

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



03 INTRODUÇÃO



06 MENSAGEM DOS SÓCIOS-FUNDADORES

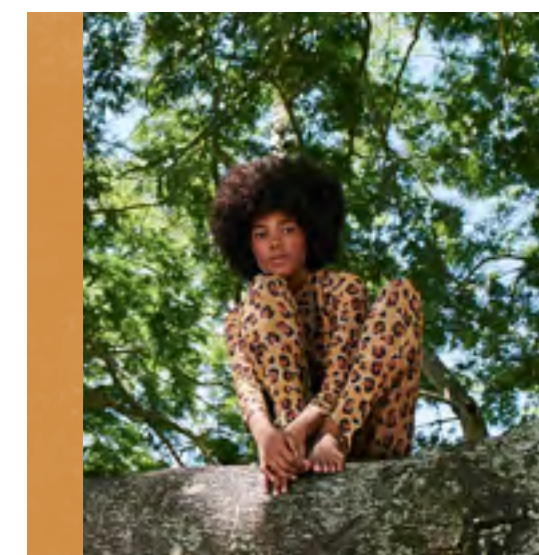


08 MUNDO FARM

12 NOSSA HISTÓRIA
13 FARM HOJE



15 GOVERNANÇA

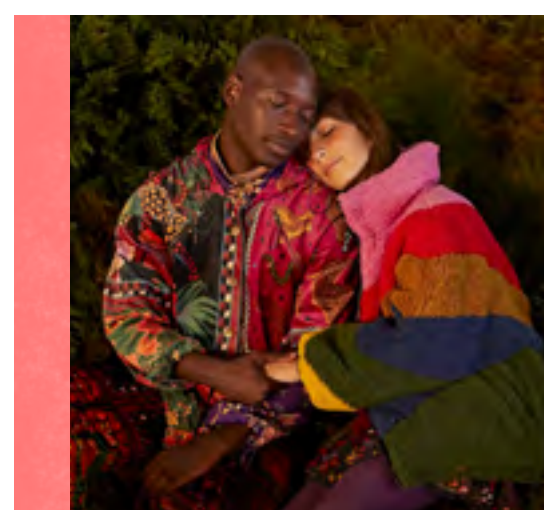


21 OS PILARES DA FARM

23 GENTE
30 CULTURA
36 NATUREZA
45 CIRCULARIDADE

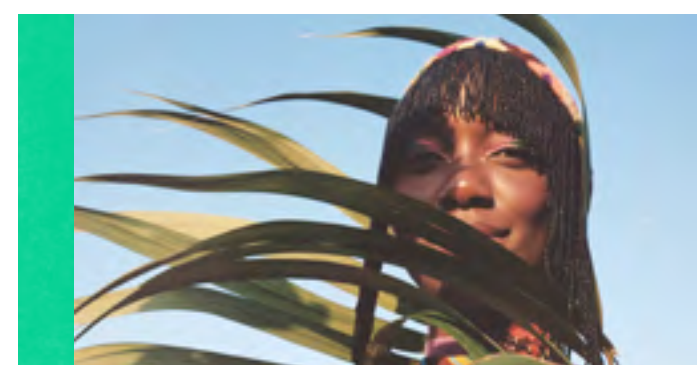


53 TRANSPARÊNCIA E AFETO



61 SOBRE O RELATÓRIO

62 MATERIALIDADE
66 NOSSOS IMPACTOS
E AÇÕES



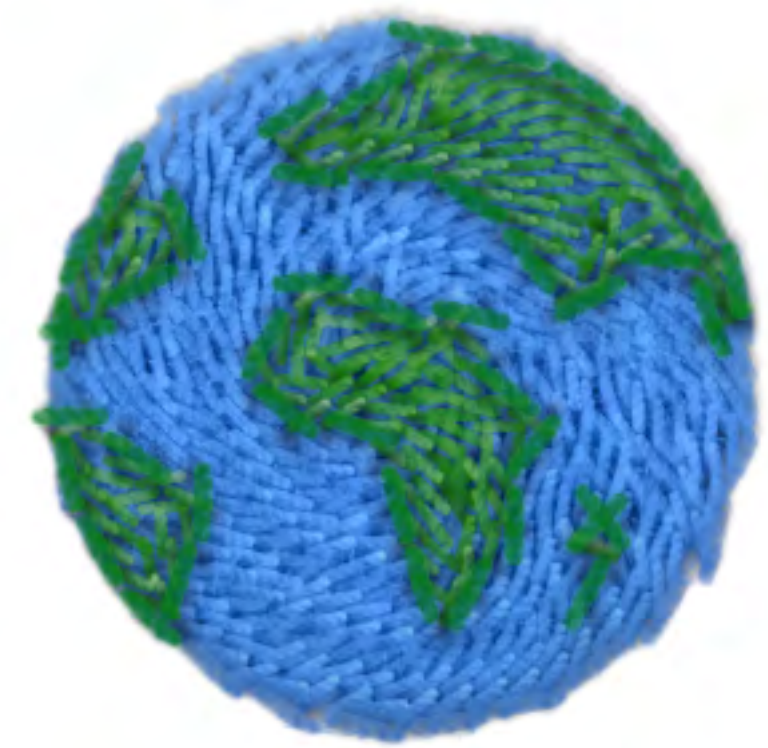
68 SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI



73 CRÉDITOS



Este é o nosso primeiro **Relatório de Sustentabilidade**, um passo importante na consolidação da jornada da marca por uma melhor moda para as pessoas e para o planeta.



Em 2018, iniciamos o nosso processo de internacionalização. Por isso, aqui, você poderá acompanhar indicadores socioambientais da FARM no Brasil e no mundo.





Descubra a seguir um novo mundo que se abre com a FARM

Este documento foi elaborado em conformidade com as Normas GRI (Global Reporting Initiative Standards) opção Essencial, metodologia global para a comunicação do impacto dos negócios em questões relevantes de sustentabilidade. A GRI é uma organização internacional independente reconhecida por sua excelência em apuração de conteúdo e estratégias de relato. Em relatórios desse tipo, empresas divulgam de forma transparente suas ações e se responsabilizam pelos impactos de suas atividades.

Para elaborar este documento, nos baseamos na "matriz de materialidade", que prioriza os temas mais importantes da sustentabilidade para os nossos *stakeholders* e baseia a seleção dos conteúdos GRI, respondidos aqui de forma quantitativa e qualitativa.

