

A photograph of three models against a clear blue sky. Two models stand in the background wearing long, flowing dresses with vibrant tropical prints in shades of green, yellow, and purple. The model in the foreground is a Black woman with her hair pulled back, looking directly at the camera. She is holding a large, lush bouquet of white lilies and greenery. The overall mood is bright and celebratory.

Relatório Anual 2020

+somra

Índice

3 Sobre o relatório

4 Mensagem do CEO

5 Quem somos

- 7 Nossa estrutura organizacional
- 8 Paixão por moda, paixão por gente
- 9 Fios da história
- 10 Nossas marcas
- 12 Onde tudo acontece
- 13 Modelo de negócios

15 Estratégia e destaques ESG

- 16 Materialidade
- 19 Agenda 2030 e diálogo com os ODS
- 20 Nossos pilares ESG
- 21 Condições de trabalho e direitos humanos
 - 22 Gestão da Covid-19
 - 27 Quem faz nossas roupas
 - 31 Ações sociais e comunitárias das nossas marcas
- 32 Diversidade e inclusão
- 35 Moda de menor impacto
 - 37 Habitats protegidos e matérias-primas certificadas
 - 39 Uso de água e energia
 - 40 Resíduos
 - 43 Emissões – gases de efeito estufa
 - 46 Riscos e compromissos em mudanças climáticas
- 48 Visão de negócios
- 51 Ética, mais que um valor

53 Sumário de conteúdo GRI

65 Créditos



Sobre o relatório

GRI 102-46, 102-49, 102-50, 102-52, 102-54

Este é o Relatório Anual do Grupo SOMA, que abrange as realizações, resultados e informações referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020 para as oito marcas do Grupo.

É o primeiro ano em que seguimos as Normas Global Reporting Initiative opção Essencial, metodologia mais adotada no mundo para esse tipo de publicação. Isso quer dizer que, além do desempenho econômico-financeiro, publicaremos também um relato das nossas práticas, processos e ações de sustentabilidade. Os conteúdos GRI mantêm correlação com os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU).

Dúvidas ou comentários sobre este relato podem ser enviadas para o e-mail sustentabilidade@gruposoma.com.br.

GRI 102-53



Mensagem do CEO GRI 102-14

O mais desafiador de todos os anos

Comecei a trabalhar muito cedo na indústria da moda. E, no decorrer de 28 anos de carreira, nunca passei por momentos tão incertos quanto em 2020. Já enfrentei situações difíceis, mas com cenários mais claros.

Com a pandemia, caímos em um mundo de incertezas. Não sabíamos de nada: quanto tempo tudo ia durar, qual era a gravidade do problema... De uma hora para outra tivemos que fechar as portas de 275 lojas e pedir pra quase 6 mil colaboradores ficarem em casa.

A primeira coisa com a qual o SOMA se preocupou foi com o emprego. Nós tomamos uma decisão: "Ou afunda todo mundo junto ou sai todo mundo junto do outro lado". Vamos manter os empregos. Definimos que não deixaríamos as pessoas desassistidas. Foi um risco que resolvemos correr.

Tivemos a mesma preocupação com a cadeia de fornecedores. Continuamos demandando fornecedores e cumprindo os protocolos de segurança durante o período de distanciamento social mais rígido, quando havia a possibilidade de apenas algumas pessoas trabalharem.

Nossas lojas estavam fechadas, mas temos os canais digitais. Fizemos a roda girar para que as pessoas fossem remuneradas, afinal geramos mais de 25 mil empregos indiretos.

Se olharmos pelo viés social, esse foi o nosso maior acerto. Nossa estratégia social acabou sendo também uma estratégia de *business*. Chegamos ao final de 2020 com uma cadeia de fornecedores saudável. Estamos todos financeiramente saudáveis porque cuidamos da nossa gente. Isso é parceria, isso é responsabilidade social.

No balanço de 2020, sob alguns aspectos, no entanto, posso dizer que foi um ano perdido. O SOMA teve um lucro próximo de zero, mas a pandemia não destruiu o nosso negócio. Muita gente que não faliu vai levar alguns anos para se recuperar do impacto desse período. No entanto, nós saímos vitoriosos. Corremos riscos sérios. Entre março e junho vimos nosso negócio ameaçado. Entretanto, no segundo semestre, fomos nos recuperando.

Ao mesmo tempo, em termos de performance e entrega, 2020 foi o melhor dos últimos sete anos da companhia. Foi nosso melhor nível de eficiência. Também houve a decisão

de abertura do capital. Estamos na Bolsa de Valores (B3) desde 31 de julho de 2020. O IPO nos deu uma agenda positiva para 2021, pois terminamos o ano com caixa saudável e sem gastar um Real do que foi aportado no SOMA.

Há alguns anos a agenda ESG (*Environmental, Social and Corporate Governance*) faz parte das nossas preocupações, mas o Grupo SOMA precisa avançar na adoção de políticas concretas. Este é um momento mais que oportuno para fazermos isso. A pandemia transformou o mundo e vamos sentir o efeito dessa experiência por muito tempo.

O SOMA tem diversidade de gênero, de orientação sexual e de raça na equipe. Isso já estava na cultura da empresa, mas ainda não no escopo da governança. Um dos mais importantes passos que demos para avançar nesse propósito em 2020 foi trazer Rachel Maia para o Conselho de Administração do Grupo.

Estamos inseridos em uma das indústrias mais poluentes do mundo. A gestão de resíduos e a economia circular, por exemplo, estão na nossa lista de prioridades. Queremos que nossa agenda



de sustentabilidade esteja completamente alinhada com a governança.

A indústria da moda é formadora de opinião. Quando nos posicionamos diante de determinados temas, geramos engajamento dos nossos clientes, envolvemos as pessoas. Isso também gera impacto positivo.

O SOMA está assumindo importantes compromissos com a agenda ESG. Mudanças Climáticas serão um grande tema em nossa agenda para os próximos anos. E, a partir de agora, todos poderão acompanhar nossa evolução por aqui, pelos nossos Relatórios Anuais. Mais um passo concreto rumo à moda que queremos ver e fazer.

Roberto Jatahy

Quem
somos



Quem somos GRI 102-1

Somos uma plataforma de marcas de moda que impulsiona grandes talentos. Nascemos em 2010 com a fusão das icônicas Animale e FARM.

Nosso propósito é construir o melhor portfólio de moda do país, preservando a alma e a cultura de cada marca, entregando coleções-desejo com eficiência e experiência.

Somos: FARM, Animale, CRIS BARROS Maria Filó, Foxton, Fábula, Abrand e Off Premium, reunindo a história, o estilo e o talento criativo de oito marcas e 12 sócios em uma empresa. O SOMA cuida das operações, da inteligência e do planejamento. As marcas têm então liberdade, tempo e autonomia para criar.

Nossa moda acontece ao unir paixão e criatividade com a nossa capacidade de gestão. De um lado, somos guiados pela criação, por comportamento e pelo que gera desejo. Do outro, pelo faro comercial, pela visão de negócios e pela inteligência em M&A (*Mergers & Acquisitions*).

O equilíbrio das forças de criação e gestão é parte do nosso segredo e está refletido na essência de nossos sócios-fundadores, Roberto e Claudia Jatthy e Kátia Barros e Marcello Bastos.

Entendemos que moda é comportamento. Nossa atuação extrapola a roupa, vai para acessórios, jóias, objetos de decoração, novos modelos de negócio e tudo mais que compõe o lifestyle das nossas marcas e clientes. Tudo pode ser experimentado nas nossas lojas conceito, varejo físico, sites e produtos digitais inovadores, como o novo APP da Animale e a Lojix da FARM – *live commerce* pioneiro no Brasil. GRI 102-2

Esse universo ganha vida pelas mãos dos nossos quase 6 mil profissionais espalhados pelo país e, mais recentemente, pelo mundo, com a expansão global da FARM.

Em um ano cheio de incertezas, nossa abertura de capital em julho de 2020 nos trouxe a segurança de que estamos no caminho certo e que precisamos nos



comprometer em crescer o nosso negócio de maneira sustentável, não apenas financeiramente, mas também social e ambientalmente. Sem esquecer da base: uma governança forte para nos apoiar nesse caminho.

Pra gente, sustentabilidade é um compromisso com o futuro, pautado por ações no presente. Este relatório é o primeiro de uma série: ele será publicado anualmente e, por meio dele, você poderá acompanhar nossos passos, compromissos, desafios e conquistas rumo a uma moda mais consciente e responsável.

Grupo de Moda SOMA S.A.

Sociedade anônima com capital aberto no Novo Mercado da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão. A companhia tem sede na cidade do Rio de Janeiro e atua na área de confecção e comércio de vestuário e de acessórios. GRI 102-3, 102-5

Nossa estrutura organizacional GRI 102-18

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Estabelece as políticas comerciais gerais, estratégia de longo prazo e monitora a diretoria executiva. É composto por sete membros eleitos para mandatos de dois anos em Assembleia Geral de acionistas. GRI 102-8

Marcel Sapir

Presidente do Conselho

Roberto Jatahy

Vice-Presidente do Conselho

Marcello Bastos

Conselheiro

Rachel Maia

Conselheira Independente

Maria Laura Tarnow

Conselheira Independente

Guilherme Stocco

Conselheiro Independente

Edison Ticle

Conselheiro Independente

COMITÊ DE RISCOS, AUDITORIA E FINANÇAS

Assessora o Conselho de Administração. É formado por três membros. Dentre seus objetivos estão: dar parecer sobre contratação e destituição de auditores independentes; avaliar demonstrações financeiras; avaliar e monitorar exposição a riscos; e avaliar, monitorar e recomendar melhorias em políticas internas.

Edison Ticle

Coordenador do Comitê

Marcel Sapir

Mauro Moreira

DIRETORIA EXECUTIVA

Responsável pela administração dos negócios em geral e tem autorização para tomar decisões, exceto aquelas que sejam atribuídas aos acionistas ou ao Conselho de Administração.

Roberto Jatahy

Diretor-Presidente

Haroldo Lorena

Diretor Financeiro e de RI
(Relações com Investidores)

Marcello Bastos

Diretor de Marcas

Paixão por moda, paixão por gente

O Grupo SOMA tem pouco mais de uma década de existência, mas algumas de nossas marcas inspiram consumidores há quase 30 anos.

Sabemos o que nossas roupas e acessórios significam para as pessoas.

- Instigamos paixões
- Inspiramos comportamentos
- Realizamos desejos

Por isso, sabemos quais são nossos valores e temos uma governança que cuida para que a missão da companhia esteja presente em cada ponto da nossa trama.

Missão GRI 102-16

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

Valores GRI 102-16

- Parceria de verdade
- Inteligência em gestão
- Dinamismo a toda prova
- Autonomia é a nossa marca
- Atitude de dono
- Tato no trato
- Intuição está no ar
- Inquietude à flor da pele
- Reconhecimento com orgulho
- Felicidade na gente



Acesse o texto completo [aqui](#).



Fios da história

1991
ANIMALE

2008
fabula

2010
Fusão
Animale e FARM

2015
foxton

1997
FARM

2009
A.BRAND

2014
soma

2020
MARIA FILO

2018
Lançamento
FARM Global

2016
CRIS BARROS

2020
Abertura
de capital
SOMA

2019
ANIMALE ORO

2017
OFF PREMIUM

Nossas marcas GRI 102-2, 102-4, 102-7

Animale

Atitude, força e sofisticação.

Moda feminina e joalheria.

Está presente em 20 estados, 27 cidades, e possui 70 lojas, sendo 2 Animale ORO.



FARM

Inspiração, cor e encantamento.

Moda feminina com participação masculina e unissex.

Está presente em 13 estados, 18 cidades, e possui 70 lojas no Brasil e 2 nos EUA.



Maria Filó

Protagonismo feminino,

tricô, sensibilidade.

Moda feminina.

Está presente em 26 estados, 32 cidades e possui 64 lojas.



Fábula

Brincadeira, conforto e imaginação.

Moda infantil.

Está presente em 3 estados, 4 cidades e possui 12 lojas.



Foxton

Elegante, urbana e prática.

Moda masculina.

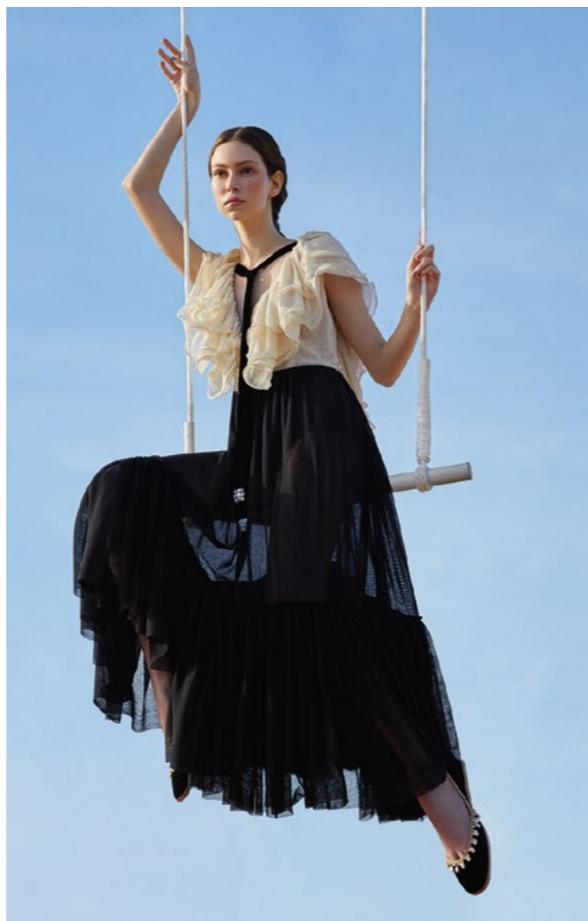
Está presente em 8 estados,
10 cidades e possui 23 lojas.

