistema B, voltado para fomentar e construir um sistema econômico no qual não apenas o êxito financeiro é considerado, como também o bem-estar da sociedade e do planeta. A Cia. Hering foi a

21ª Empresa B do país a se certificar no segmento de moda (indústria têxtil, além dos mercados de vestuário e acessórios). As informações de Cia. Hering ficam públicas [nesse diretório](#).

Esse reconhecimento se alinha à nossa estratégia ESG, além de reforçar nossos esforços para nossa evolução constante, pois passamos a estar associados a um robusto sistema de gestão de melhoria contínua. Por isso, demos entrada, também em 2021, na certificação do Grupo SOMA, atingindo os pontos necessários para darmos sequência aos processos da auditoria ao longo de 2022, já incluindo o escopo de FARM Global.

Cia. Hering foi certificada como Empresa B em 2021, se juntando ao grupo de empresas altamente comprometidas com aspectos sociais e ambientais.



ISE B3 e CDP – vamos chegar lá!

ODS 16

Pela primeira vez, respondemos, em 2021, o questionário do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3, o ISE. Alcançamos a 70ª posição no *ranking*. Não foi o bastante para entrarmos na carteira, que considerou as 46 empresas mais bem avaliadas.

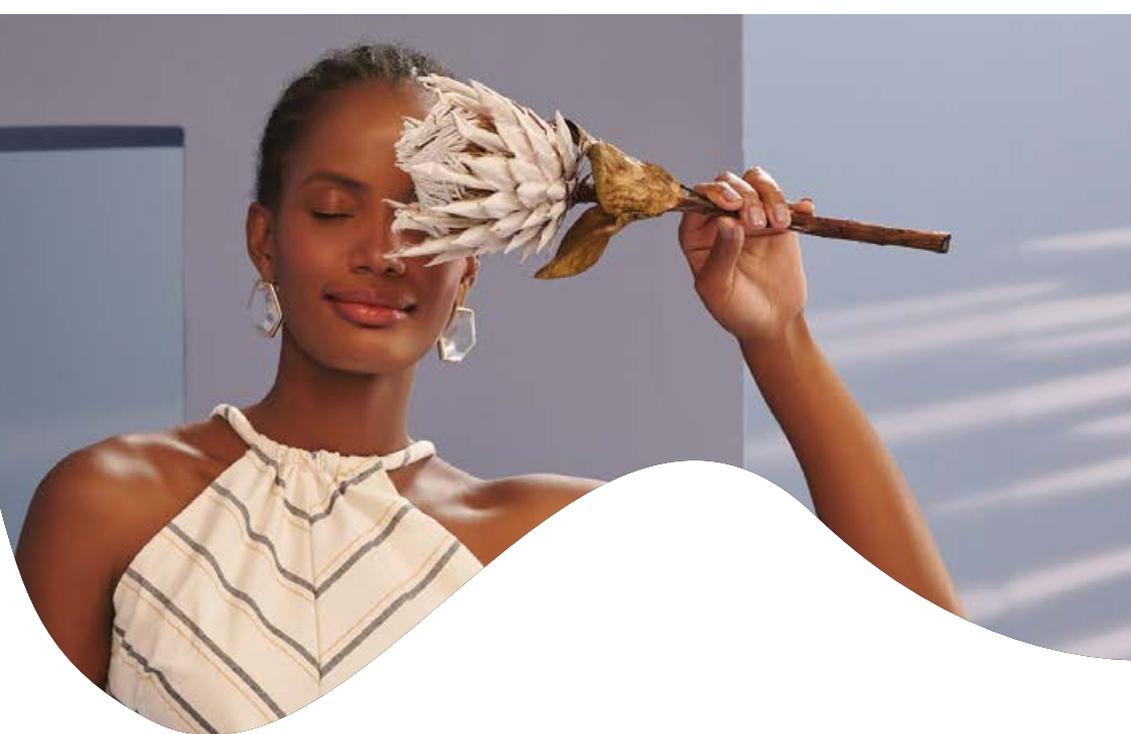
Foi um importante exercício, que contribuiu para amadurecermos ainda mais as nossas práticas. Outro ponto relevante é que o ISE passou a adotar, também em 2021, a pontuação do CDP (*Carbon Disclosure*

Project) para sua avaliação de clima. Respondemos esse questionário pela primeira vez em 2021 e nosso resultado foi inferior à nota de corte C-, mínima para o ISE. Obtivemos o C-, o que nos colocou entre os 20% de empresas que alcançaram o nível *awareness* em nosso segmento de atuação. Nosso resultado acabou sendo prejudicado pela incompatibilidade dos cronogramas de submissão do CDP e a finalização do Inventário de Emissões GEE do Grupo SOMA referente ao ano-base de 2020, que ficou pronto depois do prazo de submissão. Para 2022, este cronograma foi realinhado. Nossa meta agora é alcançar, pelo menos, a pontuação B-. Estamos confiantes com esse processo de melhoria, uma vez que tivemos uma série de avanços em nossas estratégias de redução e compensação de carbono ao longo de 2021. Você pode conferir mais sobre na [página 37](#) no capítulo Moda Mais Limpa.

Fazemos parte GRI 102-12, 102-13

Além de nos tornarmos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e estarmos alinhados aos 10 princípios da Agenda 2030, também fazemos parte das seguintes iniciativas em prol do desenvolvimento sustentável:

- > **The United Nations Fashion Industry Charter for Climate Action** – compromisso com a *Business Ambition 1,5°C*, de companhias têxteis e da moda em atingir emissões Net Zero até 2050;
- > **Science Based Targets** – (SBTi) - iniciativa do CDP, Pacto Global, WRI e WWF para a fixação de metas ambiciosas e significativas de redução de Gases de Efeito Estufa industrial;
- > **EuReciclo** - certifica a logística reversa de embalagens pós consumo através da compensação ambiental;
- > **Sistema B** – certificação atribuída a empresas com alto comprometimento ambiental e social em sua gestão. Cia. Hering tornou-se uma empresa B em 2021;
- > **CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para Desenvolvimento Sustentável)** - associação civil sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento sustentável por meio da articulação junto aos governos e a sociedade civil. Cia. Hering esteve associada ao longo de 2021;
- > **Women on Board** – selo dado a empresas com ao menos duas mulheres nos Conselhos de Administração ou Consultivo. Grupo SOMA e Cia. Hering (pré combinação de negócios) possuem o selo;
- > **Great Place to Work (GPTW)** – metodologia que identifica as melhores empresas para se trabalhar. Grupo SOMA conquistou o selo em 2021;
- > **Equidade é Prioridade (Gênero)** – iniciativa da Rede Brasil do Pacto Global que reúne empresas comprometidas em alcançar a equidade;
- > **Conselho Empresarial de Responsabilidade Social** – formado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN);
- > **InPacto** – Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo;
- > **Colabora Moda Sustentável** – plataforma multissetorial para promover uma moda mais responsável.
- > **Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)** – congrega as mais representativas redes nacionais e internacionais de varejo de moda. Grupo SOMA e Cia. Hering são signatários da entidade, e estimulam suas cadeias de moda a fazerem o mesmo;
- > **Fashion Hub** - *hub* de inovação aberta que une startups e grandes empresas da cadeia de moda para cumprir metas de inovação e sustentabilidade.





Ambiental

Moda mais limpa

TEMAS MATERIAIS

- > QUALIDADE E SEGURANÇA DO PRODUTO
- > GESTÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS E NÃO TÊXTEIS
- > PRODUTO DE MENOR IMPACTO
- > MUDANÇAS CLIMÁTICAS

ODS



Moda mais limpa

Acreditamos que é possível fazer uma melhor moda buscando meios para potencializar seu impacto positivo e diminuir seu impacto negativo no meio ambiente.

GRI 103-2, 103-3 | 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308

Sabemos que os recursos naturais são limitados, e devem ser utilizados com respeito e, sempre que possível, inseridos no modelo circular de produção, aplicando tecnologia e inovação.

Para fazer a gestão de indicadores ESG, adotamos o *Climas*, *software* de monitoramento e relato de desempenho ambiental, desenvolvido pela *Way Carbon*. Nessa base de dados, compilamos nossas informações sobre emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), consumo de água e de energia, resíduos, recursos e insumos.

O sistema permite uma gestão por meio de *dashboards* e é atualizado mensalmente, trazendo mais controle e agilidade no gerenciamento para dentro e para fora, com mais transparência.

Os documentos-base desta gestão são a Política de Sustentabilidade e o nosso Código de Ética e Conduta. Além disso, para lidar com este tema e influenciar positivamente nossa cadeia de valor, para 2022 estão previstos treinamentos sobre o Código de Conduta de Fornecedores. Todos esses documentos contam com a revisão e colaboração de consultorias especializadas.



Resíduos - em busca do aterro zero

GRI 103-2, 103-3 | 306 | ODS 12

Resíduos é um dos temas importantes a ser cuidado e constantemente aprimorado para nos tornarmos uma companhia de moda cada vez mais limpa. Esta frente é monitorada como um risco corporativo e acompanhada pelas áreas de Sustentabilidade, Meio Ambiente e Jurídico - encarregadas de implementar ações para que possamos cumprir nossos compromissos, com o objetivo de nos tornarmos uma empresa aterro zero.

Em 2021, reestruturamos toda a gestão de resíduos do Grupo SOMA. Além de reduzirmos a disposição final em aterro, temos prevista uma geração de receita anual de aproximadamente R\$ 60 mil, com estas implementações. 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.

Estratégia

Compromissos:

Promover a redução, o reuso, a reciclagem e a destinação dos produtos, suas embalagens e resíduos gerados em todo o processo pré e pós-consumo, de maneira sustentável, identificando, avaliando e desenvolvendo estratégias que melhorem a ecoeficiência dos processos.

Meta:

Ser aterro zero até 2030. Isso significa reduzir o máximo possível nossa geração de resíduos e aumentar a quantidade enviada para reciclagem, incluindo têxteis, além de compensar 100% das nossas embalagens.

É negócio

Na Cia. Hering, todas as sobras e aparas têxteis são destinadas adequadamente, buscando garantir que se transformem em novos produtos.

Parte destes insumos são doados para a Fundação Hermann Hering - que faz parcerias com cooperativas e artesãs - parte é destinada para os produtos da linha Reuse (*saiba mais na página 63*) e o restante é vendido.

Em 2021, 0,9 toneladas foram doadas para a Fundação, 440 toneladas foram vendidas para empresas diversas e, 3.211,6 toneladas foram vendidas para a Eurofios. Além disso, outras 8,3 toneladas foram reaproveitadas, com o apoio da Fibrax e da Cocamar, para gerar o fio dos produtos Reuse, da Hering.

A desfibragem é apenas um dos meios de transformação das sobras têxteis em novos fios, estes materiais também são aproveitados em estofamento de carros, estopas de limpeza, dentre outras finalidades.

Investimos mais de R\$ 200 mil na gestão de resíduos distribuídos em processos, projetos, programas e iniciativas, como implementação, em todas as unidades do Grupo, de coleta seletiva, cujo engajamento ainda é o principal desafio no tema. Para nossos colaboradores, desenvolvemos e aplicamos diversos treinamentos sobre o tema, somando um total de 960 minutos no ano de 2021.

Realizamos, ainda, doações de tecido e ações em economia circular (*saiba mais na página 57*). Para os próximos anos, vamos reforçar a disseminação de conhecimento e boas práticas de gestão de resíduos na nossa cadeia de fornecedores.

Nossa ordem de prioridade em resíduos é: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento e disposição final ambientalmente adequada.

A gestão do tema em todo o Grupo segue a Política Nacional de Resíduos Sólidos, em que a ordem de prioridade é: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos. Na Cia. Hering, investimos em iniciativas que visam aumentar a eficiência na segregação dos resíduos para que sejam melhor gerenciados, bem como em tecnologias para seu tratamento, principalmente quando falamos de resíduos mais complexos, como os da indústria. Os planos de gerenciamento são atualizados sempre que necessário e os dados são analisados mensalmente e reportados

aos gestores na Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE). GRI 306-2

O controle do volume e tipo de resíduo é realizado por meio da emissão de "Manifestos de Transportes de Resíduos" tanto para o Grupo SOMA, quanto para a Cia. Hering e os certificados de destinação final são emitidos pelo prestador de serviço competente a cada atividade.

No Grupo SOMA, cada projeto relacionado a emissões possui seus próprios indicadores. O

acompanhamento das metas e os resultados da gestão de resíduos são feitos anualmente por meio do Relatório de Sustentabilidade, trimestralmente por meio de OKRs (Objetivos e Resultados Chave) e mensalmente pelo sistema Climas, para uma melhor gestão interna da informação.

As iniciativas relacionadas à gestão de resíduos são também consequência das ações para redução dos impactos provenientes das mudanças climáticas, focadas principalmente na redução de emissões de escopo 3 (*saiba mais na página 69*).

Total de resíduos gerados

GRI 306-2

Em 2021, geramos, no Grupo SOMA e na Cia. Hering, 9,5 mil toneladas de resíduos, das quais 5,1 mil toneladas foram reaproveitadas. Os dados indicam maior eficiência de gestão em relação ao ano de 2020, garantindo a correta separação, manuseio, acondicionamento e envio para reciclagem de um volume superior de resíduos.

Seguindo os conceitos da economia circular, lançamos, em 2021, um desafio de reciclagem têxtil junto ao Fashion Hub para

desviar o envio de aparas de corte para aterro por meio de iniciativas de reaproveitamento (*saiba mais na página 62*).

Esta ação está em linha com o compromisso de nos tornarmos aterro zero até 2030, meta norteadora para ações futuras e que amplia o reconhecimento de nossa responsabilidade na busca por soluções menos poluentes.

Outros resíduos

GRI 306-1 | ODS 6

Além dos têxteis, a Cia. Hering, por também contar com atividade industrial, gerencia outros resíduos, que são classificados de acordo com a NBR 10.004/2004 como perigosos (classe I) e não perigosos (classe II), e subdivisões. Todos os resíduos são destinados para reciclagem ou para disposição final adequada – incineração, aterros ou coprocessamento.

Os resíduos classificados como perigosos são coletados separadamente, acondicionados

e armazenados em locais específicos até sua disposição final ou tratamento final. Um exemplo são os óleos usados para lubrificação de máquinas. Neste caso, o resíduo é coletado por empresa parceira que faz o rerrefino.

Na Cia. Hering, por conta de escolhas responsáveis para insumos de produção, o lodo da estação de tratamento de efluentes é classificado como não perigoso (classe II).

Embora este resíduo ainda seja encaminhado para aterro industrial, (conforme permitido em legislação e autorizado pelas autoridades, caso a caso), voluntariamente, a empresa estuda a possibilidade de fornecer melhores destinações para tais resíduos e, por isso, está levantando um leque de oportunidades que culminam no desenvolvimento de estudos para o reaproveitamento deste resíduo.



Grupo SOMA – Total de resíduos gerados em 2021, por composição (t) GRI 306-3

<i>Categoria</i>	<i>Tipo</i>	<i>Quantidade gerada (t)</i>
Recicláveis	Não perigoso	195,4
Não Recicláveis	Não perigoso	385,7
Total		581,1

Grupo SOMA- Total de resíduos NÃO destinados para disposição final em 2021, por composição (t) GRI 306-4

<i>Composição</i>	<i>Quantidade não destinada a disposição final (t)</i>
Papel e Papelão	160,2
Plástico	26,0
Madeira	9,0
Metais	0,2
Total	195,4

Os resíduos perigosos serão descartados no ano de 2022. Vale ressaltar que a geração de perigosos é ínfima.

Grupo SOMA - Total de resíduos destinados para disposição final, por composição (t) GRI 306-5

<i>Composição</i>	<i>Quantidade destinada para disposição final</i>
Resíduo comum	174,9
Resíduo têxtil	210,8
Total	385,7

Em 2021, considerando SOMA e Cia. Hering, atingimos mais de 50% de resíduos destinados para reciclagem.

Cia. Hering – Total de resíduos gerados em 2021, por composição (t) GRI 306-3

<i>Categoria</i>	<i>Tipo</i>	<i>Quantidade gerada (t)</i>
Recicláveis	Não perigoso	4.919,80
Não Recicláveis e Resíduos comuns	Perigoso e não perigoso	4.070,08
Total	Perigoso e não perigoso	8.989,88

Dados retirados da CICE (Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente) 2021. Não geramos resíduos perigosos em volumes significativos em nossas operações. Os resíduos contaminados são enviados para blindagem e coprocessamento antes de disposição final no aterro.

Cia. Hering - Total de resíduos NÃO destinados para disposição final em 2021, por composição (t)

<i>Composição</i>	<i>Quantidade não destinada a disposição final (t)</i>
Papel e Papelão	1.068,88
Plástico	225,55
Metais	112,22
Têxteis	3.498,46
Vidro	5,86
Baterias	8,83
Total	4.919,80

Cia. Hering - Total de resíduos destinados para disposição final, por operação (t) GRI 306-5

<i>Resíduos não-perigosos</i>	<i>Quantidade destinada para disposição final (t)</i>
Incineração sem recuperação de energia	0,08
Aterro*	3.781,70
Coprocessamento	288,30
Total	4.070,08

Informações retiradas da CICE 2021. Não geramos resíduos perigosos em volumes significativos em nossas operações. Todos os resíduos são encaminhados para destinação final fora da empresa.

* Detalhamento dos resíduos enviados para aterro: 1807,66t lodo Estação Tratamento Efluentes, 131,4t cinza, 269,59t resíduo comum, 10,6t caixa de gordura, 1562,45t fossa.



Etapa por etapa GRI 306-1

Acompanhamos como se dá a geração de resíduos em toda a cadeia produtiva do Grupo SOMA e seus respectivos impactos ambientais:

Produção do fio > cadeia *upstream*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Fio natural de origem vegetal.	A produção do fio pode contar com uso de defensivos agrícolas que, embora controlados por lei, podem causar impactos ao meio ambiente.	Priorizar matérias-primas certificadas e buscar o máximo aproveitamento destas matérias-primas. Enviar as sobras para reciclagem.
Fio de origem sintética.	Gasto energético. Emissão de Gases de Efeito Estufa.	Buscar matérias-primas recicladas. Incluir matéria-prima no escopo 3 do inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa, fomentando o monitoramento de materiais que são provenientes de fontes não renováveis, possibilitando assim sua redução e/ou compensação de emissões de Gases de Efeito Estufa.

Tecelagem / malharia > cadeia *upstream e interna*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Gases de combustão no processo de produção de matéria-prima.	Emissão de Gases de Efeito Estufa. A produção do tecido pode contar com uso de defensivos agrícolas que, embora controlados por lei, podem causar impactos ao meio ambiente.	Desenhar peças para reduzir as sobras, e reaproveitá-las em processos de reciclagem e upcycling. Buscar por matérias-primas recicladas. Incluir matéria-prima no escopo 3 do inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa, fomentando o monitoramento de materiais que são provenientes de fontes não renováveis, possibilitando assim sua redução e/ou compensação de emissões de Gases de Efeito Estufa.



Tingimento, estamparia e acabamento Têxtil > cadeia *upstream e interna*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Efluentes e químicos.	Risco de impacto a corpos d'água e dos solos devido ao descarte de grandes volumes de águas residuárias. Geração de borra de tinta.	Reduzir e reutilizar a água, consumindo de forma responsável e buscando fornecedores que possuem boas práticas de gestão hídrica. Estação de tratamento de água nas fábricas da Cia. Hering. Investir em máquinas e processos para menor consumo de água e menor geração de borra de tinta. Priorizar químicos que seguem padrões de certificação e dar preferência a produtos certificados.

Pilotagem > cadeia *interna*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Rolos de tecido, peças-piloto, papel e plástico.	Impacto econômico devido às sobras de rolos de tecido. Espaço para armazenamento de sobras.	Doar rolos para apoiar o negócio de pequenas artesãs Promover iniciativas de recirculação de peças piloto, incluindo conserto, <i>upcycling</i> e feirinhas. Saiba mais sobre as iniciativas na página 59 .

Corte > cadeia *interna*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Retalhos de tecido, papel e plástico.	Descarte desses tipos de resíduos gera emissões de Gases de Efeito Estufa e o aumento desnecessário do volume em aterros.	Estimular doações e reaproveitamento de sobras para criação de novas coleções, além do lançamento do desafio para reciclagem de sobras no Fashion Hub. Saiba mais sobre as iniciativas na página 62 .

Costura e acabamento de costura > cadeia *downstream e interna*

Tipo de resíduo → Impactos → Mitigação SOMA

Aviamentos, retalhos de tecido, roupas fora do padrão de qualidade, agulhas e óleo das máquinas.

Sobras de matéria-prima.
Descarte desses tipos de resíduos gera emissões de Gases de Efeito Estufa e o aumento desnecessário do volume em aterros.

Promover iniciativas de *upcycling* de aviamentos, retalhos de tecido e roupas. Vale ressaltar que a rastreabilidade dos resíduos da cadeia é um dos tópicos ambientais que está no radar do Grupo SOMA. Em 2022, pretendemos colaborar com o letramento de fornecedores sobre as melhores práticas de gestão de resíduo.
Iniciativas de *upcycling* de aviamentos, retalhos de tecido e roupas.

Distribuição e venda > cadeia *interna*

Tipo de resíduo → Impactos → Mitigação SOMA

Papel e plástico de embalagens; Sobras de produto acabado.

Descarte desses tipos de resíduos gera emissões de Gases de Efeito Estufa e o aumento desnecessário do volume em aterros.

Evitar o uso de plástico nas embalagens que chegam aos clientes finais, além de realizar estudos para desenvolver embalagens mais responsáveis.
Nas lojas de shoppings e no *e-commerce*, o papelão é reaproveitado internamente e, quando não está mais em condições de ser utilizado, é direcionado para reciclagem ou aterro. Sobras de produto acabado são direcionadas para a Oficina Muda e outros parceiros, que fazem o trabalho de *upcycling*.
Compensar embalagens por meio da parceria com a EuReciclo.

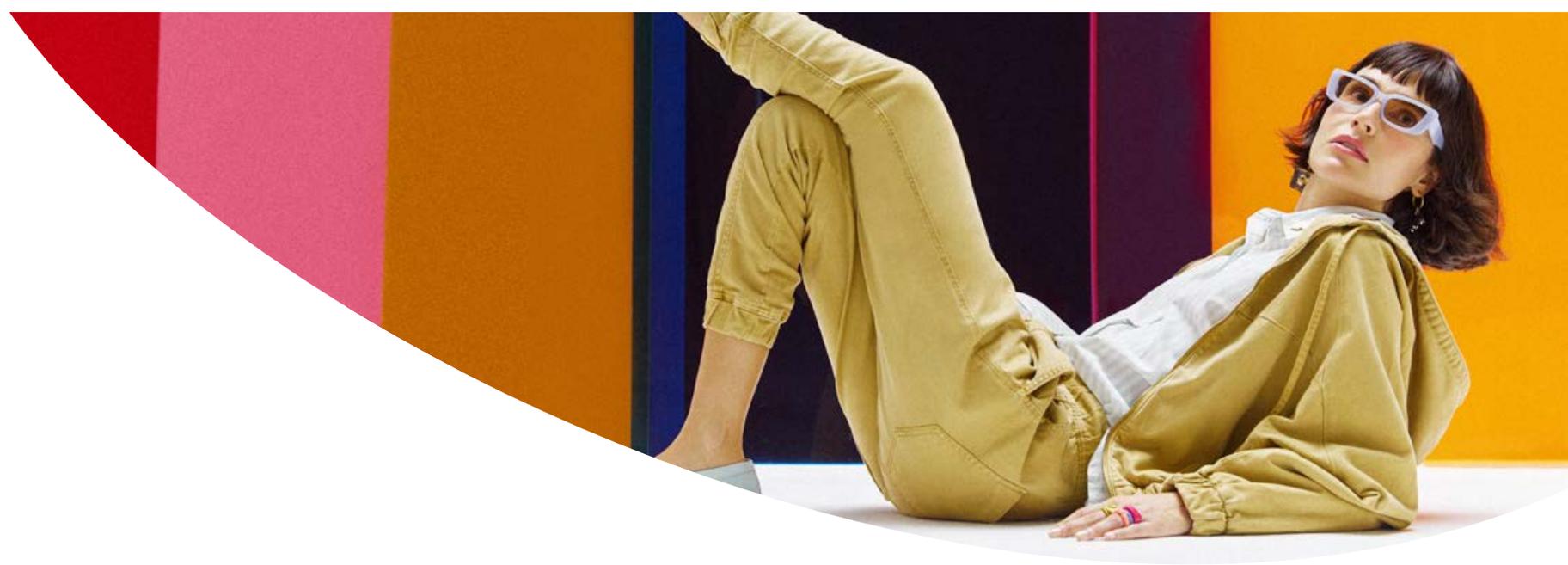
Uso > cadeia *downstream*

Tipo de resíduo → Impactos → Mitigação SOMA

Microfibras.

Gasto de energia na lavagem e no processo de passar a roupa. Durante a higienização de peças sintéticas, microfibras podem ser carregadas para os sistemas municipais de coleta e tratamento água e efluentes, os quais, posteriormente, podem ser emitidos em corpos hídricos. Para saber mais sobre matérias-primas, veja a [página 50](#).

Educar por meio da rotulagem sobre a melhor forma de cuidar das roupas, tanto para sua utilização, como para disposição final.



Descarte > cadeia *downstream*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Roupas pós consumo.	O descarte e a decomposição destes tipos de resíduos geram emissões de Gases de Efeito Estufa e o aumento desnecessário do volume em aterros.	Ações de <i>second hand</i> como Enjoei e Animale Vintage são responsáveis por estender o ciclo de vida das peças. Saiba mais sobre as iniciativas na página 58 .

Administração > cadeias *upstream, interna e downstream*

Tipo de resíduo	Impactos	Mitigação SOMA
Resíduos comuns: gerados em todas as etapas do processo.	O descarte e a decomposição destes tipos de resíduos geram emissões de Gases de Efeito Estufa e o aumento desnecessário do volume em aterros.	Gerenciar os resíduos de forma a reduzir sua geração e garantir sua destinação correta.
Resíduos recicláveis: gerados em todas as etapas do processo.	Considerável uso de energia para seu beneficiamento.	Realizar parcerias com cooperativas de catadores e parceiros de reciclagem. Saiba mais sobre a iniciativa na página 59 .
Resíduos perigosos: gerados em todas as etapas do processo.	São danosos ao meio ambiente devido às quantidades de metais pesados e substâncias tóxicas.	Garantir a destinação correta.

Produto de menor impacto

GRI 103-2, 103-3 | 301 | ODS 6, 7, 12

São diversas as áreas do Grupo SOMA que se dedicam a aumentar a participação de matérias-primas certificadas e de origem responsável em nossas marcas, passando pelos times de estilo, planejamento de produto, sustentabilidade, *sourcing*, transporte e outros.

Temos uma baixa participação de insumos de fonte não renovável na nossa compra de matéria-prima. Excluindo as compras de *sourcing* (produto acabado), o peso referente a matéria-prima renovável é de 15.728 toneladas, representando 94% do nosso consumo, sendo viscose, algodão e linho as top 3. Apenas 6% (997 toneladas) do total são de fontes não renováveis. Fazem parte delas: elastano, poliamida, poliéster e acetato, provenientes de fibras derivadas do petróleo.

Ainda pensando no *design*, realizamos estudos que consideram requisitos de sustentabilidade para além dos nossos produtos. Em nossas embalagens incluímos o uso de mais materiais eficientes, bem como projetos que requerem menos materiais. Atualmente, utilizamos dois grupos de materiais nas embalagens – papel e papelão (>90,0%); e plástico.

Na Cia. Hering, contamos com a Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE), que monitora e delibera sobre os impactos ambientais de todas as unidades da companhia, considerando o consumo de combustíveis, consumo de água, geração de resíduos e efluentes e consumo de energia. Essa Comissão fornece aos novos projetos os atributos de responsabilidade ambiental, qualidade técnica e eficiência financeira.

A empresa conta ainda com dois comitês relacionados a produtos químicos - sendo um deles mais focado em gestão ambiental e de segurança, e o outro cujo objetivo é trabalhar no desenvolvimento de produtos de menor impacto. Os comitês contam com a participação e avaliação de diversas áreas como pesquisa e desenvolvimento,

segurança, utilidades, meio ambiente e compras, para garantir que todas as esferas sejam avaliadas e agreguem mais qualidade e segurança ao produto final.



Jeans com economia de recursos ODS 12, 17

O *jeans* re-FARM tem uma pegada ambiental menor porque busca a ecoeficiência em todas as suas etapas produtivas, além de utilizar, no processo de lavagem industrial, apenas produtos biodegradáveis não prejudiciais à natureza. Esse processo conta com a certificação internacional Green Screen. Na produção desse jeans, desde 2019, a FARM deixou de usar 7 milhões de litros de água, economizou 133 mil kWh de energia elétrica e poupou o planeta da emissão de 210 toneladas de gás carbônico equivalente (CO₂e) (em comparação a um processo industrial comum de lavagem). Além disso, esse *jeans* usa 100% de algodão certificado ABR (Algodão Brasileiro Responsável).

A linha Animale Jeans incorpora tecidos com fibras recicladas. A marca provou que o reaproveitamento têxtil pode dar

vida a uma coleção inteira de impacto positivo: 785 peças de *jeans*, entre calças, saias, bermudas e jaquetas de coleções antigas que estavam sem destinação foram transformadas em 7.040 pedaços de tecido, que formaram 988 blocos e, por fim, 40 colchas de *patchwork*. A coleção limitada e marcada pelo *dégradé* de cores, teve 180 peças únicas e exclusivas sendo que 69 delas foram vendidas para o atacado e, em 2022, 111 chegarão às lojas físicas e ao *e-commerce* da Animale Jeans.

Já a DZARM lançou, em sua coleção de verão 2021, a linha E-Co₂ Denim com processo produtivo ecoeficiente. As peças, que representaram 17% de toda a coleção, usaram algodão 100% rastreado e certificado de áreas de manejo sustentável no Brasil. O uso de amaciantes naturais e a dispensa a alvejantes contribuíram para reduzir substâncias nocivas para a saúde

e o meio ambiente. Com as mudanças, as peças tiveram 34% de redução de emissões de CO₂e e consumiram 96% menos água em seu processo, em comparação com uma calça *jeans* produzida pelo método convencional. Para completar, a DZARM compensou em dobro as emissões de 7,37 toneladas de CO₂e da coleção, em parceria

com o Instituto Ipê. Ainda, o plástico da embalagem foi substituído por um material de origem vegetal (cana-de-açúcar) 95% renovável e traz instruções para a destinação correta à reciclagem. Ao longo dos próximos anos, expandiremos estas boas práticas para as demais marcas do Grupo. GRI 417-1



Guia de matéria-prima

Os times de sustentabilidade e *sourcing* do Grupo desenvolveram o "Guia de Matérias-Primas Mais Responsáveis", sobre os pontos positivos e de atenção das fibras têxteis naturais (vegetais e animais) e químicas (sintéticas e artificiais), disponível nas versões impressa e digital para o time de estilo de todas as marcas do Grupo.

Foram levantadas mais de 15 certificações com credibilidade no mercado e indicações de

fornecedores para tornar esse processo realista e ético, para além de estético. O Guia aborda, ainda, o processo de tingimento sustentável à base de corantes naturais, fala sobre tratamento antidores e relaciona atributos como durabilidade, reciclagem, pegada hídrica, pegada de carbono, energia, uso do solo, uso de químicos e biodegradabilidade. O conteúdo foi baseado no estudo dos materiais Textile Exchange Preferred Fibre and Material Exchange Index e o relatório

do Fios da Moda, iniciativa do Modefica, Regenerate Fashion e FGV.

Em 2022, mais de 120 colaboradores participaram de treinamentos sobre o Guia, totalizando mais de 20 horas presenciais de conscientização sobre suas 13 fibras. Cada marca recebeu uma caixa pintada a mão com cerca de 100 amostras de tecido para deixar a interação com o Guia ainda mais eficiente.