Eles são avaliados ao longo de todo o relatório:

- ↘ Condições de trabalho e direitos humanos;
- ↘ Diversidade e igualdade;
- ↘ Produto de menor impacto;
- ↘ Geração de valor compartilhado;
- ↘ Economia circular;
- ↘ Visão de negócios e governança;
- ↘ Gestão de resíduos têxteis e não têxteis;
- ↘ Mudanças climáticas;
- ↘ Biodiversidade, preservação ambiental e regeneração;
- ↘ Relacionamento e compromisso com os clientes.

Saiba mais sobre a construção da nossa matriz de materialidade no capítulo "[Sobre o Relatório](#)".

"Eu quero construir e conceituar uma marca". Esta foi uma frase que a Kátia Barros, sócio-fundadora da FARM, disse para mim lá no final dos anos 1990. A gente começou nossa história na Babilônia Feira Hype, no Rio Janeiro, em um estande de 4 m², com duas araras e um *banner*. Depois, esse espaço foi redesenhado por uma arquiteta e se transformou em uma coisa linda, maravilhosa. Nossas vendas triplicaram e sentimos a força da estética da FARM. Sentimos a força do nosso produto. Naquele momento eu aprendi com a Kátia o que era conceituar uma marca.

Quase 25 anos depois, a FARM é grande na moda brasileira e tem no seu DNA três coisas muito importantes: **fazer bem feito, fazer com alma e fazer por vocação**. Não temos medo de errar e, quando erramos, consertamos rápido.

Em 2019 apostamos no projeto de internacionalização da marca, criamos a FARM Global e chegamos aos Estados Unidos. Ainda não nos consideramos uma companhia internacional, mas a FARM é a única marca da história da moda brasileira que tem chances reais de se tornar uma multinacional, na minha visão. Do conjunto total de empresas que formam o Grupo Soma, a FARM Brasil é a maior, e a FARM Global já ocupa a terceira posição.