CRIS BARROS

Exclusiva, contemporânea,
delicada.

Moda feminina.

Está presente em 5 estados,
6 cidades e possui 10 lojas.



A. Brand

Sofisticada, divertida, leve.

Moda Feminina.

Está presente em 6 estados,
6 cidades e possui 12 lojas.



OFF Premium

Curadoria, oportunidade, qualidade
com preço acessível.

Outlet de multimarcas premium.

Está presente em 7 estados,
8 cidades e possui 10 lojas.



Onde tudo acontece

Das pranchetas de criação, aos centros de distribuição, passando pelos escritórios de negócios*. São milhares de metros quadrados que abrigam o Grupo SOMA. GRI 102-4, 102-6, 102-7

RIO DE JANEIRO



Centro Corporativo SOMA



Fábrica SOMA
CD Pavuna



Fábrica SOMA
São Cristóvão



Centro de Criação
Ateliê



Escritório Maria Filó

SÃO PAULO



Núcleo Animale e
A. Brand



Escritório FARM,
Fábula e Foxtan



Núcleo Animale



CD SP
(terceirizado)



Escritório
CRIS BARROS

* Dados de 2021

Modelo de negócios

Propósito: sonhar grande, fazer gigante

Inputs

Capital Financeiro

R\$ 2,302 bilhões em ativos
R\$ 449,6 milhões em caixa líquido
R\$ 706,8 milhões em caixa

Capital Manufaturado

Fábrica, Centros de Distribuição e Escritórios *ver pág. 12*
273 Lojas no Brasil e **2** nos Estados Unidos
 Frota própria e terceirizada
8 e-commerces

Capital Organizacional

Marcas desejo
 SOMA Labs

Capital Humano

5.808 Funcionários

Capital Social e de Relacionamento

1.1 milhão de clientes ativos
 + **400** Fornecedores
 + **20** Parcerias Socioambientais
1550 clientes multimarcas

Capital Natural

Uso de combustíveis, terra e biodiversidade
14,83 ML de água
201 GJ de energia

Geração de Valor: construir marcas fortes entregando coleções com paixão e eficiência.

Consolidação de marcas fortes

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

Gestão de afeto

Impulsionamos talentos em toda a nossa cadeia de valor. O cuidado nas relações reflete nosso respeito pelas diferenças equilibrando criatividade e profissionalismo.

Harmonia societária

Cuidar da relação entre sócios garantindo coesão, respeito e bem-estar é um dos nossos maiores diferenciais.

Eficiência operacional

Buscamos sempre a melhor forma de fazer cada peça de cada coleção dando vida à elas em experiências de compra emocionantes.

Inovação digital

Integramos os mundos físico e digital a partir da visão *customer centric*. Colocamos as pessoas em primeiro lugar reduzindo atritos, gerando eficiência e fidelização.

Expansão sustentável

Crescemos com eficiência através de aquisições (M&A), produtos digitais (Soma Labs) e novos territórios (Internacionalização), olhando sempre para o futuro e para os nossos impactos.

Stakeholders: Clientes, Fornecedores, Investidores, Funcionários, Multimarcas, Sociedade, Governo e Parceiros.

Outputs

Financeiro

R\$ 1.243,8 milhões de Receita Líquida
R\$ 66,5 milhões de Ebitda ajustado

Social

R\$ 264,7 milhões em remuneração e benefícios
R\$ 154.1 milhões em impostos e taxas a serem revertidos para desenvolvimento do país
R\$ 13,2 milhões em investimentos na comunidade

Ambiental

5.238,96 tCO₂ e compensadas
140 mil árvores plantadas
3.886,34 m³ de água economizados *ver pág. 34*
11% das matérias-primas possuem certificação
75,52 toneladas de sobras têxteis reaproveitadas
32,49 toneladas de resíduos encaminhados para reciclagem

+ do Grupo SOMA em 2020 GRI 102-6

94% dos colaboradores se sentem bem tratados independentemente da sua **orientação sexual**

75% de **mulheres** em cargos de liderança

76% dos colaboradores entendem que o Grupo SOMA é um ótimo lugar para trabalhar. *Great Place to Work*

100% da cadeia de fornecimento nacional é **auditada por empresa terceira**

64% da cadeia de fornecimento nacional tem **certificação ABVTEX**

Mais de 250 mil máscaras doadas para comunidades mais vulneráveis, como ação de **mitigação à Covid-19**



A woman with long dark hair, wearing a leopard print long-sleeved blouse and matching pants with a brown belt, is shown from the waist up. She is looking upwards and to the right, with her hair blowing in the wind. The background is a bright blue sky with scattered white clouds. The image has a low-angle perspective, making her appear to be reaching up. A solid light brown curved shape is at the bottom of the frame.

Estratégia e *destaques ESG*

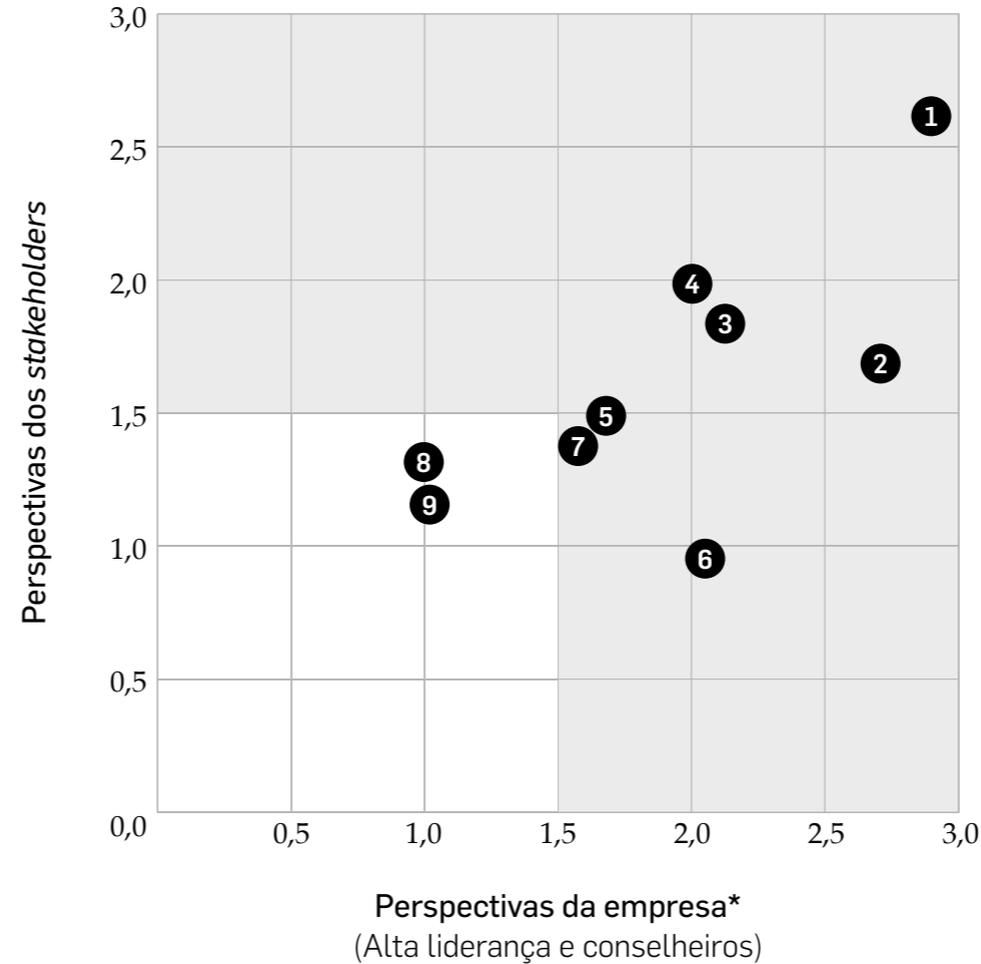
Materialidade

GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-47

O processo de elaboração da Materialidade ocorreu no período entre 2020 e 2021 pela consultoria externa Report Sustentabilidade, a partir de levantamento de informações ambientais, sociais e de governança do Grupo SOMA, relatórios setoriais e benchmarking. Tais dados foram obtidos por meio de documentos e relatórios do mercado e da companhia, assim como a partir de 23 entrevistas em profundidade. Foram entrevistados para este trabalho: especialistas da Abit - Associação Brasileira da Indústria Têxtil, ABVTEX - Associação Brasileira do Varejo Têxtil, Movimento do Fashion Revolution e IED – Instituto Europeu de Design (4). Além de dois fornecedores, três investidores, treze membros da nossa alta liderança e uma conselheira.

Também foram realizadas consultas online com um total de 5.891 respondentes, entre eles: colaboradores (973), clientes (4.786), seguidores das redes sociais (137), fornecedores (76), atacadistas (53) e conselheiros independentes (4). As respostas abrangem todas as marcas do Grupo SOMA, exceto quando indicado o contrário.

Feita a análise das respostas, nove temas se destacaram como mais relevantes para os públicos de relacionamento do Grupo SOMA em relação a impactos e, portanto, direcionam nossa estratégia e nossa gestão.



- 1 Condições de trabalho e direitos humanos
- 2 Diversidade e igualdade
- 3 Produto de menor impacto
- 4 Geração de valor compartilhado
- 5 Economia circular
- 6 Visão de negócios e governança
- 7 Gestão de resíduos têxteis e não têxteis
- 8 Uso e gestão de recursos naturais
- 9 Mudanças climáticas

*Os sete primeiros temas receberam maior pontuação quanto a sua relevância.

Tópico material e seus limites

Os tópicos materiais na tabela a seguir foram identificados como prioritários a partir do processo de materialidade realizado em 2020 no Grupo SOMA. GRI 103-1, 102-44, 102-46

Onde ocorrem os impactos

↔ Dentro e fora → Dentro ← Fora



Tópico Material	Onde ocorrem os impactos	O envolvimento da organização com os impactos	Limitações do tópico	ODS relacionados
Condições de trabalho e direitos humanos	↔	<ul style="list-style-type: none"> • Práticas de gente & gestão • Cadeia de valor • Relações comerciais 	Alta taxa de informalidade no varejo e indústria de moda no Brasil	3 8 10 17
Diversidade e igualdade	↔	<ul style="list-style-type: none"> • Ações de promoção da diversidade e inclusão, a fim de gerar igualdade e prosperidade social 	Machismo e racismo estruturais	5 10 16 17
Produto de menor impacto	↔	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento ao uso de tecnologias de menor impacto • Preferência a fornecedores e matérias-primas com certificações de boas práticas socioambientais • Design para redução de resíduos 	Necessidade de avanços tecnológicos na indústria da moda e redução de custos com ganho de escala	6 7 9 12 17
Geração de valor compartilhado	←	<ul style="list-style-type: none"> • Atuação proativa em busca de gerar valor para a cadeia • Coleções que promovem ações de desenvolvimento socioambiental por meio de projetos de valor compartilhado 	Não há	8 9 10 17

Tópico Material	Onde ocorrem os impactos	O envolvimento da organização com os impactos	Limitações do tópico	ODS relacionados
Economia circular		<ul style="list-style-type: none"> • Criação de produtos, processos e modelos de negócios visando ao aumento do ciclo de vida das roupas • Modelos de negócio inovadores de logística reversa, reuso e upcycling • Escolha de matérias-primas e processos produtivos com menor impacto ambiental 	Necessidade de avanços tecnológicos, escalabilidade da reciclagem têxtil e redução de custos operacionais	
Visão de negócios e governança		<ul style="list-style-type: none"> • Abertura de capital na bolsa de SP em 2020 • Atuação para evolução da governança e desenvolvimento do modelo de negócio • Priorização da Pauta ESG pelo Conselho de Administração • Criação da área de Sustentabilidade Grupo SOMA 	Não há	
Gestão de resíduos têxteis e não têxteis		<ul style="list-style-type: none"> • Evolução na gestão e na busca contínua por melhores soluções de tratamento e destinação, incluindo iniciativas de circularidade 	Necessidade de avanços tecnológicos, escalabilidade da reciclagem têxtil e redução de custos operacionais	
Uso e gestão sustentável de recursos naturais		<ul style="list-style-type: none"> • Evolução na gestão e busca de eficiência contínua nos indicadores de água, energia e carbono nas operações do Grupo e na cadeia de valor • Escolha de matérias-primas certificadas, como de manejo florestal sustentável (FSC) e controle de químicos (Green Screen Certified e Oeko-Tex Standard 100) 	Não há	
Mudanças climáticas		<ul style="list-style-type: none"> • Tema fundamental e urgente para garantia de um futuro sustentável para todos, será tratado com seriedade pelo Grupo, que já se alinhou às metas do Pacto Global • Em 2021 será realizado o primeiro inventário de carbono do Grupo SOMA. Veja riscos e oportunidades mapeados na pág. 46 	Não há	

Agenda 2030 e Diálogo com os ODS

GRI 102-12

Em fevereiro de 2021 nos tornamos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) nos alinhando aos seus dez princípios e à Agenda 2030. Mais um passo em direção ao nosso comprometimento na criação de uma melhor empresa para o mundo.