Porcentual de matérias-primas certificadas por terceiros em um padrão de sustentabilidade ambiental ou social SASB CG-AA-440a.2.

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
<i>Certificados (%)</i>				
Orgânico Certificado (Certified Organic)	–	16,80	-	-
Global Organic Textile Standard	–	-	0,13	0,18
Better Cotton Initiative	3,52	10,80	-	-
Forestry Stewardship Council (FSC)	–	6,80	-	-
OEKO-TEX® Standard 100	1,07	6,80	20,04	12,60
Carbonfree	6,63	-	-	-
Outro certificado	–	-	81,10	83,93
Total (m)	7.680.909,20	10.134.110,20	7.217.257,96	10.081.957,58

A Cia. Hering ainda utiliza outros materiais sustentáveis que ainda não possuem certificados, mas que demonstram benefícios no ciclo de vida ambiental, como algodão desfiado (0,31%), poliéster reciclado (0,03%), poliamida (0,06%) e liocel (0,17%). O Grupo SOMA também utiliza Amaciante Ryce Recycle (6,4%)



Pensando no futuro

ODS 12

Fábula

A Fábula tem investido cada vez mais em matérias-primas responsáveis nas coleções a fim de contribuir para preservar o meio ambiente para as futuras gerações. Em 2021, em sua linha de moda praia, a Tatuí, a Fábula apostou em poliamida certificada Amni Soul Eco - que atesta a biodegradação acelerada, em até três anos, se for realizado o descarte em aterro sanitário. Além disso, os acessórios lançados na coleção Zum Zum, como bolsas e mochilas, foram feitos a partir de garrafa PET reciclada (90%

da composição), com o selo GRS (*Global Recycled Standard*).

Em 2021, a marca produziu 543.188 peças com algodão certificado (ABR) e outros; 19.777 peças com matérias-primas biodegradáveis e 90.489 peças testadas quanto à presença de substâncias químicas nocivas à saúde do meio ambiente e das pessoas por meio da certificação ZDHC e OEKO-TEX 100.

68%

da coleção Fábula é feita com algodão certificado.



Maria Filó

A marca está investindo em linhas e parcerias que tenham menor impacto ambiental. A HERA é uma linha criada a partir de processos e tecidos com baixo impacto e, em 2021, chegou a sua 4ª edição com novidades atemporais. As peças feitas com PET e algodão reciclados dispensam o uso de aditivos químicos e água. Ainda, a Maria Filó resgatou, com a linha Re-vista sobras de matéria-prima para criar

roupas repletas de histórias. É com esse propósito que estreou uma edição limitada de 12 *kimonos*, reaproveitando ao todo 315 metros de tecido. Além disso, a Maria Filó se uniu ao Sou de Algodão, movimento que incentiva e valoriza o consumo desta fibra natural. Para impulsionar o consumo consciente, as roupas foram produzidas com 70% ou mais desta matéria-prima e levam o selo da parceria.

Cris Barros

30% das peças produzidas pela Cris Barros são *ecofriendly*. As roupas têm materiais como o linho *Stoned*, obtido a partir de fibras de madeira de reflorestamento e algodão certificado.

Maria Filó + B.O.B

A marca lançou uma *collab* com a B.O.B (*bars over bottles*), marca de cosméticos sustentáveis. São quatro opções de produtos em barra (livre de plásticos). Na compra de um xampu + condicionador, a cliente ganha uma embalagem de tricô exclusiva, desenvolvida a partir de aparas de roupas.

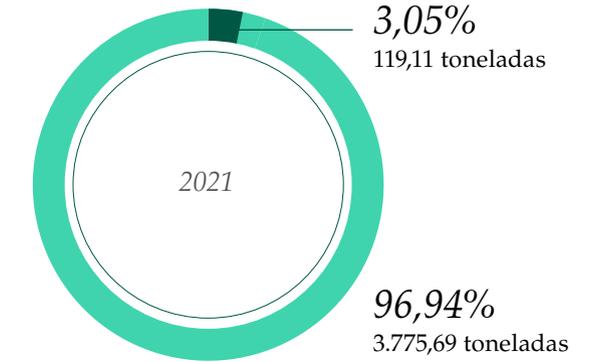


Grupo SOMA - Materiais utilizados na produção e embalagem GRI 301-1

Nome do material	Composição	Fonte	Peso (t)	Representação
Viscose	Fibra artificial MMCF	Renovável	1.357,73	34,860%
Algodão	Fibra natural vegetal	Renovável	508,16	13,047%
Linho	Fibra natural vegetal	Renovável	211,05	5,419%
Poliéster	Fibra química sintética	Não renovável	53,76	1,380%
Poliamida	Fibra química sintética	Não renovável	35,08	0,901%
Elastano	Fibra química sintética	Não renovável	26,72	0,686%
Seda	Fibra natural animal	Renovável	16,23	0,417%
Modal	Fibra artificial MMCF	Renovável	4,6	0,118%
Acetato	Fibra sintética	Não renovável	3,38	0,087%
Lã	Fibra natural animal	Renovável	0,47	0,012%
Papel e Papelão	Fibra natural vegetal	Renovável	1.677,45	43,069%
Plástico	Fibra química sintética	Não renovável	0,171	0,004%

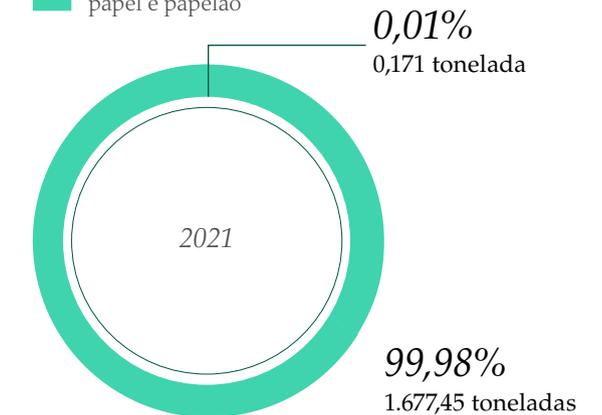
Matéria-prima Grupo SOMA

■ não renovável (elastano, poliamida, poliéster e acetato)
■ renovável



Embalagens

■ plástico
■ papel e papelão

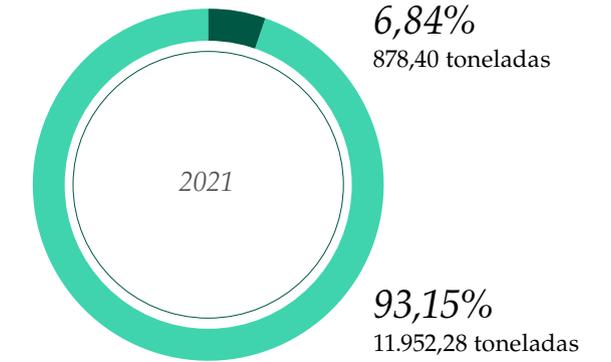


Cia. Hering - Materiais utilizados na produção e embalagem GRI 301-1

Nome do material	Composição	Fonte	Peso (t)	Representação
Algodão	Fibra natural vegetal	Renovável	8.855,61	69,019%
Viscose	Fibra artificial MMCF	Renovável	1.833,76	14,292%
Poliéster	Fibra química sintética	Não renovável	504,75	3,934%
Elastano	Fibra química sintética	Não renovável	61,17	0,477%
Liocel	Fibra natural vegetal	Renovável	20,38	0,159%
Linho	Fibra natural vegetal	Renovável	32,5	0,253%
Poliamida	Fibra química sintética	Não renovável	12,48	0,097%
Fibras diversas (fibras recicladas)	Fibra natural vegetal	Renovável	5,02	0,039%
Modal	Fibra artificial MMCF	Renovável	3,49	0,027%
Papel e papelão	Fibra natural vegetal	Renovável	1.201,52	9,364%
Linha	Fibra química sintética	Não renovável	76,02	0,592%
Plástico	Fibra química sintética	Não renovável	223,98	1,746%
Total	-	-	12.830,70	100,00%

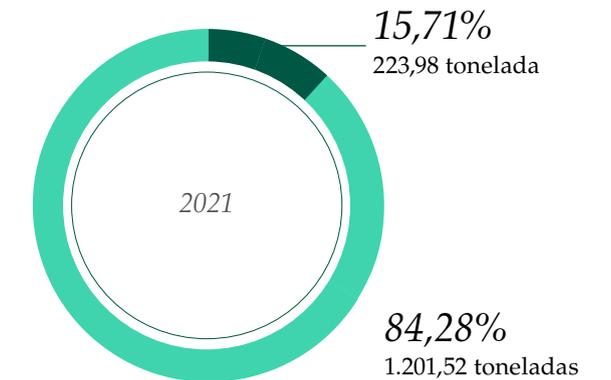
Matéria-prima Cia. Hering

■ não renovável (elastano, poliamida, poliéster e acetato)
■ renovável



Embalagens

■ plástico
■ papel e papelão



Materiais reciclados

GRI 301-2 | ODS 12

Buscamos sempre trabalhar com fornecedores de matérias-primas certificadas. No caso de tecidos como o Antioquia e o Zalie, o fornecimento ao Grupo SOMA é feito por uma Empresa B certificada, o que atesta o cumprimento dos padrões de responsabilidade socioambiental. Ambos tecidos são compostos por algodão e poliéster, sendo que em relação à última fibra, a cada metro de tecido, 500g de resíduos têxteis e oito garrafas PET são retirados do meio ambiente. Assim, além de ser um material reciclado, tem sua organicidade garantida pela certificação Ecocert. Já em relação ao Dorry Eco, usado pela Foxton, o fornecimento é feito também por empresa certificada, que prioriza o resgate de redes de pesca, carpetes e plástico industrial em detrimento da utilização de materiais virgens.

Grupo SOMA e Cia. Hering - Percentual de matérias-primas ou materiais reciclados utilizados na fabricação dos produtos e serviços GRI 301-2

Material	Unidade de medida	Quantidade utilizada 2021
Antioquia 198/19	m	2.045
Dorry Eco CFC 1261SA	m	2.867
Zalie 299/19 1243-1	m	1.421,30
Malha Reuse	kg	8.350

Grupo SOMA - Percentual de produtos e suas embalagens recuperados (2021) GRI 301-3

Material	Unidade de medida	Quantidade vendida	Quantidade recuperada	Percentual recuperado
Peças de roupa usadas que foram coletadas no Enjoei e Animale Vintage	peças	9.765.189	71.770	7,35%
Embalagens de papel e papelão	t	1677,45	301,32	18,00%
Embalagens plásticas	t	0,171	0,171	100,00%

Os dados de embalagem foram coletados a partir do levantamento interno de embalagens pós consumo e sua recuperação é realizada por meio de contratos com a empresa EuReciclo, responsável por compensar as embalagens recicladas. Dados referentes a Grupo SOMA (ex-Hering).

Cia. Hering - Percentual de produtos e suas embalagens recuperados (2021) GRI 301-3

Material	Unidade de medida	Quantidade vendida	Quantidade recuperada	Percentual recuperado
Embalagens de papel e papelão	t	1.201,52	814,35	67,77
Embalagens plásticas	t	223,98	22,20	9,91



Eu Reciclo

A estratégia de compensação por meio do selo Eu Reciclo começou em 2018 com a Maria Filó e hoje abraça mais nove marcas do Grupo SOMA: FARM, Hering, Hering Kids, Hering Intimates, Dzarm, Animale, Fábula, NV e Cris Barros.

Em 2021, essa parceria viabilizou o investimento na cadeia de reciclagem do país equivalente a 570 toneladas de papel, plástico e papelão referentes às embalagens dessas marcas. Além do reaproveitamento, estamos traçando um plano de novas embalagens, com melhores alternativas de materiais e formatos, que visam a redução do impacto ambiental e de armazenamento.

A parceria viabilizou o investimento na cadeia de reciclagem do país no equivalente a 570 toneladas.

Fazendo a economia circular

ODS 12

Ao reutilizar sobras de matérias-primas, contribuímos para que não tenham como destino os aterros. Quando fazemos *upcycling* de produtos acabados, nós prolongamos a vida útil deles e reduzimos a demanda e o desperdício de materiais. Isso, por sua vez, reduz a energia incorporada de novos materiais, o que, de acordo com o relatório de 2018 da Material Economics é essencial para cumprir a meta de longo prazo de emissões líquidas zero (*saiba mais na [página 67](#)*).

As marcas do Grupo SOMA já desenvolvem diversas iniciativas para estimular a economia circular de peças e sobras de matéria-prima, visando aumentar a vida útil dos produtos e materiais. Além do *upcycling*, também fazemos doação de sobras de tecido, que ganham novo significado e geram renda para as diferentes comunidades, beneficiando grupos de artesãs e artesãos, incluindo pessoas em vulnerabilidade social.

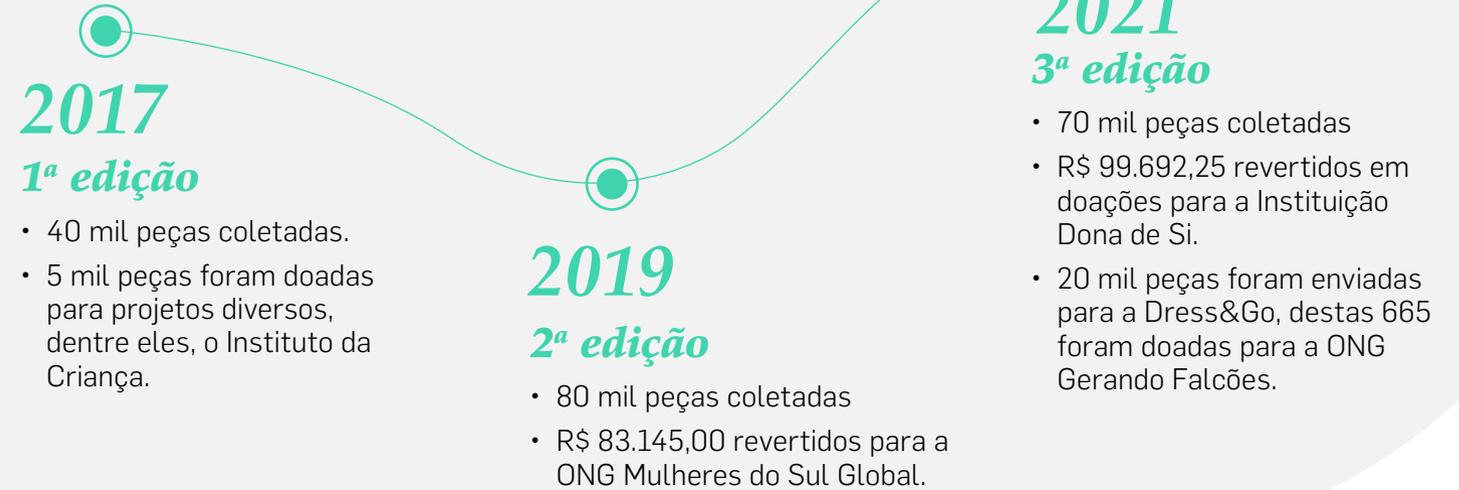


Segunda mão, por que não?

Queremos que nossas roupas continuem a circular muito tempo por aí, em diferentes corpos, aumentando o tempo de vida útil delas. Por isso, em primeiro lugar, investimos na qualidade e durabilidade dos nossos produtos, mas não paramos por aí. Desde 2018, a FARM, em parceria com a Enjoei, plataforma de venda de produtos de segunda mão, incentiva suas clientes a trazerem de volta para as lojas as peças usadas e em bom estado, em troca de um crédito para compras de novas coleções. As peças antigas são vendidas na loja *on-line* da Enjoei. Em todo o programa, já foram recolhidas 13.770 peças, sendo 1.770 em 2021. Em média, 50% das peças são vendidas em até 60 dias.

Como iniciativa anual que ocorre desde 2019, a Animale mantém a Animale Vintage, ação que convida clientes a levarem de volta às lojas peças que merecem um novo destino, em troca de créditos para serem usados na nova coleção. Em 2021, foram recolhidas 70 mil peças em parceria com a Dress and Go. Parte das roupas arrecadadas foi doada para a ONG Gerando Falcões e 40% do lucro de revenda das peças foram revertidos para o núcleo Corte e Costura do Instituto Dona de Si.

Linha do tempo - Animale Vintage



As peças da Animale ORO também entram na lógica do reaproveitamento de matéria-prima.

A Gold to Go é uma experiência de circularidade na qual clientes levam suas joias para uma avaliação e também podem trocá-las por créditos para a compra de novas peças. As joias coletadas são remodeladas e se tornam matéria-prima das

próximas coleções. No ano de 2021, 9 kg de itens foram coletados e reinseridos no ciclo produtivo. Em contrapartida, mais de R\$ 2 milhões de crédito foram retornados para as clientes da marca.

Oportunidades de sobra! GRI 306-2

Em 2021, doamos 36 toneladas de sobras têxteis para 16 projetos localizados nas regiões de nossas unidades. Essas doações foram para iniciativas que têm tudo a ver com nossa visão e nosso intuito de beneficiar e empoderar pessoas. Geramos R\$ 840 mil de renda para as artesãs envolvidas nas nossas parcerias.

- > A **Rede Asta** é um desses projetos: negócio social que reúne artesãs de todo o país e transforma resíduos têxteis em produtos. Sobras de corte da FARM, da Fábula e da Maria Filó beneficiaram 140 mulheres em 2021 com a doação de 16,5 toneladas. Cada quilo de tecido gerou em torno de R\$ 18,90 de renda.
- > Nessa mesma direção vai o **Retrama**, uma iniciativa da Fundação Hermann Hering, fruto do projeto Trama Afetiva. A partir de resíduos de tecidos doados pela Cia. Hering, o Retrama pratica o *upcycling*, ressignificando os tecidos e aumentando o seu ciclo de vida no meio ambiente através de itens desenvolvidos colaborativamente

entre a equipe da Fundação, a parceria de uma costureira autônoma e da cooperativa Coopergips. Desde 2017, o projeto já ressignificou mais de 2,3 toneladas de tecidos que foram reaproveitados na confecção de mais de 20 mil novas peças, incluindo ecobags, cachepôs, aventais, necessaires, entre outras. Em 2021, foram 987 kg de tecidos ressignificados em 7.495 novas peças, gerando renda para os parceiros.

- > O **Dress a Girl Around the World** é outra iniciativa que conta com a doação de sobras de tecidos e aviamentos da Maria Filó. Por meio dessa parceria, já foram confeccionados vestidos para mais de 500 mil meninas em vulnerabilidade social em 81 países. [Conheça mais](#) sobre o projeto.
- > O **Mulheres do Sul Global** é um negócio social de empoderamento econômico de mulheres refugiadas em contexto de vulnerabilidade social apoiado pela FARM e pela Animale. O programa as capacita em costura de ateliê, criação e venda de peças

Reinventando moda

A Fábula, por meio de suas sobras, realizou parcerias com atividades culturais voltadas ao público infantil. Foram beneficiados os projetos Aldeias Infantis SOS Brasil, Escola de Musicais CATSAPA, ópera infantil Bem no Meio e Cordão da Bicharada

O Cordão da Bicharada tem o propósito de preservar e aproximar o contato das crianças com a natureza. Em 2021, com o apoio financeiro de R\$ 14 mil destinados pela Fábula, foi criada uma área de exposição para o acervo das fantasias inspiradas nos animais da selva.

Desta forma, as sobras foram transformadas em figurino, cenografia e o que mais a criatividade pôde inventar. Estas parcerias estão em linha com o posicionamento da marca, que explora o universo lúdico do brincar.

A parceria com o Grupo SOMA é de longa data, acontece desde 2018. Só em 2021, foram mais de 20 toneladas doadas de sobras têxteis e aviamentos, que beneficiou mais de 100 mulheres de 9 nacionalidades diferentes.

Upcycling e a arte de reutilizar para recriar

Peças novas com defeitos ou de coleções passadas são vendidas à **Oficina Muda**, projeto no Rio de Janeiro que faz os ajustes necessários e as revende. Sem desperdício de material. Desde 2016, mais de 200 mil peças do Grupo SOMA foram reinsertadas no mercado, evitando a disposição de 50 toneladas de tecidos para aterros. Em 2021, esse volume foi de 16,5 toneladas. Maria Filó, FARM e Animale participam da iniciativa. As peças podem ser encontradas no site e lojas da Oficina Muda, incluindo seu espaço na Casa FARM.

Reuso de materiais no mobiliário

30 itens do mobiliário das lojas CRIS BARROS - dentre mesas, totens, bancos e pufes - foram desenvolvidos pelo Ateliê Pedro Petry, usando madeiras e resíduos urbanos florestais.

No mesmo conceito de economia circular, a FARM já lançou de 2017 a 2021, 8 coleções da linha Re-FARM. Foram produzidas, no total, 21.906 peças, em 112 modelagens diferentes, com 65 mil* metros de tecido reutilizados.

A Cia. Hering também realiza doações de peças de segunda linha para instituições diversas. No ano de 2021, foram doados mais de R\$ 500 mil reais em produtos para que estas instituições pudessem promover ações de distribuição ou revenda.

*Considerando a média de 3m de tecido utilizados em cada peça.



Sem desperdício:
Oficina Muda, projeto do Rio de Janeiro, adquire peças novas com defeitos ou de coleções passadas para fazer ajustes e revendê-las.

Inovação para não deixar sobrar ODS 9

O SOMALabs encabeçou e desenvolveu iniciativas que, uma vez bem sucedidas em uma marca, puderam ser replicadas para as outras da nossa plataforma.

O digital trouxe, especialmente, mais inteligência para os processos de criação e produção, diminuindo o desperdício de matéria-prima e aumentando a agilidade e a eficiência dos processos. Um exemplo é que na etapa de aprovação visual, eliminamos a necessidade de produção 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 2021 permitiu a redução de 25% do tecido utilizado na produção de peças-piloto e um ganho de dez dias no processo de criação da coleção.

Além disso, implementamos o provão *on-line*, por meio do qual públicos de interesse das marcas votam em suas peças prediletas. Este termômetro antecipado da coleção fez com que nossas apostas fossem 70% mais assertivas, reduzindo nossa margem de erro e geração de sobras de coleção.

Outra vantagem que o digital possibilitou foi o estoque único, ou seja, a integração de estoque entre lojas físicas, multimarcas e *webstore*. Isso, claro, aumentou a satisfação dos clientes, que conseguiram comprar a peça desejada independentemente de onde ela estivesse fisicamente, e diminuiu as sobras de coleção, já que possibilitou o maior giro das peças disponíveis. Ainda assim, aquilo que não é vendido é direcionado para a Oficina Muda e reaproveitado (saiba mais na [página 60](#)).

GRI 306-2



Fashion Hub

O Fashion Hub é um *hub* de inovação aberta que une *startups* e grandes empresas da moda para cumprir metas de inovação e sustentabilidade. A iniciativa juntou mais de dez *startups* visando trazer soluções para dar escalabilidade à reciclagem têxtil e rastreabilidade na cadeia de fornecimento, desafio lançados pelo Grupo SOMA em 2021.

Nada se perde - Soluções encontradas no desafio

Além de todos os projetos de doação de resíduos têxteis (veja na [página 59](#)), parte dessas sobras, tanto aparas de corte quando rolos de tecido, são encaminhados para reciclagem química ou mecânica via parceria que possuímos com a Âmago Têxtil e a Eurofios.

A Eurofios é uma empresa dedicada à produção e comercialização de fibras têxteis recicladas, ou seja, coleta os retalhos de tecido da cadeia da moda e transforma em insumos para clientes espalhados no mundo todo, seja produzindo novos fios, materiais isolantes e preenchimento de móveis, entre outros.

A Âmago Têxtil desenvolveu em laboratório técnicas que visam transformar as fibras celulósicas dos tecidos em combustíveis ou

Desafio

> reciclagem têxtil

O ciclo buscou soluções que abarcassem a complexidade da mistura de resíduos têxteis gerados internamente no Grupo SOMA (viscose, algodão, poliéster, entre outros), que não se resumissem à desfibragem. Além disso, os novos materiais gerados, deveriam ser reaproveitados dentro e fora da indústria têxtil. Ao fim do processo, escolhemos duas startups para serem nossas parceiras nas soluções.

Conheça mais sobre o desafio no endereço instucional da [Fashion Hub](#).

em um adubo rico em matéria orgânica, o que chamamos de reciclagem química.

Ambas iniciativas nos aproximam da meta de zerar aterro, uma vez que trazem soluções escaláveis para a reciclagem de 100% das aparas de corte do Grupo.



Cia. Hering e a Eurofios

A Cia. Hering é parceira da Eurofios desde 2020 (*saiba mais na página 39*). A partir de 2022, essa parceria passa a englobar o Grupo SOMA, que montou uma Central de Sobras Têxteis para viabilizar a operação.

Em 2021, 8.350 kg de malha foram ressignificados na linha Reuse.

Novo em fibras

A linha Reuse de Hering e Hering Kids é feita com fibras recicladas que garantem a diminuição de resíduos e do uso de água em sua produção e o reaproveitamento de fibras diversas, reforçando sua circularidade. O fio é gerado a partir dos retalhos crus da própria malharia da Hering. Estes resíduos são trabalhados para voltar ao estado de fibras, que geram uma nova malha. A linha Reuse era, antes, exclusiva de camisetas, mas foi ampliada em 2021. Desde então, traz vestidos, regatas no estilo *muscle tee* e bermudas, além de uma grande novidade: o tênis Reuse, feito de moletom desfibrado.

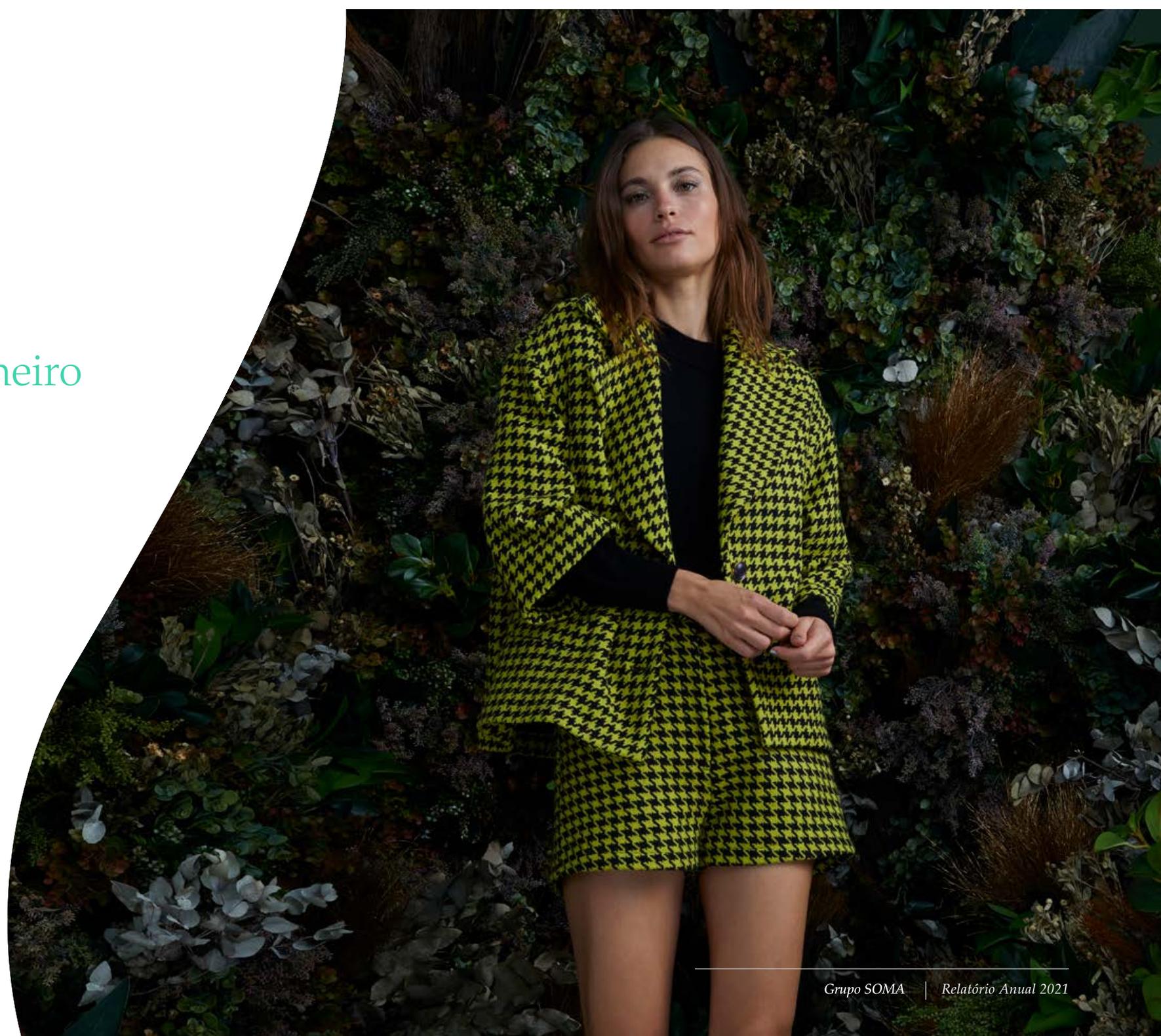


Mudanças climáticas

GRI 103-2, 103-3 | 305 | ODS 7, 12 e 13

Em 2021, realizamos o primeiro inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa do Grupo SOMA, tendo como ano-base 2020.

Anteriormente, a iniciativa ficava restrita a algumas coleções de FARM. Como resultado do Grupo, registramos a emissão de 29.208,08 tCO₂e em 2020. Essa emissão foi 100% compensada, em 2021, por meio de algumas ações, sendo uma delas o programa de reflorestamento das marcas FARM e FARM Global, "Mil árvores por dia, todos os dias".



Mil árvores por dia, todos os dias

Ao longo de 2021, FARM e FARM Global plantaram 365 mil árvores* em quatro biomas brasileiros (Mata Atlântica, Amazônia, Caatinga e Cerrado), alcançando 500 mil árvores plantadas (acumulado desde o início do projeto). Destas, o plantio de aproximadamente 65 mil árvores viabilizou a compensação de 45% das emissões de GEE do Grupo SOMA, com a compra dos créditos de reflorestamento, uma maneira bastante benéfica. Isso porque, além de remover o CO₂ da atmosfera por meio do processo de fotossíntese, as árvores também agregam diversos benefícios à região em que são inseridas, como melhora da qualidade do ar, do solo e da água, o fortalecimento da biodiversidade local, a melhora da economia e segurança alimentar das comunidades, dentre outros. Os demais 55% de emissões do Grupo foram compensados com a aquisição de créditos de energia solar, uma das maneiras de apoiarmos a transição para uma economia de

baixo carbono.

Em 2022, a meta da FARM e da FARM Global é atingir o marco de 1 milhão de árvores plantadas, somando ao projeto todas as iniciativas já realizadas pela marca, desde 2018, e os plantios de parceiros importantes como a multimarcas Anthropologie.

O programa “Mil árvores por dia, todos os dias” gera resultados permanentes e de longo prazo, tais como:

- > **Neutralização** das emissões de Gases de Efeito de Estufa.
- > **Recuperação de solos degradados**, por meio do plantio de árvores - com preservação da biodiversidade, dos recursos hídricos e melhora da qualidade do solo e do ar.



Em 2022, a meta da FARM e da FARM Global é atingir o marco de 1 milhão de árvores plantadas.

*Árvores de FARM Global contabilizadas até novembro de 2021. Os plantios referentes a dezembro serão contabilizados no balanço e no relatório de 2022.

- > **Engajamento de famílias e estímulo a produtores locais** para produção agroflorestal, tendo como impacto positivo a geração de renda e de alimentos, em um sistema de plantio que favorece a natureza.
- > **Desenvolvimento de famílias** para futuras atividades de produção local.