Em 2020, um dos anos mais desafiadores para a economia e para a população mundial em virtude da COVID-19, tivemos que nos adaptar rapidamente a um cenário cheio de novos desafios e de incertezas. A FARM já tinha uma certa força digital, que foi provada entre meados de março e final de junho, quando todas as nossas 75 lojas estavam fechadas.

Nossa *performance* em termos de faturamento bateu 73% do que era antes, graças ao nosso *e-commerce*. Montamos um plano digital de escoamento da produção e voamos. Reabrimos as lojas e continuamos a atingir ótimos resultados. Ganhamos muito *share* de mercado. O Earnings Before Interest, Taxes,

Depreciation and Amortization (Ebitda), em português, lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização, planejado era de R\$ 110 milhões e entregamos R\$ 80 milhões, mesmo com todas as restrições por conta da pandemia.

Trouxemos pra marca e implementamos tudo que o SOMA Labs - nossa área de inovação - oferece de tecnologia. Iniciamos a construção do app da FARM, da nossa loja virtual carbono neutro, e lançamos a Lojix (nosso *live commerce*).

Voltando um pouco no tempo, **desde 2016 passamos a ter experiências com temas da agenda ambiental, social e de governança (ESG, na sigla em inglês)**.

Causas como igualdade racial, direitos LGBTQIA+, inclusão de corpos e impacto ambiental ganharam força internamente e passaram a ser abordadas com mais frequência pelas nossas clientes. Naquele momento, entendemos que o nosso papel teria que ser diferente, saindo da passividade.

Empoderamos nossos profissionais e investimos em ações concretas. Há quatro anos estamos aprendendo, ouvindo, conhecendo mais essa agenda. Criamos os comitês de Igualdade Racial e LGBTQIA+, pilotamos iniciativas de economia circular, abraçamos projetos de reflorestamento. Do ponto de vista ambiental, destaco o projeto de reflorestamento incrível que é "Mil árvores por dia, todos os dias", uma das formas com que contribuimos para a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

Hoje a FARM tem claro que a agenda de sustentabilidade é prioridade. Todas as nossas ações estarão ligadas à sustentabilidade. Isso é parte do nosso planejamento estratégico. Queremos ser percebidos como uma marca digital e como a maior marca de moda sustentável do país. A FARM é muito querida. Amo o que a gente construiu. Podemos contribuir para transformações importantes na sociedade. A agenda ESG está na nossa pauta porque é relevante para todos nós.