Nas próximas páginas, você pode conferir como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU) serão trabalhados na nossa estratégia ESG.

Sistema B como ferramenta de gestão

Em 2020 também escolhemos a Avaliação de Impacto B como ferramenta de gestão de indicadores e avanços ESG. A metodologia se destaca por considerar indicadores socioambientais, financeiros e gerenciais na governança da empresa e tomada de decisão.

No último trimestre de 2020, fizemos a Avaliação de Impacto B das marcas Animale e FARM, identificando boas práticas a serem expandidas para o Grupo SOMA como um todo em 2021. Nossa meta é certificar o Grupo de Moda SOMA até o final de 2022.



O Grupo SOMA está comprometido com a Agenda 2030 da ONU e em alinhar nosso planejamento estratégico aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Nossos pilares ESG

Sabemos que a moda é uma das indústrias mais intensivas em uso de capital humano e natural, por isso, acreditamos no seu poder de transformação e geração de impacto positivo.

Nesse caminho, queremos ser uma voz ativa e construtiva para o avanço da agenda ESG não apenas no nosso segmento, mas no Brasil, garantindo uma gestão ética e transparente da sustentabilidade, sempre.

Nossos passos são guiados pela linha de pensamento da pesquisadora Lylian Berlim, que nos instiga a olhar para a evolução da moda em quatro direções:



1. Moda mais justa

Objetivo:

Fomentar a inclusão econômica e o bem-estar social a partir da geração de emprego com condições de trabalho seguras e inclusivas.

Materialidade:

- Condições de trabalho e direitos humanos (1)
- Diversidade e igualdade (2)



2. Moda mais limpa

Objetivos:

Acelerar a economia circular e formas de produção que preservam os recursos e ecossistemas naturais;

Atingir as metas de descarbonização da economia zerando emissões de GEE escopos 1 e 2 até 2030 e escopo 3 até 2050.

Materialidade:

- Produto de menor impacto (3)
- Economia circular (5)
- Gestão de resíduos têxteis e não têxteis (7)
- Uso e gestão sustentável de recursos naturais (8)
- Mudanças climáticas (9)



3. Moda mais ética

Objetivo:

Garantir uma gestão ética e transparente da agenda ESG, sendo uma voz ativa no avanço da sustentabilidade no nosso segmento e no país.

Materialidade:

- Visão de negócios e governança (6)



4. Moda mais bela

Objetivo:

Criar coleções que inspirem e promovam ações de impacto positivo reduzindo desigualdades.

Materialidade:

- Geração de valor compartilhado (4)



Condições de trabalho e direitos humanos

GRI 103-2, 103-3, 412-2

Temos como ideal manter o alinhamento com a temática de Direitos Humanos tanto para nossos colaboradores quanto para nossa base de fornecedores (*ver* [pág. 27](#)). Em 2020 iniciamos capacitações em políticas e práticas de direitos humanos, com temas como naturalidade de corpos, racismo estrutural, representatividade LGBTQIA+, linguagem inclusiva e inclusão de PCDs. Os treinamentos foram promovidos para diversos públicos, dentre eles: colaboradores das marcas, lideranças e time comercial. Tivemos um total de 18 horas de treinamentos, que envolveram 22,79% dos colaboradores.



Gestão Covid-19 GRI 103-2, 103-3, 413-1

O SOMA gera quase 6 mil empregos diretos e 25 mil indiretos. Da criação das peças à venda dos produtos, milhares de profissionais fazem nossa história acontecer.

Em 2020 decidimos manter os empregos. Mantivemos os empregos pela adoção da Medida Provisória 927/2020. Negociamos a remuneração das lideranças com salários acima de R\$10.000,00, que abraçaram a redução para preservar os salários dos demais colaboradores. E fomos além, fazendo contratações para atender o crescimento das vendas on-line e de seu impacto na distribuição. GRI 103-2, 103-3

Em 2020 a vida virou de ponta cabeça. Nada ficou como era. Inovamos e repensamos processos. Descobrimos que o *home office* veio para ficar. Todos os colaboradores de escritório passaram a trabalhar remotamente. Enquanto as lojas estiveram fechadas, as equipes de vendas passaram por treinamentos e seguiram sendo comissionadas com os resultados das vendas online. Os setores que voltaram ao trabalho presencial mais rapidamente foram o CD (Centro de Distribuição) e a área de corte. Direcionamos uma profissional de saúde para auxílio e orientação dos colaboradores que apresentavam sintomas de Covid-19 ou que tiveram contato com algum caso confirmado, e contratamos consultorias especializadas para elaboração de protocolos de prevenção à disseminação do Covid-19 e, posteriormente, elaboração do protocolo de retomada, com análises minuciosas conforme legislações locais.

Devido à pandemia da Covid-19, nossa prioridade em 2020 foi cuidar da nossa gente: colaboradores e cadeia de valor

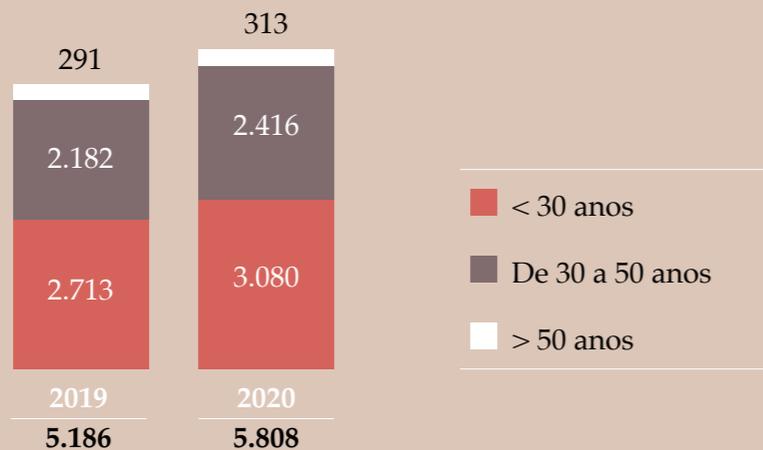


@studiodrawxi

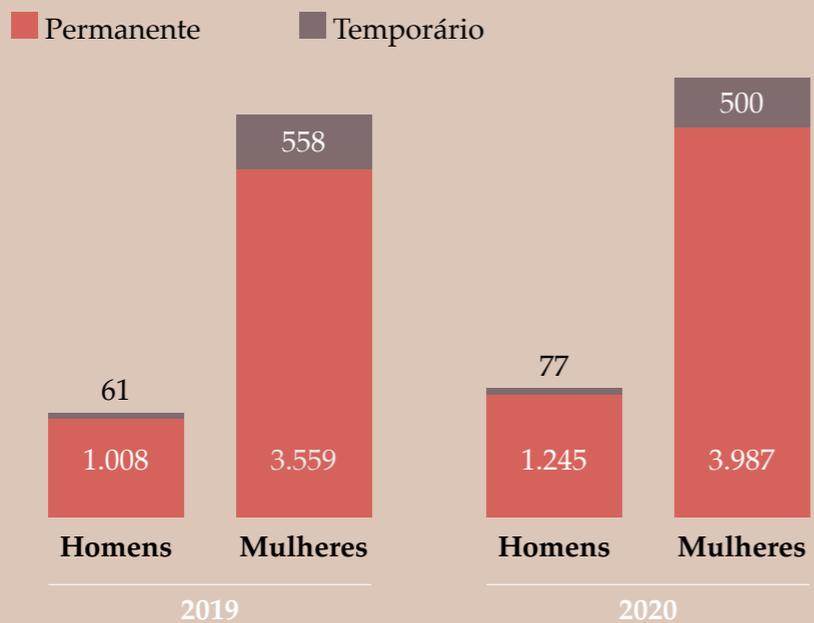
- Produzimos e doamos mais de 250 mil máscaras para comunidades mais vulneráveis no estado do Rio de Janeiro e hospitais de campanha, além de povos indígenas no Amazonas e no Acre. A marca Maria Filó doou 211 jalecos, feitos com sobra de tecido, para o Projeto Hotel Solidário, colaborando com os médicos que vieram para o Rio de Janeiro atuar na linha de frente da pandemia.
- A FARM Global doou mais de 21 mil dólares para a organização humanitária Médicos Sem Fronteiras (MSF). A doação foi para ajudar a manter programas médicos de combate à Covid-19 em comunidades vulneráveis ao redor do mundo.
- A Animale fez parceria com a União Rio, movimento voluntário da sociedade civil carioca de combate à Covid-19, destinando 10% do lucro líquido do lançamento da Coleção 'Rio de Janeiro' para o apoio de famílias cariocas em vulnerabilidade.
- Investimos em um novo Centro de Distribuição e aumento de equipe para dar conta dos pedidos online, com trabalho durante 24h diárias (três turnos), sempre seguindo todos os protocolos de segurança.

Mais sobre nossa gente GRI 102-8

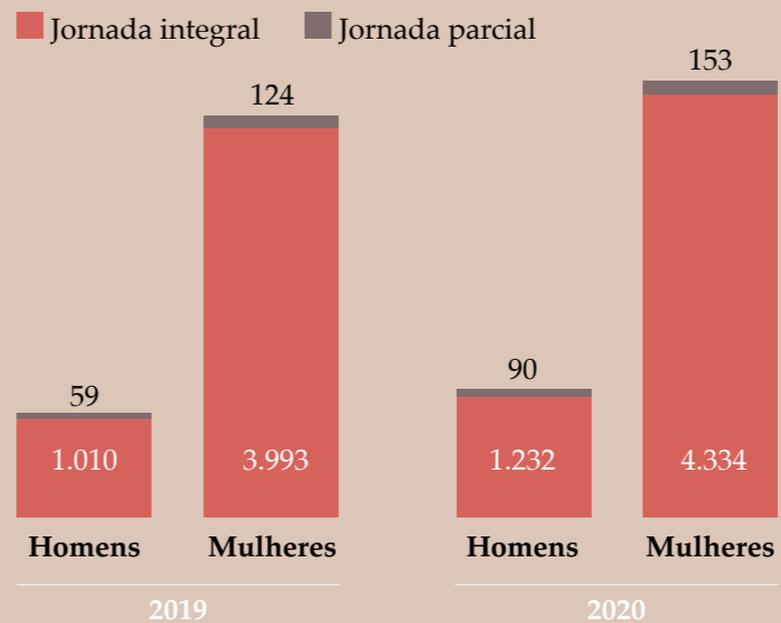
Empregados por faixa etária



Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero



Empregados por tipo de emprego



Empregados por categoria funcional

	2019	2020
Diretoria + Conselho	22	20
Gerência Executiva	42	62
Gerência	359	448
Analista	1.388	1.461
Vendedor	1.858	1.976
Operacional	1.503	1.791
Trainees	14	51
Total	5.186	5.809

Proporção entre a remuneração do indivíduo mais bem pago e a remuneração média anual de todos os empregados* GRI 102-38

Remuneração**	2019	2020
Maior remuneração anual paga	R\$ 517.707,31	R\$ 616.650,00
Remuneração média anual para todos os empregados	R\$ 21.671,01	R\$ 25.435,70
Proporção	4%	4%

* Exceto o indivíduo mais bem pago.

** Está incluída remuneração de empregados em tempo integral e parcial e todas as operações, exceto comercial da FARM Global. Remuneração incluída no cálculo: salário, férias remuneradas, 13º salário, bônus, comissão, descanso semanal remunerado, gratificação, domingos e feriados trabalhados, adicional noturno, folga remunerada, hora extra, complemento de mínimo garantido.

Variação entre o salário mais baixo e o salário mínimo, por gênero ¹ GRI 202-1

	2019		2020	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Grupo SOMA ¹				
Menor salário pago pela organização	R\$ 937,00	R\$ 937,00	R\$ 954,00	R\$ 954,00
Salário mínimo determinado por legislação ou sindicato ²	R\$ 937,00	R\$ 937,00	R\$ 954,00	R\$ 954,00
Relação percentual	100%	100%	100%	100%

¹ Não foram considerados os colaboradores com jornada parcial. Considera todas as unidades, exceto o comercial da FARM Global.

² Os valores mínimos são praticados de acordo com a legislação local (Belém - PA).