Sobre estes impactos de longo prazo, o próprio Idesam, um dos parceiros do

projeto, fala sobre a necessidade de promover atividades de manejo sustentável para barrar o desmatamento:

Garantir o reflorestamento, servindo para oferta de serviços ambientais para gerações futuras, em vez de virar áreas de pastagens ou plantio de monoculturas, por exemplo, é o primeiro impacto que os projetos de reflorestamento causam. Por

meio do plantio de árvores e da captura de carbono, essas áreas prestam um serviço de enorme importância e crescente demanda mundial. Ao mesmo tempo, e de maneira fundamental, a comunidade local tem acesso à natureza que lhe permite trabalhar com extrativismo e oferecer produtos da chamada bioeconomia. O impacto social, promovido por esses projetos, é uma das premissas na geração de crédito de carbono florestal.

"O desmatamento em Apuí (região Amazônica) está associado à expansão de pastagens e atividades agropecuárias. Desta forma, uma proposta de longo prazo para a conservação da região precisa recriar as bases para uma nova economia, que alie o desenvolvimento social, a geração de empregos e qualidade de vida a partir da conservação das florestas e de sua biodiversidade."

Victoria Bastos

líder da Iniciativa Estratégica de Serviços Ambientais do Idesam



Somos carbono neutro

Além da iniciativa do Mil árvores por dia, todos os dias, todas as marcas do Grupo SOMA são carbono neutro (referente a emissões de 2020).

Essa e outras ações realizadas em 2021 foram casadas aos diversos compromissos que assumimos no ano relacionados a emissões de GEE, como nossa aderência ao Pacto Global da ONU e os reportes anuais ao CDP (*Carbon Disclosure Project*), alinhados às recomendações do TCFD (*Task Force on Climate Related Financial Disclosures*). Também aderimos ao *framework* de desenho de metas baseadas na ciência (SBTi) para limitar o aumento da temperatura global em 1,5°C.

Para isso, nos comprometemos a atingir o Net Zero em nossas emissões de escopos 1 e 2 até 2030 e de escopo 3 até 2050. Nesse sentido, nossos objetivos macro incluem estratégias de redução de emissões por meio de ações concretas e perenes, como migração da matriz energética para fontes renováveis, gestão de resíduos com coleta seletiva nas nossas unidades, bem como aumento da aquisição de matérias-primas responsáveis, como a viscose LENZING™ ECOVERO™, que emite até 50% menos Gases de Efeito Estufa.

Nos comprometemos a atingir o Net Zero em emissões de escopos 1 e 2 até 2030 e de escopo 3 até 2050.

Gestão de carbono na Cia. Hering

A Cia. Hering trouxe para o Grupo SOMA muito de sua experiência em relação à sustentabilidade, já que é uma empresa pioneira no tema. Em 1906, um de seus fundadores já investia no reflorestamento dos arredores da matriz da empresa em Blumenau (SC), (saiba mais na [página 84](#)). Em 2008, a Cia. Hering fez seu primeiro inventário de GEE e já é uma empresa carbono neutro desde 2020, considerando os escopos 1, 2 e 3 (excluindo matéria-prima, franquias e viagens a negócios). Em 2021, a Cia. Hering adquiriu 22 mil créditos de carbono por meio de preservação de áreas florestais, para neutralizar as emissões de suas operações. A partir de 2021, o inventário da Cia. Hering passa a compor o do Grupo SOMA, com as compensações a serem realizadas em 2022.

Camiseta World – Carbono negativo

Em 2021, para celebrar os 30 anos de seu ícone, a camiseta World, a Hering realizou a ACV (avaliação de ciclo de vida de produto) para equilibrar os impactos ambientais da peça. Desde então, a marca compensa duplamente as emissões de gases de efeito estufa de cada camiseta em prol da conservação da Amazônia.

Por ano, são mais de 4 milhões de camisetas que deixam um saldo positivo para o planeta, por meio de créditos de carbono REDD+, que protegem a floresta do desmatamento. De junho a dezembro de 2021, foram adquiridos 12.949 créditos de carbono para o projeto.

Alem disso, a World é feita com modelo de produção ecoeficiente. Sem costuras laterais, restam menos aparas no processo. Assim, há uma economia de 33% em matéria-prima e água a cada produto confeccionado.

Em 2021

evitamos o consumo de
16,3m³ de água

deixamos de gerar
112 toneladas de CO₂e

Economizamos malha suficiente para produzir
mais de 1 milhão de camisetas

Em mais de 30 anos, desde que o modelo foi lançado:

evitamos o consumo de
+ de 900 mil m³ de água

deixamos de gerar
+ de 5 mil toneladas de CO₂e

Economizamos malha suficiente para produzir
+ de 37 milhões de camisetas



Inventário de emissões GEE - 2021

Grupo SOMA e Cia. Hering

Total de emissões diretas* (Escopo 1) de GEE:

18.268,54 tCO₂e GRI 305-1

Emissões biogênicas de CO₂ (t CO₂ equivalente) GRI 305-1

	2021
Queima da lenha + efluentes	31.900,37

Decupagem do Escopo 1

Fonte - tCO ₂ e	2021	representatividade
Combustão estacionária	11.795,40	64,6%
Combustão móvel	49,83	0,3%
Fugitivas (extintores de incêndio e ar-condicionado)	1.706,97	9,3%
Processos Industriais	215,97	1,2%
Resíduos Sólidos e Efluentes Líquidos	4.500,36	24,6%

Grupo SOMA e Cia. Hering

Total de emissões indiretas* (Escopo 2) de GEE provenientes da aquisição de energia:

5.346,94 tCO₂e GRI 305-2

73%

do escopo 2 do Grupo SOMA e Cia. Hering são provenientes de fontes de energia renovável geradas de um *mix* (hidrelétrica, eólica, solar e biomassa).

*Inventário realizado sob as normas da metodologia do GHG Protocol, com a consultoria da WayCarbon. O ano-base para cálculo é 2021 que marca a entrada da Cia. Hering nas emissões do Grupo SOMA, tendo grandes impactos nos escopos 1, 2 e 3 devido à grandiosidade do seu processo e à indústria. O consumo de energia do mês de dezembro foi estimado, conforme média histórica anual. Para franquias, o consumo também foi estimado, conforme porte das lojas.

Definições

Escopo 1:

Emissões diretas de GEE provenientes de fontes que pertencem ou são controladas pela organização.

Escopo 2:

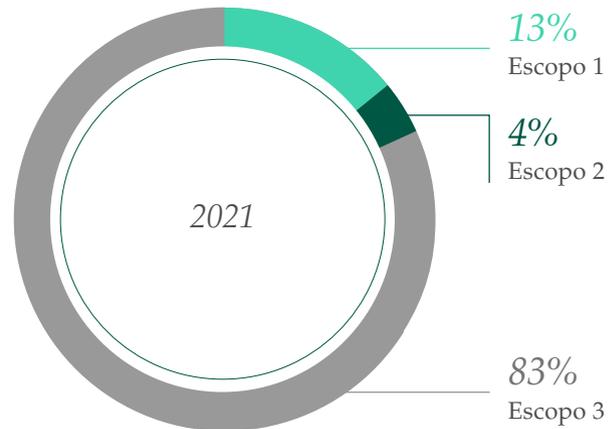
Emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia elétrica que é consumida pela organização.

Escopo 3:

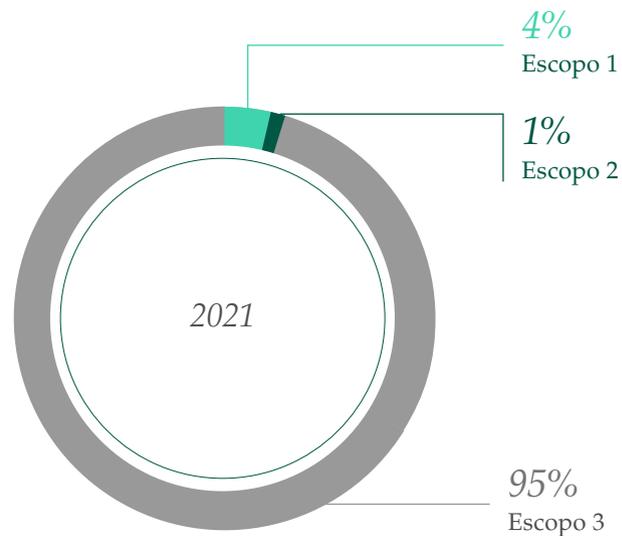
Considera todas as outras emissões indiretas não enquadradas no Escopo 2. Estas emissões são uma consequência das atividades da organização, mas ocorrem em fontes que não pertencem ou não são controladas por ela, como por exemplo, emissões dos fornecedores em toda a cadeia de suprimentos.

Para cálculo do Escopo 3, o Grupo SOMA considerou: bens e serviços comprados (matéria-prima), deslocamento de funcionários (casa-trabalho), franquias, resíduos gerados nas operações, transporte e distribuição (*upstream*), além de viagens a negócios.

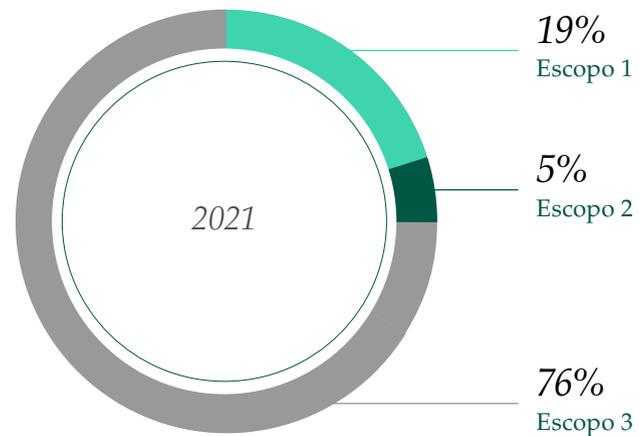
Emissões Grupo SOMA + Cia. Hering



Emissões Grupo SOMA



Emissões Cia. Hering

*Metodologia*

Inventário realizado sob as normas da metodologia do GHG Protocol, com a consultoria da *Way Carbon*. O ano-base para cálculo é 2021 que marca a entrada da Cia. Hering nas emissões do Grupo SOMA, tendo grandes impactos nos escopos 1, 2 e 3 devido à grandiosidade do seu processo e à indústria.



Grupo SOMA e Cia. Hering

Total de emissões diretas* (Escopo 3) de GEE:

113.382,19 tCO₂e

Grupo SOMA e Cia. Hering – Outras emissões de gases de efeito estufa* (t CO₂ equivalente) GRI 305-3

	2021
Bens e serviços adquiridos	55.116,43
Transporte e distribuição	42.165,93
Resíduos gerados nas operações	5.054,26
Viagens a negócios	981,88
Transporte de colaboradores	6.918,17
Franquias	3.145,52
Total	113.382,19

Grupo SOMA e Cia. Hering – Intensidade de emissões de gases de efeito estufa GRI 305-4

	2021
Total de emissões de GEE (tCO ₂ equivalente)*	23.615,47 tCO ₂ e
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa**	0,00042

*Total de emissões GEE: Escopo 1 + 2 (emissões diretas e indiretas provenientes da aquisição de energia).

**Métrica específica utilizada no cálculo: unidades de produto vendido = 55.781.320.

Grupo SOMA – Balanço de emissões de GEE (t CO₂ equivalente)* GRI 305-5

	2021
Balanço proveniente de emissões diretas (Escopo 1)	908,2 (aumento)
Redução proveniente de emissões indiretas da aquisição de energia (Escopo 2)	-232,48
Balanço proveniente de outras emissões indiretas (Escopo 3)	11.337,80 (aumento)
Total do balanço de emissões de GEE	12.013,53 (aumento)
Redução proveniente de compensações	176

*Aumento porque os parâmetros do inventário ficaram mais robustos e as marcas aumentaram sua produção, em relação a 2020.

**A fim de comparação com o ano de 2020, a análise foi feita sem Cia. Hering e sem NV, marcas que entraram para o portfólio do Grupo em 2021.

Cia Hering – Balanço de emissões de GEE (t CO₂ equivalente)* GRI 305-5

	2021
Balanço proveniente de emissões diretas (Escopo 1)	4.349,89 (aumento)
Balanço proveniente de emissões indiretas da aquisição de energia (Escopo 2)	1.695,30 (aumento)
Balanço proveniente de outras emissões indiretas (Escopo 3)	61.557,38 (aumento)*
Total do balanço de emissões de GEE	67.602,57 (aumento)
Redução proveniente de compensações	12.949**

*O aumento se deve à adição de logística das franquias, matéria-prima e viagens a negócio ao inventário de Hering, até então não mapeadas.

** Projeto Camiseta World, considerando as compensações de junho de 2021 a dezembro de 2021.

Gestão de riscos climáticos

Avaliamos nossos riscos e direcionamos nossa estratégia de atuação por meio deles, buscando entender as oportunidades que as mudanças podem nos oferecer. Baseamos-nos nas recomendações do TCFD para

entender os impactos provenientes dos riscos relacionados ao clima, e já no ano de 2021, desenvolvemos ações para mitigar as possíveis consequências sobre nossos negócios.



Risco: *Transição*

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

<i>Tipos</i>	<i>Exemplos</i>	<i>Impactos ao setor</i>	<i>Medidas mitigadoras</i>
Novas políticas e riscos legais.	Precificação do carbono: aumento dos valores dos créditos, implementação do mercado de carbono regulado.	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.	Em 2021, optamos 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. Orçamos a compensação de carbono pela primeira vez, antecipando o custo do crédito para compensação, de forma voluntária, de 100% das emissões mapeadas nos escopos 1, 2 e 3 do Grupo SOMA e 1, 2 e 3 da Cia. Hering (excluindo matéria-prima, franquias e viagens a negócios). Reforçamos a necessidade de uma gestão mais robusta dos indicadores e estratégias de redução e compensação de GEE. O Grupo SOMA se aliou a iniciativas para combater as mudanças climáticas como o Pacto Global, a adesão às ODS, e ao SBTi. <i>Saiba mais na página 32.</i>
	Mais obrigações e aprimoramentos de reporte de emissões.		
Riscos tecnológicos.	Substituição de produtos e serviços existentes por opções com menos emissões: economia de baixo carbono.	Custos para adotar/implantar novas práticas e processos.	Estamos comprometidos com o desenvolvimento de produtos mais responsáveis como a camiseta World, da Hering. Nossas embalagens também estão em processo de revisão, apesar de atualmente já apresentarem composição majoritária de papel e papelão, materiais recicláveis e certificados (<i>saiba mais na página 56</i>). Além disso, utilizamos o modelo de economia circular para alongar o ciclo de vida de nossas peças. Alteramos processos e investimos em maquinários ecoeficientes, visando redução de tempo, e, conseqüentemente consumo de energia elétrica e de vapor.

<i>Tipos</i>	<i>Exemplos</i>	<i>Impactos ao setor</i>	<i>Medidas mitigadoras</i>
Riscos de mercado.	Mudança de comportamento do cliente.	Redução da demanda por bens e serviços devido à mudança de preferência do consumidor.	Nossos clientes entendem que um produto de menor impacto é algo a ser levado em conta na hora da compra. Não falamos apenas de impactos ao meio ambiente, mas também em nossa cadeia de valor. Ao ofertarmos produtos alinhados com as demandas de sustentabilidade, estamos garantindo que a mudança de comportamento do consumidor se reflita também em nosso portfólio.
	Oscilações econômicas do mercado.	Aumento dos custos de produção devido à alteração dos preços dos insumos (água, combustíveis, químicos e energia).	Além da transição para a matriz energética renovável (<i>saiba mais na página 75</i>) e o uso de iluminação LED, temos uma meta de ecoeficiência que visa reduzir minimamente 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030. A redução de água, energia e vapor nos processos passa também pela utilização de químicos mais eficientes e menos poluentes.
	Aumento do custo e/ou escassez das matérias-primas.	Mudanças abruptas e inesperadas nos custos do produto.	Trabalhamos com matérias-primas diversas, o que facilita a gestão financeira em casos de crise. As principais matérias-primas do Grupo SOMA são viscose e algodão, e estamos no caminho de diversificar esta matriz, e torná-la ainda mais responsável por meio das certificações.
Riscos reputacionais.	Boicotes e cancelamentos.	Receita reduzida devido à diminuição da demanda por bens/serviços.	Os consumidores estão cada vez mais conscientes sobre a matéria-prima que compõe suas peças e sobre a qualidade do produto. Além disso, também querem saber como suas roupas foram feitas, cobrando sobre condições de trabalho justas. No Grupo SOMA, estamos cada vez mais comprometidos com a transparência em nossos dados, ao andarmos alinhados com nossas políticas e compromissos. Acreditamos que esse fluxo contribui para a construção de uma relação de confiança com os consumidores e aposta nos nossos produtos para melhores práticas no mercado no curto, médio e longo prazo.

Risco: Físico

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

<i>Tipos</i>	<i>Exemplos</i>	<i>Impactos ao setor</i>	<i>Medidas mitigadoras</i>
Eventos extremos.	Furacões, enchentes e escassez de energia.	Receita reduzida devido à diminuição da capacidade de produção (ex. dificuldades de transporte, interrupções na cadeia de suprimentos).	Primeiramente, nos comprometemos a combater as mudanças climáticas (<i>saiba mais na página 64</i>). Cada vez mais, buscamos fomentar a resiliência das nossas cadeias produtivas e logísticas e apoiar a melhor estruturação de fornecedores (<i>saiba mais na página 127 - Encadeamento Produtivo</i>). Temos fornecedores em várias partes do Brasil, e alguns deles se localizam em áreas propícias a eventos extremos. Na ocorrência destes fenômenos, disponibilizamos todo o nosso suporte, incluindo apoio financeiro para reconstrução de infraestrutura, e demais necessidades que venham a surgir.
	Mudanças nos padrões de precipitações e variabilidade climática.	Aumento dos custos operacionais (por exemplo, abastecimento de água inadequado para a produção de tecidos).	Aqui se faz necessária a construção de resiliência. Para combater o aumento dos custos operacionais decorrentes de interferências no clima, buscamos maior autonomia no consumo de água e energia, através de iniciativas de reuso 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 promoverem a estocagem natural de carbono na atmosfera, assim como as iniciativas de conservação que evitam a liberação de GEE pela proteção das florestas contra o desmatamento, como os créditos de carbono REDD+.



Rumo à transição energética

GRI 103-2, 103-3 | 302 | ODS 7

Temos encarado o desafio de promover a transição da matriz energética do Grupo SOMA. Nossa diretriz é que a energia necessária para nossas atividades seja proveniente de fontes renováveis, o que é essencial para cumprirmos a meta de atingirmos o Net Zero dos escopos 1 e 2 até 2030. Também trabalhamos para reduzir o uso energético em nossas operações e na cadeia de valor.

A gestão da energia, portanto, é uma pauta que tem ganhado força na organização, com acompanhamento mensal dos indicadores relacionados. Desde 2020, estimulamos a substituição das lâmpadas comuns por opções mais eficientes (LED) em todas as nossas unidades. Hoje, as trocas realizadas pela manutenção e os novos projetos de loja já contemplam esse modelo.

A Cia. Hering tem adotado também medidas específicas para reduzir o

consumo, como comprar energia de fontes renováveis: pequenas usinas hidrelétricas e outras.

Esta prática começou a ser implementada em 2018 e hoje abrange cinco unidades industriais - Bom Retiro (SC), Itororó (SC), São Luís de Montes Belos (GO), Goianésia (GO) e Paraúna (GO), além do Centro de Distribuição em Anápolis (GO) e do prédio administrativo de Blumenau (SC).

A expansão desta fonte de energia para Paraúna (GO) e Goianésia (GO) foi realizada em 2021. Desta forma, a aquisição de energia limpa na empresa foi para 99% (excluindo lojas e franquias).

Desde outubro de 2021, geradores a diesel são operados somente em situações de emergência. Importante destacar que, por possuir dois polos industriais que contemplam todas as etapas do processo

produtivo, a intensidade energética da Cia. Hering é bastante superior à registrada pelo Grupo SOMA. Nossa Política de Sustentabilidade garante um claro direcional em relação à redução do uso de energia e à preferência por fontes renováveis.





Consumo de combustíveis de fontes não renováveis (GJ) GRI 302-1

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
Gás natural	-	-	89.673,51	157.654,86
GLP	-	-	8.264,94	3.998,13
Gasolina	-	77,48	-	-
Diesel	214,46	736,56	1.648,22	2.925,34
Acetileno	-	-	-	0,36
Total	214,46	814,04	99.586,67	164.578,69

Consumo de combustíveis de fontes renováveis (GJ) GRI 302-1

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
Lenha	-	-	232.474,50	284.568,94
Total	-	-	232.474,50	284.568,94

Energia consumida (GJ) GRI 302-1

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
Eletricidade	52.869,70	22.211,34	103.088,19	130.788,38
Total	52.869,70	22.211,34	103.088,19	130.788,38

No caso do Grupo SOMA, a variação de 2020 para 2021 se deu devido a uma dupla contabilização no sistema em 2020. Em 2021, o parâmetro foi ajustado.

Total de energia vendida (GJ) GRI 302-1

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
Eletricidade	–	–	6.027,5	17.392,09
Total	–	–	6.027,5	17.392,09

Total geral de energia (GJ) GRI 302-1

	Grupo SOMA		Cia. Hering	
	2020	2021	2020	2021
Combustíveis de fontes não renováveis	214,46	814,04	99.586,67	168.934,08
Combustíveis de fontes renováveis	–	–	232.474,50	445.094,67
Eletricidade consumida	52.869,70	22.211,34	103.088,19	130.788,38
Eletricidade vendida	–	–	-6.027,5	-17.392,09
Total	53.084,16	23.025,38	429.121,86	727.425

Grupo SOMA e Cia. Hering - Intensidade energética GRI 302-3

	Grupo SOMA	Cia. Hering
	2021	
Combustíveis de fontes não renováveis	814,04 GJ	168.934,08 GJ
Combustíveis de fontes renováveis	–	284.568,94 GJ
Eletricidade	22.211,34 GJ	130.788,38 GJ
Quantidades de produtos vendidos	9.765.189 peças	46.016.130 peças
Taxa de intensidade	0,0023 GJ/peça	0,012 GJ/peça



Segurança hídrica GRI 103-2, 103-3 | 303, 303-1 | ODS 6

A água utilizada nas operações do Grupo SOMA (ex-Hering) vem das redes concessionárias de abastecimento que servem as instalações comerciais, prédios administrativos e centros de distribuição. De acordo com o *Aqueduct Water Risk Atlas*, as operações da empresa não estão localizadas em áreas de estresse hídrico extremamente alto. Apenas a Grande São Paulo está enquadrada como região de alta competição por água. Para contribuir com a segurança hídrica local, o Grupo SOMA realizou investimentos em infraestrutura natural na Bacia do Tietê, onde foi responsável pelo plantio de 141.106 árvores.

Os indicadores de consumo de água são acompanhados mensalmente, tanto nas unidades de apoio administrativo e logístico quanto em uma parcela de nossas lojas. Em 2021, passamos a considerar,

na abertura de lojas e suas reformas, a medição individualizada do consumo de água. Atualmente, 76 lojas recebem acompanhamento mensal. Para evitar desperdício, foram implantados redutores de vazão e temporizadores de torneiras em todas as unidades de apoio administrativo e logístico.

Já a Cia. Hering, por ter instalações industriais, tem consumo de água mais intensivo e, portanto, a captação é de diferentes fontes, como superficial, subterrânea, de concessionárias e pluvial. Em todas as unidades industriais, em Blumenau e Goiás, o acompanhamento de consumo e qualidade de água potável é semanal, e não mensal. A água para utilização industrial também passa por um rigoroso controle de qualidade, embasado em análises internas e externas.

Foi definida a meta de reduzir minimamente 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030.

A Cia. Hering assume constantemente o desafio de melhorar seus processos para reduzir o consumo de água. Em 2021, foi elaborado um Plano de Gestão de Água, avaliando o balanço hídrico (captação, consumos e perdas) e os planos de ação (alguns realizados recentemente, alguns em andamento e outros a serem realizados no futuro). Também foi definida a meta de

reduzir minimamente 45% o consumo de água e a geração de efluentes até 2030, em relação ao baseline de 2019.

Já houve, por exemplo, redução desse recurso na tinturaria, com a aquisição de novas máquinas que consomem menos água e substituição de produtos químicos. Também foi implementado um projeto de temporizador na lavadora de cilindros e alterado o método de lavagem para banhos fechados, que reutilizam a água e causam menos desperdício. O consumo de água na lavadora das tinturarias já registrou uma redução para lavagem de aproximadamente 45% (consumo médio de 180,31 L/kg em 2019 para aproximadamente 97,05 L/kg em 2021). Além disso, a Cia. Hering iniciou a reutilização da água de resfriamento das máquinas de produção, por meio do Sistema de Recuperação de Calor, o que representou 111.649,03 m³ de água reutilizada proveniente desse processo, em 2021.

Considerando o acumulado nos processos, em 2021, o indicador de água tratada por tonelada produzida foi de 103,99 m³, em 2019, este número era 161,21 m³, portanto, já tivemos uma redução de 35% no consumo de água na produção e seguimos implementando o plano de melhorias para chegar a, pelo menos, 45% de redução até 2025.

Grupo SOMA - Volume total de água captada em todas as áreas e áreas com estresse, por fonte (ML) GRI 303-3

Fonte	2021
Água de terceiros	28,73

Cia. Hering - Volume total de água captada em todas as áreas e áreas com estresse, por fonte (ML) GRI 303-3

Fonte	2020	2021
Águas superficiais	1.032,10	1.130,09
Águas subterrâneas	46,10	49,42
Águas pluviais	0,13	0,33
Águas de terceiros	0,70 (ex-lojas)	325,52 (com lojas)
Total	1.079,04	1.505,36

O volume reutilizado/reciclado foi de 123,851 ML, o que corresponde a 9,5% do volume total captado. Neste cálculo foi considerado o reuso normal, osmose reversa, água de chuva e água de resfriamento das máquinas. Para franquias, o valor foi estimado de acordo com consumo de lojas próprias, relacionando ao porte de cada loja.

Grupo SOMA e Cia. Hering – Volume total de água captada, por fonte (ML)* GRI 303-3

Fonte	2021
Águas superficiais	1.130,09
Águas subterrâneas	49,42
Água de terceiros	354,25
Água pluviais	0,33
Total	1.534,09

**Referente a franquias, lojas e prédios de apoio, centros de distribuição e unidades de produção da Cia. Hering e Grupo SOMA.*

Impactos do descarte de efluentes

GRI 303-1, 303-2

Como mencionamos anteriormente, todas as unidades do Grupo SOMA (ex-Hering) são abastecidas por concessionárias de água locais, sendo assim, o descarte de efluentes em corpos d'água é de responsabilidade delas. A única unidade que possui solução individualizada de fossa séptica é o Centro de Distribuição localizado no Rio de Janeiro. Neste local, os efluentes passam por tratamento e são monitorados mensalmente, atendendo aos padrões estabelecidos e dimensionados por meio da legislação aplicável.

O principal impacto causado pela utilização de água no Grupo SOMA é a geração de efluentes sanitários nas redes de esgoto locais. O maior impacto ambiental do consumo de água se dá, no entanto, em nossa cadeia de fornecimento. Dentre nossos *stakeholders*, os fornecedores de matéria-prima são os que mais utilizam recursos hídricos. Cientes disso, criamos o

Guia de Matéria-Prima Sustentável, buscando informar o time de estilo quais alternativas de tecido são melhores do ponto de vista de indicadores como consumo de água, emissões de Gases de Efeito Estufa e uso do solo, entre outros, visando contribuir para as análises de custo-benefício e escolha de fornecedores para compra de matérias-primas e serviços.

Trabalhamos para reduzir as externalidades da cadeia têxtil e estamos alinhados com o ODS 6, que trata sobre água limpa e saneamento. Como conformidade legal, a empresa também preza pelo atendimento às diretrizes gerais de ação da Política Nacional de Recursos Hídricos.

Já a Cia. Hering desenvolveu, no final dos anos 1980, um sistema de tratamento inovador para o efluente industrial. As Estações de Tratamento de Efluentes (ETE) das fábricas de Itororó (SC) e São Luís de Montes Belos (GO) são referência

NV - Água para quem tem sede

Com o apoio da NV, o projeto *Love Together Brasil* levou água potável para escolas, hospitais, creches e comunidades do Sertão nordestino. Essa parceria foi intermediada pelo *IMA Brands*. A doação de parte do valor arrecadado com a venda de 100.032 garrafas personalizadas para a NV, em 2021, contribuiu com 11% do orçamento total da construção do poço artesiano 18 – “Claudia Raia”, no Bairro Ouro Branco, em Piancó (PB), beneficiando cerca de 100 famílias.

para indústrias têxteis em todo o mundo. Estas ETEs seguem os mais rígidos padrões estabelecidos pela legislação federal e dos estados onde estão instaladas em relação a condições e parâmetros de lançamento dos efluentes. Os efluentes são tratados com tecnologia que utiliza ozônio, o que tem como benefício a redução significativa da cor do efluente bem como do lodo gerado, reduzindo assim o resíduo enviado para aterro.

A Estação de Tratamento de Efluentes da Cia. Hering é referência para indústrias têxteis em todo o mundo.

Biodiversidade, riqueza brasileira

GRI 103-2, 103-3| 304, 304-3, 304-4 | ODS 15

As operações do Grupo SOMA (ex-Hering) não estão localizadas em áreas de preservação ambiental, possuindo baixa relevância para a biodiversidade. Entendemos, porém, que, do ponto de vista ético-moral, podemos (e devemos) contribuir para a redução de impactos ambientais causados por elos da cadeia, considerando entre outros fatores o consumo de água, energia e emissões de Gases de Efeito Estufa. Por esse motivo, o Grupo SOMA, representado majoritariamente pela FARM, investiu ativamente R\$ 1.982.788,40 em compensação de carbono e restauração de habitats naturais em 2021, incluindo o plantio de mil árvores por dia, todos os dias (*saiba mais na [página 65](#)*).

Localizadas em quatro dos seis biomas brasileiros, mais de 80% das árvores

plantadas estão na Mata Atlântica, onde a empresa conduz a grande maioria de suas atividades, considerando também sua capilaridade logística. Além disso, a Mata Atlântica, é um dos biomas com maior urgência de restauração do mundo, tendo pouco mais de 12% da sua área original com vegetação nativa*.

Como exemplo dessa atuação focada na restauração de habitats, o Grupo SOMA realiza plantios em parceria com a Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem (SPVS). Esta instituição mantém a Escola de Conservação da Natureza, um projeto educacional que visa sensibilizar, informar e instrumentalizar estudantes para conservação do patrimônio natural da biodiversidade. Desta forma, o Grupo SOMA também contribui indiretamente para a escola.

*Fonte: SOS Mata Atlântica.



Áreas protegidas ou restauradas

<i>Especialistas externos independentes que atestaram o sucesso da ação</i>	<i>Bioma</i>	<i>Quantidade de árvores plantadas 2020</i>	<i>Quantidade de árvores plantadas 2021</i>	<i>Total de árvores plantadas na parceria</i>	<i>Tamanho da área de habitat protegido ou restaurado (km²)</i>
Idesam	Amazônia	1.633	2.994	4.627	0,227
SOS Mata Atlântica	Mata Atlântica	5.000	7.692	12.692	0,07
reNature /SPVS	Mata Atlântica	–	19.000	19.000	0,025
Instituto Ipê + One Tree Planted (OTP)	Mata Atlântica	–	90.000	90.000	0,45
Iniciativa Verde + One Tree Planted (OTP)	Mata Atlântica	82.367	80.000	162.367	0,974
Anthropologie	Mata Atlântica	–	13.000	13.000	0,15
	Amazônia	–	12.000	12.000	
Tedesco Ecopark	Mata Atlântica	-	300	300	0,01
Yawanawa	Amazônia	1.000	5.000	6.000	0,036
Anjos do Sertão	Caatinga	-	1.600	1.600	0,3
	Cerrado	–	11.002	11.002	
Assobio	Mata Atlântica	–	122.412	122.412	0,800
	Amazônia Peruana e Brasileira	18.500	–	18.500	
SOS Amazônia + One Tree Planted (OTP)	Amazônia Brasileira	30.000	–	30.000	0,180
Total		138.500	365.000	503.500	3,333

O Grupo SOMA apoia as boas práticas do bem estar animal (“Cinco Liberdades”) e desenvolve ações pautadas na Declaração Universal dos Direitos dos Animais.