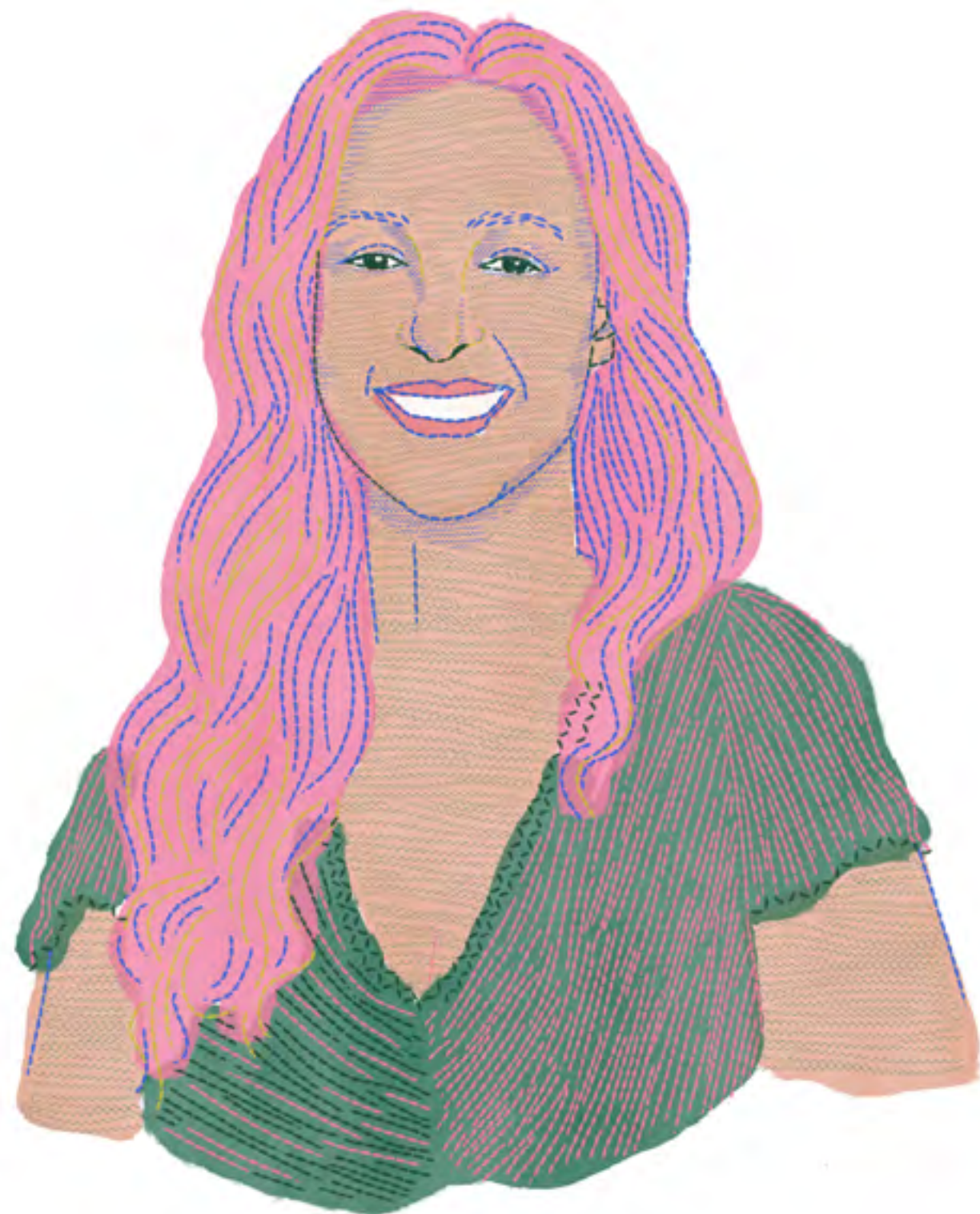
"Queremos ser a maior marca de moda sustentável do país."

GRI 102-14

Marcello Bastos

“Olhar para o futuro é saber que abraçamos as pessoas e o planeta em tudo que fazemos.”

GRI 102-14



Eu sempre gostei da ideia de pensar sustentabilidade como impacto positivo.

A FARM tem isso em sua essência... Desde quando começamos, eu sempre soube que a **missão da nossa roupa seria espalhar emoção, beleza, autoestima, felicidade.**

Isso se traduz no amor que colocamos em tudo que fazemos, no carinho com cada detalhe.

Quando desenhamos uma estampa, quando colorimos e modelamos uma peça, selecionamos os elementos mais estéticos, as cores mais belas.

Nossa roupa existe para decorar, enfeitar. E quanta beleza há!

Meu sonho sempre foi exaltar a beleza feminina, espalhar essa alegria. Isso vai além do sentir-se bem na roupa... Tem a ver com se olhar no espelho e abrir um sorriso. Amar e se amar.

A moda tem este poder. O poder de levantar o astral, de ser um carinho com você mesma. Ela te empodera, te permite comunicar seu estado de espírito e elevá-lo. Globalmente, estamos chamando esse sentimento de “Dress in Happiness”.

Essa é nossa maior missão, mas é claro que o como importa. Importa cada vez mais.

Nos últimos anos, nosso olhar detalhista percorreu todos os caminhos da marca para entendermos onde podemos **gerar menos impacto negativo e mais impacto positivo.**

Olhamos pra dentro e entendemos primeiro como podemos ser uma melhor marca para se trabalhar. Ouvimos nosso time. Descobrimos seus anseios e muitas oportunidades. **Cuidar da nossa gente faz meu coração bater mais forte.**

O nosso time é a nossa marca.

Firmamos nosso compromisso com a cultura brasileira, em toda sua potência e diversidade.

Cada vez mais, nos vemos no papel de representar o Brasil e colaborar na construção da identidade do que é nosso, do país que queremos ser e ver.

Também reafirmamos nosso amor e devoção pela natureza. Evoluímos na neutralização de carbono das coleções, **abraçamos o reflorestamento e o cuidado ativo com a fauna e flora brasileiras.**

Na frente da economia circular, passamos a considerar o impacto de matéria-prima como fator de escolha. Otimizamos processos produtivos e repensamos linhas inteiras, como o jeans e a malha. Escalamos nossas iniciativas de *upcycling* e queremos vê-las crescer ainda mais.