Aumento percentual da remuneração total anual GRI 102-39

Remuneração	2019	2020	Variação %
	Remuneração	Remuneração	
Maior remuneração anual paga	R\$ 517.707,31	R\$ 616.650,00	19,11%
Remuneração total anual para todos os empregados	R\$ 21.671,01	R\$ 25.435,70	17,37%
Proporção	-	1,10	

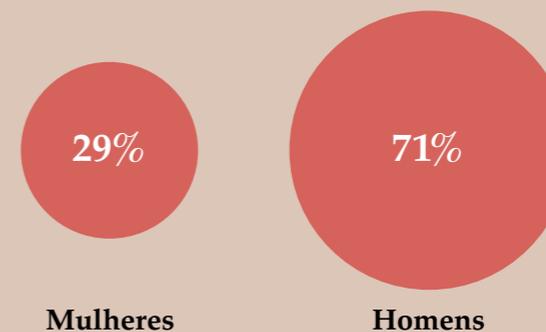
* Exceto o indivíduo mais bem pago.

** Está incluída remuneração de empregados em tempo integral e parcial e todas as operações, exceto comercial da FARM Global. Remuneração incluída no cálculo: salário, férias remuneradas, 13º salário, bônus, comissão, descanso semanal remunerado, gratificação, domingos e feriados trabalhados, adicional noturno, folga remunerada, hora extra, complemento de mínimo garantido.



Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%) GRI 405-1

Conselho de Administração



Membros da alta direção contratados na comunidade local GRI 202-2

Grupo SOMA ¹	2019	2020
Total de membros da diretoria	13	13
Membros da diretoria contratados na comunidade local	13	13
Percentual da diretoria contratados na comunidade local	100%	100%

¹ Todas as unidades, exceto o comercial da FARM Global.

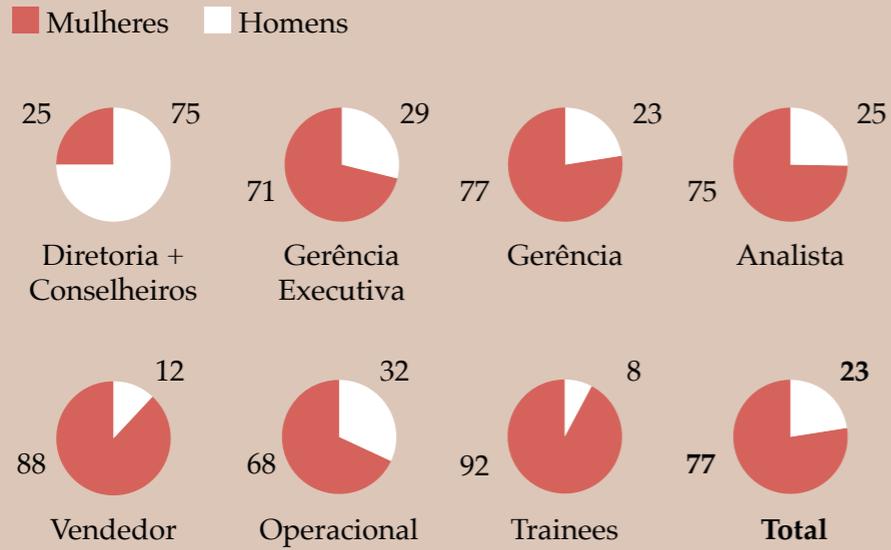
100% dos membros da diretoria (diretores e CEO) são contratados na comunidade local (comunidade local considerada Brasil).

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%) GRI 405-1

Conselho de Administração

	2020	Porcentagem
< 30 anos	0	
De 30 a 50 anos	29	
> 50 anos	71	
Total	100	

Empregados em 2020, por categoria funcional e gênero (%) GRI 405-1



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

2020	< 30 anos	30 a 50 anos	> 50 anos
Diretoria + Conselheiros	0	60	40
Gerência Executiva	3	89	8
Gerência	16	81	3
Analista	60	38	2
Vendedor	67	31	2
Operacional	42	46	12
Trainees	90	10	0
Total	53	42	5

Em relação ao grupo de minorias, negros representam 16,67% dentro do órgão de governança e 3% na categoria operacional.



Novos talentos

Utilizamos a Gupy, plataforma de gestão do recrutamento & seleção, para nos apoiar na busca de novos talentos. Centralizamos os nossos processos seletivos em um único local e usamos inteligência artificial para fazer análise de dados. GRI 103-2

Quem faz nossas roupas GRI 102-9, 103-2, 103-3

Nossa produção de roupas e acessórios conta com uma base de fornecimento composta por fornecedores e subcontratados localizados no Brasil e no exterior, gerando mais de 25 mil empregos indiretos.

Sob a responsabilidade da área de Operações, o setor de Compliance monitora a cada quatro meses toda a base de fornecimento nacional, para mitigar os 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 parceira. Em todos os contratos existe uma cláusula de cumprimento da legislação trabalhista, exigindo que fornecedor e subcontratados sigam todas as normas previstas. GRI 412-3

Em nossas auditorias damos atenção especial aos temas de trabalho infantil e trabalho forçado ou análogo ao escravo, e temos como meta manter em zero a incidência dessas não conformidades. GRI 408-1, 409-1

Somos signatários ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil) e a FARM Global é filiada ao SAC (Sustainable Apparel Coalition). GRI 102-13, SASB CG-AA-430A.1., A.2 E B1.

Realizamos periodicamente e de forma não anunciada, auditorias de rastreabilidade de nossos produtos feitos em confecções terceirizadas para garantir que as roupas estão sendo produzidas em locais autorizados.

Em 2020, diante do cenário crítico de pandemia que vivemos, continuamos demandando fornecedores de acordo com todos os protocolos de segurança e não cancelamos pedidos. Chegamos ao final de 2020 com uma cadeia de fornecedores ativa e saudável.



100%
da base de fornecimento do Brasil é auditada por empresa terceira parceira.

100%
dos fornecedores e subcontratados de São Paulo possuem certificação ABVTEX

64%
dos fornecedores e subcontratados nacionais possuem certificação ABVTEX

88%
de fornecedores nacionais

12%
de fornecedores internacionais

Estruturação de fornecedores GRI 102-9, 103-2, 103-3

Após a crise de 2008, diversas fábricas passaram a terceirizar sua produção para reduzir custos fixos, como saída encontrada para se manter financeiramente. Com isso, a cadeia de confecção de vestuário do Rio de Janeiro passou a ter um alto índice de irregularidades.

Sabendo das dificuldades financeiras que diversos fornecedores possuem, e buscando manter nossa cadeia de fornecimento totalmente regularizada, implementamos um projeto de melhoria nos processos produtivos. Através dele, oferecemos investimentos financeiros à nossa rede de fornecedores, adiantando pagamentos futuros, que são posteriormente abatidos em parcelas sem cobrança de encargos.

Os impactos das mudanças realizadas nesses fornecedores foram: aumento na geração de empregos, mudanças nas localizações de fábricas situadas em comunidades controladas pelo crime organizado para locais mais seguros e incremento na capacidade produtiva, aumentando o faturamento geral dos fornecedores.

O primeiro fornecedor a participar do projeto foi a P&K Modas – antes localizada no Complexo do Alemão, bairro que abriga um dos maiores conjuntos de favelas na Zona Norte do Rio de Janeiro – com 27 colaboradores. Com o aporte de R\$ 250 mil que fizemos, por meio de adiantamento de pagamentos futuros, a P&K Modas mudou sua fábrica para o bairro de Ramos, deixando de trabalhar dentro da comunidade e, assim, diminuindo a exposição a riscos de violência urbana aos quais seus colaboradores estavam expostos. Além disso, o fornecedor aumentou seu quadro de funcionários em 85%, totalizando 50 colaboradores.

Investindo em crescimento

Em 2020, apoiamos fornecedores estratégicos, que juntos respondem por 18,9% do nosso volume facionado, por meio de antecipação de recursos financeiros. O crédito permitiu que investissem no aluguel ou compra de novos galpões para ampliação da produção com melhores condições de trabalho e maquinário. Ao todo, 962 empregados indiretos foram impactados. GRI 203-2

Investimos na capacitação de nossos fornecedores para garantir a sustentabilidade social e econômica das empresas

Capacitação para parceiros SOMA e Sebrae GRI 203-2

Iniciamos uma parceria com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para a realização de consultorias para nossos fornecedores, buscando melhorar a sustentabilidade dos seus negócios. Contratamos o projeto de Encadeamento Produtivo, que oferece consultoria para a superação de dificuldades operacionais e para o aprimoramento de atividades, como forma de possibilitar a sustentabilidade econômica e social das empresas.

Os pilares do projeto são: Competitividade, Produtividade, Lucratividade, Inovação, Ampliação de Mercado e Desenvolvimento Sustentável. Estamos pilotando a experiência com 30 fornecedores do Rio de Janeiro. Nosso objetivo é ampliar o projeto para toda a rede de fornecedores do Grupo SOMA.

Contratação de fornecedores

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. Na maioria das vezes, as vantagens mais competitivas estão com os produtores nacionais, pois têm lead time de entrega menores. GRI 204-1

Práticas de compra de matéria-prima

O fornecimento de matéria-prima e sua prática de compras têm como base as demandas dos times de planejamento de cada marca. Os pedidos são gerados para a área de Compras via sistema. 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. Isso nos ajuda também na gestão de compliance. Em 2020 esse processo foi automatizado com uma versão do sistema disponível via web. Mesmo em um ano de pandemia, avançamos na qualidade e nos prazos das entregas. O desempenho da área está ligado à bonificação dos empregados (até 20% do salário) e da alta gestão. GRI 103 e 204



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

Grupo SOMA	2018	2019	2020
Orçamento para fornecedores (R\$)	427.000.000,00	458.221.000,00	444.000.000,00
Valor gasto com fornecedores locais (R\$)	341.000.000,00	381.400.000,00	333.000.000,00
% do orçamento gasto com fornecedores locais	80,00%	83,00%	75,00%

*Grupo SOMA considera fornecedores locais os fornecedores nacionais (dentro do Brasil).

Parceria com o povo

Yawanawa GRI 103-2, 103-3, 203-1, 413-1

Uma das parcerias que nos enche de orgulho é com a Rautihu Yawanawa. Por meio dela, a FARM apoia o povo Yawanawa e a estruturação de sua cadeia artesanal, impactando de forma positiva a renda de 160 artesãs.

- Mais de **R\$ 1 milhão** de *geração de renda bruta*
- Mais de **3 mil peças** *produzidas*
- *Instalação de internet* em **7 aldeias** Yawanawa
- Apoio ao *festival cultural* Mariri Yawanawa
- *Formação de jovens* em administração e contabilidade
- *Doação de 400 calcinhas* absorventes e reutilizáveis FARM Pantys
- Mais de **500 peças de roupa** *FARM doadas*
- Cerca de **100 peças de roupa** *Fábula doadas*



Ações sociais e comunitárias das nossas marcas

GRI 103-2, 103-3, 413-1

A relação com as comunidades locais e a geração de valor compartilhado estão ancoradas em diversas ações que fazem parte da rotina de muitas das nossas marcas. Os destaques de 2020 são:

Um abraço na Amazônia

CRIS BARROS

- Desde 2017, apoia a ONG Casa do Rio para capacitação de artesãs. Em 2020 foram doados R\$ 80 mil

FARM

A marca possui ações em diversas frentes. Conheça as ações no Relatório de Sustentabilidade FARM 2020 ([acesse aqui](#))

Cuidados com a Biodiversidade

FÁBULA

- Desenvolveu uma coleção em homenagem aos animais e destinou R\$ 30 mil em apoio ao Instituto Vida Livre

ANIMALE

- Adotou em 2019 a Life Print uma estampa animal certificada. Peças best-seller, com a estampa de onça, tiveram parte das vendas revertidas para a ONG Ampara Silvestre. Em 2020 a parceria foi renovada e a marca destinou 10% do lucro de toda a venda online dos dias 25 a 28 de agosto das peças em lançamento para o trabalho de proteção aos animais silvestres afetados pelos incêndios no Pantanal

Educação, um papel de todos

CRIS BARROS

- Apoia comunidades locais no Rio de Janeiro por meio da Rede Synapse de formação de professores, com foco na educação infantil

MARIA FILÓ

- Desde 2019, o time da matriz da marca tem aulas de libras para reduzir as barreiras de comunicação com nossos 26 colaboradores surdos, numa ação importante de inclusão

FÁBULA

- Em 2020 a marca financiou oficinas de iniciação musical para crianças do Projeto Lanchonete, situado na região da Pequena África (Gamboa/RJ) com a doação de R\$ 7 mil
- Fez doação de R\$ 40 mil para o Unicef, por meio do Programa Empresa Solidária à Infância
- Apoia o Instituto da Criança com investimento anual de R\$ 120 mil



Diversidade e inclusão

GRI 103-2, 103-3

Ser uma plataforma de marcas inclusiva e diversa é uma das nossas prioridades. No mundo da moda, temas relacionados às questões étnico-raciais, de gênero, corpos e LGBTQIA+ ganham uma visibilidade maior porque fazemos parte de uma indústria que inspira comportamentos e estilos de vida. Portanto, temos uma responsabilidade maior com esses temas. Temos orgulho da diversidade do nosso time, mas ainda precisamos avançar na inclusão de indígenas e na inclusão racial em posições de liderança. Estamos comprometidos em transformar metas em ações e práticas que atinjam todas as nossas áreas. Em 2020 trouxemos uma importante contribuição para nosso time: Rachel Maia, nova integrante do nosso Conselho de Administração.