As árvores que plantamos têm um efeito benéfico extensivo à biodiversidade. Em todos os locais onde nossos projetos de plantio acontecem, listamos mais de 250 espécies da fauna e flora classificadas na lista da União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais (IUCN) como tendo algum grau de ameaça. A seguir, destacamos aquelas da flora classificadas como quase ameaçadas, vulneráveis e em perigo, o que ajuda a compreender a importância do investimento em restauração, pois os efeitos são refletidos para o equilíbrio de toda a biodiversidade.

<i>Espécie</i>	<i>Nome científico</i>	<i>Status pela IUCN</i>
Guabiroba	<i>Campomanesia simulans</i>	Quase ameaçada
Mandioqueiro	<i>Schefflera calva (Cham.) Frodin & Fiaschi</i>	Quase ameaçada
Mandioqueiro-do-Cerrado	<i>Schefflera macrocarpa (Cham. & Schltdl.) Frodin</i>	Quase ameaçada
Palmeira-Coco-de-Natal	<i>Bactris setosa Mart.</i>	Quase ameaçada
Louro-Tabaco	<i>Cordia trichoclada DC.</i>	Quase ameaçada
Guamirim, Cambuizinho	<i>Eugenia cerasiflora Miq.</i>	Quase ameaçada
Araucária	<i>Araucaria angustifolia</i>	Em perigo
Mogno	<i>Swietenia macrophylla</i>	Vulnerável
Jequitibá Vermelho	<i>Cariniana legalis</i>	Vulnerável
Cedro	<i>Cedrela fissilis</i>	Vulnerável
Palmito-Juçara, Palmito, Palmito-Doce, Jussara	<i>Euterpe edulis Mart.</i>	Vulnerável
Gueirova, Gueroba, Gariroba, Guariroba, Palmeira-Guariroba	<i>Syagrus oleracea (Mart.) Becc.</i>	Vulnerável
Jerivá, Palmeira Jerivá, Coco-Gerivá, Baba-de-Boi, Jaruvá	<i>Syagrus romanzoffiana (Cham.) Glassman</i>	Vulnerável
Cumarú, Baru	<i>Dipteryx alata Vogel (Hayne) Y. T. Lee & Langenh</i>	Vulnerável
Guabiroba-Branca	<i>Campomanesia neriiflora (O. Berg) Nied.</i>	Vulnerável
Maiate, Arariba	<i>Simira sampaioana (Standl.) Steyerm.</i>	Vulnerável
Guacá/ Guapeva/ Guapeva-Vermelha/ Bapeba-Preta	<i>Pouteria bullata (S.Moore) Baehni</i>	Vulnerável
Pau-Santo	<i>Bulnesia sarmientoi Lorentz</i>	Em perigo
Araribá	<i>Simira walteri</i>	Em perigo
Cereja do Cerrado	<i>Eugenia calycina</i>	Em perigo
Pateiro, Oiti	<i>Couepia uiti (Mart. & Zucc.) Benth. ex Hook.f.</i>	Em perigo
Mama Cadela, Marmelinho	<i>Brosimum glaziovii Taub.</i>	Em perigo
Pau-Amargo, Cedrinho	<i>Picramnia sellowii Planch.</i>	Em perigo

FOXTON + Fundação SOS Mata Atlântica

Em 2021, a Foxton apoiou financeiramente a coordenação da Fundação SOS Mata Atlântica com mais de R\$ 60 mil, valor revertido na manutenção da infraestrutura da ONG. Essa parceria foi responsável pelo cuidado com as trilhas, abrigos, recepção dos voluntários e educação ambiental da unidade. Além disso, a comunicação da parceria por meio do apoio à assessoria de imprensa e mídias sociais da SOS Mata Atlântica também foi uma demanda suprida.

Reserva ambiental Cia. Hering

Em Blumenau, no terreno próximo de onde foi instalada a primeira unidade da empresa, a Cia. Hering mantém uma reserva legal, no bioma Mata Atlântica, com 75 hectares de mata virgem e reflorestada (reserva legal), dentro de uma área preservada de 420 hectares. Um levantamento fitossociológico realizado em 2017 apontou que a área abriga aproximadamente 140 espécies arbóreas, sendo que 27 delas se encontram sob algum grau de ameaça. Ao longo dos anos, foram desenvolvidos projetos para reintrodução de flora e fauna nativas.

O terreno, adquirido no fim do século XIX, pertenceu a uma madeireira que realizava extração predatória da vegetação. A recuperação da área foi iniciada pelo sócio fundador Bruno Hering (1842 - 1918), reconhecido como pioneiro em reflorestamento no Brasil. Descendentes da família e a direção da empresa deram continuidade ao processo, mantendo a área preservada até os dias atuais.

A tabela a seguir mostra as espécies da flora que apresentam algum grau de ameaça e estão sendo preservadas na Reserva Ambiental da Cia. Hering.



<i>Espécie</i>	<i>Nome Científico</i>	<i>Grau de ameaça</i>
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.) Müll. Arg.	Vulnerável
Chapéu-de-Napoleão	<i>Chrysophyllum viride</i> Mart. & Eichler	Quase ameaçada
Canela Sassafrás	<i>Ocotea odorifera</i> (Vell.) Rohwer	Ameaçada

Em 1955, foi encontrada na reserva da Cia Hering uma espécie arbórea que foi denominada como *Myrcia heringii* D. Legrand.

Instituto Ipê + Animale e FARM:

Há mais de vinte anos, o Instituto IPÊ segue atuando e cuidando da biodiversidade através de pesquisa científica e inovação socioambiental por meio de ações com participação comunitária e educação na Mata Atlântica, Amazônia e outros biomas. Em 2021, além de uma doação financeira de R\$35.000,00 ao Instituto, contribuindo para os resultados globais, a Animale também desenvolveu produtos e estampas exclusivas, inspiradas nessa árvore que é ícone da biodiversidade brasileira e dá nome ao Instituto.

Ao longo do ano de 2021, a FARM realizou o plantio de 90 mil árvores em parceria com o Instituto.

Instituto Vida Livre + FARM e Fábula

O Instituto Vida Livre trabalha há anos pela liberdade dos animais silvestres, criando e desenvolvendo projetos de reabilitação e conservação da fauna brasileira impactada por perigos urbanos e tráfico ilegal na região da Mata Atlântica, do Rio de Janeiro. Em 2021, a FARM e a Fábula apoiaram o Instituto com R\$ 27.624 na coleção de inverno e R\$ 7.000 na coleção de alto verão para a ação de soltura de 20 ararinhas-maracanã, uma espécie típica do bioma, que hoje está ameaçada de extinção no município do Rio de Janeiro.

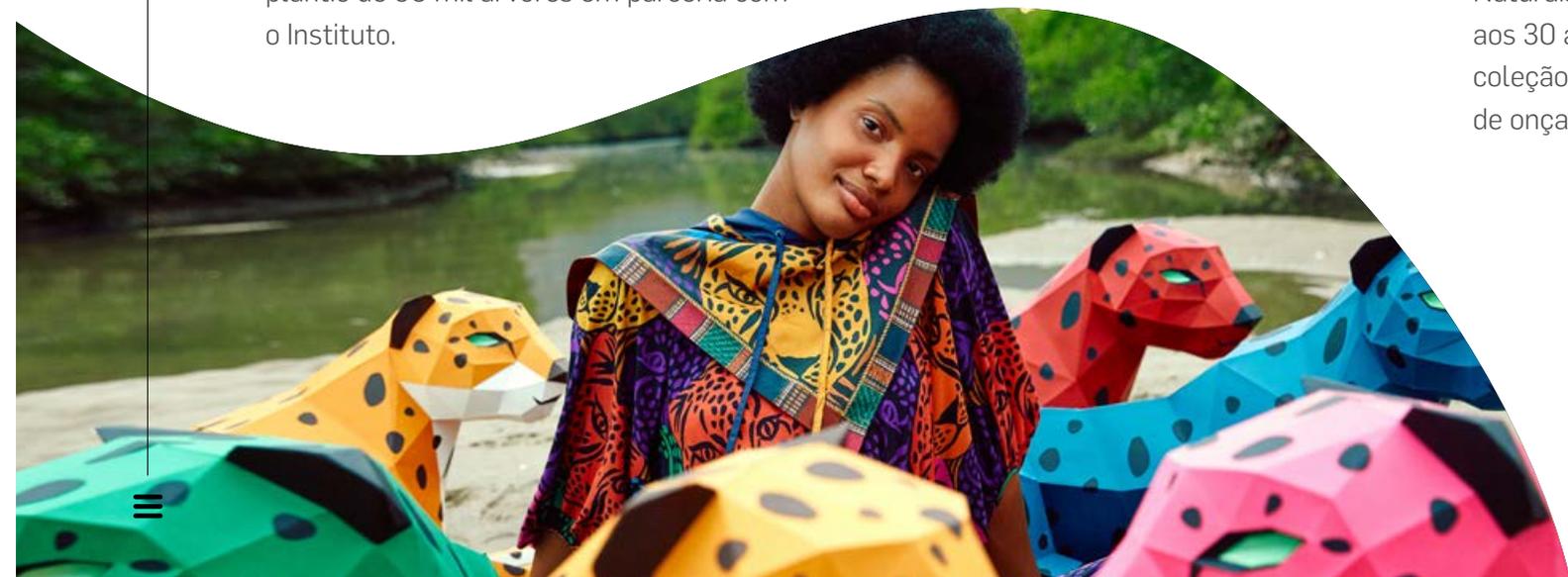
Ampara Animal + Animale, Maria Filó e FARM

As estampas inspiradas nos animais fazem parte do DNA da Animale e estão sempre presentes nas suas coleções. Desde 2019, a Animale é parceira da Ampara Animal. O primeiro projeto conjunto aconteceu nesse mesmo ano, quando a marca aderiu à "Life Print", primeira estampa animal certificada do mundo, que nasceu com o intuito de preservar a onça pintada, espécie fundamental da fauna brasileira - hoje classificada como "quase ameaçada" na lista vermelha da União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais (IUCN). Em 2021, em homenagem aos 30 anos da Animale, a marca lançou a coleção Memórias, com novos animal prints de onças do Brasil. No mesmo ano, R\$ 70 mil

foram revertidos diretamente para o auxílio na construção de recinto dos animais do Pantanal, além disso, a Animale doou 300 peças de roupas para a Ampara Animal durante a ação da We Friday.

A Maria Filó também apoiou o projeto Ampara Animal com parte da venda de duas camisetas criadas para celebrar o Dia do Amigo, em 20 de julho.

E a FARM homenageou as onças em suas estampas na campanha que beneficiou a Ampara Silvestre, que busca a reabilitação de animais para serem devolvidos à natureza e proporciona bem-estar a animais condenados ao cativeiro. Desde 2020, quando a FARM iniciou a parceria com a Ampara Silvestre, R\$ 71 mil já foram doados. Em 2021, R\$ 57 mil obtidos com a venda das peças das vitrines Onça Pop e Onça da Noite foram revertidos para cuidados veterinários de animais do projeto.





Social

Moda mais bela e justa

TEMAS MATERIAIS

- > RESPONSABILIDADE SOCIAL
- > DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO
- > SAÚDE E BEM-ESTAR
- > ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE COLABORADORES
- > RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS
- > GESTÃO E ENGAJAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

ODS



Nossa ambição é transformar o Grupo SOMA na principal referência em gestão de pessoas e ESG da moda brasileira. Com esse foco, investimos e cuidamos de gente – nossos colaboradores, fornecedores e sociedade.

Para concretizar esta estratégia, criamos uma diretoria de Gente & Gestão que abrange Sustentabilidade e Comunicação. Temos muito a contar em todos os pilares e, no Social, queremos ser reconhecidos como uma companhia que agrega internamente para pessoas que fazem parte do nosso negócio e para a comunidade à qual pertencemos.

Gente é o que SOMA

Somos uma plataforma que impulsiona grandes talentos. Porque gente é a nossa marca.



Gestão e desenvolvimento de pessoas

GRI 103-2, 103-3 | 401 | 404 | ODS 5, 8

Temos a ambição de estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil. Para alcançarmos essa posição, vamos trabalhar em três pilares: gente, gestão e sustentabilidade.

Na frente de gente, queremos que nossos colaboradores sejam pessoas felizes, de alta *performance*, bem remuneradas e alinhadas à cultura SOMA, porque acreditamos que as melhores pessoas é que fazem o melhor lugar para se trabalhar.

Demos um passo importante em 2021, estruturando nossa área de Gente & Gestão e desenhando uma série de iniciativas para toda a jornada do colaborador SOMA.

Para recrutamento e seleção, temos o propósito de promover equidade e inclusão (*saiba mais na [página 103](#)*). Assim, investimos em ferramentas para engajamento, com a adesão ao *Great Place to Work* (GPTW) e à pesquisa eNPS.

Iniciamos uma análise de benefícios em 2021 e, no primeiro trimestre de 2022, lançamos um novo pacote focado na atração e retenção de talentos, tornando o Grupo SOMA mais competitivo no mercado. A isso se somarão outras estratégias para atratividade e desenvolvimento dos colaboradores, bem como uma gestão de *turnover* para aprofundar as estratégias de engajamento e desenvolvimento de talentos.



Grupo SOMA - Empregados contratados,
por faixa etária GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
Abaixo de 30 anos	3.043	81,15%
Entre 30 e 50 anos	1.661	55,68%
Acima de 50 anos	95	25,40%
Total	4.799	67,50%

Grupo SOMA - Empregados contratados,
por gênero GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
Homens	1.392	61,58%
Mulheres	3.407	88,44%
Total	4.799	67,52%

Grupo SOMA - Empregados contratados,
por região GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
N	28	35,9%
NE	349	64,2%
CO	230	75,2%
SE	3.788	66,93%
S	404	86,7%
Total	4.799	67,5%

Grupo SOMA - Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Permanente	1.008	3.559	4.567	1.245	3.987	5.232	1.477	4.743	6.220
Temporário	61	558	619	77	500	577	97	790	887
Total	1.069	4.117	5.186	1.322	4.487	5.809	1.574	5.533	7.107

Grupo SOMA - Empregados por tipo de contrato de trabalho e região GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total
N	74	13	87	71	19	90	24	73	97
NE	377	64	441	357	61	418	106	413	519
CO	277	42	269	228	53	281	73	233	306
SE	3.577	455	4.032	4.247	396	4.643	610	5.110	5.720
S	312	45	357	329	48	377	74	390	464
Em branco	–	–	–	–	–	–	–	1	1
Total	4.567	619	5.186	5.232	577	5.809	887	6.220	7.107

Grupo SOMA - Empregados por tipo de emprego GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	1.010	3.993	5.003	1.232	4.334	5.566	1.462	5.281	6.743
Jornada parcial	59	124	183	90	153	243	112	252	364
Total	1.069	4.117	5.186	1.322	4.487	5.809	1.574	5.533	7.107

No Grupo Soma existem variações sazonais no período de final de ano, mais precisamente novembro e dezembro por conta de Black Friday e Natal, respectivamente.

Para evitar enviesar os números por conta da sazonalidade, foi aplicada a média aritmética da quantidade de ativos por mês. Os contratos de trabalho temporário são ou contratos de prestação de serviço (RPA) ou contratos CLT com data de admissão e desligamentos pré-definidas, como o caso de extra natal, aprendizes e estagiários. Para diferenciar período integral de meio período adotamos da premissa de contratos de menos ou igual a 6 horas diárias são de meio período e mais de 6 horas correspondem a período integral.

Grupo SOMA - Empregados que deixaram a empresa, por faixa etária GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
Abaixo de 30 anos	1.718	45,8%
Entre 30 e 50 anos	1.791	60,0%
Acima de 50 anos	152	40,6%
Total	3.661	51,5%

Grupo SOMA - Empregados que deixaram a empresa, por região GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
N	21	26,9%
NE	240	44,1%
CO	233	76,1%
SE	2.813	49,2%
S	354	76,0%
Total	3.661	51,5%

Grupo SOMA - Empregados que deixaram a empresa, por gênero GRI 401-1

2021	Nº	Taxa (variação em relação a 2020)
Homens	749	47,6%
Mulheres	2.912	52,6%
Total	3.661	51,5%



Cia. Hering - Empregados contratados, por faixa etária GRI 401-1

	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Abaixo de 30 anos	2.057	75%	1.800	78%	2.824	94,63%
Entre 30 e 50 anos	580	26%	573	31%	996	51,11%
Acima de 50 anos	38	9%	36	8%	77	13,37%
Total	—	—	—	—	3.897	70,75%

*Parcial - todos colaboradores com jornada inferior a 210 que determina regime parcial e Integral todos colaboradores com carga 210 a 220 horas mensais

Cia. Hering - Empregados contratados, por gênero GRI 401-1

Tipo de contrato	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Homens	1.032	54%	885	50%	1.329	66,12%
Mulheres	1.643	48%	1.524	53%	2.568	65,05%
Total	—	—	—	—	3.897	70,75%

Cia. Hering - Empregados contratados, por região GRI 401-1

Tipo de contrato	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
NE	160	18%	65	103%	45	62,50%
CO	748	49%	836	53%	1.751	81,52%
SE	1.034	94%	858	81%	1.107	91,87%
S	733	39%	650	34%	994	47,72%
Total	—	—	—	—	3.897	70,75%



Cia. Hering - Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Permanente	1.854	3.318	5.172	1.727	2.811	4.538	1.891	3.208	5.099
Temporário*	51	130	181	32	65	97	119	290	409
Total	1.905	3.448	5.353	1.759	2.876	4.635	2.010	3.498	5.508

*Temporários - São os colaboradores contratados para o período do natal, mais jovens aprendizes e estagiários, os demais como efetivos.

Cia. Hering - Empregados por tipo de contrato de trabalho e região GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total*	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total
NE	4	861	865	–	63	63	20	52	72
CO	17	1.501	1.518	80	1.504	1.584	61	2.087	2.148
SE	122	979	1.101	–	1.062	1.062	238	967	1.205
S	38	1.829	1.867	17	1.907	1.924	90	1.993	2.083
Total	51	1.854	5.353	97	4.538	4.635	409	5.099	5.508

*Inclui 2 empregados por tempo indeterminado fora do Brasil.



Cia. Hering - Empregados por tipo de emprego GRI 102-8

Tipo de contrato	2019			2020			2021		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	1.816	3.339	5.155	1.745	2.863	4.608	1.995	3.419	5.308
Jornada parcial*	89	109	198	14	13	27	15	79	140
Total	1.905	3.448	5.353	1.759	2.876	4.635	2.010	3.498	5.508

*Parcial - todos colaboradores com jornada inferior a 210 que determina regime parcial e Integral todos colaboradores com carga 210 a 220 horas mensais

Cia. Hering - Empregados que deixaram a empresa, por gênero GRI 401-1

Tipo de contrato	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Homens	595	30%	1.140	65%	464	23,08%
Mulheres	888	24%	2.340	81%	929	26,56%
Total	—	—	—	—	1.393	25,29%

Cia. Hering - Empregados que deixaram a empresa, por região

Tipo de contrato	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
NE	72	8%	899	1.427%	6	8,33%
CO	544	33%	389	53%	568	26,44%
SE	453	49%	915	86%	468	38,83%
SUL	414	18%	827	43%	351	16,85%
Total	—	—	—	—	1.393	25,29%

Cia. Hering - Empregados que deixaram a empresa, por faixa etária GRI 401-1

Tipo de contrato	2019		2020		2021	
	Nº	Taxa	Nº	Taxa	Nº	Taxa
Abaixo de 30 anos	968	40%	1.897	82%	1.015	34,01%
Entre 30 e 50 anos	469	18%	1.373	74%	354	18,17%
Acima de 50 anos	46	0,8%	210	45%	24	4,17%
Total	—	—	—	—	1.393	25,29%

Licença maternidade/paternidade GRI 401-3

2021		Grupo SOMA*	Cia. Hering
Empregados que tiveram direito a tirar a licença	homens	1.574	2.010
	mulheres	5.533	3.498
Empregados que tiraram a licença no ano	homens	-	32
	mulheres	178	193
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	homens	-	32
	mulheres	155	130
Taxa de retorno	homens	-	100%
	mulheres	87,1%	94%
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	homens	-	13
	mulheres	104	63
Taxa de retenção	homens	-	59,10%
	mulheres	58,4%	31,35%

*Indicador respondido pela primeira vez em 2021. Para licença paternidade, estamos aprimorando a gestão de Grupo SOMA para 2022.



Relacionamento com nossos colaboradores GRI 102-43

Realizamos a escuta ativa e periódica de nossos colaboradores e, a partir dos resultados colhidos, montamos um planejamento estratégico para atuar nas dimensões identificadas como prioritárias.

Utilizamos o método eNPS para medir, anualmente, a lealdade e satisfação da nossa gente. Em 2021, esta metodologia foi aplicada trimestralmente, sendo possível observar

uma evolução no índice de favorabilidade do primeiro para o segundo trimestre, passando de 22% para 50% e uma pequena retração no último, com 48% de favorabilidade.

Engajamento

Tipo de pesquisa	Público	Tipo de engajamento*	Frequência em 2021
Pesquisa de eNPS	Colaboradores internos do Grupo SOMA	eNPS	Trimestral
Pesquisa de clima organizacional	Todos os colaboradores do Grupo SOMA e da Cia. Hering (pesquisas separadas)	GPTW (Great Place To Work)	Anual
Censo Étnico-Racial	Todos os colaboradores do Grupo SOMA e da Cia. Hering (pesquisas separadas)	Amostragem Étnico-Racial	Anual

*Nenhum destes engajamentos foi realizado para o processo de elaboração do relatório.

**Realizado após episódio de crise de reputação on-line vivido pela marca FARM associado à postagem de uma ação de marketing em tributo a uma vendedora da marca, morta no Rio de Janeiro em decorrência de uma bala perdida. A pesquisa teve 74% de favorabilidade na marca FARM e 93% na marca Fábula.

Um ótimo lugar para trabalhar

Este é um dado que muito nos orgulha: 76% dos colaboradores do Grupo SOMA (ex-Hering) dizem que nossa empresa é um ótimo lugar para trabalhar. Em toda a América Latina, a média desse percentual nas companhias que atuam no nosso segmento é de 70%. O dado foi recolhido pela metodologia GPTW (Great Place to Work), que certifica e reconhece os melhores ambientes de trabalho em 109 países ao redor do mundo.

Realizamos, em 2021, uma pesquisa de clima entre nossos colaboradores. Comparamos o resultado com os percentuais registrados pelas empresas listadas entre as "25 Melhores GPTW - Grande Varejo" e "10 Melhores GPTW - Grandes Empresas do Rio de Janeiro" e traçamos planos de melhorias nos aspectos: oportunidades de desenvolvimento; sentimento de compensação justa; reconhecimentos justos e imparciais. ODS 8

Investimento contínuo em gente

GRI 103-2, 103-3 | 404, 404-1

Para capacitar e desenvolver nossos talentos, contamos com uma plataforma de treinamentos online chamada "Mais Saber". Disponível para todos os colaboradores do Grupo SOMA, onde disponibilizamos mais de 220 cursos e mais de 20 trilhas de aprendizagem. Para facilitar o acesso aos conteúdos, a plataforma é segmentada em tópicos, como: liderança, sustentabilidade, negócios, diversidade, saúde, entre outros.

Além desses treinamentos on-line, também realizamos treinamentos presenciais para todo o time operacional, seguindo um cronograma anual. São diversos temas: como delegar, como trabalhar a comunicação, como dar feedback, dentre outros.

Para garantirmos a capacitação de todos os colaboradores, independentemente de região ou formato de trabalho (remoto, presencial ou híbrido), também realizamos webinários que comportam até 1.000 participantes e contam com tradução simultânea em libras. Queremos, dessa forma, garantir a

inclusão dos colaboradores. Os encontros são posteriormente publicados na plataforma Mais Saber e ficam disponíveis para consulta.

O modelo de capacitação e educação do Grupo SOMA é descentralizado, permitindo que pontos focais de cada diretoria ou marca criem conteúdos adequados para seus públicos. Nosso propósito é garantir que a estratégia da empresa seja atendida, bem como acompanhar periodicamente o engajamento e satisfação dos colaboradores, disseminando a cultura de treinamento.

Para complementar o desenvolvimento das pessoas, o Grupo SOMA realiza também o Ciclo de Gente.

Em 2021, este processo durou 38 dias, de 09 de março a 27 de abril e foi dividido em dois formatos 360º e 180º.

Ciclo de Gente – Grupo SOMA

Modelo 360º:

94% de adesão na autoavaliação;
98% de adesão de gestores;
96% de adesão de avaliadores.

Modelo 180º:

87% de adesão na autoavaliação;
92% de adesão de gestores;
83% de adesão de avaliadores.





A Cia. Hering criou, em 2020, o Portal Cultura e Gente, que integra as soluções de Recursos Humanos em uma única plataforma. Nela, estão concentradas informações gerais sobre os colaboradores, vagas, processos seletivos, cursos, palestras e webinários, bem como os conteúdos de capacitação e educação. O Portal permite que haja o acompanhamento do número de colaboradores capacitados e, dessa forma, se as metas nessa área foram atingidas.

Estamos constantemente buscando a evolução da nossa gente. Por isso, investimos em diferentes iniciativas para garantir o progresso de todos. Buscamos desenvolver os talentos, com olhar transversal sobre

competências técnicas e comportamentais, além do alinhamento com nossos valores.

Complementando e fortalecendo todo o suporte de desenvolvimento, reforçamos em nossa cultura a prática de feedbacks constantes, fomentando a troca de aprendizados e experiências entre nossos colaboradores de maneira contínua.

Todos os colaboradores diretos de Cia. Hering e de nossa rede de lojas próprias e franquias, além de parceiros multimarcas têm acesso à nossa plataforma de conhecimento, onde são disponibilizados nossos treinamentos. Olhamos da porta para dentro e da porta pra fora,

influenciando a imensa rede que faz parte do nosso negócio – *saiba mais sobre a nossa atuação junto à cadeia de valor na [página 119](#).*

Nossa filosofia é garantir igualdade de oportunidades e de aprendizagem para todos, considerando as particularidades e necessidades de desenvolvimento de cada um, de acordo com o contexto que vivem, o trabalho que estão desenvolvendo e cargo que ocupam.

Nestes treinamentos, são trabalhadas informações sobre a Cia. Hering, suas marcas, as atividades exercidas, e conteúdos relacionados a autoconhecimento e autodesenvolvimento.

Em 2021, foram aplicadas para o público de Cia. Hering 214 horas de treinamento para Onboarding (liderança, corporativo e varejo), 84 horas para desenvolvimento de liderança e 45.831 horas de capacitações voltadas ao desenvolvimento de competências para a função e área de atuação, sendo 652 horas para indústria e 44.881 horas para o varejo.

Considerando que a Cia. Hering tem uma base de 13.656 pessoas impactadas pelas ações de treinamento, sendo eles colaboradores e equipe da rede de lojas franqueados e multimarcas, chegamos ao índice de 3,4 horas de capacitação por ano, por colaborador, seja ele direto ou indireto.

Objetivos dos treinamentos:

- > **Onboarding:** garantir que o colaborador conheça e se adapte à empresa, maximizando cada vez mais seu engajamento com o negócio. É também o primeiro contato que ele tem com nosso Código de Conduta. GRI 412-2
- > **Indústria:** preparar tecnicamente para a função com temas como operação de costura e metodologia Lean, por exemplo.
- > **Varejo:** ampliar o repertório sobre a vivência comercial em todos os canais – lojas próprias, franquias, multimarcas e digital. Estes treinamentos abordam lançamentos de coleções, integração de novos franqueados, novos canais de venda,



posicionamento da marca, campanhas, atributos de produto, sustentabilidade e demais informações que sustentam os argumentos de venda.

> **Liderança:** trabalhar skills de liderança, desenvolvimento de equipe, aceleração de potenciais, habilidades do negócio e relacionamento com líderes e liderados.

A Cia. Hering investe em diversos programas para aperfeiçoamento de competências:

- **Formação de Gerente de Loja:** formação da base de gerentes de loja visa o desenvolvimento de skills de liderança e trabalha conceitos de gestão de equipe, operação no ponto de venda e conhecimento do negócio. Em 2021, um grupo de 79 gerentes participou da formação, que teve duração de 5 meses e totalizando 30 horas.
- **Desenvolvimento de Liderança:** focado em habilidade do presente do negócio e do futuro, visa ampliar a agenda de autoconhecimento e capacidade de transformar o ambiente,

abrindo caminho para o desenvolvimento de projetos de impacto para a organização. Programa iniciado em 2021 e previsão de conclusão em dezembro de 2022, totalizando 24 horas de formação, está sendo acompanhado por 12 gerentes.

- **Primeira Liderança:** direcionada para a formação de coordenadores e supervisores, trabalhou aspectos como “Eu comigo mesmo”, “Eu com o meu time”, “Eu com os meus pares”, “Eu com meu líder”, “Eu com o negócio”. No total, foram 45 líderes formados, em 2 turmas com 30h de carga horária cada.
- **Trainee:** visa o desenvolvimento de profissionais para carreiras no Varejo de Moda, preparando-os para assumir desafios estratégicos dentro da Cia. São sete trainees no total, com jornada prevista de 18 meses, iniciada em agosto de 2021.

Além das ações formativas, a Cia. Hering mantém ativo o Ciclo de Performance. Trata-se de uma metodologia para fornecer ferramentas e dados para apoiar

o desenvolvimento profissional das nossas pessoas, o aprimoramento da liderança com relação à gestão do seu time, e fortalecer o negócio com a geração de insights que apoiem as tomadas de decisão meritocráticas e o crescimento da Cia.

O Ciclo de Performance envolve três grandes etapas. A primeira é o Check in, quando são firmados acordos e combinados por meio de uma conversa entre gestor e colaborador que busca alinhar as expectativas em relação a entregas, métricas, projetos, objetivos e atitudes esperadas para os próximos meses. O segundo momento é o Checkpoint, que promove o acompanhamento dos projetos e combinados, fortalecendo o engajamento, a transparência, o foco nos resultados e entregas. Finalmente, no Checkout é feita a mensuração de todas as entregas, os resultados são avaliados e ocorre uma conversa entre gestor e colaborador sobre as entregas feitas no ciclo, gerando uma oportunidade para trocas visando a melhoria contínua e reconhecimento das conquistas.

GRI 404-2

Etapa GRI 404-3

Outras ferramentas também apoiam a avaliação regular de desempenho e foram abordadas em um workshop realizado em julho de 2021, além de serem reforçadas em pílulas de sustentação, sendo por meio de cards disparados semanalmente para os colaboradores:

- **Feedback** - o sistema fica disponível durante todo o ano e em qualquer momento o colaborador pode registrar ou pedir um feedback dentro da plataforma. A ideia é facilitar a troca construtiva para incentivar o crescimento profissional.
- **1:1** - prática que consiste em uma conversa informal entre líder e liderado ou pares. Pode ser realizada com frequência semanal, quinzenal ou mensal. O objetivo é o alinhamento de expectativas, mas é também uma excelente oportunidade para que o colaborador seja ouvido, podendo expor suas ideias e opiniões sobre projetos, processos e principalmente sobre seu desenvolvimento.

Ciclo de Performance Cia. Hering

Modelo 360°:

95% de adesão no *Check in*
(acordos e combinados);

80% de adesão no *Check Point*
(acompanhamento de metas e comportamentos);

78% no *Checkout* (entregas e feedbacks).