Olhar para o futuro é saber que em tudo que fazemos abraçamos as pessoas e o planeta.

Quero olhar pra trás e não apenas me orgulhar de aonde a FARM chegou, mas de ver todos os sorrisos que ela abriu, todas as sementes que plantou.

O caminho é longo e ainda há muito o que fazer. Espero que este relatório inspire e seja uma influência positiva para dentro e para fora. Para evoluirmos cada vez mais enquanto marca, sociedade e setor.

Estamos longe da perfeição, mas uma coisa é certa: seguiremos fazendo com o coração e com emoção.

Kátia Barros

MUNDO FARM

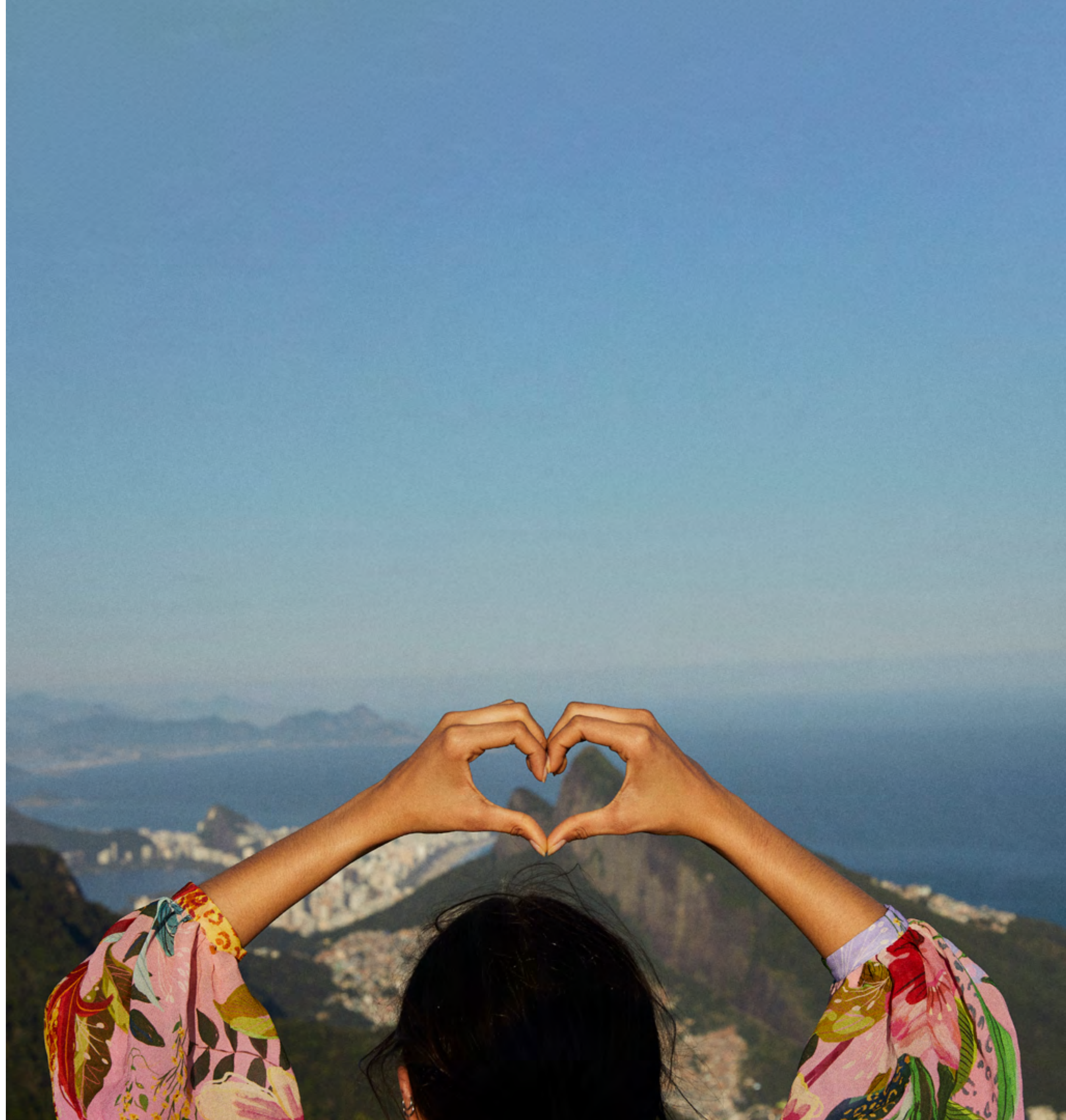


SOL — FEITO COM AMOR — SIGA O SOL — FEITO COM AMOR

Tudo começou com um pequeno estande numa feira de moda

O estande virou loja, que virou uma rede de lojas, que conquistou o Rio de Janeiro, outros estados e até outros países. Hoje somos um estilo de vida. O estilo de vida FARM!

Não é de hoje que o Rio de Janeiro serve de inspiração para a arte. A natureza, a temperatura, o jeito que as cores se misturam... Tudo na cidade parece que já foi criado em forma de poesia. A FARM transformou esse clima em moda. Nascemos pelas mãos de uma dupla que ama a beleza e a natureza, Kátia Barros e Marcello Bastos. No começo, a inspiração vinha da garota carioca; hoje e cada vez mais, ela vem dos encantos brasileiros. Voamos para além do Rio de Janeiro. **GRI 102-1, 102-2**



Em todos os cantos do Brasil e do mundo