“Estou no lugar certo, na hora certa”

Mulher de pele preta, graduada em contabilidade pelo Centro Universitário FMU, com MBA pela Fundação Getulio Vargas (FGV), **Rachel Maia** estudou Negociação e Liderança na Harvard Business School e Treinamento de Gerenciamento Geral na Victoria University, no Canadá. Foi a primeira CEO negra do país. Já ocupou cargos de CFO e CEO em importantes multinacionais como Tiffany, Pandora e Lacoste.

Com essa história de sucesso no mundo empresarial, desde o final de 2020 ela faz parte do Conselho de Administração do Grupo SOMA. Vamos ver o que ela nos tem a dizer.

COMO VOCÊ DEFINE DIVERSIDADE E REPRESENTATIVIDADE?

RM: Se quisermos fazer transformações, precisamos compreender as variações que existem sobre diversidade. As diferenças humanas devem ser celebradas. Sejam as diversidades biológicas, culturais, linguísticas, religiosas, porque elas significam pluralidade.

Já a representatividade significa que os mais diversos grupos têm que estar representados

em relação à voz e aos posicionamentos. Mulheres e pessoas negras não são minorias sociais, mas não estão devidamente representadas em todos os aspectos da sociedade. Por exemplo, hoje temos a necessidade de mais representatividade no Conselho do Grupo SOMA. Nós temos que ter representatividade para ter diversidade de pensamentos e trazer a inovação.

QUAIS SÃO SEUS DESAFIOS NO GRUPO SOMA?

RM: Fiz meu onboarding num momento pandêmico e, apesar do isolamento social necessário, estive em algumas unidades, como a fábrica e o ateliê. Sou estratégica como conselheira e sou tática naquilo que é minha responsabilidade. Já falei na primeira reunião do Conselho: "Vocês me contrataram para trazer benefícios para o processo. Nem todo processo é agradável". O que necessita de transformação nem sempre vem floreado. Sim, estamos inseridos em uma indústria poluente, mas vejo isso como oportunidade. Temos a oportunidade de virar um benchmark. Estou no lugar certo na hora certa. O Grupo SOMA está me permitindo trazer esse posicionamento. Precisamos criar desafios e metas. Não estamos aqui para fazer o fácil.



Nossas ações

Fortalecimento do canal de ética

Meio de comunicação para denúncias ligadas a abusos, discriminações e agressões.

O canal funciona num formato em que a pessoa pode escolher o anonimato ou não, e é gerenciado por empresa terceirizada (<https://contatoseguro.com.br/gruposoma>).

Certificação GPTW

Que inclui no seu livro de práticas marcos da diversidade na empresa (IT21).

Certificação WOB

O selo *Women on Board* reconhece e valoriza empresas com pelo menos duas mulheres em conselhos de administração ou consultivos (IT21).

Programa Jovem Aprendiz

Atualmente temos mais de 100 jovens alocados nas mais diversas áreas do Grupo e mais de 80% deles se autodeclararam pretos ou pardos, reforçando a importância do programa como ferramenta de inclusão (dado do Censo Étnico-Racial Grupo SOMA 2021).

Censo Étnico-Racial do grupo

No início de 2021, atualizamos o Censo Étnico-Racial do Grupo SOMA, cuja primeira edição foi realizada no final de 2019. O Censo nos traz dados sobre o perfil da nossa equipe de colaboradores, observando raça de modo interseccional.

Dados do Censo Étnico-Racial Grupo SOMA

43%
de colaboradores
negros
(critério IBGE)
representando um
aumento de 2% em
relação a 2019

29%
autodeclarados
pretos

14%
autodeclarados
pardos

75%
dos colaboradores
são mulheres

33%
autodeclaradas
pretas e pardas,
representando um
aumento de 3% em
relação a 2019



Moda de menor impacto

A indústria da moda está entre as mais poluidoras do planeta. Reverter esse processo é um compromisso que assumimos, porque temos responsabilidade com a construção do futuro e com os impactos que o nosso negócio provoca.

Nossas marcas têm mapeado os processos e produtos mais críticos para, passo a passo, adotar práticas mais sustentáveis e com menor dano ao meio ambiente. A companhia assume o desafio de promover novas formas de produzir e consumir roupas com menor uso de recursos naturais e, conseqüentemente, impacto ao planeta.





Jeans mais sustentável

Economia de **3,8 milhões de litros de água** na produção de jeans na FARM *

Na **Animale** os jeans incorporam fibras recicladas e incluem um processo de lavagem que gasta **99% menos água** do que uma peça comum. *

Na FARM o jeans Re-FARM é produzido com 100% de algodão brasileiro responsável (ABR) e certificado pela BCI (Better Cotton Initiative). Ele emite menos CO₂, libera menos microplásticos e consome menos água e energia. São utilizados apenas produtos químicos biodegradáveis com certificação internacional Green Screen.

Cada peça jeans Re-FARM reduz (em relação a um jeans comum)

47%
do consumo de água
(86 garrafas de 500 ml
por peça)

46%
do consumo de energia
(130 cargas no smartphone
por peça)

36%
de horas de trabalho
(1 voo Rio-SP por peça)

1,3 kg de CO₂
(30 horas de uso de celular
por peça)

*O dado tem como base as informações do fabricante dos produtos químicos usados na lavagem.

Habitats protegidos e matérias-primas certificadas

GRI 103-2,103-3, 304-2

Embora o grupo SOMA não tenha mensurado o impacto direto de suas unidades operacionais próprias e administradas na biodiversidade, entendemos que somos corresponsáveis pelos impactos das nossas matérias-primas, como fibras naturais, fibras mistas e fibras sintéticas, que têm origem na agricultura, sistemas florestais e indústria química. Assumimos o compromisso não só de buscar certificações para garantir boas práticas socioambientais, mas também de regenerar ecossistemas. Para 2021 temos a meta de aumentar a participação de matérias-primas certificadas, ampliar iniciativas de reflorestamento e expandir parcerias que visam à preservação e proteção ambiental. Essa é uma prática que teve origem em 2019, quando algumas de nossas marcas começaram a ampliar o uso de matérias-primas e materiais reciclados nos produtos. Exemplos de certificações que usamos hoje são:

- Algodão Brasileiro Responsável (ABR) e Better Cotton Initiative (BCI);
- OEKO TEX STANDARD 100 (certificação internacional que atesta a ausência de produtos químicos perigosos);
- Carbon Free e CO₂ Control: selos que atestam redução de emissão de CO₂ nos processos produtivos das matérias primas.

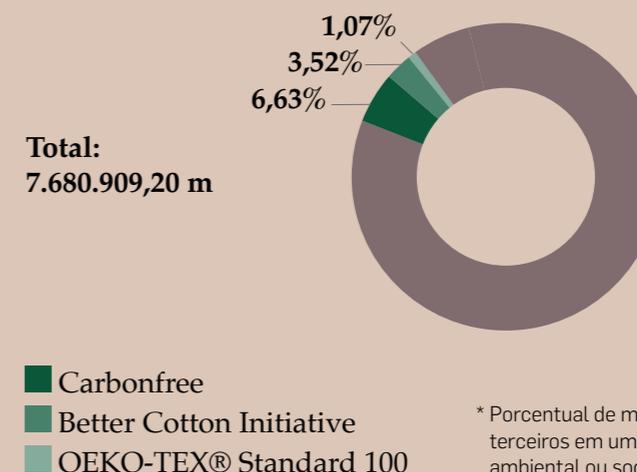
Também utilizamos em 2020 outros materiais não certificados, mas que demonstram menor impacto ao meio ambiente, como Rice Recycle (7,53%) e Viscose Vortex (4,79%).

A marca CRIS BARROS tem avançando nesse aspecto. Parte de suas coleções usam produtos orgânicos, recycle e tingimento natural. Na coleção Inverno 20, o percentual foi de 5%, já na coleção Inverno 21, o percentual saltou para 28%. GRI-301-2

Na FARM, o aumento da participação de matérias-primas menos impactantes às pessoas e ao meio ambiente é uma meta do estilo. A marca fechou 2020 com 14% da coleção de Alto Verão 21 com matérias-primas mais responsáveis, incluindo opções com biodegradação acelerada.

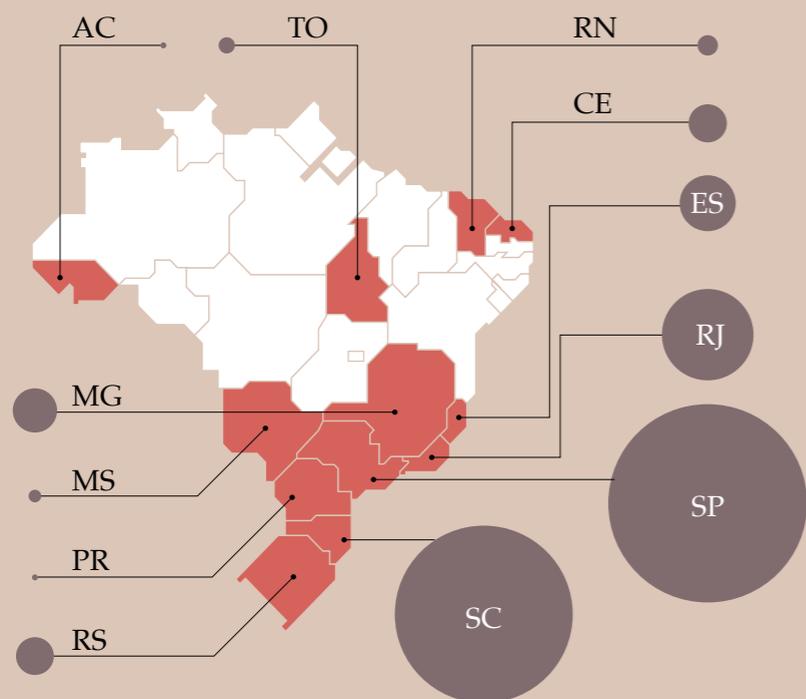


Volume de matérias-primas certificadas compradas em 2020 (%) SASB CG-AA-440A.2.

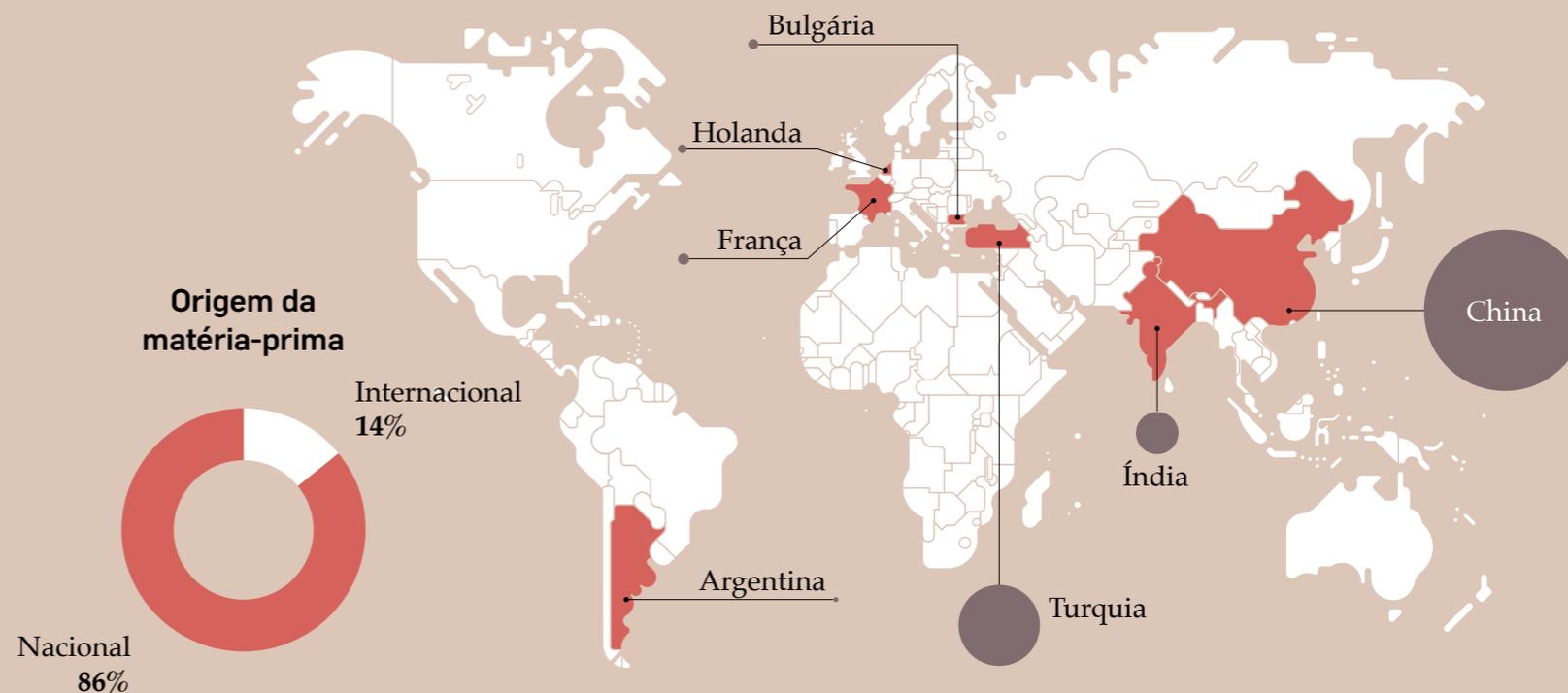


* Porcentual de matérias-primas certificadas por terceiros em um padrão de sustentabilidade ambiental ou social.