Academia de Liderança

No Grupo SOMA, contamos com a Academia da Liderança, voltada para o desenvolvimento dos nossos líderes do corporativo. Os conteúdos são trabalhados por temas-chaves e em uma metodologia de imersão envolvendo dinâmicas, atividades para serem realizadas com os respectivos times, entre outros desafios. Em 2021, foram quatro temas, cada um sendo abordado em três aulas: "Motivação e Propósito: por que fazemos o que fazemos?", "Autonomia: como delegar com responsabilidade"; "Parceria: como construir a confiança na sua equipe" e "Produtividade: desenvolvendo times autônomos".

Além disso, também foram realizados programas como:

- **Somando com Líderes** - treinamento para liderança operacional, tem como destaque a linguagem mais acessível e a busca para otimizar qualidades de gestão. Todos os encontros foram presenciais.
- **Treinamento Conectando SOMA** – foram privilegiados tópicos considerados como relevantes para os colaboradores, como conhecer como funcionam as áreas que compõem o Grupo. Aberto para os colaboradores do Grupo SOMA do Corporativo, Atelier e Corporativo da Pavuna, teve formato online.
- **Líder do Futuro** – um grupo de 10 pessoas participou da iniciativa, que promove imersão duramente uma semana com o objetivo de aprofundar os conhecimentos técnicos e comportamentais da Liderança.

Prêmio de Sustentabilidade

Como forma de reconhecimento da importância da força do coletivo para a transformação que queremos alcançar e de uma cultura que traga a sustentabilidade cada vez mais integrada, homenageamos colaboradores por meio da primeira edição do "Prêmio Amigos da Sustentabilidade". Representantes de diversas áreas foram reconhecidos pela parceria na implementação de projetos e iniciativas importantes para a agenda ESG, dentro e fora do Grupo SOMA e da Cia. Hering. Logística, Operações, Jurídico, Comunicação, Planejamento, Compliance, Sourcing, Pilotagem, Meio Ambiente e P&D (Produto e Desenvolvimento) foram reconhecidos. As estatuetas foram feitas pela artista Andréa Olighon, a partir do reaproveitamento de aviamentos das nossas marcas, que tomaram a forma de uma árvore para representar a visão de futuro de todas as sementes que estão sendo plantadas no agora.



Diversidade, equidade e inclusão

GRI 103-2, 103-3 | 405

Um grande marco para o avanço da pauta de diversidade, equidade e inclusão no Grupo SOMA foi a formação do nosso time de Sustentabilidade, em 2021. Atuando à frente das pautas ESG, a área tem se dedicado, no pilar social, à diversidade, dentre outras vertentes. O tópico ganhou ainda mais destaque com o desenvolvimento de um núcleo exclusivo para o tema, no primeiro trimestre de 2022. Com essa estrutura, programas e iniciativas estão sendo aceleradas e ganharão tração ao longo do ano.

A gestão do tema também passa pelos Comitê de Ética e Comitê de Risco. O primeiro, trata denúncias feitas no nosso Canal de Ética (*saiba mais na [página 150](#)*), já o segundo traz um olhar especial para necessidades específicas dos colaboradores com deficiência, além da validação das metas e compromissos públicos que nos impulsionam a ir além.

A estratégia de diversidade do Grupo SOMA visa estruturar, letrar e incluir para transformar. O propósito da forma de gestão é garantir e fomentar a real inclusão, não apenas a entrada de grupos sub-representados na companhia, mas também a equidade de oportunidades e aceleração de carreiras.

Em 2021, além da aplicação do Censo Étnico Racial, a Cia. Hering lançou sua Política de Diversidade, abriu grupos de afinidade, lançou seu Glossário de Diversidade, incluiu uma trilha de treinamentos no portal de conhecimento, realizou sensibilizações focadas na liderança e fez ativações em datas comemorativas, celebrando a pluralidade, em eventos como Dia da Mulher, Orgulho LGBTQIA+, Consciência Negra e Dia da Pessoa com Deficiência. As ações foram refletidas em lançamentos nas marcas, como as collabs Verena Smit, Disney Rainbow, Hering + ID_BR, em prol da causa feminina, do orgulho LGBTQIA+ e da igualdade racial, respectivamente.

No contexto marca, muitos avanços também estão acontecendo. Ao longo de 2021, a FARM criou uma série de iniciativas para acelerar a pauta diversidade, equidade e inclusão, a partir do compromisso público de aceleração de metas divulgadas em junho de 2021, cuja íntegra você pode conferir aqui no [link](#).

Além disso, a FARM desenvolveu sua cartilha de diversidade, que está disponível para todos os seus colaboradores e, também, em todos os seus pontos de venda, junto com diversos letramentos. Para saber mais, clique [aqui](#).

Já a Animale lançou, em 2021, o Animale Talks, encontros com o time comercial, com o propósito de compartilhar trajetórias e iniciar um movimento de escuta interna. Os colaboradores podem sugerir pautas e convidados para as conversas que englobam temas como: histórias de vida; maternidade e mercado de trabalho; diversidade; carreiras e demais temáticas que sejam recomendadas pelos participantes por meio de formulários *on-line*.

Acreditamos em cada uma das trajetórias que possibilitaram a construção das marcas e do Grupo SOMA e vamos, a cada dia, nos fortalecendo: de dentro para fora. As iniciativas das marcas reforçam a estratégia institucional de priorizar o tema no negócio.





O tema Diversidade, equidade e inclusão tem sido trabalhado interna e externamente.

A Cia. Hering já tem sua Política de Diversidade e o Grupo SOMA conta com diretrizes específicas sobre o tema em sua Política de Sustentabilidade, sem prejuízo de política específica de Diversidade a ser lançada em 2022.

Gestão de diversidade, equidade e inclusão



Sustentabilidade

Lidera os projetos e garante o letramento da empresa como um todo nas temáticas da diversidade, equidade e inclusão.



Gente & Gestão

Acelera a entrada e inclusão de colaboradores de grupos sub-representados, garantindo o acolhimento necessário.



Compliance e Comitê de Ética

Trata eventuais denúncias sobre o tema no Canal de Ética.



Comunicação

Amplifica o tema para que ele chegue a todos os stakeholders - internos e externos.



Sourcing e compliance externo

Atua no letramento e desenvolvimento da cadeia de valor no tema.

Principais iniciativas em diversidade, equidade e inclusão:

Pessoas com (D)eficiência

- > Programa para profissionais com **deficiência** – por meio da parceria com a Egalité, empresa focada na inclusão de pessoas com deficiência, o Grupo SOMA treinou e capacitou seu time para o tema. Ao todo, foram mais de 480 minutos de treinamento para o time de Gente e Gestão, lideranças e colaboradores. Além disso, pílulas de conteúdo foram enviadas por *e-mail* para todos os colaboradores ao longo do segundo semestre de 2021. Por fim, o material ganhou forma de *e-book* e entrou para nossa plataforma de conhecimento interna.
- > Programa **Plurais** – com este Programa, a Cia. Hering mantém uma agenda de inclusão de pessoas com deficiência e abre constantemente novas oportunidades de ingresso destes profissionais nas unidades

administrativas e industriais, além de lojas das marcas. A empresa trabalha também com a sensibilização, promovendo diálogos sobre inclusão, rodas de conversas e entrevistas de acompanhamento com colaboradores, valorizando a pluralidade que já tem, e com o objetivo de ampliá-la cada vez mais.

A partir de 2022, a estratégia institucional de Diversidade será unificada entre SOMA e Cia. Hering.

- > **Patrocínio da Feira InlucPDCD** - patrocinamos a InlucPDCD, maior feira de empregos *on-line* para pessoas com deficiência. Ao todo, foram mais de 10 mil inscritos e mais de 25 mil acessos ao *site* da feira.

- > **Semana de Diversidade da FARM** - tratou de diversos aspectos da diversidade com quatro dias dedicados aos temas: Pessoas com Deficiência, LGBTQIA+, Equidade Étnico-Racial e ESG com quatro horas de conversa e trocas com diversos convidados - entre colaboradores da marca e convidados externos. A audiência foi de 6.301 visualizações ao longo da semana e impactou não só a marca, como todo o Grupo.



Ações que nos enchem de orgulho

1. Conquistamos o **Selo Women on Board** por termos duas mulheres conselheiras - Maria Laura Tarnow e Rachel Maia.
2. Assinamos o compromisso **Equidade é Prioridade: Gênero**, da ONU, assumindo a meta de ter 50% de mulheres nos cargos de alta liderança até 2030.
3. Atualizamos o **Código de Ética e Conduta** e reforçamos a divulgação de nosso canal de denúncias. Novos treinamentos foram criados e serão compartilhados com todos os colaboradores em 2022.
4. Realizamos o **Censo Étnico-Racial** do Grupo SOMA e da Cia. Hering (veja principais resultados na [pág. 111](#)). E, em 2022, realizaremos o primeiro **Censo integrado SOMA + Cia. Hering**. O resultado servirá como base para criação das metas sociais, contemplando demais pautas da diversidade.
5. Introduzimos o tema **Diversidade, equidade e inclusão** em nossa Cadeia de Fornecedores por meio de treinamentos.
6. Lançaremos, em 2022, a **Política de Diversidade SOMA**, cujas bases começaram a ser construídas em 2021, e tendo como base a política já existente na Cia. Hering.



Grupo SOMA e Cia. Hering – Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%) GRI 405-1

		<i>Membros dos órgãos de governança (%)</i>
2020	Homens	71%
	Mulheres	29%
	Total	100%
2021	Homens	77%
	Mulheres	22%
	Total	100%

*Dados referentes ao Conselho de Administração.

Grupo SOMA e Cia. Hering – Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%) GRI 405-1

		<i>Membros dos órgãos de governança</i>
2020	Abaixo de 30 anos	0
	Entre 30 e 50 anos	29%
	Acima 50 anos	71%
	Total	100%
2021	Abaixo de 30 anos	0
	Entre 30 e 50 anos	20%
	Acima 50 anos	80%
	Total	100%

*Dados referentes ao Conselho de Administração.

Grupo SOMA e Cia. Hering – Porcentagem de grupos sub-representados dentro dos órgãos de governança da organização GRI 405-1

		<i>Membros dos órgãos de governança</i>
2020	Negros	16,87%
2021	Negros	10%

*Dados referentes ao Conselho de Administração.

Saiba mais sobre nossa estrutura organizacional na [página 145](#)

Grupo SOMA – Empregados por categoria funcional e gênero (%) GRI 405-1

	2020		2021	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria + Conselheiros	75%	25%	51%	49%
Gerência Executiva	29%	71%	46%	54%
Gerência Corporativa	23%	77%	30%	70%
Gerência de loja	-	-	20%	80%
Vendedor	12%	88%	12%	88%
Operacional	32%	68%	27%	73%
Trainee	8%	92%	26%	74%
Estagiários	-	-	39%	61%
Aprendizes	-	-	21%	69%
Total	23%	77%	22%	78%

Grupo SOMA - Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens GRI 405-2

	2021
Diretoria	0,88
Gerência Executiva	0,79
Gerência	0,99
Analista	0,97
Operacional	1,04

Grupo SOMA - Empregados, por categoria funcional e faixa etária (%) GRI 405-1

	2020			2021		
	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos
Diretoria+ Conselheiros	-	60%	40%	3%	57%	41%
Gerência Executiva	3%	89%	8%	-	85%	15%
Gerência Corporativa	16%	81%	3%	6%	86%	8%
Gerência de loja	60%	38%	2%	18%	78%	3%
Vendedor	67%	31%	2%	68%	30%	2%
Operacional	42%	46%	12%	50%	43%	7%
Trainee	90%	10%	-	95%	5%	-
Estagiários	-	-	-	95%	5%	-
Aprendizes	-	-	-	100%	-	-
Total	53%	42%	5%	55%	39%	5%

*Os números de Estagiários e Aprendizes não foram reportados em 2020. Começamos a construir a base histórica a partir de 2021.



Cia. Hering – Empregados por categoria e gênero (%) GRI 405-1

	2021	
	<i>Homens</i>	<i>Mulheres</i>
Diretoria+ Conselheiros	80,00	20,00
Gerência Executiva	52,08	47,92
Gerência (Coordenação/ especialista/gerente de loja/supervisor de loja)	45,02	54,98
Vendedor	27,62	72,38
Operacional	36,52	63,48
Estagiários	30,00	70,00
Aprendizes	22,64	77,36
Total	36,49	63,51

Cia. Hering - Empregados, por categoria funcional e faixa etária (%) GRI 405-1

	2021		
	<i>Abaixo de 30 anos</i>	<i>Entre 30 e 50 anos</i>	<i>Acima de 50 anos</i>
Diretoria+ Conselheiros	-	66,67	33,33
Gerência Executiva	-	89,58	10,42
Gerência (Coordenação/ especialista/gerente de loja/supervisor de loja)	15,87	79,34	4,80
Vendedor	73,28	25,87	0,87
Operacional	55,09	33,38	11,54
Estagiário	100,00	-	100,00
Aprendiz	100,00	-	-
Total	54,18	35,37	10,46



Censo Étnico Racial

Em 2021, realizamos o segundo Censo do Grupo SOMA (o primeiro foi feito em 2019) para levantar dados sobre o perfil de nossos colaboradores. No mesmo ano, a Cia. Hering também fez seu primeiro Censo. Uma nova edição está programada para ser aplicada em julho de 2022, desta vez unificando Grupo SOMA e Cia. Hering.



Grupo SOMA:

4.102
respondentes.

80%
de adesão.

Realizado em março
de 2021.



Cia. Hering:

2.798
respondentes.

71,5%
de adesão.

Realizado em maio
de 2021.

Perfil Geral de Respondentes

Grupo SOMA: Cor & Raça (Padrão IBGE)

52,61% pessoas brancas

43,54% pessoas negras (29,21% pessoas pretas e 14,33% pessoas pardas).

Cia. Hering: Cor & Raça

53,6% pessoas brancas

41,5% pessoas negras (7% pessoas pretas e 34,50% pessoas pardas).

Grupo SOMA: identidade de gênero e orientação afetivo-sexual

80,30% heterossexual

17% LGBTQIA+

2,53% ND

Trans

0,15% mulher

0,27% homem

CIS

78,99% mulher

17,94% homem

0,27% não binária

2,39% ND

Cia. Hering: identidade de gênero e orientação afetivo-sexual

78,98% heterossexual

11% LGBTQIA+

9,94% ND

Trans

0,28% mulher

0,17% homem

CIS

53,60% mulher

33,70% homem

(-) não binária

11,79% ND



Grupo SOMA - Total X Identidade de gênero

Com relação à diversidade e inclusão dentro da companhia, você sente que: (critérios referentes à igualdade ou diferenças de tratativas)

	Total geral	Mulher cisgênero	Homem cisgênero	Mulher trans	Homem trans	Não binário	Prefiro não responder
Todas as pessoas são tratadas de forma igual	71%	69%	77%	63%	20%	42%	68%
Na hora da contratação, há grupos que são favorecidos, mas após contratação todos são tratados de forma igual	5%	6%	4%	13%	0%	8%	3%
Não há grupos que são favorecidos na hora da contratação, porém dentro da empresa há grupos que são favorecidos	12%	14%	9%	25%	40%	25%	14%
Tanto na hora da contratação quanto dentro da empresa, há grupos favorecidos	11%	11%	9%	0%	40%	25%	14%

Fonte: Censo Étnico Racial - Grupo SOMA 2021.

Fórum Sim à Igualdade Racial

O evento tem o objetivo de fomentar debates sobre as novas tendências do mercado de trabalho, e principalmente conectar pessoas negras, negros e indígenas com empresas que atuem em prol da igualdade racial e invistam em diversidade e inclusão. Na edição de 2021, a Animale patrocinou o projeto de exercício criativo, que teve como objetivo apontar estratégias e discussões que fomentem atitudes concretas para a construção de ações e políticas em prol da igualdade racial no Brasil e no mundo.

ID_BR

Visando contribuir com a causa racial, em 2021, a Hering celebrou uma parceria com o ID_BR (Instituto Identidades do Brasil). Juntas, a organização e a marca se dedicaram a ações de conscientização para o público interno e para o lançamento de uma coleção licenciada. Na compra de qualquer peça da coleção Hering + ID_BR, parte das vendas foi doada para o Instituto, chegando ao montante de R\$ 22 mil repassados ao ID_BR no ano de 2021. Além de Hering, FARM e Animale também foram parceiras do

ID_BR no ano, com ações de sensibilização de liderança, letramentos como ABC da Raça e consultoria para construção do grupo de afinidades da FARM.



Ouvir para aprender

No dia 8 de junho de 2021, uma colaboradora da marca FARM foi vítima de uma tragédia social em um caso de violência urbana ocorrido na Zona Norte do Rio de Janeiro. O posicionamento da marca foi amplamente criticado na ocasião, levando-a a enfrentar sua crise mais desafiadora.

Foi a partir das lições deste episódio, que a marca e o Grupo SOMA como um todo assumiram a responsabilidade de acelerar o processo de ampliação das diretrizes de diversidade e inclusão.

Para a gestão da crise foi criado um comitê composto pela alta liderança da marca e duas consultorias especializadas em diversidade e inclusão. Este comitê participou de sete dias de escuta ativa, onde foram ouvidos mais de 800 colaboradores em cerca

de catorze encontros. A partir deste processo, foi construído o Plano de Aceleração de Diversidade e Inclusão da FARM, com 5 pilares e metas objetivas.

Os 5 pilares são:

- > Transformar a cultura da FARM através da diversidade e inclusão, colocando-as no centro das decisões.
- > Ampliar e aprofundar letramentos sobre diversidade e inclusão.
- > Reformular a área de Gente & Gestão, ampliando o olhar para diversidade.
- > Investir ativamente em ações de responsabilidade social no Rio de Janeiro.

> Incluir e acelerar a carreira de pessoas negras e indígenas em todos os níveis da empresa.

Essas e outras ações, que podem ser conferidas com maiores detalhes no Relatório Anual FARM 2021, são um reflexo do compromisso da marca e do Grupo SOMA em se tornarem genuinamente diversos e inclusivos, reconhecendo o tema como um pilar estratégico.



Saúde e bem-estar

GRI 103-2, 103-3 | 403 | 416, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-7 | ODS 3

O Grupo SOMA leva muito a sério a gestão de saúde e segurança, afinal este é um pilar importante da garantia do bem-estar e felicidade de nossos colaboradores. Nosso sistema de gestão de segurança do trabalho leva em consideração as normas existentes no Brasil, além de regras e procedimentos internos aplicados em Programas de Segurança Ocupacional (PSSOs).

Essa gestão é feita com base no acompanhamento contínuo das boas práticas de SST (Saúde e Segurança do Trabalho), por meio de vistorias periódicas, verificação de documentação legal – como ordem de serviço, ficha de entrega de EPI (equipamento de proteção individual), procedimentos relacionados a trabalho em altura e outros.

Qualquer irregularidade encontrada é reportada quinzenalmente à alta direção com o objetivo de saná-la, assim como desenvolver oportunidades de melhorias. GRI 403-7

Os trabalhadores têm papel ativo nessa gestão por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (CIPA), composta por nove colaboradores eleitos pelos pares e nove designados pela empresa, que se reúnem mensalmente. GRI 403-9

Para novos colaboradores, são ministrados treinamentos de integração; Diálogo Diário de Segurança; treinamentos em cuidados na utilização de máquinas e equipamentos, operação com empilhadeira, operação com plataforma de trabalho em altura, treinamento de brigada de incêndio e outros.

Cia. Hering

A Cia. Hering também possui um sistema de gestão de segurança do trabalho baseado nas normas brasileiras, além de regras e procedimentos internos aplicados em Programas de Segurança Ocupacional (PSSOs), com diretrizes claras para trabalhos de risco, como aqueles em espaços confinados, em altura, corte e soldagem, movimentação de cargas, entre outros - especialmente importantes considerando as instalações industriais.

Todas as unidades contam com profissionais de segurança do trabalho (técnicos de segurança), e as unidades industriais contam

ainda com engenheiros de segurança do trabalho. Para zelar pela saúde ocupacional, são realizadas visitas aos postos de trabalho para identificação e eliminação de periculosidade e minimização de riscos. GRI 403-3 (2019)

As políticas internas de segurança são aplicadas a todos os colaboradores, terceiros e visitantes que acessam as dependências da empresa. Cada unidade realiza sua própria gestão de indicadores, bem como a comunicação dos padrões de segurança aos times e responsáveis.

A Cia. Hering também possui Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA) constituídas nas unidades produtivas, que realizam auditoria interna do sistema de gestão de segurança do trabalho. Assim como no SOMA, a CIPA da Cia. Hering é constituída por colaboradores eleitos pelos colegas e indicados pela empresa. Os integrantes recebem treinamento e capacitação para prevenção de acidentes e seu mandato tem duração de um ano. As reuniões da CIPA são mensais, mas outras extraordinárias podem ocorrer se houver necessidade.

Saúde e segurança são temas levados a sério no Grupo SOMA e na Cia. Hering, com treinamentos para colaboradores, sistema de gestão e políticas.



A Cia. Hering segue o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), requisito legal para avaliação, antecipação e controle de riscos existentes nas atividades laborativas. A aplicação do PGR é realizada inicialmente pela descrição do fluxo das atividades e tarefas do processo produtivo. Na sequência, é realizada uma análise de riscos para cada etapa das atividades e uma classificação deles para assim ser gerado um plano de ação para correção ou mitigação. Tudo planejado e realizado de forma orgânica com os profissionais de segurança do trabalho da companhia, conforme prevê a legislação vigente.

Além do PGR, foram implantados em 2021 os Comitês de Normas de Segurança nos quais os gestores, profissionais de segurança do trabalho, representantes da manutenção e produção reúnem-se mensalmente para avaliar cada aspecto relacionado às normas de segurança e para traçar e ajustar os planos de ação para as unidades. GRI 416-1

Para colaboradores, já no processo de *onboarding*, eles recebem treinamento inicial

de segurança, ordem de serviço e treinamento específico para a realização de suas atividades. A reciclagem desses treinamentos acontece conforme planejamento interno de cada unidade. São também instruídos sobre a necessidade de informar e comunicar riscos observados e incidentes ocorridos e sobre seu direito de recusa do serviço.

A Cia. Hering possui um Plano de Atendimento a Emergências (PAE), bem como sistemas de emergência e prevenção ao pânico e equipes de brigadistas e bombeiros treinados a agir em situações emergenciais. A empresa mantém um ramal de emergência para que colaboradores possam acionar em situações necessárias. A Cia. Hering encoraja que qualquer desvio seja denunciado junto ao Canal de Ética, diretamente ao gestor ou à Segurança do Trabalho.

As ocorrências envolvendo colaboradores ou terceiros são registradas e analisadas para a adoção de procedimentos para tratamento de incidentes e comportamentos inseguros, bem como medidas preventivas por meio de plano de ação.

A Cia. Hering fornece convênio médico em plano por adesão. Colaboradores que não possuem convênio recebem orientações sobre a utilização da rede SUS e do atendimento médico oferecido pelo sindicato da categoria. Os ambulatórios oferecem atendimento de clínica médica, ginecológico, fisioterápico e psicológico.

Também desenvolve programas voltados à saúde mental, pré-natal, vacinação, campanha de combate à dengue e a Semana da Saúde, com diversas atividades relacionadas à saúde e bem-estar dos colaboradores. GRI 403-6



Os colaboradores recebem treinamento inicial de segurança já no *onboarding*.

Gestão de indicadores e metas de segurança GRI 403-7

A Cia. Hering possui um Sistema Informatizado (Senior) para registro das diversas atividades realizadas pelas equipes de Segurança, como planos de ação, registros e investigações de acidentes e incidentes, controle e gestão de EPIs (Equipamentos Individuais de Segurança) e laudos de insalubridade e periculosidade, dentre outros. Também dispõe de outros sistemas como Checklist fácil, para liberação de frentes de trabalho e levantamentos de campo; BPM, para cadastro de demanda de terceiros; e CIPA *Cloud*, para gestão da CIPA (disponível para o escritório de São Paulo).

O desempenho das unidades com relação a clima e acidentes de trabalho é medido pelo Índice de Segurança, um dos indicadores avaliados para a formação do *Ranking* de Segurança entre as unidades, cuja pontuação é divulgada mês a mês e resulta na classificação Ouro, Prata ou Bronze no final de cada ciclo anual.

1. A realização das auditorias internas foi suspensa nos anos de 2020 e 2021, devido às restrições impostas pela pandemia, as auditorias devem ser retomadas em 2022.

Dashboards, com os principais indicadores de segurança do trabalho, são periodicamente atualizados pela equipe de segurança corporativa e apresentados mensalmente para os times, a fim de que sejam construídos planos de ação corretivos aos desvios encontrados. Para dar ainda mais transparência e ampliar o engajamento, está em construção um modelo de Gestão à Vista no formato A3. Por meio dele, os principais indicadores serão atualizados e expostos em diversos setores das unidades para dar visibilidade do atingimento ou não da meta e dos planos de ação propostos para a correção.

Em 2021, foi implantado um sistema de autoavaliação: mês a mês, cada unidade avalia o grau de sua aderência às normas internas da Cia. A autoavaliação veio complementar o trabalho de auditoria interna¹ realizada pela equipe corporativa anualmente a fim de certificar o nível de cumprimento do sistema de gestão. Dessa forma, a auditoria passa a validar o identificado pela própria unidade.

Também em 2021, foi implementado, nas unidades de Goianésia (GO) e Paraúna (GO), um programa de prevenção relacionado à percepção e correção dos chamados comportamentos inseguros, com previsão de ser estendido para as demais unidades em 2022.



Acidentes de trabalho – Empregados (2021) GRI 403-9

	Grupo SOMA ¹	Cia. Hering
Número de horas trabalhadas*	10.731.246	12.093.337
Número de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	1	0
Taxa de fatalidades resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0,019	0
Número de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)**	0	6
Taxa de lesões graves relacionadas ao trabalho (exclui mortes)	0	0,099
Número de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes)	11	68
Taxa de lesões registradas relacionadas ao trabalho (inclui mortes)	0,205	1,125
FAR***	0,205	1,124
FAA****	0	0,099
SEV*****	113,034	6,648
Dias perdidos	6.065	402
Índice de segurança ¹	22,634	1,578

*Base de número de horas trabalhadas = 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 trabalhados.

*****SEV: Severidade: estimativa do número de dias perdidos referente aos acidentes de trabalho a cada duzentas mil homens-horas trabalhados.

1. Índice de Segurança – tem o objetivo de mensurar os acidentes levando em consideração o número de acidentes, sejam eles com afastamento ou sem afastamento e a severidade deles (FAR/7,5 + FAA + SEV/5).

Parceiros e comunidade

Cadeia de fornecimento ODS 8, 10

O Grupo SOMA enxerga sua cadeia de fornecedores como uma grande parceria, essencial para o desenvolvimento de seus negócios. Com essa visão, buscamos trabalhar com fornecedores que, além de melhor preço e alta qualidade, compartilhem conosco a promoção dos direitos humanos e a responsabilidade com o meio ambiente. Nossas práticas de compra são direcionadas por meio de procedimentos das áreas de *Compliance* e *Sourcing*, a partir da demanda dos times de estilo e operações, tendo sempre o cliente como nosso principal guia.

Nossos produtos vêm de dois modelos de produção distintos: a produção por demanda própria e a compra de produtos acabados, o que nos faz uma empresa com um modelo de negócios híbrido. Para garantir o fornecimento destes produtos, contamos com três tipos de fornecedores: os de matéria-prima, as confecções - que realizam as etapas do processo produtivo - e os de *Sourcing* - que nos fornecem itens acabados.

Ter essa gama de possibilidades para fornecimento é uma das nossas estratégias para mitigar os riscos relacionados ao abastecimento ou preço de matérias-primas e manter a flexibilidade para buscar os melhores produtos com fornecedores especializados.

Além da análise das conformidades legais e boas práticas socioambientais, utilizamos dois critérios para a compra e uso de produtos: disponibilidade no mercado nacional e taxa de câmbio. A partir desses elementos, é feita a escolha dos fornecedores e, na maioria das vezes, priorizamos fornecedores locais - as vantagens competitivas estão com os produtores nacionais, pois possuem melhor *lead time* de entrega e menor impacto na emissão de Gases de Efeito Estufa.

O fornecimento de matéria-prima e a prática de compras têm como base as demandas dos times de planejamento de cada marca. Os pedidos são gerados para a área de compras de maneira automatizada. Trabalhamos com o PLM (*Product Lifecycle Management*), sistema proprietário que nos mostra onde cada peça está e nos permite acompanhar todo o seu ciclo de produção. Além disso, nos ajuda também a realizar a gestão de *Compliance*.

Para nós, a melhor estratégia para garantir entregas no prazo, preços atrativos e geração de trabalho digno é a construção de parcerias duradouras e transparentes com a cadeia de fornecedores, pautadas pela confiança.

Toda nossa cadeia passa por auditorias não anunciadas a cada quatro meses, pelo menos, com o intuito de mitigar riscos em relação à violação de direitos humanos, condições justas de trabalho e não cumprimento da legislação, por meio de auditorias sociais realizadas por empresa terceira. O Grupo SOMA e a Cia. Hering exigem em seus contratos que os fornecedores estejam em conformidade com a legislação trabalhista, cumprindo, pelo menos, o pagamento do salário-mínimo como piso da remuneração de trabalhadores em tempo integral. GRI 103-2, 103-3| 202, 202-1

Em 2021, foram realizadas mais de 7.200 auditorias nos fornecedores SOMA e 564 auditorias nos fornecedores de Cia. Hering - entre auditorias sociais e de rastreabilidade. As auditorias sociais acontecem a cada quatro meses, e as de

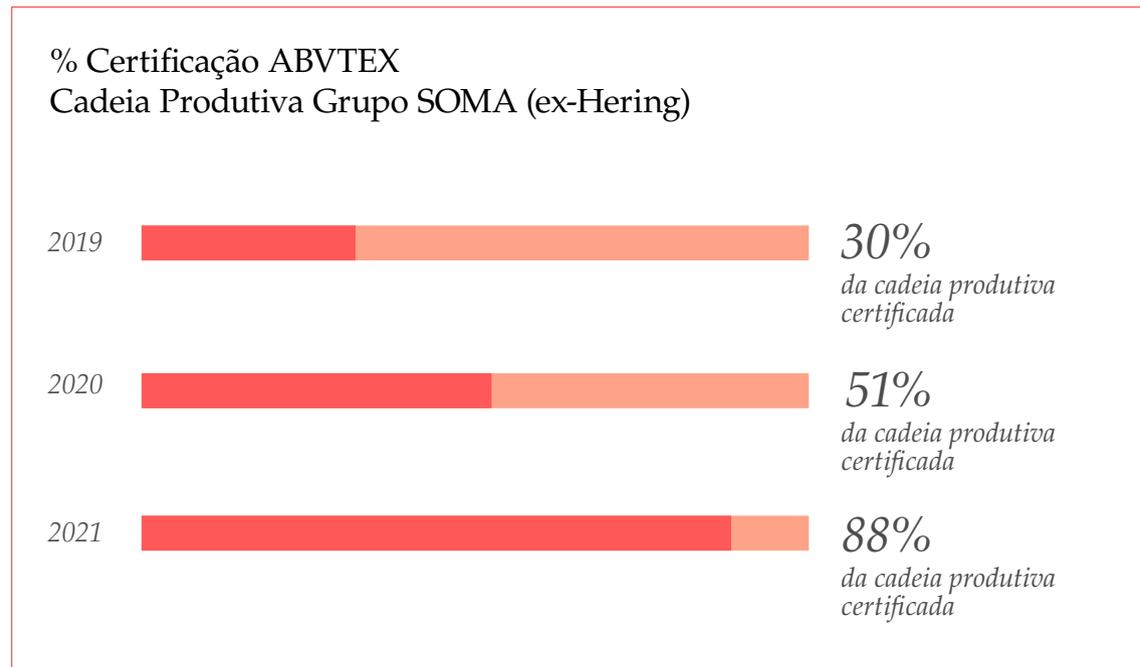
rastreabilidade, mensalmente, garantindo assim que os critérios estão sendo cumpridos e que a produção vem sendo realizada de acordo com o contratado. Como signatários da ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), ajudamos e incentivamos a nossa cadeia no processo de adequação de suas empresas para também serem habilitadas na certificação. Atualmente 88% da cadeia de fornecedores do Grupo SOMA (ex-Hering) é certificada ABVTEX, considerando fornecedores diretos e indiretos. GRI 408-1, 409-1

A Cia. Hering negociou, ao longo do ano de 2021, com 375 fornecedores de fações e 119 fornecedores de Sourcing nacionais, resultando num total de 494 fornecedores disponíveis diretamente relacionados à produção têxtil.