Nossas estampas alegres, criativas, originais e ousadas tocaram o coração das pessoas sim! Elas também vestem FARM, em todos cantos do país e do mundo. Estamos presentes em 22 estados do Brasil, em 37 cidades, com 75 lojas próprias. Nos Estados Unidos temos 2 lojas.

GRI 102-3 GRI 102-4

Somos uma marca do Grupo Soma, que é uma Sociedade Anônima de capital aberto no Novo Mercado da Brasil, Bolsa, Balcão. Atuamos na área de confecção e comércio de vestuário e de acessórios.

GRI 102-5



PROPÓSITO DA FARM

GRI 102-16

A partir do conceito Golden Circle (Círculo Dourado), método para pensar, agir e comunicar com o intuito de inspirar e engajar pessoas, difundido por Simon Sinek, definimos o que é valor para nós da FARM e como criamos impacto com a nossa marca.



o que fazemos?

Estilo, arte e cultura.

como?

Valorizando o que é nosso: o *lifestyle* carioca e a brasilidade. Emocionando o mundo com nosso colorido e cuidado com os detalhes.

por quê?

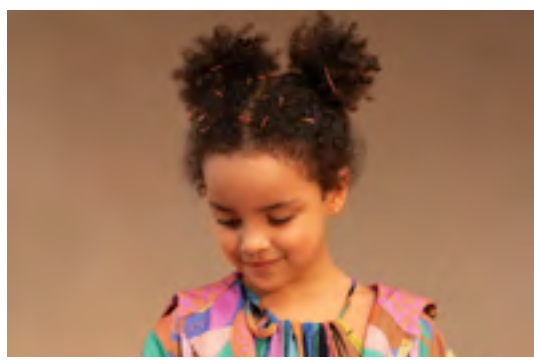
Acreditamos que o amor próprio transforma o mundo.

NOSSA HISTÓRIA



1997 FARM

criação da FARM



2008 fábula

criação da FÁBULA — moda infantil, irmã mais nova da FARM

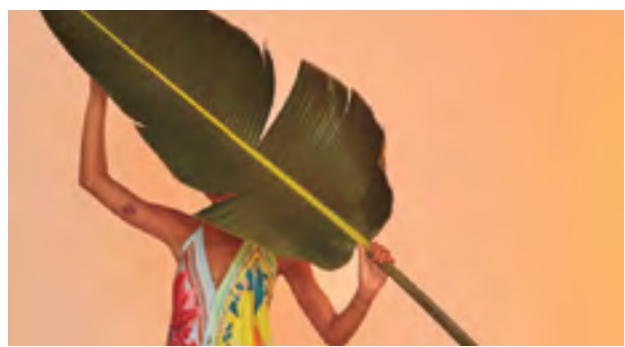
2010 união

união da ANIMALE e FARM



2014 soma

criação do Grupo SOMA



2017 20 anos

FARM faz 20 anos e se pergunta:
o que queremos para os próximos 20 anos?