Origem da matéria-prima: nacional



Origem da matéria-prima: internacional



Materiais utilizados na produção * GRI 301-1

Nome do material	Composição	Utilizado no produto final ou embalagem	Fonte renovável/não renovável	Unidade de medida	2018	2019	2020
PARISE T02030	100% viscose	Produto final	renovável	Metros	0	17.392	986.635
RIBANA MANHATTAN	93% viscose, 7% elastano	Produto final	não renovável	Metros	178.208	307.048	368.240
RAYON BALI T5047	100% viscose	Produto final	renovável	Metros	253.477	476.540	419.932
CORA 8024LCN-001	100% viscose	Produto final	renovável	Metros	0	165.141	289.390
VIGLES 010 7188ED	100% viscose	Produto final	renovável	Metros	0	0	224.919

* As marcas do Grupo SOMA utilizam apenas papel e papelão em embalagens.

Uso de água e energia GRI 103-2, 103-3

Acompanhamos mensalmente o consumo de água e energia dos escritórios e lojas.

Toda a água usada nas instalações do Grupo SOMA é fornecida pelas redes concessionárias. Para evitar desperdício, foram implantados redutores de vazão e temporizadores de torneiras, e realizamos estudo para implantar captação de água da chuva. Em 2020 o volume total de água captada foi de 14,83 ML. GRI 303-3

Sempre que possível, optamos pela compra de equipamentos com maior eficiência energética. Estamos substituindo as lâmpadas existentes por LED e todas as trocas de manutenção e novas lâmpadas já são LED. Em 2020 o total de energia consumida no Grupo SOMA foi de 201,00 (GJ). GRI 302-1



14,83 ML
de água
consumidos
em 2020

201,00 GJ
de energia
consumidos
em 2020



Resíduos

GRI 306-1, 306-2

O Grupo SOMA usa empresas terceirizadas para destinar os resíduos gerados nas unidades operacionais. Ao todo são sete unidades no Rio de Janeiro e três em São Paulo. Parte do resíduo têxtil é reaproveitado internamente e outra parte, destinada para parceiros que fazem a reutilização. Em 2020, 75,52 toneladas de resíduos foram reaproveitadas.

A coleta dos resíduos gerados em nossas lojas é realizada de acordo com as regulamentações locais. Todo resíduo gerado por nós pode ser destinado à reciclagem, quando há presença de coleta seletiva, ou disposto adequadamente em aterro.

A meta de 2021 é centralizar a gestão de resíduos das unidades do Grupo SOMA e suas marcas para padronização da coleta seletiva e método de descarte dos resíduos, visando sempre à redução de envio para aterros.



Total de resíduos gerados, por composição (t) GRI 306-3

2020*

Categoria	Tipo	Quantidade gerada (t)
Recicláveis	não perigoso	73,01
Não recicláveis	não perigoso	303,42
Total		376,43

*Não contabilizadas as lojas, as unidades da Maria Filó e o escritório CRIS BARROS

Maria Filó e Eu Reciclo – parceria para reciclagem de sacolas

A marca Maria Filó é parceira da Eu Reciclo para compensação de 100% do volume das sacolas de papel utilizadas em 64 pontos de venda. Em 2020 foram compensadas 32,49 toneladas referentes a 2019, beneficiando 17 operadores de reciclagem distribuídos em 14 estados do Brasil. GRI 301-3



Acelerando Economia Circular GRI 103-2, 103-3

Upcycling é moda sustentável GRI 306-2 (2020)

Peças de roupas novas, porém com defeitos, são vendidas para a Oficina Muda. O projeto, com base no Rio de Janeiro, faz os ajustes e consertos necessários nas peças e as revende. Por meio dessa parceria, mais de 150 mil peças de roupas do Grupo SOMA ganharam vida nova, minimizando a quantidade de resíduos têxteis e promovendo a economia circular. Isso é o equivalente a 40 toneladas de tecidos que seriam descartados, mas foram reaproveitados.

Somente no ano de 2020 foram coletadas e consertadas para revenda 59.700 peças do Grupo SOMA, com pequenos defeitos ou que não foram vendidas em todo o ciclo de venda.

Também com a preocupação da economia circular, a FARM tem uma linha upcycling desde 2016. Ao todo, foram lançadas seis coleções que reaproveitaram quase 12 mil metros de tecidos, produzindo 8 mil novas peças.

Logística reversa – parceria com o Enjoei GRI 301-3

Em 2018 a FARM iniciou sua parceria com o Enjoei para incentivar o consumo de segunda mão, por meio de um modelo de negócio de logística reversa. Por meio dele, a cliente entrega peças FARM, em bom estado, nas lojas participantes e recebe um desconto na compra de peças da nova coleção. As antigas são encaminhadas para a plataforma Enjoei e revendidas na lojinha Enju-FARM.

A iniciativa está operando em 23 das 75 lojas FARM. Desde o início do projeto, foram recolhidas mais de 12 mil peças (2.029 em 2020), das quais 10 mil já foram revendidas.

Para 2021, o Grupo SOMA tem como meta a expansão da logística reversa de roupas com a ampliação de iniciativas de economia circular.

**Total de resíduos não destinados para disposição final,
por operação de recuperação, em toneladas métricas (t)** GRI 306-4

Resíduos não perigosos	Dentro da organização / Onsite	Fora da organização / Offsite	Total
Oficina Muda	0,00	14,92	14,92
Preparação para reutilização			
Rede Asta	0,00	2,50	2,50
Tratamento de sobra de matéria-prima FARM	58,10	0,00	58,10
Total de resíduos não destinados para disposição final	58,10	17,42	75,52

No ano de 2020 tivemos 7,4% de sobras de matéria-prima na FARM, o que significa que nosso processo de compra foi 92,6% eficiente. Com o tratamento interno de sobras, a metragem de tecido reaproveitado no ano foi de 324.455 metros e foram criados 232.382 novos produtos. Para o cálculo do equivalente em peso foi considerado o peso médio por peça de 250 g.

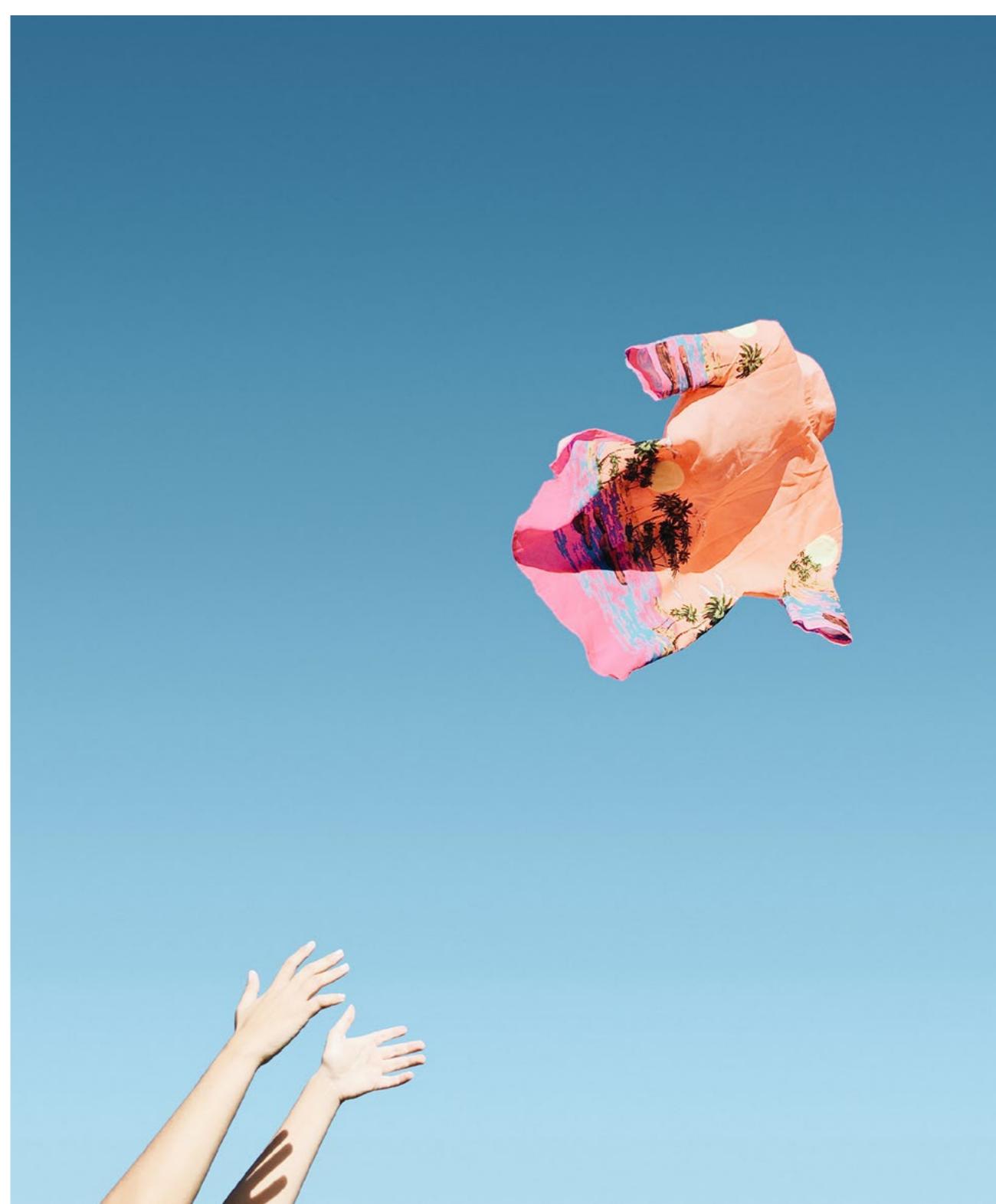
Os dados de resíduos gerais recicláveis e não recicláveis encaminhados para empresas de coleta de resíduos são entregues mediante relatórios disponibilizados pelas empresas e atualizados no Sistema de Manifesto de Transporte de Resíduos - MTR - INEA, para as unidades do Rio de Janeiro.

Os dados de resíduos têxteis reaproveitados e reutilizados são recolhidos por meio de relatórios periódicos enviados pelos parceiros Oficina Muda e Rede Asta. Os reaproveitados em processos internos na FARM são monitorados pelas equipes de planejamento e estilo.

Doamos 100% da ponta de corte para a Rede Asta

A Rede Asta é um negócio social que reúne artesãs em todo o Brasil para transformar resíduos têxteis em produtos. Só no Rio de Janeiro são 160 mulheres de 41 grupos produtivos que foram beneficiadas com as pontas de corte da FARM e Fábula.

Cada quilo de tecido doado gera em torno de R\$ 18,80 de renda. Desde 2018, já foram destinadas 10,2 toneladas de resíduos, que foram transformados em novos produtos gerando cerca de R\$ 400 mil de renda direta para as artesãs, dos quais quase R\$ 190 mil foram em 2020.



Emissões – gases de efeito estufa

GRI 103-2, 103-3, 305-1 A 4

O Grupo SOMA está mapeando todas as suas emissões de gases de efeito estufa, a fim de reduzir seus impactos climáticos.

Em 2020, fizemos o primeiro inventário de emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) de coleções* da FARM, e em 2021, vamos realizar o primeiro inventário de emissões GEE do Grupo SOMA junto com a WayCarbon. Também em 2021, nos filiamos ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), adotando a Agenda 2030 e o compromisso de zerar emissões de carbono escopos 1 e 2 até 2030, e escopo 3 até 2050. Nosso objetivo é reduzir o máximo possível das emissões e compensar as inevitáveis.

As emissões da frota própria, composta por veículos comuns, são controladas pelos órgãos fiscalizadores de acordo com as legislações de trânsito vigente, e sempre que aparentam qualquer mau funcionamento os veículos são encaminhados para a manutenção e reparação necessária.

Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE) GRI 305-1

Emissões diretas de gases de efeito estufa (t CO ₂ e)	2020
Transporte de materiais, produtos, resíduos, empregados e passageiros	1.161,45

* Informações FARM referentes a coleções Verão e Alto Verão 21.

Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) GRI 305-2

Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (t CO ₂ e)	2020
	34,09

* Informações FARM referentes a coleções Verão e Alto Verão 21.

Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE) GRI 305-3

Outras emissões de gases de efeito estufa (t CO ₂ e)	2020
Bens e serviços adquiridos	4.037,40
Resíduos gerados nas operações	6,02
Total	4.043,42

* Informações FARM referentes a coleções Verão e Alto Verão 21.



Agenda 2030

Adotamos o compromisso de zerar emissões de carbono nos escopos 1 e 2 até 2030, e no escopo 3 até 2050.