Desse total, 39% possuem certificação ABVTEX, sendo que 100% da cadeia de Sourcing é certificada pela instituição.



Incentivamos que todos os nossos fornecedores sejam certificados ABVTEX.



Sobre a avaliação Higg FEM não temos um monitoramento específico que trate diretamente na cadeia dos temas referentes à certificação. O processo de auditoria para ABVTEX integra temas relacionados à gestão ambiental, porém não está 100% aderente ao escopo Higg. SASB CG-AA-430a.2.

A Cia. Hering possui uma Política de Fornecedores que tem como compromisso uma gestão pautada na evolução contínua e na geração de valor social, econômico e ambiental. O objetivo é orientar e estabelecer diretrizes para a gestão da cadeia de fornecedores, considerando

Atuamos como influenciadores da nossa cadeia de fornecedores para construir relações transparentes e em constante conformidade legal e socioambiental.

A FARM Global é filiada ao SAC (Sustainable Apparel Coalition).

SASB CG-AA-430a.1., SASB CG-AA-430b.1.

processos de homologação e manutenção. A empresa assume o papel de atuar como influenciadora da rede para construir relações transparentes, em constante conformidade legal e socioambiental.

Avaliação socioambiental da cadeia

GRI 103-2, 103-3 | 308 | 408 | 409 | 412 | 414

Para nós, que entendemos nossa cadeia de fornecedores como uma extensão das nossas operações, analisá-la sob o aspecto socioambiental é essencial. Por isso, iniciamos em 2021 o letramento e o mapeamento de oportunidades de mitigação de impactos e riscos ambientais na cadeia, que deve ser concretizado até o fim de 2022.

Alinhados à Agenda 2030 e às ODS 8, 9, 10, 12 e 17, somos signatários do Pacto Global desde 2021 e da ABVTEX desde 2018 como Grupo SOMA e desde 2011 como Cia. Hering. Reforçar práticas dignas e seguras na nossa cadeia de produção é um compromisso que assumimos e garantimos seu cumprimento por meio da Certificação ABVTEX e das auditorias realizadas por parceiro externo. GRI 408-1, 409-1

Nosso maior desafio está, certamente, no fluxo de rastreabilidade, já que a terceirização

representa risco real de envolvimento de mão de obra indevida no processo produtivo. Por isso, temos registro e auditamos todos os nossos fornecedores. Como forma de acompanhamento, trabalhamos em projetos de rastreabilidade da cadeia.

Considerando os processos da Cia. Hering e do Grupo SOMA que estão sendo unificados, integram a gestão para contratação e parcerias: nosso [Código de Conduta para Fornecedores](#), [Políticas de Compras \(interna\)](#), [Política de Fornecedores](#), [Política de Compliance](#) e nosso processo que informa como deve ser realizado passo a passo a homologação de um fornecedor (*checklist* prévio). Para situações de serviço, soma-se a esse processo a formalização contratual com modelo específico de acordo com o serviço solicitado. As boas práticas de cada uma das empresas estão sendo adotadas como



referência para que sejam transversais a todos os procedimentos.

A Cia. Hering já realiza um processo de *due diligence* para novos fornecedores por meio de uma ferramenta que informa o potencial de impacto considerando o serviço e as informações públicas declaradas pelo parceiro. Essa ferramenta foi adotada no segundo semestre de 2021 e é mais um importante passo para evoluirmos com as diretrizes de monitoramento de fornecedores. Também informa se o fornecedor possui processo ou condenações nos órgãos ambientais

competentes em regime federal, o que faz com que nossa área de *Compliance* intervenha para solicitar a regularização da pendência e então seguir com o processo de homologação do fornecedor. Periodicamente, realizamos auditorias próprias em fornecedores de fábricas e avaliamos o tema meio ambiente por documentação legal (licenças), sem prejuízo de obrigações próprias dos fornecedores e declarações que informem sobre suas conformidades com essas normas.

O Grupo SOMA e a Cia. Hering prezam pelo relacionamento com parceiros éticos e regulares. Não admitimos trabalho escravo, trabalho infantil ou quaisquer outras regras contra os direitos humanos. A avaliação social é, portanto, de caráter classificatório e eliminatório. E este requisito está evidenciado em nossas cláusulas contratuais.

A Cia. Hering realiza auditorias sociais não informadas nas operações de fábricas, consideradas como tendo maior potencial de risco em relação a trabalho infantil. O processo de diligência envolve uma busca periódica em relação ao histórico do CNPJ

desses fornecedores, incluindo possíveis informações de unidades governamentais nacionais e internacionais que tratam do tema (órgãos de sanções nacionais e internacionais). Também disponibilizamos o Canal de Ética para denúncias anônimas, pelo aplicativo Contato Seguro, de situações que possam infringir nosso Código de Conduta.

GRI 103-2, 103-3 | 409

Em 2021, não foram identificadas situações de trabalho infantil ou análogo ao escravo tanto no Grupo SOMA quanto na Cia. Hering, sendo que 100% dos fornecedores nacionais passaram por avaliação em direitos humanos. Em 2021, 88% da cadeia produtiva de fábricas foi auditada pela Cia. Hering e 100% da cadeia de *sourcing* tiveram auditoria ABVTEX. GRI 408-1, 412-1, 414-1

Caso sejam encontradas não conformidades sociais durante nossas auditorias, trabalhamos junto à cadeia para a resolução delas, com melhorias de processos e condições de trabalho para todos os envolvidos. Também é elaborado um plano de ação com acompanhamento do *Compliance* até a conclusão dele.



Grupo SOMA e Cia. Hering – Operações e fornecedores que podem apresentar riscos significativos de ocorrência de casos de trabalho forçado, análogo ao escravo ou infantil

GRI 408-1, 409-1

<i>Fornecedores/ Operações</i>	<i>Como atuamos</i>	<i>Tipo</i>	<i>País/área geográfica</i>
Facções	Como signatária do programa ABVTEX, temos um time de auditores que realiza auditorias sociais tendo como base o mesmo escopo de auditorias da Organização, inclusive garantida a similaridade do checklist.	Indústria têxtil	Brasil
<i>Sourcing Nacional</i>	Trabalhamos com a obrigatoriedade de certificação ABVTEX para manutenção da relação de negócio. Da mesma forma, os subcontratados somente são aceitos mediante apresentação do certificado válido.	Produto Acabado	Brasil
<i>Sourcing Internacional</i>	Atuamos buscando fornecedores com certificação social (como SEDES SMETA, BSCI e/ou BCI). Também realizamos auditorias próprias para garantir que não existam riscos de materialização do risco.	Produto Acabado	Outros países

Cadeia de fornecedores SOMA GRI 102-9

82%

são fornecedores brasileiros

+ R\$ 546 milhões destinados a esses fornecedores em 2021.

Concentração da cadeia na região

Sudeste.

+ de 7.200

auditorias realizadas.

+ de 15 mil

empregos diretos e indiretos no Brasil e exterior.

Movimentando R\$ 19.023.228,00 em salários.

100%

da cadeia nacional passa por auditorias sociais e de rastreabilidade.

Orçamento de compras gasto com fornecedores locais* GRI 204-1

	Grupo SOMA	Cia. Hering
	2021	2021
Orçamento para fornecedores (R\$)	665.998.952,64	1.108.362.456,00
Valor gasto com fornecedores nacionais	546.937.817,14	1.044.962.210,00
% do orçamento gasto com fornecedores nacionais	82%	94%
Valor gasto com fornecedores locais (R\$)	277.749.944,76	881.217.134,00
% do orçamento gasto com fornecedores locais	42%	80%

*Fornecedores nacionais - Brasil.
Fornecedores locais - nos estados onde a empresa possui unidades administrativas ou fabris, sendo que para Grupo SOMA consideramos RJ e SP, e para Cia. Hering, GO, SC e SP.

O Grupo SOMA e a Cia. Hering prezam pelo relacionamento com parceiros e fornecedores éticos, porque entendemos nossa cadeia como uma extensão de nossas operações.

Cadeia de fornecedores Cia. Hering GRI 102-9

5.733

fornecedores de insumos, matérias-primas, materiais indiretos e prestação de serviços.

439

confeções e *sourcing*.

95%

em território nacional e os demais 5% em outros países, considerando valor monetário*.

R\$ 1.093.892.353

destinados aos fornecedores, sendo R\$ 497.201.962 (45%) para fornecedores locais**.

*Exceto *sourcing*. Cálculo baseado nos faturamentos dos fornecedores.

**A Cia. Hering considera fornecedores locais os que estão nos estados de Santa Catarina e Goiás (onde existem unidades operacionais).

100%

da cadeia nacional passa por auditorias sociais e de rastreabilidade.

foram realizadas

564

auditorias próprias presenciais e/ou remotas e

355

auditorias de planos de ação foram implementadas e encerradas.



Iniciativas para nossos fornecedores

GRI 103-2, 103-2I 204

Apoio à cadeia ODS 10

Sabemos das dificuldades financeiras de muitas empresas de nossa cadeia, agravadas, sem dúvida, com a pandemia de Covid-19. Por isso, nos colocamos ao lado de nossos parceiros para garantir e contribuir para que se mantivessem totalmente regularizados. Implementamos um projeto de melhoria nos processos produtivos, oferecendo adiantamento de pagamentos futuros, que são posteriormente abatidos em parcelas, sem cobrança de encargos.

Em 2021, mais de R\$ 1,5 milhão foi investido na cadeia para adequação da certificação ABVTEX, ampliação de parque fabril e regularização financeira. Assim, buscamos estreitar ainda mais a parceria com os fornecedores e contribuir para manter uma cadeia de moda mais perene. GRI 203-2

Além disso, investimos no crescimento da nossa cadeia. Temos buscado regularizar o aporte financeiro aos fornecedores para ampliação da capacidade produtiva. Dessa forma, esperamos incentivar que os empresários de relacionamento estratégico com o Grupo estejam sempre amparados e buscando ter sucesso em seus negócios.

SOMAR

Esse é o nome que demos ao Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do SOMA, criado em 2021. O objetivo é monitorar mensalmente a *performance* de nossos fornecedores ativos, bem como contribuir para o desenvolvimento deles. O SOMAR baseia-se em sete indicadores, divididos em cinco pilares – sustentabilidade, operação, margem bruta, avaliação de qualidade e reatividade. Assim, desdobramos nosso foco estratégico para nossos fornecedores e parceiros de produtos acabados e facionados. A partir da análise, é calculada uma pontuação que, caso esteja abaixo do mínimo aceitável, demandará a execução de um plano de ação para melhoria por parte do parceiro.

RADAR – Diagnóstico Potencial Encadeamento Produtivo

Estruturado para ajudar nas melhorias operacionais da cadeia do Grupo SOMA, o RADAR é nossa ferramenta de diagnóstico, que segue os cinco pilares do SOMAR como direcionadores. O objetivo é obter um panorama que aponte possíveis falhas na gestão da empresa em relação a sustentabilidade, operação, margem, qualidade, reatividade e estratégia. Por meio desse diagnóstico, os fornecedores podem identificar os pontos que precisam de atenção e estruturar o plano de ação para melhorar a *performance* de sua empresa.

Temos uma parceria com o Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) no programa Encadeamento Produtivo (EP). O objetivo é oferecer consultorias para os fornecedores acelerarem seu desenvolvimento. É uma metodologia utilizada em diversos estados brasileiros e que tem ajudado a melhorar de forma sistêmica a cadeia de moda no país.

O primeiro ciclo do EP SOMA teve início em março de 2021. Seu término está programado para agosto de 2022 e conta com 23 fornecedores no Rio de Janeiro. Eles recebem capacitações em grupos e consultorias *in loco*. São oportunidades para aprender sobre diferentes temáticas para melhoria dos negócios, passando por gestão de pessoas e financeira.

Os resultados serão mensurados ao fim do ciclo pelo Sebrae, mas nossos principais desafios são aumentar a competitividade das empresas por meio do diagnóstico

MEG (Modelo de Excelência para a Gestão), aumentar a produtividade dos parceiros e a qualidade dos produtos desenvolvidos, além de reduzir o *lead time* de produção. Pretendemos levar o EP para toda nossa cadeia e ampliar para outros estados.

Na Cia. Hering, o Encadeamento Produtivo acontece desde 2017. A empresa foi pioneira nesta parceria, formando as primeiras turmas junto com o Sebrae e com participação ativa da Fundação Hermann Hering. Em 44 municípios de três estados, já foram realizadas 51 atividades coletivas, com 334 horas de capacitação, 8.774 horas de consultoria, com 120 empresas atendidas e 3.238 pessoas impactadas.

O Encadeamento Produtivo da Cia. Hering também tem conteúdo programático voltado para desenvolvimento dos negócios, com módulos que abordam liderança, estratégia, gestão de clientes, de pessoas e de processos, além de resultados.



Em junho de 2021, no EP Cia. Hering, tivemos a formação de uma turma de 30 empresas, nas quais se observou um aumento de 117% no índice de competitividade e de 30% no desempenho da curva ABC. Em agosto de 2021, foi assinado um novo contrato entre Sebrae e Cia. Hering para mais um ciclo do Encadeamento Produtivo, com vigência até 31 de agosto de 2022, e com o objetivo de melhorar as condições de competitividade e sustentabilidade de 41 micro e pequenas empresas do segmento de moda, fornecedores da Cia. Hering, localizadas no estado de Goiás.

Para os próximos anos, estamos traçando um plano de integração entre os programas de Encadeamento Produtivo da Cia. Hering e do Grupo SOMA, respeitando as particularidades regionais, dos grupos de fornecedores, e prezando pelo interesse em comum de desenvolvimento dos negócios.

Parceria com escuta

O Grupo SOMA preza pela troca e escuta ativa e eficiente de toda a sua cadeia. Por isso, a comunicação acontece por meio de um canal unificado com os fornecedores. Buscamos responder a essas demandas com o máximo de rapidez e precisão possível, a fim de elucidar qualquer dúvida e solucionar os problemas que surgirem. Além disso, é por meio desse canal que enviamos comunicados sobre assuntos que envolvam diretamente os nossos fornecedores, para que estejam sempre por dentro de possíveis mudanças, informações e pesquisas.

Webinários de fornecedores

Nosso webinar para fornecedores foi mais uma iniciativa para nos mantermos próximos à nossa cadeia durante a pandemia de Covid-19. Três encontros *on-line* foram promovidos ao longo de 2021 para trazer maior transparência sobre nossos objetivos, perspectivas de crescimento nos próximos anos e ampliar o olhar dos empresários para as oportunidades que devem surgir ao longo de nossa trajetória. Com a presença do nosso CEO Roberto Jatahy, diretores e *heads* de operações, os webinários contaram com mais de 400 fornecedores de matéria-prima, produtos e revendas.



O Grupo SOMA preza por uma escuta ativa e eficiente com toda a sua cadeia de fornecedores e procuramos responder a toda demanda de forma ágil.



Pesquisa de Relacionamento

A partir de inúmeras visitas feitas aos nossos fornecedores, percebemos a necessidade de entender os gargalos na relação entre a cadeia e o Grupo. Por isso, desenvolvemos uma Pesquisa de Relacionamento, cujo objetivo foi melhorar a comunicação entre o SOMA e os fornecedores.

A pesquisa contou com 82 respondentes e mediu nosso NPS (*Net Promoter Score*), que demonstra, em uma escala de -100 a 100, quanto um fornecedor recomendaria o Grupo SOMA como parceiro para outro empreendedor. Por meio do questionário, obtivemos uma pontuação média de 52, o que é classificado como muito bom.

A partir dos resultados, pudemos rever processos ineficientes e repensar estratégias, a fim de contornar os pontos de melhoria levantados e construir um relacionamento cada vez mais forte com a cadeia. O indicador de NPS é agora um índice que passa a ser acompanhado recorrentemente.

Código de Conduta de Fornecedores

Assim como nosso Código de Ética, que valida a cultura interna, o Código de Conduta de Fornecedores procura trazer os requisitos para que um fornecedor atue na cadeia do Grupo SOMA e possa produzir com qualidade para nossos clientes. O Código de Conduta foi atualizado em 2021, e será trabalhado em 2022, para reforçar junto à nossa cadeia de fornecimento diretrizes do Grupo sobre os aspectos sociais, incluindo direitos humanos e ambientais. É uma das formas que encontramos para estimular nossa cadeia a seguir as condutas que esperamos de nossos fornecedores.

Na Cia. Hering, o Código de Conduta de Fornecedores já é uma prática implementada desde 2009, e que em 2022 será atualizada em conjunto com o SOMA.



Cia. Hering – Fornecedores com impactos sociais negativos potenciais e reais GRI 414-2

	2021
Nº de fornecedores avaliados com relação aos impactos sociais	494 (375 facções +119 sourcing nacional)
Nº de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos reais e potenciais	202
Nº de impactos significativos – reais e potenciais – identificados na cadeia de fornecedores	1 impacto negativo referente ao pagamento de salário, identificamos pagamento fora da data base legal pertinente
Nº de fornecedores identificados como tendo impactos sociais negativos significativos, reais e potenciais, com os quais as melhorias foram acordadas em decorrência da avaliação	0
% de fornecedores identificados como tendo impactos sociais negativos com os quais foram acordadas melhorias em decorrência da avaliação realizada	0
Nº de fornecedores identificados como tendo impactos sociais negativos com os quais as relações foram encerradas em decorrência da avaliação.	0
% de fornecedores identificados como tendo impactos sociais negativos com os quais as relações foram encerradas em decorrência da avaliação.	52%

Comunidade GRI 103-2, 103-3 | 203 | 413, 203-2 | ODS 10

Como uma empresa que se baliza em gerar impacto positivo para todos os *stakeholders*, buscamos ser socialmente responsáveis em nossos processos. Impulsionamo-nos a gerar valor compartilhado, sermos diversos e inclusivos para fazer diferença na vida dos nossos colaboradores e das comunidades onde estamos presentes e com as quais nos relacionamos. O impacto que causamos nas comunidades nos retroalimenta - seu desenvolvimento beneficia também o nosso negócio.

Dessa forma, o tema é gerenciado por meio do relacionamento com as comunidades para identificação das necessidades;

desenho de estratégias conjuntas; aprovação de investimentos; parcerias com instituições e controle financeiro de doações. A eficácia da forma de gestão é avaliada de acordo com *feedbacks* de nossos parceiros. Aprendizados são aplicados no dia a dia da gestão e na estratégia dos projetos futuros.

Sabemos que é preciso fazer mais diante de tantas desigualdades do nosso país. Por isso, investimos em diversas iniciativas com as comunidades. No caso da Cia. Hering, esse trabalho é fortalecido por meio da atuação da Fundação Hermann Hering.

Impulsionamo-nos a gerar valor compartilhado, sermos diversos e inclusivos para fazer diferença na vida dos nossos colaboradores e das comunidades.





Fundação Hermann Hering

A Fundação Hermann Hering tem 87 anos de existência. É uma entidade civil com personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, que atua nos eixos de Memória & Cultura e Empreendedorismo, alinhada ao propósito de construir a #ModaProNovoMundo.

Dentre as iniciativas da Fundação Hermann Hering, destaca-se o Museu Hering, fundado em 2010, na cidade de Blumenau-SC, com a missão de promover interações e reflexões sobre o futuro da moda, valorizando o legado da Cia. Hering e de todos que se dedicaram a essa construção coletiva.

Em seus 11 anos de existência, o Museu Hering já recebeu mais de 170 mil visitantes. Em 2021, com a retomada gradual das atividades pós lockdown,

o espaço foi reaberto com uma nova exposição de longa duração e acesso gratuito aos visitantes. A mostra "Um Novo Tempo" recebeu 7.644 visitantes no ano.

Com a reabertura, os eventos no espaço retornaram e, assim, de março a dezembro foram realizadas ações como: 15ª Primavera dos Museus: "Perdas e Recomeços"; Férias no Museu; Oficinas em parcerias com alunos da Universidade Regional de Blumenau (FurB) e Oficinas realizadas pela equipe da FHH.

Além do Museu, a Fundação mantém o Centro de Memória Ingo Hering, onde estão salvaguardados mais de 60 mil documentos que muito revelam sobre a história da moda no Brasil.

A Fundação também mantém ações sociais no eixo empreendedorismo:

5º Brasil Eco Fashion Week - a FHH apoiou a realização do evento que tem o propósito de fomentar ecossistemas globais para uma moda inovadora e responsável, impulsionando a indústria têxtil por meio de suas conexões, discutindo e fomentando iniciativas locais, pautadas pela Economia Criativa.

Colabora Moda Sustentável – a FHH participou de maneira ativa nos encontros do movimento que articula pessoas físicas e jurídicas visando promover mudanças de cultura, influenciar políticas públicas, fortalecer o ecossistema da moda, construir novas narrativas e promover soluções concretas. Em 2021, o foco esteve em construir recomendações para o setor avançar na agenda da moda sustentável, com base em equidade racial e de gênero, integração de pessoas com deficiência, políticas para o grupo de pessoas LGBTQIA+, valorização do trabalho decente

e dos trabalhadores, fortalecimento das pequenas empresas, mais espaço para identidades brasileiras, educação e cultura para moda sustentável, neutralização de impacto, integração da cadeia produtiva, regeneração e circularidade.

Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC) - plataforma de experimentação criativa que trabalha em prol do fomento da indústria da moda e do *design* em Santa Catarina,

conta com participação da FHH, com o projeto Desafio Moda Amanhã. Em 2021, a ação estimulou e premiou estudantes universitários com bolsas de estudos no valor de R\$ 5 mil para cada integrante da equipe vencedora. O time vencedor foi a Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

Farol Criativo – realizado em forma de piloto em 2021, o projeto envolveu encontros em plataformas de educação à distância

+ FHH

Os projetos Retrama (*saiba mais na página 59*), Vestir o Brasil (*saiba mais na página 137*) e Encadeamento Produtivo (*saiba mais na página 127*), já citados neste relatório, também são iniciativas da Fundação Hermann Hering.

(EAD) com futuros empreendedores de todo o Brasil que iniciaram ou reinventaram seus negócios e projetos pessoais, aprenderam sobre criatividade, inovação e propósito de vida. Ao todo foram 55 inscritos, 43 concludentes, 135 horas de trocas de conhecimento, 95 horas de encontros e atividades ao vivo e 40h de estudo.

Parceria com o povo Yawanawá GRI 203-2, 413-1

A FARM, uma das marcas do Grupo SOMA, tem como inspiração a biodiversidade, a cultura brasileira e a essência feminina. Em 2017, foi iniciada a parceria com as mulheres Yawanawá, com lançamento da primeira coleção em 2018. São cinco anos de um encontro que transformou pra sempre o olhar da FARM e do SOMA em relação aos povos indígenas e à natureza. De lá pra cá, buscamos apoiar e devolver para este povo e sua história este lugar de cura, cuidado e respeito.

A profissionalização da elaboração dos acessórios das mulheres Yawanawá transcende a geração de renda e se torna um instrumento de empoderamento feminino. Antes percebida como uma atividade secundária, passou a gerar lucro às mulheres. Assim, o retorno gerado pelo programa possibilitou a quebra de paradigmas relacionados ao gênero nas aldeias. A construção dos acessórios é uma forma de garantir que a cultura, rituais e imagens representativas indígenas se perpetuem no tempo.

Além do trabalho artesanal, os Yawanawá também são inspiração para o desenvolvimento de estampas. Desta forma, a FARM espalha esta linda cultura para o Brasil e o mundo afora.

Todas as ações realizadas respeitam o Plano de Vida Yawanawa, com propostas para o uso do território e a melhoria das condições sociais, econômicas e culturais das famílias.

De 2017 a 2021:

160
artesãs
empoderadas

3.233
peças
produzidas

+ de

R\$ 1 milhão
de geração
direta de renda

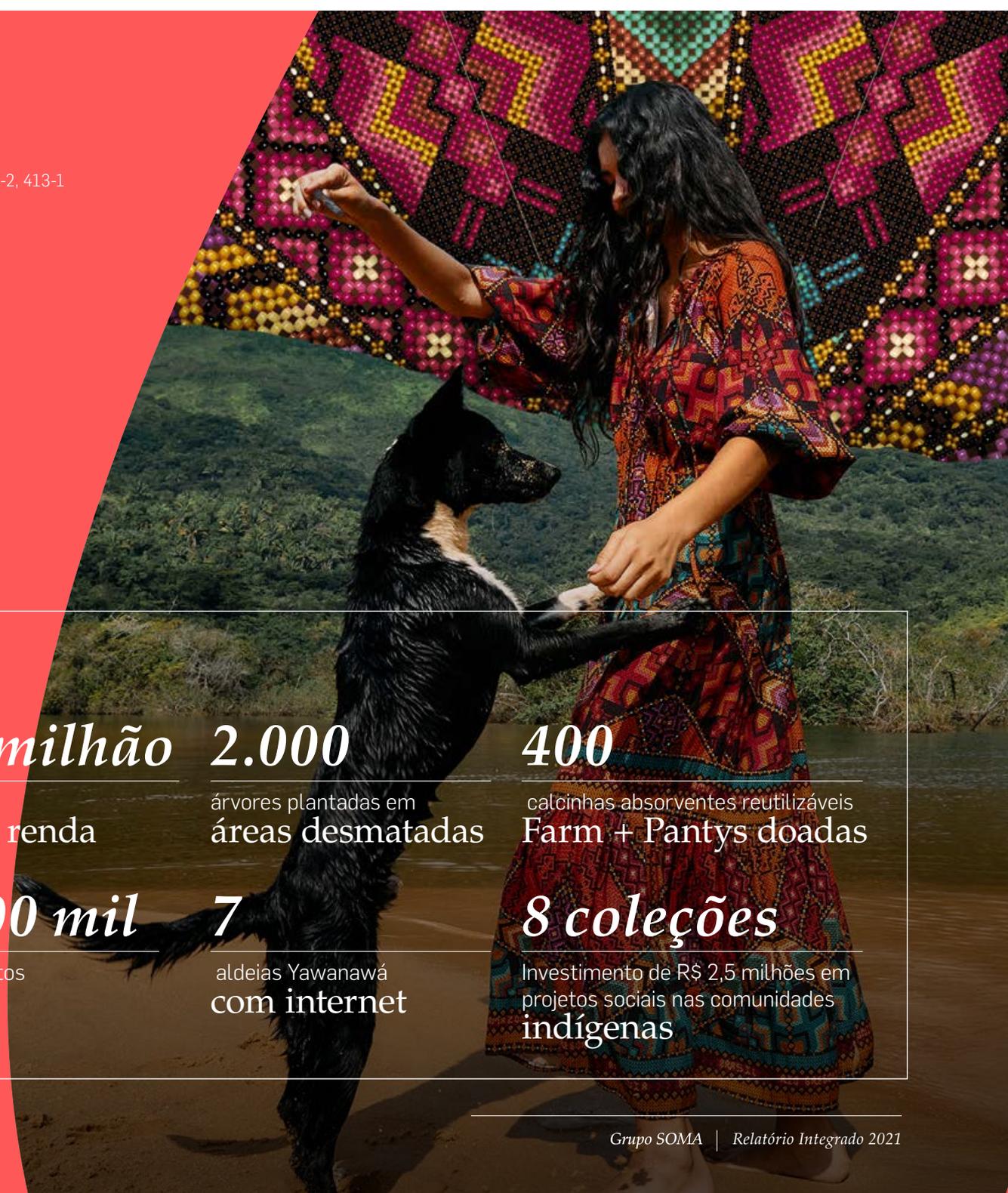
R\$ 400 mil
em investimentos
locais

2.000
árvores plantadas em
áreas desmatadas

7
aldeias Yawanawá
com internet

400
calcinhas absorventes reutilizáveis
Farm + Pantys doadas

8 coleções
Investimento de R\$ 2,5 milhões em
projetos sociais nas comunidades
indígenas



Contrapartidas e investimentos

2017

Início da parceria
R\$ 70 mil

2018

Remuneração
da equipe
R\$ 50 mil

Festival Mariri
R\$ 30 mil

Investimento
em projetos
R\$ 12 mil

Apoio
à Casa das Artes
R\$ 5 mil
(crowdfunding fora
do contrato)

2019

Workshops Sementes
R\$ 25 mil

Barco Rautihu
R\$ 15 mil

Apoio à
Casa das Artes
R\$ 12 mil

2020

Apoio à
Casa das Artes
R\$ 15 mil

Wi-Fi aldeias
R\$ 60 mil

Curso ADM
R\$ 5 mil

Projeto Sementes
R\$ 20 mil

Plantio
Programa Mil árvores
por dia, todos os dias
R\$ 75,8 mil
(fora do contrato)

Doação peças FARM,
Fábula e Partys
R\$ 23 mil

2021

Segurança alimentar
Plantio do Programa
Mil árvores por dia,
todos os dias
R\$ 224,5 mil

Festival Mariri
R\$ 30 mil

Ao todo, foram investidos aproximadamente R\$ 2,5 milhões nos últimos cinco anos. Tivemos oito coleções e atualmente as peças e estampas são também reproduzidas na FARM Global.



Plano de Menina

O projeto Plano de Menina conecta jovens em vulnerabilidade social com conteúdos transformadores compartilhados pela liderança feminina da Maria Filó. E no Dia Internacional da Menina (11 de outubro), a marca entrou no projeto que celebra o protagonismo feminino e zela pelos líderes do futuro.

Casa do Rio

Em 2021, pela quinta vez, a marca CRIS BARROS fez uma parceria com a ONG Casa do Rio, revertendo para a entidade 100% do lucro com a venda do *kit* de seis bolas de Natal (tingidas artesanalmente e confeccionadas em cipó ambé, matéria-prima da floresta Amazônica, manejada de forma sustentável). A parceria beneficiou 58 mulheres artesãs e jovens indígenas de nove etnias diferentes, de duas localidades da Amazônia. Em 2022, o apoio será destinado para a estruturação do Ateliê Derequine, um espaço de afirmação e resgate cultural para as mulheres da etnia Witoto.

Horas da vida

A DZARM doou 100 consultas médicas para o Ciclo do Cuidado do projeto Horas da Vida, que também conta com o apoio do laboratório FEMME na realização de mamografias gratuitamente. O objetivo foi conscientizar, prevenir o câncer de mama e combater o medo, a desinformação e a falta de acesso a consultas e exames. A marca convidou suas clientes a fazerem parte da campanha realizando doações no *site* do Horas da Vida, instituição sem fins lucrativos que atua desde 2013 promovendo a inclusão social e o acesso gratuito à saúde para pessoas em situação de vulnerabilidade social. A campanha contou com um *casting* especial de mulheres reais, entre elas, a oncoinfluencer Mônica Alcantara.

O Câncer de Mama no Alvo da Moda

Em prol da conscientização e prevenção do câncer de mama, a marca Hering tem parceria com a campanha há mais de 25 anos. A renda das camisetas com o Alvo Azul é revertida para o hospital São Camilo Oncologia. No ano de 2021, foram repassados R\$ 46 mil de doações à Instituição.

A Hering é parceira da campanha O Câncer de Mama no Alvo da Moda há mais de 25 anos.



Rede Synapse

Um novo engajamento social da marca CRIS BARROS foi lançado em 2021, tendo como foco o apoio à Rede Synapse, uma iniciativa de professores de escolas públicas que capacitam outros professores e se ajudam mutuamente com o intuito de promover a alfabetização de qualidade para crianças de lugares diferentes do Brasil.

A CRIS BARROS convidou mães amigas da marca e seus filhos a participarem de duas campanhas onde 100% do lucro da primeira venda de peças iguais às usadas pelas convidadas foi revertido para Rede Synapse, permitindo colaborar com +40 municípios em três novos estados nos próximos três anos.

Vestir o Brasil

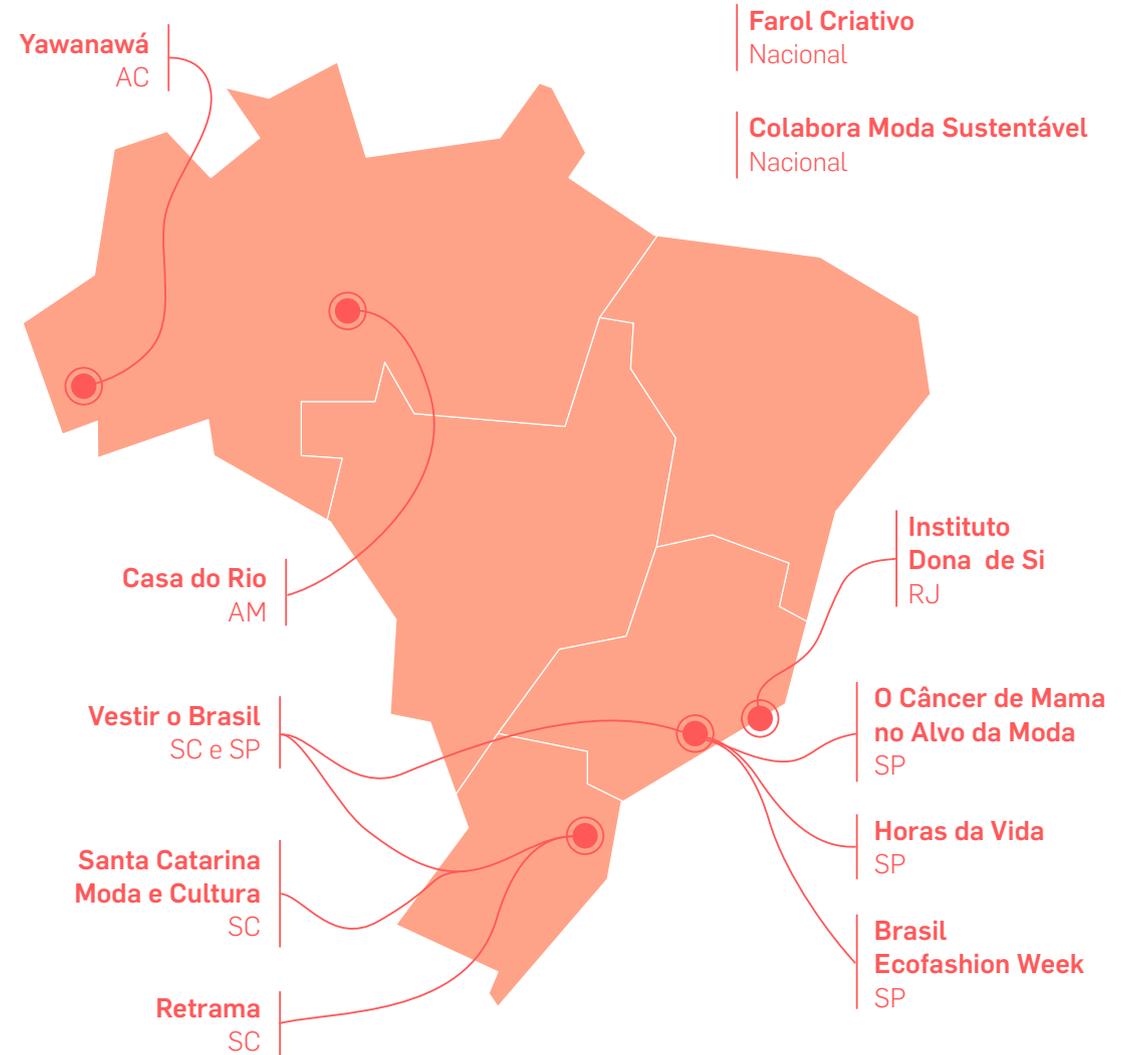
O projeto consiste em oficinas de inovação e criatividade para jovens estudantes de 14 a 24 anos, com o intuito de estimular o desenvolvimento de novos produtos para uma moda sustentável. É realizado pela Cia. Hering em parceria com a Fundação

Hermann Hering, o Instituto Reciclar e a *Junior Achievement* Santa Catarina. Em 2021, tivemos 113 participantes, 14 mentores, 18 horas de formação e 19 projetos desenvolvidos. Desta forma, houve um aumento de 56% no número de jovens participantes em relação ao ano anterior (72 participantes em 2020).

Instituto Dona de Si

Além de mil peças de roupas doadas pela Animale Vintage para o Instituto Dona de Si, os R\$ 99.692,25 revertidos com a venda impactaram diretamente pelo menos 300 mulheres da comunidade Morro dos Prazeres. Trinta delas se formaram no Lab de Moda e desenvolveram 17 coleções, a partir do núcleo de Corte e Costura, que tem como propósito acelerar talentos, apoiando mulheres a se inserir no mercado de trabalho e conquistar autonomia financeira por meio da geração de renda e empreendedorismo.

Abrangência nacional GRI 413-1



Segundo ano de Covid-19

Com a entrada de 2021 ainda com a pandemia em ascensão, continuamos cuidando das pessoas. Os colaboradores que puderam permanecer em *home office* e, quando essa modalidade não foi possível, seguimos protocolos de segurança e higiene, de acordo com as normas de cada localidade.

Para as comunidades, continuamos prestando apoio ao longo do ano para ajudar a amenizar os impactos provocados pela crise sanitária, por exemplo, contribuimos para a campanha de vacinação e continuamos realizando doações de máscaras.

Unidos pela Vacina

O Grupo SOMA apoiou o movimento Unidos pela Vacina viabilizando infraestrutura para que pudessem ser aplicadas mais de 86 mil doses de vacina contra a Covid-19 em

uma unidade de vacinação no Campo de São Bento, em Niterói.

A Cia. Hering também participou do movimento, promovendo doações de insumos e serviços necessários para acelerar o processo de imunização em 38 cidades nas regiões de Santa Catarina e Goiás, estados onde estão localizadas unidades da companhia. As doações incluíram materiais como freezers, câmaras de conservação, caixas coletoras de seringas, bobinas de gelo reutilizáveis, além de termômetros, e foram entregues em julho de 2021.

Gastromotiva

Fundada em 2006, a Gastromotiva é uma organização que oferece formação profissional para empreendedores, auxiliares e *chefs* de cozinha, e projeta que os alunos sejam

Lista de cidades adotadas pela Cia. Hering:

- > **SC:** Blumenau, Benedito Novo, Gaspar, Guabiruba, Ilhota, Luís Alves, Navegantes.
- > **GO:** Abadiânia, Alexânia, Anápolis, Campo Limpo de Goiás, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Gameleira de Goiás, Goianápolis, Pirenópolis, Teresópolis de Goiás, Adelândia, Aurilândia, Buriti de Goiás, Cachoeira de Goiás, Córrego do Ouro, Firminópolis, Palmeiras de Goiás, Palminópolis, Paraúna, Sanclerlândia, São João da Paraúna, São Luís de Montes Belos, Turvânia, Barro Alto, Goianésia, Itaguaru, Jaraguá, Mimoso de Goiás, Padre Bernardo, Santa Rita do Novo Destino e Vila Propício.



replicadores da sua metodologia. São múltiplos impactos utilizando a gastronomia como ferramenta de transformação social e combate ao desperdício. Em 2021, a iniciativa uniu forças com mais dois projetos – Junta Local e o Chega Junto, ambos no Rio de Janeiro, para criar a Junta Solidária. Assim, capacitou refugiados em vulnerabilidade social e insegurança alimentar. Uma ponte foi construída entre quem precisava comer e quem precisava trabalhar: de um lado pessoas em situação de rua e famílias que queriam comida no prato em meio ao caos pandêmico. De outro, pequenos produtores e expositores refugiados que ficaram sem suas feiras presenciais por causa do isolamento social. O resultado foi gastronomia consciente e com afeto. O Grupo SOMA apoiou essa parceria com R\$ 100 mil, que estão possibilitando 1.500 refeições por mês durante um ano (de julho de 2021 a julho de 2022).

Digitalização de multimarcas

A iniciativa teve início em 2020, como um piloto com objetivo de contribuir para que os parceiros das multimarcas do Grupo

mantivessem seu faturamento no início da pandemia da Covid-19. Num cenário de lojas fechadas e baixa penetração digital, pois poucos deles tinham *e-commerces* próprios, a medida teve grande impacto social, garantindo a sobrevivência dos negócios. No primeiro ano, foram movimentados R\$ 22 milhões pelo programa (9% do faturamento total do canal). Já em 2021, no Grupo SOMA, R\$ 99 milhões do faturamento foram provenientes do programa (23% do faturamento total do canal, crescimento de 350% em comparação ao ano anterior).

Instituto Bem do Estar

Inspirados pelo tema “Consciência” da coleção de inverno 2021 da Animale, nos unimos ao Instituto Bem do Estar, que tem como propósito acolher as pessoas, principalmente mulheres, em relação à saúde mental, contribuindo para prevenção de doenças psicológicas e para uma sociedade mais consciente e saudável, entendendo que o contexto pandêmico é desafiador em vários sentidos e as pessoas devem ser cuidadas. Em 2021, foram investidos R\$ 28 mil no projeto.

Conexões que salvam

Comprometida com as pessoas, a Cia. Hering conectou sua rede para iniciativas de colaboração. Em um momento de urgência, de agravamento da pandemia, escolheu investir em ações que contribuíssem com bem-estar, saúde e segurança das comunidades, e, com foco em amenizar os impactos da fome, doou, de maio a dezembro de 2021, 100 cestas básicas por mês para a CUFA e 100 cestas básicas por mês para o G10, além de R\$ 50 mil reais para cada uma das instituições investir em ações voltadas ao empreendedorismo – como a compra de chips de conexão que viabilizaram o acesso à internet para que mulheres pudessem trabalhar como representantes de venda. Além disso, a marca Hering também se engajou trazendo a ação para seus canais de venda. A cada camiseta comercializada no fim de semana de 17 a 22 de maio, a Hering reverteu 100% da venda para CUFA e G10, resultando em um montante de R\$ 221 mil repartido igualmente entre as duas instituições.



Nossos clientes

GRI 103-2, 103-3 | 417

A razão de existir de nossas marcas é gerar encantamento e desejo em cada um de seus clientes. E eles são muitos, felizmente.

A base ativa de clientes SOMA fechou 2021 com 1,4 milhão de cadastros e, a de Cia. Hering, com 3,5 milhões. É muita gente! E é por essas pessoas que nossos colaboradores criam, inovam, experimentam, ousam e trabalham.

Por trás da escolha de estampas, peças, linhas, coleções e modelos, o Grupo SOMA implementa muita inteligência. São utilizados estudos de consultorias e análises de mercado, bem como dados obtidos por meio de inteligência artificial para entender nossos públicos e para que possamos oferecer a eles a melhor experiência de compra, seja nas lojas próprias e franquias, em uma multimarca ou pelo canal digital.

GRI 103-2, 103-2 | 417

As marcas buscam manter uma comunicação ativa com seus clientes, tanto por meio de ferramentas como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), como pela ouvidoria, Canal de Ética, divulgação de resultados, *sites* e redes sociais, bem como reportes anuais, como este documento.

O Grupo SOMA também utiliza o mecanismo de eNPS para medir o nível de satisfação de seus colaboradores (*saiba mais na página 97*) e o sistema de OKR para definição e medição de objetivos-chave e resultados específicos para cada área da empresa. O NPS com os clientes é imediato após a compra – a cada transação, o cliente recebe um *e-mail* para responder a avaliação. GRI 417-1

Voz dos clientes

A Hering realizou, em 2021, uma pesquisa on-line junto a 800 pessoas (sendo 200 clientes) na faixa entre 25 e 55 anos das classes AB no Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), região metropolitana de São Paulo e interior do estado e Porto Alegre (RS). Como resultado, foi a marca mais lembrada de forma espontânea para 30% dos entrevistados. 99% do total conhecem a Hering e 77% a consideram como uma opção na hora de comprar roupas. Desse último grupo, a maioria tem entre 35 e 44 anos e são pertencentes à classe A.

Ainda, os participantes reconhecem Hering como a marca com mais atributos de sustentabilidade e responsabilidade ambiental. Entre o grupo de compradores da marca, além destacarem a qualidade dos produtos, a maioria afirma que "vale o que custa", "é única", "é uma marca que tenho orgulho de usar", "me trata de forma justa" e "faz eu me sentir valorizado".

Valor da marca

Em 2021, a Hering foi classificada no Ranking Interbrand dentre as 25 marcas mais valiosas do Brasil.

O Básico do Brasil, um patrimônio cultural deste país, se atualiza e fortalece os laços com seu público, sempre dialogando com o espírito do tempo.

O ranking Interbrand, utiliza a metodologia de Força de Marca, consolidando em um único indicador de desempenho chave, a capacidade da marca em impulsionar os resultados dos negócios e atender às expectativas dos clientes.

Pesquisa mostra que clientes da Hering a consideram uma marca "única", "que tenho orgulho de usar", entre outros atributos.





#adoroFARM

A FARM realizou uma pesquisa qualitativa com 86 horas totais de duração, em 2021, com 34 pessoas de seu time e 40 consumidoras para entender melhor esses públicos, sua relação com a marca e aspirações.

Em relação às consumidoras, todas reconhecem o estilo da FARM, como sendo muito bem definido e autoral. Foi identificado um novo perfil, de Lovers, formado por apaixonadas pela marca, de maneira não registrada em pesquisas anteriores, e que se conectaram à FARM por ser inclusiva e democrática em relação a idades e corpos diferentes.

Outros dois perfis importantes foram das abandonadoras, que se consideram fãs da marca, mas não se reconhecem mais na marca (parte quer voltar, outras consideram que seu tempo já passou). As prospects, por sua vez, admiram a marca, por conta de seus

atributos de inclusão e sustentabilidade, mas não se reconhecem no estilo.

No grupo total das consumidoras, os grandes destaques da marca foram o projeto de reflorestamento “Mil árvores por dia todos os dias”, a reutilização de tecidos, projeto com a comunidade Yawanawá e a preocupação com a pegada de carbono. Também destacaram as modelos com corpos diversos no site da marca. Um dos pontos citados a serem melhorados está o atendimento nas lojas.

Entre o time interno, há uma divisão em relação ao novo posicionamento mais inclusivo da marca. Um grupo acredita que ela pode ser ainda mais disruptiva no mundo da moda e outro grupo temem a perda de aspiração em relação à FARM e o risco de que se torne “comum”. O time relata grande orgulho em trabalhar e fazer parte da trajetória da marca e encaram os desafios do dia a dia como impulsionadores.

Governança

Moda mais ética

TEMAS MATERIAIS

- > TRANSPARÊNCIA NO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES.
- > ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE.

CAPITAIS



HUMANO



SOCIAL E
RELA-
CIONA-
MEN-
TO

ODS



16 PAZ, INSTITUIÇÕES
EFICAZES
E JUSTIÇA



17 PARCERIAS
PARA A
IMPLEMENTAÇÃO



Nossa estrutura organizacional GRI 102-18

O Grupo SOMA nasceu com duas marcas ícones e singulares, a FARM e a Animale. A partir dessa primeira união, outras grandes marcas se agregaram gradativamente. Para criar um Grupo integrado, respeitando o jeito de cada marca e permitindo um crescimento sustentável, foi preciso, desde cedo, adotar boas práticas para consolidar a governança. Faz parte da nossa trajetória o comportamento ético e transparente, bem como a aplicação de fluxos e processos que permitam a rápida tomada de decisão, baseando-se em evidências e em solo seguro, sem transformar a gestão em burocracia e garantindo a liberdade de criação.

Esse tipo de gestão demanda a criação e o cumprimento de políticas com regras objetivas que façam sentido aos públicos interno e externo, regulando com transparência e equidade os relacionamentos com todos os stakeholders. Essa base, com as principais práticas, regras e processos reunidos, já estava pronta quando foi realizado nosso IPO (Initial Public Offering), em 2020. Desde então, o Grupo SOMA está listado no Novo Mercado da B3, segmento que contempla as companhias que possuem um alto padrão de governança corporativa, aplicando, voluntariamente, regras que vão além da legislação, que dirigem, monitoram e incentivam a atuação de acionistas, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas.

Conselho de Administração

Responsável por estabelecer nossas políticas comerciais gerais, estratégia de longo prazo e monitorar nossa diretoria executiva. Não possui atividades executivas. É composto por sete membros, sendo que pelo menos 20% deles devem ser independentes. São eleitos para mandatos de dois anos em nossa Assembleia Geral de Acionistas, sendo permitida a reeleição.

As boas práticas de gestão corporativa fazem parte de nossa trajetória.



Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças

Responsável pelo assessoramento vinculado ao Conselho de Administração. É dotado de autonomia operacional, tendo entre as suas atribuições e competências questões relativas ao gerenciamento de riscos, controles de auditoria e avaliação de resultados, englobando, entre outros aspectos, as informações não financeiras materialmente relevantes à agenda ESG da Companhia e suas marcas. É composto por, no mínimo, três membros, nomeados pelo Conselho de Administração, sendo que ao menos um deles deve ser um conselheiro independente e pelo menos um deles deve ter reconhecida experiência em assuntos de contabilidade societária.

Com a mais recente união, o Grupo SOMA incorporou, ao final de 2021, o Comitê de Sustentabilidade de Cia. Hering. Em 2022, o Comitê de Gente do SOMA passa a ser o Comitê ESG.

Comitê de Gente

Composto pelas áreas de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação, além de três Conselheiros, sendo dois deles membros do nosso Conselho de Administração e uma conselheira independente. O papel do Comitê é discutir os temas que levarão o Grupo SOMA a ser reconhecido como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil. O Comitê faz uma imersão profunda em diversidade e, em 2022, evoluiu para um fórum que abarca todos os temas ESG do Grupo SOMA, para além das questões sociais.

Comitê de Sustentabilidade

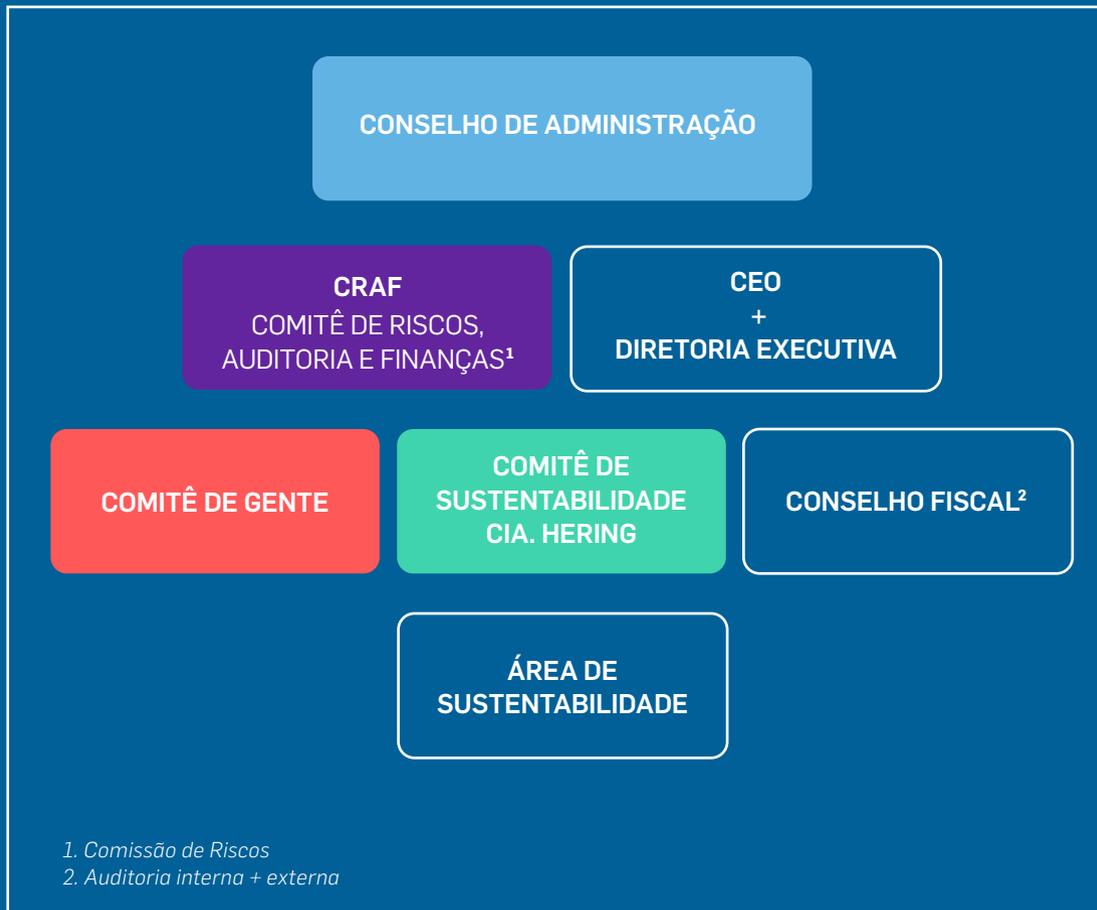
A combinação de negócios com a Cia. Hering trouxe, para o SOMA, um Comitê de Sustentabilidade já estabelecido. Sua função é assessorar o Conselho em relação às políticas e práticas de sustentabilidade da companhia. Já em 2021, a área de Sustentabilidade e o Comitê passaram a trabalhar juntos a fim de alinhar a estratégia e plano de ação nas frentes ESG. O Comitê de Sustentabilidade teve participação ativa na revisão da Matriz de Materialidade do Grupo SOMA e aprovou a integração do inventário de carbono SOMA e Cia. Hering a partir de 2021.

Diretoria Executiva

Responsável pela administração geral dos negócios e atividades do Grupo SOMA, incluindo o monitoramento e implantação dos programas, ações e iniciativas estratégicas do Grupo SOMA e suas marcas. Pode ser formada por, no mínimo, dois e, no máximo, sete membros eleitos pelo Conselho.



Governança ESG



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Fábio Hering
Presidente do Conselho de Administração

Marcel Sapir
Vice-Presidente do Conselho de Administração

Roberto Luiz Jatahy Gonçalves
Conselheiro

Marcello Bastos
Conselheiro

Rachel Maia
Conselheira Independente

Haroldo Luiz Rodrigues Filho
Conselheiro Independente

Maria Laura Santos Tarnow
Conselheira Independente

Igor Chalhub de Abreu Lima
Conselheiro

Edison Ticle de Andrade Melo e Souza Filho
Conselheiro Independente

COMITÊ DE RISCOS, AUDITORIA E FINANÇAS

Edison Ticle
Conselheiro

Marcel Sapir
Conselheiro

Mauro Moreira
Membro externo

COMITÊ DE GENTE

Roberto Jatahy
CEO e Conselheiro

Roberta Bicalho
Diretora Executiva de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação

Maria Laura Santos Tarnow
Conselheira

Marcel Sapir
Conselheiro

Maria Aparecida Fonseca
Conselheira Independente

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE CIA. HERING

Fábio Colletti Barbosa
Coordenador

Fábio Hering
membro do Comitê

Thiago Hering
membro do Comitê

Renata Vivan Del Bove
membro do Comitê

Caroline Muzzi Bufarat
membro do Comitê

Roberta Bicalho
Diretora Executiva de Gente, Gestão, Sustentabilidade e Comunicação

Taciana Abreu
Head de Sustentabilidade

Mulheres na Alta Liderança

ODS 5

23% do nosso Conselho de Administração é formado por mulheres, valor que nos posiciona acima da média das empresas de capital aberto no Brasil.

Segundo estudo da XP Investimentos, 38,5% das empresas listadas na B3 não possuem mulheres no Conselho de Administração. Além disso, temos 51% de mulheres na Alta Liderança.

**Alta liderança: 2 níveis abaixo do CEO. Para cálculo consideramos Diretores Executivos, Diretores de Unidades de Marca, Diretores, Gerentes Executivos, Gerentes Gerais e Heads.*



Ética, integridade e compliance

GRI 103-2, 103-3 | 205 | 406 | ODS 8

Para o Grupo SOMA, ética é mais que um valor, é uma prática diária. Não toleramos qualquer tipo de discriminação ou desvio de conduta.

As políticas, códigos, estatutos e comitês do Grupo SOMA e da Cia. Hering que visam a orientação e manutenção do comportamento ético estão disponíveis no site institucional. Adicionalmente, a Cia. Hering possui, desde 2020, uma Política de *Compliance*, em que perpetua seu compromisso em monitorar práticas de corrupção nos diferentes processos e operações existentes na organização. A avaliação de riscos relacionados à corrupção é feita de forma corporativa, e 100% dos colaboradores são aderentes ao Código de Conduta e Ética do Grupo SOMA. Em 2021, não houve riscos significativos relacionados à corrupção. GRI 205-1

O Grupo SOMA disponibiliza um canal de denúncias (Contato Seguro), que pode ser

utilizado por colaboradores e por terceiros, parceiros, prestadores de serviço e representantes comerciais, por meio do [site](#) ou telefone (0800 601 8662). As queixas ou demandas são gerenciadas por uma empresa terceirizada. A Cia. Hering também possuía seu próprio canal de denúncias, e, em 2021, à luz da fusão com Grupo SOMA este canal foi unificado.

Além do canal de denúncias, o Grupo SOMA possui outros meios para interagir com seus *stakeholders* (*WhatsApp*, mídias sociais e *sites* das marcas), nos quais recebe comentários, elogios ou queixas. Cada marca do grupo tem autonomia para tratar das questões da forma mais ágil e eficiente possível. GRI 103-2



Como são apuradas as queixas do Canal de Ética

O Canal de Ética é formado por dois comitês:

Comitê Operacional - recebe as denúncias, exceto em casos de denúncias de Diretores e Membros do próprio Comitê.

- > Não recebe notificações de registros do Comitê Corporativo;
- > Se os membros do Comitê Operacional forem denunciados, o registro será enviado ao Comitê Corporativo.

Comitê Corporativo - recebe denúncias de diretores, membros do Comitê Operacional e membro do Comitê Corporativo (quando for apenas um membro).

- > Não recebe notificações de registros do Comitê Operacional;
- > Possui acesso visual aos registros do(s) comitê(s) inferior(es);
- > Se os membros do Comitê Corporativo forem denunciados, o registro será enviado ao Comitê Operacional.



Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas GRI 406-1

2021	Grupo SOMA	Cia. Hering
Casos de discriminação	61	9
Casos investigados pela organização	61	9
Plano de reparação implementado	61	9
O plano de reparação foi implementado e seus resultados analisados por meio de processos rotineiros de análise de gestão interna	61	9
O caso não está mais sujeito a ação (ou seja, está resolvido, concluído)	61	9
Total	61	9

Gestão de Compliance

Este ano passamos por uma reestruturação na nossa gestão de Compliance. Revisitamos nosso Código de Conduta e Ética, as organizações e composições do comitês - inclusive comitês temáticas, nossa política de gestão de consequências, otimizando nossos fluxos de tratativas, tornando nossa gestão do setor de Compliance mais robusta, assim apresentando nos próximos relatos indicadores mais assertivos que reflitam a governança do Grupo.

Além disso, esse ano tivemos a união dos Gigantes Cia Hering e Grupo Soma que possuem formas diferenciadas de gestão e diferentes graus de maturidade nas operações. Os processos se tornarão unificados a partir de 2022, para que possamos assim apresentar nos próximos relatos indicadores mais assertivos que reflitam a governança do Grupo SOMA como um todo.

Este ano, os letramentos referentes ao Código de Conduta e Ética, além da maior divulgação do Canal de Ética nos documentos atualizados de Governança, trazem como reflexo um aumento no número de casos reportados e tratados.

Índice de Transparência da Moda

Desde 2018, é publicado no país o “Índice de Transparência da Moda Brasil”, uma iniciativa do movimento Fashion Revolution. O índice é calculado a partir de uma análise anual de grandes marcas e varejistas de moda que operam no país, classificadas de acordo com o nível de informações que divulgam publicamente sobre suas políticas, práticas e impactos em direitos humanos e meio ambiente, em suas operações próprias e em suas cadeias produtivas. É um incentivo à transparência na prestação de contas dos impactos socioambientais do setor.

O Índice é elaborado a partir de informações públicas (*sites* e relatórios de responsabilidade social, ou de sustentabilidade) e do questionário enviado aos representantes das marcas. São avaliadas cinco categorias: “Políticas e Compromissos”, “Governança”, “Rastreabilidade”, “Conhecer, Comunicar e

Orçamento de compras gasto com fornecedores locais* GRI 204-1

Marca	Período			
	2018	2019	2020	2021
Animale	15%	12%	21%	25%
FARM	15%	12%	24%	28%
Hering	17%	26%	57%	40%
Total de marcas selecionadas	20	30	40	50
Média de pontuação de outras marcas do mercado	17%. Apenas duas marcas tiveram pontuação acima de 50%	16%. Apenas uma marca teve pontuação acima de 60%	21%. Apenas uma marca teve pontuação acima de 70%	18%. Apenas uma marca teve pontuação acima de 60%

*A variação anual pode ser explicada pelo aprimoramento constante de metodologia de avaliação.

Resolver” e “Tópicos em Destaque”.

Do Grupo SOMA, as marcas Animale, FARM e Hering aparecem nos relatórios desde a edição de 2018. É importante mencionar que os critérios do Índice buscam se aproximar das questões mais relevantes ao contexto de cada ano e, ainda, fomentar a evolução do segmento, ampliando o rigor das análises. Por isso, variações de um

ano para outro registradas pelas marcas analisadas não significam, necessariamente, pioras ou retrocessos na transparência, mas o resultado de novas exigências, não contempladas anteriormente. Para a avaliação de 2021, foram adicionados 24 indicadores em comparação com 2020. Além disso, a ponderação atualizada das pontuações foi projetada para incentivar uma divulgação pública de informações mais

detalhadas, colocando maior ênfase nos resultados, impactos e dados que possam ser utilizados de forma útil e mais prática por *stakeholders* externos ao responsabilizar as marcas.

Gestão de riscos GRI 102-11

Seguimos os procedimentos previstos em lei para evitar ou mitigar eventuais danos ao meio ambiente, às pessoas e às comunidades causados por nossas operações. A forma como lidamos com os riscos está estabelecida em nossa [Política de Gerenciamento de Riscos](#). Nosso Comitê de Riscos, formado por pessoas da alta liderança com diferentes *expertises*, promove uma gestão preventiva dos riscos socioambientais de acordo com o modelo COSO e a metodologia ISO 31000, com revisão realizada pelo menos uma vez ao ano.

Os riscos socioambientais do Grupo SOMA são monitorados em atuação conjunta das áreas de Sustentabilidade, Jurídico, *Compliance* e Controladoria. Os principais riscos ambientais identificados, assim como as estratégias para mitigação, constam na [página 72](#). A Cia. Hering conta ainda com uma Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE), que monitora e delibera sobre os impactos

ambientais de todas as suas unidades e novos projetos, considerando o consumo de combustíveis, de energia e de água, além da geração de resíduos e efluentes.

A Cia. Hering conta ainda com dois comitês relacionados a produtos químicos, voltados à gestão ambiental e desenvolvimento de produtos de menor impacto.