5.238,96
tCO₂e
compensadas
em 2020

Intensidade de emissões de gases de efeito estufa* (t CO₂ equivalente) GRI 305-4

	2020
Total de emissões de GEE	5.238,96
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa	2,75

* Informação FARM.

Coleção carbono neutro da FARM

Em 2020, a FARM lançou suas primeiras coleções Carbono Neutro. A estratégia de compensação das emissões de carbono é por meio de regeneração de áreas desmatadas, com o plantio de árvores. O primeiro inventário foi coletado em 2020 com dados sobre as fontes de emissão na produção e venda das peças, incluindo o uso de energia elétrica de lojas e escritórios, a geração de resíduos sólidos nos escritórios, o combustível utilizado no frete e a produção da matéria-prima das peças de roupa. Como metodologia de cálculo, utilizamos as diretrizes de instituições como o IPCC (GHG Protocol), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTIC) e Ellen MacArthur Foundation.

De acordo com o inventário-piloto das coleções Verão e Alto Verão 21 da FARM, foram compensadas 5.238,96 toneladas de CO₂ através de plantios em Sistemas Agroflorestais em Apuí, Amazonas, em parceria com o IDESAM. Foram plantadas ao todo 10.140 mudas em um total de 521 hectares restaurados. GRI 103-2, 305-5



Áreas protegidas ou restauradas (FARM) GRI 304-3

Aspecto	Mata Atlântica	Mata Atlântica	Amazônia	Amazônia
Tamanho das áreas de habitat protegido ou restaurado (km ²)	0,024 km ²	0,65 km ²	0,05 km ²	0,05 km ²
Localização das áreas de habitat protegido ou restaurado	Piranguçu, Serra da Mantiqueira (MG)	a 100 Km da Cidade de São Paulo, Serra da Mantiqueira (SP)	Terras Yawanawa (AC)	Apuí (AM)
Relate se o sucesso das medidas de restauração foi aprovado por especialistas externos independentes	SOS Mata Atlântica	Iniciativa Verde	Yawanawa	Idesam
Relate o status de cada área com base na sua condição no final do período coberto pelo relatório	Plantio de jan/20 até mar/21	Plantio de nov/20 até mar/21	Plantio concluído em dez 2020	Plantio de dez/20 até dez/21
Relate as normas, metodologias e premissas adotadas	Normas de plantio adotadas pelo SOS Mata Atlântica	Normas de plantio adotadas pela Iniciativa Verde	Normas de plantio adotadas pelo povo Yawanawa, respeitando saberes tradicionais.	Normas de plantio adotadas pelo Idesam para sistemas agroflorestais.
Árvores plantadas	132.367	5.000	1.000	1.633

*Grupo SOMA considera fornecedores locais os fornecedores nacionais (dentro do Brasil).

Riscos e compromissos em mudanças climáticas

GRI 102-11, 103-2, 103-3, 201-1

Nós mapeamos os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas. A partir da identificação, podemos implementar ações para evitar e mitigar os impactos negativos, bem como desenvolver as oportunidades.

Riscos

- **Físicos**

Eventos de instabilidade climática de alto impacto: fortes tempestades, chuvas, alagamentos, incêndios, secas, elevação do nível do mar etc.

- **Regulatórios**

Mercado e Taxação de Carbono

Novas multas ambientais

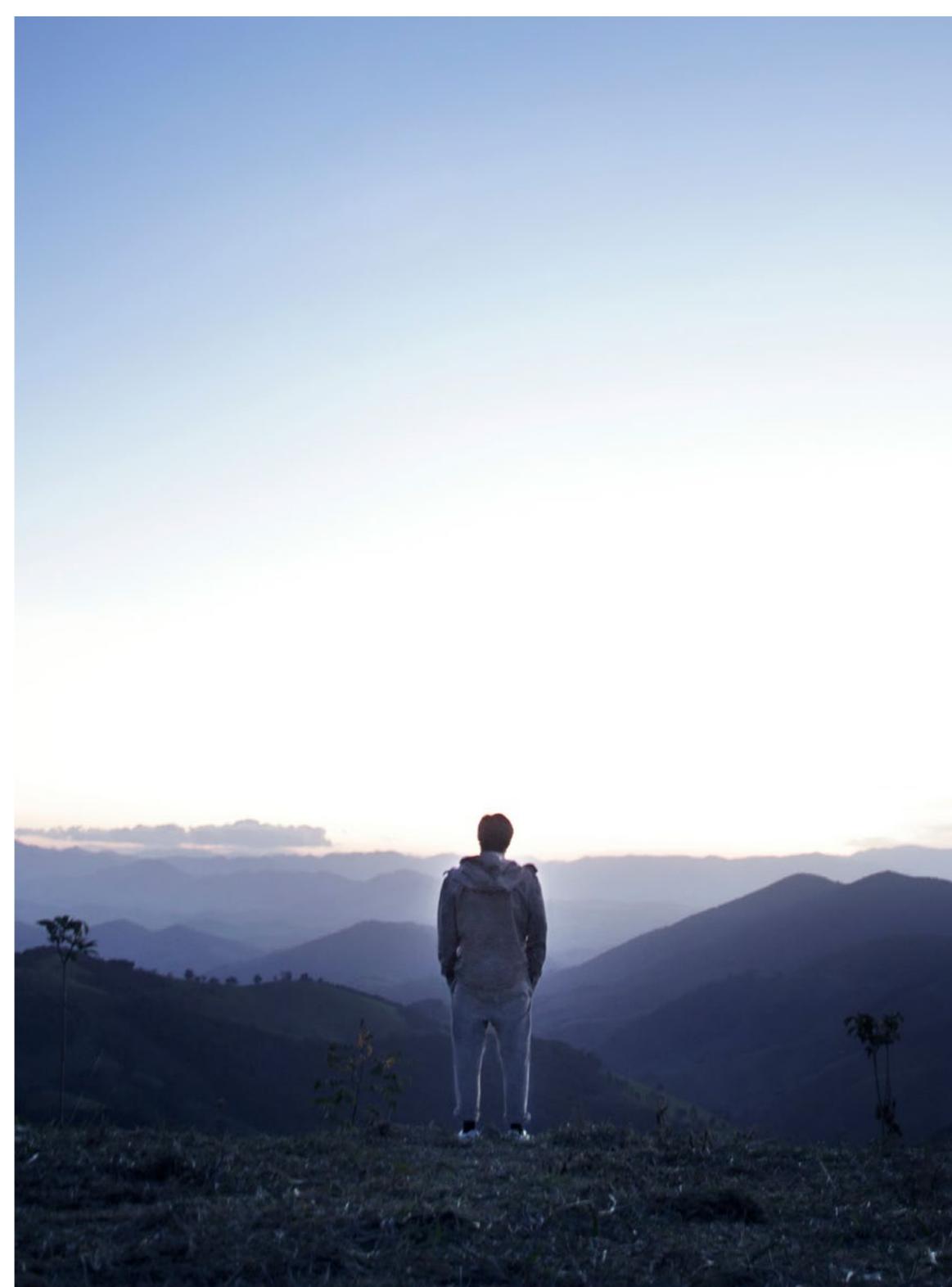
- **Mercadológicos**

Mudanças no comportamento de consumo

Escassez de matéria-prima

Oportunidades

- Acordos voluntários de metas de redução de carbono, como a adesão ao Pacto Global (feita em fevereiro de 2021) e alinhamento às metas da ONU
- Migração de frota baseada em combustível fóssil para frota elétrica e adesão ao mercado livre de energia
- Construção de produtos e processos de baixo carbono





Impactos financeiros

- Aumento dos custos logísticos com base em combustíveis fósseis e dos custos das fibras sintéticas
- Impacto operacional por meio de disfunções nas cadeias de suprimentos e logística; bem-estar dos trabalhadores em condições extremas; indisponibilidade de matéria-prima agrícola (fibras naturais) e/ou risco financeiro de aumento de custos das fibras naturais; necessidade de reposicionamento das operações e lojas do litoral
- Impacto financeiro de adequação e conformidade
- Impacto financeiro em vendas.

Impacto associado às oportunidades

- Impacto de imagem e reputação positiva pelo engajamento com a agenda climática
- Oportunidade de construção de maior resiliência operacional
- Oportunidade mercadológica da construção de novas linhas que refletem os novos valores e desejos dos consumidores (como Coleção Carbono Neutro, adoção de matérias-primas de menor impacto)

Métodos utilizados para gerenciar os riscos

- Elaboração de Matriz de Risco, Normas e Políticas de Risco, reuniões mensais da Comissão de Riscos, que reporta ao Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças
- Ações de eficiência energética como troca de lâmpadas e equipamentos como geladeiras e ar-condicionados com menor consumo de energia. Uso de energia renovável com base na matriz energética brasileira.
- Estratégias de compensação de carbono, como ações de reflorestamento. No Grupo, a FARM já possui um programa de reflorestamento, por exemplo, para compensação de carbono das suas coleções.

Gestão e cronograma

- Em 2020 o Grupo SOMA avançou na Gestão de Riscos Corporativos por meio da criação da Política de Comissão de Riscos e do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças (Craf), que tem por objetivo contribuir para a resiliência do Grupo mitigando riscos e resguardando a saúde da operação
- Foi ainda aprovada a Norma de Gestão de Riscos Corporativos e Análise de Riscos, feita por consultoria externa. A análise é baseada no framework da ISO 31000 e nas melhores práticas de mercado
- Próximos passos são aprofundar e acompanhar os temas identificados na Matriz de Riscos por meio da Comissão de Gerenciamento de Riscos, criada em fevereiro de 2021, e que conta com a participação de líderes de diversas áreas da empresa.
- Realização do Inventário de Carbono do Grupo (2021).
- Aprofundar a análise de riscos relacionada às mudanças do clima

Visão de negócios

Acreditamos que o negócio da moda será reinventado a partir da experiência da pandemia de 2020. O Grupo SOMA já começou esse processo, porque temos clareza sobre a importância de assumir os compromissos com a agenda ESG. Faz parte de nossos valores estar à frente e inovar na forma de fazer nosso negócio acontecer.





Em 2020, um dos momentos marcantes foi a abertura de capital da companhia. A oferta inicial de ações (IPO – do inglês Initial Public Offering), atraiu fortemente o interesse dos investidores e o grupo fez um caixa de R\$ 1,35 bi. A estreia na B3, em 31 de julho, aconteceu com as ações valorizadas em mais de 10%. Abrimos o IPO com a ação em R\$ 9,90, fechando em 30/12/2020 a R\$ 13,39, uma valorização de 35,25%.

Sem dúvidas, 2020 foi um ano muito desafiador, e foi necessária muita resiliência para superar todas as adversidades impostas pela pandemia. Priorizamos nossas pessoas, fornecedores e clientes. Tivemos coragem de apostar numa recuperação no segundo semestre, mantendo as compras planejadas pré-covid. Estratégia que se mostrou acertada com ótimos resultados no quarto trimestre de 2020.

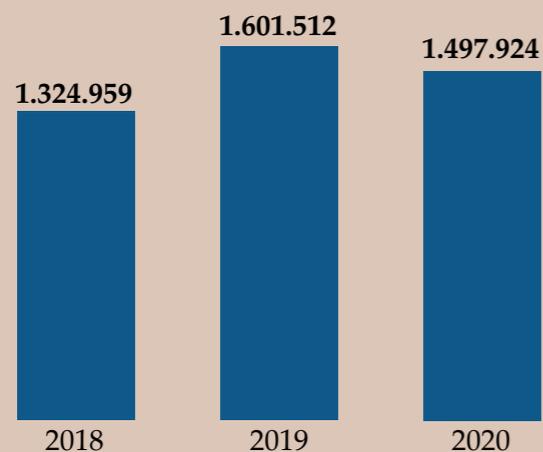
RESULTADOS

Ao longo do ano, o Grupo apresentou uma oscilação considerável nos seus custos operacionais. Ações promocionais foram realizadas para viabilizar vendas em períodos de "lockdown" ao redor do país. O aumento do pagamento a provedores de capital foi alavancado pelo cancelamento das opções que a companhia possuía com os sócios. Por fim, os pagamentos realizados ao governo apresentaram uma queda por conta do não pagamento de imposto de renda no exercício, dado que a companhia apresentou prejuízo em 2020 mesmo com a recuperação no fim do ano, onde alcançamos 23,4% de crescimento de receita bruta versus o mesmo período de 2019. GRI 103-2, 103-3

Para saber mais sobre nossos resultados de 2020, [acesse nosso site](#).



Valor econômico direto gerado (R\$ milhão) GRI 201-1



Em 2020, realizamos, com sucesso, a abertura de capital da companhia

Valor econômico retido (R\$ milhão)

Distribuído	2018	2019	2020
“Valor econômico direto gerado” menos “Valor econômico distribuído”	226.995	200.946	28.409

Valor econômico distribuído (R\$ milhão)

Distribuído	2018	2019	2020
Custos operacionais	506.234	719.581	894.173
Salários e benefícios de empregados	245.815	271.584	264.727
Pagamentos a provedores de capital	57.030	91.339	143.265
Pagamentos ao governo	287.388	312.869	154.128
Investimentos na comunidade*	1.497	5.193	13.222
Total	1.097.964	1.400.566	1.469.515

Valor econômico distribuído (%)

Distribuído	2018	2019	2020
Custos operacionais	46,11	51,38	60,85
Salários e benefícios de empregados	22,39	19,39	18,01
Pagamentos a provedores de capital	5,19	6,52	9,75
Pagamentos ao governo	26,17	22,34	10,49
Investimentos na comunidade	0,14	0,37	0,90
Total	100,00	100,00	100,00

*A partir de 2021, este indicador será revisto para melhor refletir o investimento consolidado das marcas.

Os dados estão apresentados pelo regime de competência. Apesar de o Grupo possuir operação fora do país, os impactos das operações internacionais dentro da geração de valor do Grupo são ainda irrelevantes e, por isso, não foram segregadas neste relatório.

Ética, mais que um valor

GRI 103-2, 103-3

Para o Grupo SOMA, respeito, confiança e admiração formam o tripé da base do relacionamento com colaboradores, fornecedores, parceiros e clientes. Enfrentamos 2020 negociando todos os dias. Ajustamos metas, revimos objetivos e jogamos limpo com todas as pessoas. Atravessamos o furacão e começamos a vislumbrar cenários mais calmos porque ficamos juntos. Para nós, a ética é mais que valor, é prática cotidiana. Temos tolerância zero a qualquer tipo de discriminação.

O canal de denúncias pode ser utilizado tanto por colaboradores da companhia e por possíveis fornecedores terceiros, parceiros, prestadores de serviço e representantes comerciais, por meio do site <https://www.contatoseguro.com.br/gruposoma> ou telefone (0800 601 8662) ou por comunicação ao seu superior imediato.

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



CANAL DE ÉTICA

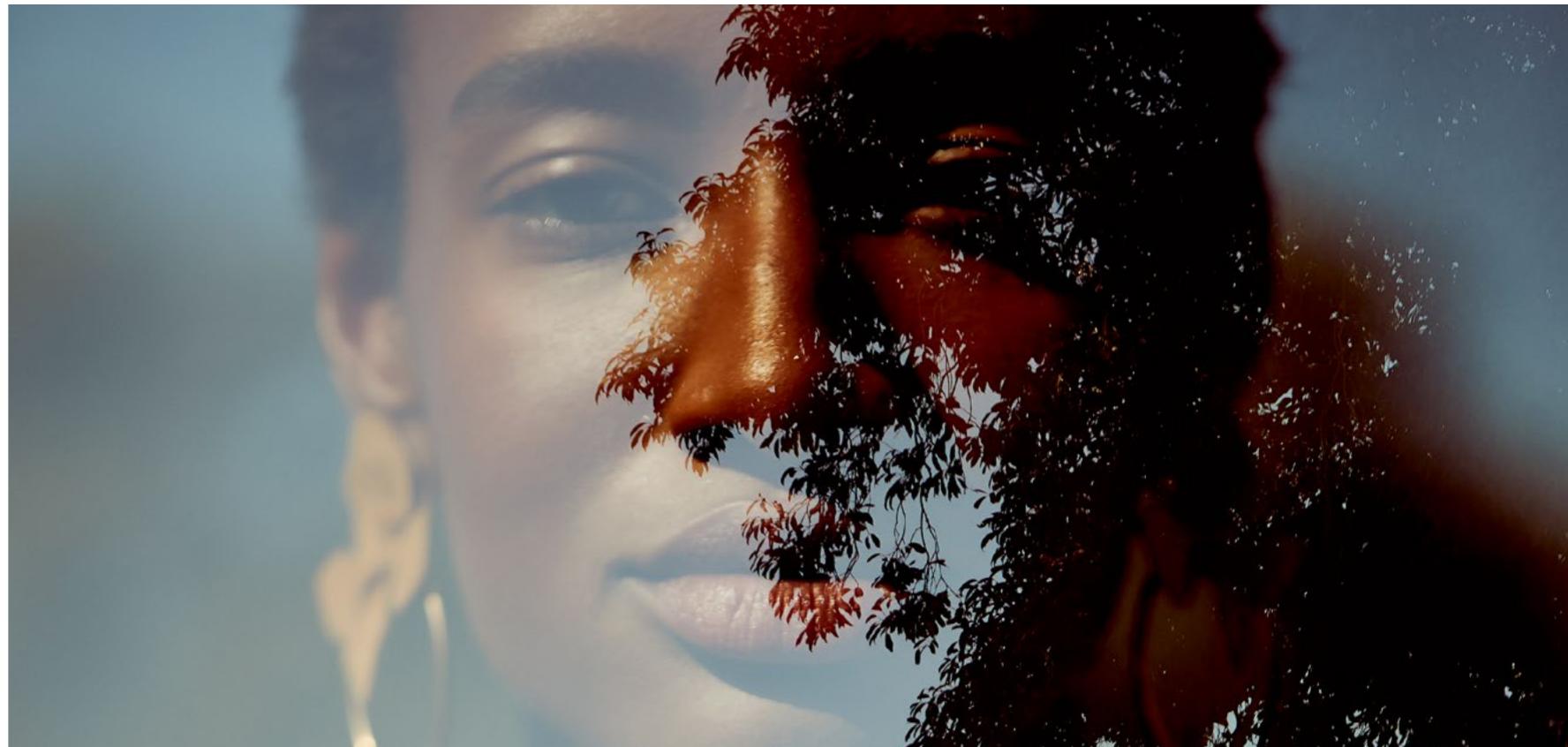
Como é estruturado o Canal de Ética, que segue nosso Código de Conduta Ética? Ele é formado por dois comitês:

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

	2019	2020
Casos de discriminação	15	13
Casos investigados pela organização	15	13
Plano de reparação implementado	15	13
O plano de reparação foi implementado e seus resultados analisados por meio de processos rotineiros de análise de gestão interna	15	13
O caso não está mais sujeito a ação (ou seja, está resolvido, concluído)	15	13
Total	15	13

Sumário de conteúdo *GRI*

GRI 102-55



GRI Standard	Conteúdo	Página / URL	Omissão
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016			
	GRI 101 não possui conteúdos		
PERFIL ORGANIZACIONAL			
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-1 Nome da organização	6	Não há
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	6 e 10	Não há
	102-3 Localização da sede da organização	6	Não há
	102-4 Local de operações	10 e 12	Não há
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	6	Não há
	102-6 Mercados atendidos	12 e 14	Não há
	102-7 Porte da organização	10 e 12	Não há
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	7 e 23	Não há
	102-9 Cadeia de fornecedores	27 e 28	Não há
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve alteração significativa durante o período coberto pelo relatório.	Não há
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	46	Não há
	102-12 Iniciativas externas	19	Não há
	102-13 Participação em associações	27	Não há

ESTRATÉGIA

GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	4	Não há
---------------------------------------	---	---	--------

ÉTICA E INTEGRIDADE

GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	8	Não há
---------------------------------------	--	---	--------

GOVERNANÇA

GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-18 Estrutura de governança	7	Não há
	102-38 Proporção da remuneração anual total	24	
	102-39 Aumento percentual da remuneração total anual	24	

ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	16	Não há
	102-41 Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados são cobertos por acordos de negociação coletiva	Não há
	102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	16	Não há
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	16	Não há
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	16 e 17	Não há

PRÁTICAS DE REPORTE

GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	16	Não há
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	3 e 17	Não há
	102-47 Lista de tópicos materiais	16	Não há
	102-48 Reformulações de informações	Não se aplica	Não há
	102-49 Alterações no relato	3	Não há
	102-50 Período coberto pelo relatório	3	Não há
	102-51 Data do relatório mais recente	Não se aplica	Não há
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	3	Não há
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	3	Não há
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	3	Não há
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	53	Não há
	102-56 Verificação externa	Não houve	Não há

Tópicos materiais

GRI Standard	Conteúdo	Página / URL	Omissão
DESEMPENHO ECONÔMICO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	46 e 49	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	46 e 49	Não há
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	50	Não há
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	46	Não há
PRESENÇA NO MERCADO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	22	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	22	Não há
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e salário mínimo local, com discriminação por gênero	24	Não há
	202-2 Proporção de membros da alta direção contratados na comunidade local	25	Não há
IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	28 e 30	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	28 e 30	Não há

GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	30	Não há
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	28	Não há
PRÁTICAS DE COMPRAS			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	28	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	28	Não há
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	29	Não há
MATERIAIS			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	37 e 41	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	37 e 41	Não há
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	38	Não há
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	37	Não há
	301-3 Produtos e embalagens recuperados	40 e 41	Não há
ENERGIA			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	39	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	39	Não há
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	39	Não há

ÁGUA E EFLUENTES

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	39	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	39	Não há
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-3 Captação de água	39	Não há

BIODIVERSIDADE

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	37	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	37	Não há
GRI 304: Biodiversidade 2016	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade	37	Não há
	304-3 Habitats protegidos ou restaurados	45	Não há

304-4 - Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats situados em áreas afetadas por operações da organização

Das espécies plantadas nos projetos de reflorestamento apoiados pela FARM da Fundação SOS Mata Atlântica duas são espécies ameaçadas de extinção, *Cedrela fissilis* - Cedro e Jussara *Euterpe edulis* - Palmito, e dez são espécies consideradas vulneráveis: Jacarandá-da-bahia - *Dalbergia nigra*; Canela - *Nectandra megapotamica*; Jequitibá-vermelho - *Cariniana legalis*; Araucária - *Araucaria angustifolia*; Copaíba - *Copaifera langsdorffii*; Farinha-seca - *Albizia niopoides*; Jenipapo - *Genipa americana*; Jequitibá-branco - *Cariniana estrellensis*; Olho-de-cabra - *Ormosia arborea*; Jatobá - *Hymenaea courbaril*.

Não há

EMISSÕES

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	43	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	43	Não há
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	43	Não há
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE)	43	Não há
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	43	Não há
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	43	Não há
	305-7 Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas		Não mensuradas

RESÍDUOS

GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	40	Não há
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	40	Não há
	306-3 Resíduos gerados	40	Não há
	306-4 Resíduos não destinados a disposição final	42	Não há
	306-5 Resíduos destinados a disposição final		Em 2020 foi enviado o total de 303,43 t de resíduos destinados a aterro.

AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	61	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	61	Não há
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais		Não aplicável, até 2020 o Grupo SOMA não selecionava fornecedores usando como base critérios ambientais, apenas sociais. Estamos revisitando esta política em 2021.
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Não aplicável, até 2020 o Grupo SOMA não selecionava fornecedores usando como base critérios ambientais, apenas sociais. Estamos revisitando esta política em 2021.

DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	32	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	32	Não há

	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	25 e 26	Não há
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		Dado considerado confidencial, será reportado em 2021
NÃO DISCRIMINAÇÃO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	51	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	51	Não há
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	52	Não há
TRABALHO INFANTIL			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	27	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27	Não há
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	27	Não há
TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	27	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27	Não há
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	27	Não há
AVALIAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	17	Não há

	103-2 Forma de gestão e seus componentes		21, 27 e 63	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão		21, 27 e 63	Não há
GRI 412: Avaliação de direitos humanos 2016	412-1 Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto em direitos humanos	100% dos fornecedores brasileiros passam por auditoria terceirizada		Não há
	412-2 Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos		21	Não há
	412-3 Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram submetidos à avaliação referente a direitos humanos		27	Não há
COMUNIDADES LOCAIS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite		17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes		22, 30 e 31	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão		22, 30 e 31	Não há
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		22, 30 e 31	Não há
	413-2 Operações com impactos negativos potenciais significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais			Impacto não mensurado.
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite		17	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes		63	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão		63	Não há
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	78% dos novos fornecedores brasileiros do Grupo SOMA foram contratados em 2020 com base em critérios sociais		Não há
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas			Informações não disponíveis.

SASB - Vestuário, acessórios e calçados

Tópico	Métrica	Página/URL	Omissão
Impactos ambientais na cadeia de suprimentos	<p>SASB CG-AA-430a.1. Porcentagem de (1) instalações do fornecedor Nível 1 e (2) instalações do fornecedor além do Nível 1 em conformidade com as autorizações de descarga de águas residuais e / ou acordo contratual 2</p> <p>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 o Sustainable Apparel Coalition, Avaliação do Higg Facility Environmental Module (Higg FEM), ou uma avaliação de dados ambientais equivalente</p>	27	Não há
Condições de trabalho na cadeia de suprimentos	<p>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</p> <p>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</p>	27	<p>Não há</p> <p>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.</p>
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	37	Não há

Créditos

COORDENAÇÃO DO RELATÓRIO ANUAL

Taciana Abreu

Pedro Horta

Fernanda Bock

Raquel Lemos

Isabel Beaklini

Fellipe Caravana

Rafaela Rebello

Leandro Isaias

PROCESSO DE MATERIALIDADE, CONSULTORIA GRI, REDAÇÃO, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

RPT Sustentabilidade

Adriana Couto

Fabio Bosquê

Jaqueline Lemos

Leandro Lopes

Lilian Kotviski Fiala

Rachel Alves

Renata Costa

Ricardo Duarte

FOTOS

Acervo marcas do Grupo SOMA