Especificamente com relação ao Risco da Urgência Climática, o Grupo SOMA e a Cia. Hering se tornaram Carbono Neutro em 2021 por meio da compensação das emissões de 2020. Vale ressaltar que o Grupo SOMA neutralizou todos os escopos 1, 2 e 3 mapeados e Cia Hering também, excluindo de seu escopo 3 matéria-prima, viagens a negócios e franquias. O único produto que teve sua matéria-prima compensada no escopo 3 de Cia. Hering foi a camiseta World (*saiba mais na página 68*). Comprometemo-nos a ir além, reduzindo nossas emissões anuais até atingirmos o Net Zero. Também seguimos

advogando pela causa para que a mitigação dos impactos das mudanças climáticas aconteça para além de nossas portas.

O risco climático está mapeado e está sendo acompanhado. A metodologia está descrita na nossa Política de Gerenciamento de Riscos. Trata-se de um risco que impacta também nossa cadeia de valor, com consequências como: escassez de água, alterações na qualidade do solo, mudança no regime de cultivo e colheita de matérias-primas essenciais para o funcionamento das nossas operações. Entre as oportunidades para mitigação estão a busca por ecoeficiência, o

investimento em otimizações de processos e a redução da emissão de Gases de Efeito Estufa. Também podem ser consideradas ações de compensação para promover o equilíbrio de microclimas, fertilizando o solo, aumentando a retenção de água e a boa qualidade nas propriedades biológicas, físicas, químicas e geológicas das matérias-primas. GRI 201-2

Como exemplo de iniciativa, destacamos o programa "Mil árvores por dia, todos os dias" (*saiba mais na página 65*), que apresenta a oportunidade em médio e longo prazos de criação de créditos de carbono de reflorestamento.

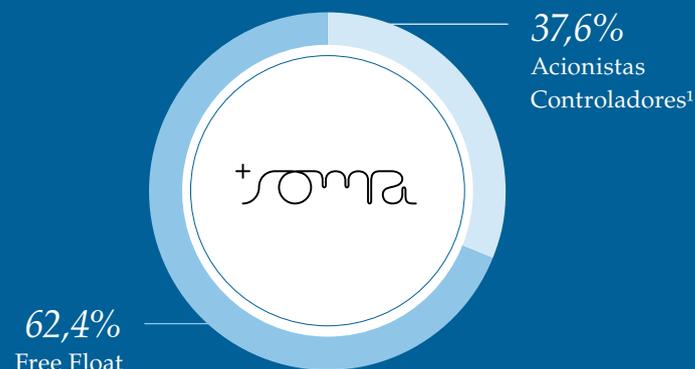
Resultados econômicos e financeiros

O Grupo SOMA entregou resultados recordes em 2021, tanto considerando seu portfólio de marcas com e sem Cia. Hering. Foi o melhor resultado econômico da história do Grupo.

Para saber os resultados financeiros em detalhes e a performance por marca, acesse [aqui](#). GRI 201

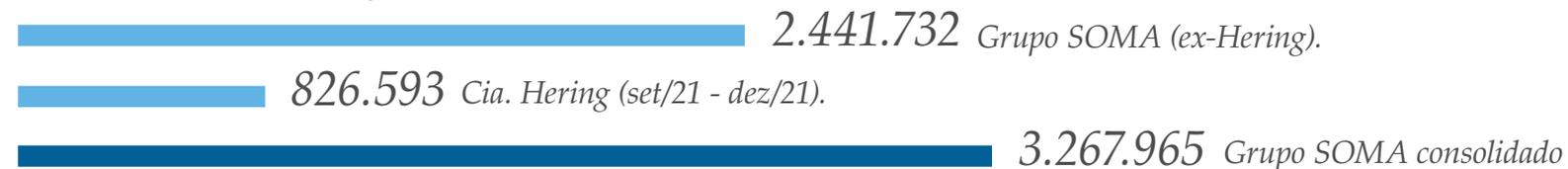
Para "Grupo SOMA consolidado" considerou-se a somatória com os resultados de Cia. Hering pós combinação de negócios, ou seja, a partir de setembro de 2021.

Estrutura de capital



¹ Considera os acionistas controladores e membros de Administração

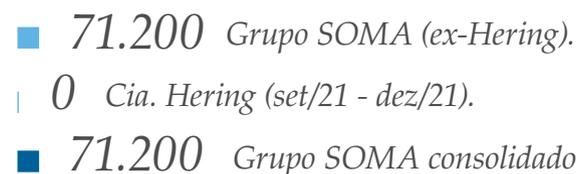
Valor econômico direto gerado: Receita bruta



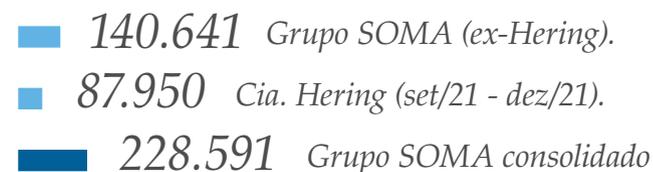
Valor econômico distribuído: Provisão para créditos de liquidação duvidosa, insumos adquiridos de terceiros, retenções, valor adicionado recebido em transferência, pessoal e encargos, impostos, taxas e contribuições, remunerações de capitais de terceiros.



Dividendos



Valor econômico retido: Valor econômico direto gerado menos valor econômico distribuído e menos dividendos.



O futuro é um lugar que se conquista

Olhando à frente, temos a percepção de que há muitas possibilidades para nós, como plataforma de marcas. Em 2021, investimos em estudos e consultorias para melhor entendimento dos mercados em que atuamos e nossas oportunidades de crescimento. Com base nesses dados é que nossa visão é bastante otimista. O mercado endereçável para nossas marcas ainda é muito amplo, o que nos impulsiona é buscar as seguintes conquistas:

1. um crescimento sustentável de receita de 15% ao ano, equivalente ao dobro a cada cinco anos;
2. avanço constante na margem bruta e na margem EBITDA;
3. disciplina na alocação de capital, com foco em geração de caixa e aumento no retorno de capital investido;
4. agenda acelerada para que os canais digitais e multimarcas sejam importantes alavancas de crescimento;
5. atenção a novas oportunidades de compras, fusões e licenciamentos.



Assim, traçamos nossa estratégia de aceleração que passa pelas seguintes alavancas de crescimento no nível das marcas:

- > Integração e ganho de eficiência da Cia Hering e suas marcas;
- > Exponencialização da FARM Global e da NV;
- > Crescimento sustentável da FARM e Animale;
- > Aceleração das marcas com < R\$ 30 M de EBITDA - Fábula, Foxton, Cris Barros e Maria Filó, por meio da criação de uma nova Diretoria Executiva.



ODS e capitais

Mapa de ODS e capitais

	ODS	Impactos positivos	Impactos negativos	Capitais	Temas materiais
Ambiental		<ul style="list-style-type: none"> • Redução do consumo de água e geração de efluentes. • Gestão de resíduos e tratamento de água. • Programa Mil Árvores por dia, todos os dias. • Reserva florestal Cia. Hering. • Gestão de carbono (indiretamente). • Treinamentos sobre o tema (Semana ESG). 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de água na produção têxtil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produto de menor impacto.
		<ul style="list-style-type: none"> • Pequenas Centrais Hidrelétricas (Cia. Hering). • Plano de redução de emissões de carbono. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energia nas unidades operacionais e administrativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produto de menor impacto. • Mudanças Climáticas.
		<ul style="list-style-type: none"> • Ecoeficiência na indústria. • Infraestrutura de qualidade. • Produção própria e terceirizada (modelo híbrido, para otimizar operações). • Projetos de inovação SomaLabs incluindo transformação digital. • Projetos Fashion Hub. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pulverização da cadeia de valor e das unidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manufaturado. • Intelectual. • Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade e segurança do produto. • Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.
		<ul style="list-style-type: none"> • Produtos de menor impacto. • Certificações ambientais. • Matéria-prima responsável. • Uso eficiente dos recursos naturais. • Análise de ciclo de vida de produto. • Iniciativas de upcycling. • Gestão de resíduos. • Gestão de carbono e compromisso SBTi. • Programa Mil Árvores por dia, todos os dias. • Estação de tratamento de água (Cia. Hering). • Campanhas de sustentabilidade das marcas. • Treinamentos sobre sustentabilidade para público interno. • Avaliações de impacto do negócio (BIA - B Impact Assessment). • Atuação da Fundação Hermann Hering para desenvolvimento de cultura e empreendedorismo nas comunidades. • Parceria Yawanawá 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento na produção. • Calendário de lançamentos atrelado ao varejo de moda. • Vida útil dos produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manufaturado. • Social e de relacionamento. • Natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência no relacionamento com clientes. • Qualidade e segurança do produto. • Gestão de resíduos têxteis e não têxteis. • Produto de menor impacto. • Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.

	ODS	Impactos positivos	Impactos negativos	Capitais	Temas materiais
Ambiental		<ul style="list-style-type: none"> Gestão de carbono e compromisso SBTi. + de 70% da matriz energética de fonte renovável. Programa Mil Árvores por dia, todos os dias. Reserva florestal Cia. Hering. Avaliação de riscos ambientais + TCFD. Política de Sustentabilidade. Treinamentos sobre sustentabilidade para público interno. Publicação de metas socioambientais. Investimentos em Sustentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Emissões de Gases de Efeito Estufa Resíduos gerados. Consumo de água. Consumo de energia. 	<ul style="list-style-type: none"> Natural. Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Mudanças climáticas.
		<ul style="list-style-type: none"> Programa Mil Árvores por dia, todos os dias + mapeamento sobre biodiversidade na área do projeto. Programa Yawanawá. Parceria Ampara Animal. Reserva florestal Cia. Hering. Gestão de carbono. Gestão de resíduos. 	<ul style="list-style-type: none"> Monoculturas, em especial do algodão Resíduos gerados. 	<ul style="list-style-type: none"> Natural. Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidade social. Gestão de resíduos têxteis e não têxteis. Mudanças climáticas.
		<ul style="list-style-type: none"> Projetos Fashion Hub. Programa Mil Árvores por dia, todos os dias. Organizações parceiras para execução de projetos sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> Segredos industriais. 	<ul style="list-style-type: none"> Social e de relacionamento. Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidade social. Diversidade, equidade e inclusão. Respeito aos direitos humanos. Ética, integridade e <i>Compliance</i>. Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.
Social		<ul style="list-style-type: none"> Unidos pela Vacina. Campanhas internas de vacinação da gripe (Cia. Hering). Testes Covid. Práticas de saúde e bem-estar + treinamentos. Campanhas (Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Saúde mental, por exemplo). Gympass. Planos de saúde e odontológico. Ambulatórios. Formato de trabalho híbrido. Treinamentos para manuseio de produtos químicos. Desenvolvimento de químicos menos impactantes (P&D Cia. Hering). Gestão de carbono (indiretamente - qualidade do ar). 	<ul style="list-style-type: none"> Manuseio de maquinários pesados e químicos. Ergonomia. Doenças ocupacionais. 	<ul style="list-style-type: none"> Humano. Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Saúde e bem-estar. Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores.

	ODS	Impactos positivos	Impactos negativos	Capitais	Temas materiais
Social		<ul style="list-style-type: none"> • Representatividade de mulheres no quadro de funcionários e política salarial equitativa. • Compromisso "Equidade é prioridade - gênero" - Pacto Global. • Compromisso ONU Mulheres. • Metas de diversidade. • Letramento contínuo. • Código de Conduta e Ética + Canal de denúncias. • Parceria Yawanawá (empoderamento de artesãs e acesso a internet). 	<ul style="list-style-type: none"> • Disparidade de representação feminina na alta liderança. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano. • Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Ética, integridade e <i>Compliance</i>. • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores.
		<ul style="list-style-type: none"> • Geração de emprego formal e renda para dentro e para fora (cadeia de valor). • Projetos de igualdade, equidade e inclusão. • Programas de trainee, Jovem Aprendiz e Estágio. • Programas de Gestão e Desenvolvimento - SOMAR. • Programas de Empreendedorismo - Encadeamento Produtivo, Yawanawá, Vestir o Brasil. • Diversificação de produção, modernização tecnológica e inovação. • Gestão ambiental para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental. • Auditorias e certificações (ABVTEX) da cadeia de valor para erradicar o trabalho infantil ou análogo à escravidão. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riscos de não-conformidade nos parceiros. • Disparidade salarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano. • Social e de relacionamento. • Intelectual. • Manufaturado. • Financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores. • Gestão e engajamento da cadeia de suprimentos.
		<ul style="list-style-type: none"> • Projetos de igualdade, equidade e inclusão. • Mais de 80% de produção nacional, favorecendo a economia local. • Incentivos financeiros e para desenvolvimento (Encadeamento Produtivo) da cadeia de valor. • Produtos composicionamentos de preço variados, garantindo o acesso a diferentes públicos. • Crescimento financeiro. • Acesso a tecnologias de informação e comunicação (Projeto Yawanawá). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pressão por preços. • Disparidade salarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Social e de relacionamento. • Financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos Direitos Humanos; • Transparência no relacionamento com os clientes.

	ODS	Impactos positivos	Impactos negativos	Capitais	Temas materiais
Social		<ul style="list-style-type: none"> • Projetos de igualdade, equidade e inclusão. • Programas de Empreendedorismo - Encadeamento Produtivo, Yawanawá, Vestir o Brasil. • Programa de Jovem Aprendiz. • Atuação da Fundação Hermann Hering. • Parcerias com Cooperativas e ONGs. (ver página 59) e iniciativas de investimento social privado, no geral. • Código de Conduta e Ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disparidade salarial. • Economia linear. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano. • Social e de relacionamento. • Financeiro. • Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Ética, integridade e <i>Compliance</i>.
		<ul style="list-style-type: none"> • Projetos de igualdade, equidade e inclusão. • Programas de Compliance. • Auditorias e certificações (ABVTEX) da cadeia de valor para erradicar o trabalho infantil ou análogo à escravidão. 	<p>Não identificado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Humano. • Social e de relacionamento. • Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Ética, integridade e <i>Compliance</i>.
		<ul style="list-style-type: none"> • Projetos Fashion Hub. • Programa Yawanawá. • Atuação Fundação Hermann Hering. • Parcerias com Cooperativas e ONGs. (ver página 59) e iniciativas de investimento social privado, no geral. • Impostos e taxas revertidos pelos governos para desenvolvimento do País (ver na página 13). • Colabora Moda Sustentável. • InPacto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente concorrencial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Social e de relacionamento. • Financeiro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Ética, integridade e <i>Compliance</i>.
Governança		<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de Sustentabilidade e de Diversidade. • Matriz de riscos. • Código de Conduta e Ética e Canal de Denúncias. • Programas de Compliance. • Auditorias e certificações (por exemplo, ABVTEX). • Parcerias para advocacy. (ver na página 35) • Práticas de transparência com todos os stakeholders - publicação de Relato Integrado e resultados trimestrais (empresa de capital aberto listada no Novo Mercado da B3). • Práticas anticorrupção. 	<p>Não identificado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Social e de relacionamento. • Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos. • Ética, integridade e <i>Compliance</i>. • Transparência no relacionamento com os clientes.
		<ul style="list-style-type: none"> • Compromissos com Pacto Global. • Parcerias para advocacy. (ver na página 35). 	<p>Não identificado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Social e de relacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade social. • Diversidade, equidade e inclusão. • Respeito aos direitos humanos; • Ética, integridade e <i>Compliance</i>



Sumário GRI

Sumário de conteúdo GRI GRI 102-55

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Conteúdos gerais				
GRI 101: Fundamentos 2016				
GRI 101 não possui Conteúdos				
Perfil organizacional				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-1 Nome da organização	05		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	14		
	102-3 Localização da sede da organização	05		
	102-4 Local de operações	14		
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	05		
	102-6 Mercados atendidos	14		
	102-7 Porte da organização	12, 13		
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	91, 92, 94, 95		8, 10
	102-9 Cadeia de fornecedores	124, 125		
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Em 2021, houve a combinação de negócios Grupo SOMA e Cia. Hering. Não houve mudanças significativas em relação a cadeia de fornecedores.		
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	153		
	102-12 Iniciativas externas	32, 35		
	102-13 Participação em associações	35		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Estratégia				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	19		
Ética e integridade				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	06		16
Governança				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-18 Estrutura de governança	146		
Engajamento de <i>stakeholders</i>				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	21		
	102-41 Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados de Grupo SOMA e Cia Hering são abrangidos pelas normas coletivas. Todos os funcionários fazem jus a todos os direitos estabelecidos na legislação e normas coletivas emitidas pelos sindicatos representativos de cada categoria.		8
	102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	21		
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	97		
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	23		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Práticas de reporte				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	03		
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	23		
	102-47 Lista de tópicos materiais	23		
	102-48 Reformulações de informações		Não aplicável.	
	102-49 Alterações no relato			
	102-50 Período coberto pelo relatório	1 de janeiro a 31 de dezembro de 2021.		
	102-51 Data do relatório mais recente	2020		
	102-52 Ciclo de emissão do relatório	Anual		
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	03		
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI opção "Essencial".		
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	162		
	102-56 Verificação externa	183		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Tópicos materiais				
Presença no mercado				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	120, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	120		
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e salário-mínimo local, com discriminação por gênero	A Cia. Hering e o Grupo de Moda SOMA consideram a mesma base de salário-mínimo, de acordo com referência nacional, em todas as regiões em que possui unidade. Sendo, R\$ 1.100,00 até 31 de dezembro de 2021. * Em 01 de janeiro de 2022 houve reajuste do salário-mínimo para R\$ 1.212,00. A proporção é de 1:1 para colaboradores efetivos, entre os gêneros.		
Impactos econômicos indiretos				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	131, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	131		
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	126, 131, 134		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Práticas de compras				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	126, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	126		
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	125, 152		8
Combate à corrupção				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	150		
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	150		16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		Informação não disponível - Realizamos ao longo do ano de 2021, em Cia. Hering, agendas de capacitação de <i>Compliance</i> (Código de Ética e Programa de <i>Compliance</i>) que se relacionam com o tema combate à corrupção.	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2021 não houve casos confirmados de corrupção no Grupo SOMA e Cia. Hering.		16

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
 Materiais 				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 48, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38, 48		
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	53, 54		8, 12
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	55		8, 12
	301-3 Produtos e embalagens recuperados	55		8, 12
 Energia 				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 75, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	75		
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	76, 77		7, 8, 12, 13
	302-3 Intensidade energética	77		7, 8, 12, 13
 Água e Efluentes 				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 78, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38, 78		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	78, 80		
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	80		
	303-3 Captação de água	79		
	303-4 Descarte de água	Para o Grupo SOMA, o descarte de água é igual ao consumo, pois não há utilização do insumo para processos produtivos. Não há substâncias prioritárias preocupantes no descarte do Grupo SOMA.		
	303-5 Consumo de água		Grupo SOMA - não se aplica.	
Biodiversidade				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	81, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	81		
GRI 304: Biodiversidade 2016	304-3 Habitats protegidos ou restaurados	81		
	304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com <i>habitats</i> em áreas afetadas por operações da organização	81	Cia. Hering – Informações não disponíveis.	

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Emissões				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	64, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	64		
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	69		3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE)	69		3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	71		3, 12, 13, 14, 15
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	71		13, 14, 15
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	71		
Resíduos				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 39, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38, 39		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
GRI 306: Resíduos 2021	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	41, 44		3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	40, 41, 59, 61		3, 6, 11, 12
	306-3 Resíduos gerados	42, 43		3, 6, 12, 14, 15
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	42		3, 11, 12
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	42, 43		3, 6, 11, 12, 14, 15
Conformidade ambiental				
GRI 307: Conformidade ambiental 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38		
	307-1 Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	No ano vigente não foi encontradas inconformidades com leis e regulamentos ambientais.		
Avaliação ambiental de fornecedores				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	122, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	90		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Para Cia. Hering, no geral não são realizadas avaliações ambientais em fornecedores, somente se for solicitado pelo <i>compliance</i> . Fornecedores de coletas de resíduos são avaliados frequentemente, para estes são solicitadas as devidas licenças ambientais.	Não aplicável – O Grupo SOMA não seleciona fornecedores usando como base critérios ambientais.	
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Não houve.	Não aplicável – O Grupo SOMA não seleciona fornecedores usando como base critérios ambientais. Informação não disponível para Cia. Hering.	
Emprego				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	90,150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	90		
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	91, 92, 93, 94, 95		5, 8, 10
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Os benefícios oferecidos pelo Grupo SOMA são vale refeição e alimentação; vale transporte; assistência médica e odontológica, desconto nas marcas do Grupo; Gympass; Os benefícios oferecidos pela Cia. Hering são: seguro de vida; plano de saúde, previdência privada e vale alimentação, refeitório, vale refeição, vale transporte e ônibus fretado.		3, 5, 8
	401-3 Licença maternidade/ paternidade	96		5, 8

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Saúde e segurança do trabalho				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	114, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	114		
	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	114	Informação não disponível para Grupo SOMA - Sistema de Gestão em implementação através da contratação do sistema de gestão SOC (Security Operation System). A previsão de início do contrato é abril de 2022, portanto não há evidências referentes a 2021.	8
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	114	Informação não disponível para Grupo SOMA - Sistema de Gestão em implementação através da contratação do sistema de gestão SOC (Security Operation System). A previsão de início do contrato é abril de 2022, portanto não há evidências referentes a 2021.	3, 8
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	As informações relacionadas à saúde do trabalhador do Grupo SOMA e da Cia. Hering, são mantidas sobre sigilo entre profissionais com formação na área de saúde ocupacional e clínicas de saúde ocupacional. As trocas de informações sobre os pacientes são feitas sobre sigilo médico.		3, 8
403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	114		8, 16	

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	ODS
GRI 103: Forma de gestão 2016	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	114		8
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	<p>O Grupo SOMA custeia os exames ocupacionais (admissional, demissional, periódico, mudança de função, retorno ao trabalho), plano de saúde com coparticipação e o telemonitoramento de casos suspeitas de Covid-19, com base no Protocolo Covid-19.</p> <p>Em relação ao teleatendimento dos casos suspeitos de covid-19, a companhia disponibiliza o número de <i>WhatsApp</i> “Enfermeira SOMA”.</p> <p>Para promoção da saúde do colaborador, a Cia. Hering oferece fornecimento de convênio médico através (por adesão), orientações aos colaboradores que não possuem convênio sobre utilização da rede SUS e atendimento de clínica médica, fisioterapia, psicologia e ginecológico disponibilizado nos ambulatórios da empresa. Orientações de atendimento médico também são fornecidas para o Sindicato da categoria.</p> <p>Além disso, a Cia. Hering oferece diversas ativações como Programa de Saúde Mental, contando com atendimento psicológico conforme demanda e indicações médicas. Programa Bebe a Bordo, com orientações de profissionais de saúde, encontros semestrais e consultas de pré natal. Programa de Vacinação, com orientações sobre as vacinas disponíveis na rede SUS e vacinação in company contra influenza. Atendimento assistencial com médico clínico geral, ginecologista, psicólogo e fisioterapeuta. Semana da Saúde, que traz diversas atividades relacionadas a saúde e bem estar, como saúde mental e prática de mindfulness, estímulo à prática de atividades físicas, aulas de defesa pessoal, dia da beleza, nutrição saudável.</p> <p>A Cia. Hering atua ainda em campanhas de combate à dengue, com distribuição de repelentes e orientações, além de atividades interativas e sorteio de prêmios como forma de incentivo ao combate ao criadouro.</p>		3
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	114, 117		8

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
GRI 103: Forma de gestão 2016	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	100% dos trabalhadores de Cia. Hering são cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho com base em exigências legais e/ou normas/diretrizes reconhecidos. Em 2021, devido à pandemia não ocorreu auditoria interna formal de segurança.	Informação não disponível para Grupo SOMA - Sistema de Gestão em implementação por meio da contratação do sistema de gestão SOC (Security Operation System). A previsão de início do contrato é abril de 2022.	8
	403-9 Acidentes de trabalho	114, 118		3, 8, 16
	403-10 Doenças profissionais	Em 2021 não houve óbitos e nem comunicação obrigatória relacionada a doenças ocupacionais para Grupo SOMA e Cia. Hering.		3, 8, 16
Capacitação e educação				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	98, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	98		
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	98. Para os próximos anos, estamos melhorando a gestão do indicador para reporte mais detalhado.		4, 5, 8, 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	100		8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	100% dos empregados do Grupo SOMA recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira.		5, 8, 10

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Diversidade e igualdade de oportunidades				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	103, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	103		
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	108, 109, 110		5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	109		5, 8, 10
Não discriminação				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	O mecanismo para avaliar a forma de gestão desse tópico é o Canal de Ética.		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	150		
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	<p>No Grupo SOMA, ocorreram 61 casos de discriminação durante o período do relatório. Passamos por uma reestruturação na nossa gestão de compliance e ética. Revisitamos nosso Código de Conduta e Ética, as organizações e composições dos comitês - inclusive os temáticos -, e nossa política de gestão de consequências, otimizando nossos fluxos de tratativas e tornando nossa gestão do setor de Compliance mais robusta. Dessa forma, pretendemos apresentar, nos próximos relatos, indicadores mais assertivos, que reflitam a governança do Grupo.</p> <p>Em 2021, houve 9 relatos relacionados a discriminação em Cia. Hering. Todos esses relatos foram analisados e concluídos. Foi endereçada a necessidade de desenvolver e/ou intensificar iniciativas sobre o tema na Cia. Com relação aos relatos que foram classificados como procedentes, foi realizada a aplicação de advertência formal, além de reforço sobre os compromissos e valores da Cia. Já em relação aos que foram classificados como improcedentes e/ou inconclusivos, não foi desenvolvida ação de reparação.</p>		5, 8

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Trabalho infantil				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	122, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	122		
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	120, 122, 123		8, 16
Trabalho forçado ou análogo ao escravo				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	122, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	122, 150		
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	120, 122, 124		8
Avaliação em direitos humanos				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	122, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	122		

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
GRI 412: Avaliação de direitos humanos 2016	412-1 Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto em direitos humanos	123		
	412-2 Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	99		
	412-3 Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram submetidos à avaliação referente a direitos humanos	Para Grupo SOMA, 5,55% é o percentual de contratos de investimento que foram submetidos à avaliação referente a direitos humanos.		
Comunidades locais				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	131, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	131		
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	137		
	413-2 Operações com impactos negativos potenciais significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais		Impacto não mensurado pelo Grupo SOMA. Para Cia. Hering, não se aplica.	1, 2

<i>GRI Standards</i>	<i>Conteúdo</i>	<i>Página/URL</i>	<i>Omissão</i>	<i>ODS</i>
Avaliação social de fornecedores				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	122, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	122		
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	123		5, 8, 16
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	130	Informação não disponível em relação a Grupo SOMA.	5, 8, 16
Saúde e segurança do consumidor				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	114, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	114		
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	116		
	416-2 Casos de não-conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Em 2021, não houve caso de não conformidades em relação aos impactos de saúde e segurança causados por produtos e serviços, tanto do Grupo SOMA, quanto de Cia. Hering. Houve um caso de uso do edredom da FARM que agravou um quadro alérgico em um consumidor. O caso foi acompanhado, mas foi arquivado, pois as informações foram inconclusivas.		16

GRI Standards	Conteúdo	Página/URL	Omissão	ODS
Marketing e rotulagem				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	23		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	140, 150		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	150		
GRI 417: Marketing e rotulagem 2016	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	140		12
	417-2 Casos de não-conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Em 2021, não houve multa por comunicação indevida em embalagens e rótulos do Grupo SOMA e Cia. Hering		16
	417-3 Casos de não-conformidade em relação a comunicação de <i>marketing</i>	A Fábula foi acusada de plágio por suposta apropriação de uma estampa. Nossa área jurídica realizou o inventário de criação da estampa e foi comprovada a originalidade e autoria pela designer da Fábula. Outra questão, com processo jurídico ainda em aberto, foi a publicação, por parte de FARM, sem a devida autorização de imagem, de uma foto de uma atriz usando um dos vestidos de sua coleção. Demais marcas de Grupo SOMA e Cia. Hering não tiveram casos de não-conformidade em 2021.		16

Sumário SASB

SASB	Conteúdo	Página/URL	Omissão	ODS
SASB Vestuário, acessórios e calçados				
Impactos ambientais na cadeia de suprimentos	SASB CG-AA-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 2			
	SASB CG-AA-430a.2 Porcentagem de (1) instalações de fornecedores de Nível 1 e (2) instalações de fornecedores além de Nível 1 que concluíram a avaliação Higg Facility Environmental Module (Higg FEM), do Sustainable Apparel Coalition da Higg Facility Environmental Module (Higg FEM) ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	121		
Condições de trabalho na cadeia de suprimentos	SASB 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	121		
	SASB 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		Informação não disponível - não temos indicador de taxa de ação corretiva, é uma oportunidade de melhoria para nosso escopo, atualmente para os fornecedores nível 1 toda não conformidade gera uma ação corretiva diretamente com o fornecedor auditado e imediatamente na realização da auditoria As taxas de correção estão em constante revisão, assim como são revisados os resultados das nossas auditorias. Por isso medidas são implementadas constantemente para que não haja inconsistência nos resultados.	
Fornecimento de matérias-primas	SASB CG-AA-440a.2 Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros em um padrão de sustentabilidade ambiental e / ou social, por padrão	50		

Sumário TCFD

<i>Divulgação recomendada</i>	<i>Correlação GRI</i>
Governança a	102-18; 102-19; 102-20; 102-26; 102-27; 102-29; 102-31; 102-32
Governança b	102-29; 102-31; 102-32
Estratégia a	102-15
Estratégia b	201-2
Estratégia c	-
Gestão de riscos a	201-2
Gestão de riscos b	-
Gestão de riscos c	-
Métricas e Metas a	102-30
Métricas e Metas b	102-29; 102-30; 201-2
Métricas e Metas c	-



Relatório de asseguração limitada

GRI 102-56



Ao Conselho de Administração
e Acionistas, Grupo de Moda SOMA S.A.

São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pelo Grupo de Moda SOMA S.A. ("Grupo SOMA" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no "Relato Integrado 2021" do Grupo SOMA ("Relatório") acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

Responsabilidades da administração da Grupo SOMA

A administração do Grupo SOMA é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no "Relato Integrado 2021" de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI, com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem

correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC), e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos verificadores

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade - CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o

objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

A KPMG Auditores Independentes ("KPMG") aplica as normas brasileira e internacional sobre controle de qualidade, e conseqüentemente, mantém um sistema abrangente de controle de qualidade incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento de normas éticas e profissionais, além dos requisitos legais e regulatórios aplicáveis. Cumprimos com o código de ética abrangente incluindo requerimentos detalhados de independência, estabelecidos com base nos princípios éticos de integridade, objetividade, competência e zelo profissional, confidencialidade e o comportamento profissional.

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 constantes no Relatório, assim como pela

aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o verificador toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, 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 constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades do Grupo SOMA, da relevância das informações divulgadas, do volume de

informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório da companhia. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

b. entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;

c. análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards) e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC).

d. avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:

- entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

- aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;

- análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

e. análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho

associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia.

f. confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguração limitada são

substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

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, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relato Integrado 2021 do Grupo SOMA S.A., não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards), com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC), e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 05 de julho de 2022

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP014428/O-6



Sebastian Yoshizato Soares
Contador CRC 1SP257710/O-4

Informações corporativas

Time de Sustentabilidade

- Grupo SOMA

Aline Barros

Aline Soares

Ana Carolina Poeys

Isabel Beaklini

Judith Valle

Leandro Isaias

Mariana Karasiak

Marina Ricciardi

Rafael Carvalho

Rafaela Rebello

Roberta Bicalho

Stella Messias

Taciana Abreu

Ygor Martins

Time de Meio Ambiente

- Cia. Hering

Dalila Portela

Manuela Barbosa

Jurídico ESG

- Grupo SOMA

Karina Dornelas

Coordenação do projeto:

Marina Ricciardi

Stella Messias

Taciana Abreu

Créditos

Redação, edição, projeto gráfico, diagramação e consultoria GRI
[rpt sustentabilidade - grupo report](#)

Revisão

Catalisando Conteúdo

Cândido Oliveira Advogados

Fotos

Acervo Grupo SOMA



+soma