2019 global

lançamento da FARM Global, com abertura das lojas em Nova York e Miami

2020 IPO

initial public offering do Grupo SOMA, abertura de capital

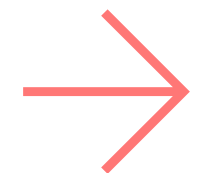


futuro

lançamento da Coleção Futuro do Presente



Futuro do Presente, nossa primeira coleção carbono neutro, chegou em 2020 para mostrar nosso compromisso com as mudanças climáticas. Com ela, lançamos o projeto de reflorestamento "1.000 árvores por dia, todos os dias", em parceria com Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (Idesam), **SOS Mata Atlântica** e **One Tree Planted**.



HIGHLIGHTS 2020 FARM BRASIL

GRI 102-6, 102-7, 102-45

LOJAS

75 lojas próprias

presente em **22** estados e **37** cidades

1.557 pontos de atacado

GENTE

94% dos colaboradores se sentem bem tratados independentemente da sua orientação sexual (pesquisa de engajamento FARM 2020)

100% dos fornecedores brasileiros auditados e **64%** da cadeia de fornecimento com certificação ABVTEX

68 mil máscaras doadas como ação de combate a COVID-19

Great Place To Work: **76%** dos funcionários dizem que este é um ótimo lugar para trabalhar (Grupo SOMA)

NATUREZA

90 mil árvores plantadas pelo BR

+ de **6** mil toneladas de carbono compensadas

cerca de R\$ **175** mil investidos na proteção da fauna silvestre

economia de **6** milhões de litros de água na produção de jeans

+ **14%** de uso de matérias-primas mais responsáveis

2.5 toneladas de sobras têxteis doadas

55 mil peças recuperadas em parceria com a Oficina MUDA

FATURAMENTO

R\$ **614.4** milhões de reais em 2020 (- 2,5% versus 2019)

6.874.251 milhões de reais em faturamento digital vindo da Lojix, inovação em *live commerce**

* a primeira edição da Lojix foi 20/07/2020, no 3T20.

HIGHLIGHTS 2020 FARM GLOBAL

GRI 102-6, 102-7, 102-45

LOJAS

2 lojas próprias

presente em **2** estados e **2** cidades
(Nova York e Miami)

172 pontos de atacado, entre eles:
Anthropologie, Nordstrom, Neiman
Marcus e Saks.

GENTE

mais de **20** mil dólares doados
para a organização Médicos Sem
Fronteiras no combate à COVID.

SAC (Sustainable Apparel Coalition),
instituição cujo objetivo é melhorar
a sustentabilidade na cadeia de
fornecimento nas indústrias de
vestuário, calçados e têxteis

NATUREZA

112 mil* árvores
plantadas pelo Global

*em nossa estratégia
global a cada compra
plantamos uma árvore:
50 mil árvores plantadas
no "1000 árvores por
dia, todos os dias"
em 2020, e as 62 mil
árvores restantes serão
plantadas em 2021

18.37 toneladas de
carbono compensadas
(*de out-dez de 2020 -
carbon free shipping)

+ **27%** de matérias-
-primas responsáveis
na coleção Spring
Summer 21

11% de matérias-
-primas responsáveis
na coleção High
Summer 21

FATURAMENTO

R\$95,2M, 222,7% maior que 2019

GOVERNANÇA

TUDO QUE A GENTE FAZ TEM QUE SER VERDADEIRO



A MISSÃO DA FARM É EMOCIONAR

Aqui, verdade e emoção pautam decisões, escolhas e caminhos da marca.



Com este jeito singular e autêntico, crescemos muito em poucos anos.

O crescimento acelerado nos trouxe desafios importantes na nossa estrutura de operações e governança. Isso mudou quando nos unimos ao empresário Roberto Jatahy, criando o Grupo SOMA. Não à toa ele é o nosso CEO SOMA.

Com Roberto, estruturamos a governança de uma forma mais robusta e profissional. Investimos em jovens talentos, que hoje compõem a diretoria executiva do Grupo, coordenando as áreas de Operações, Gente & Gestão, Tecnologia, Relacionamento com Investidores e Gestão Financeira. **Unimos à FARM: técnica, conhecimento de processos e a experiência de pessoas que conheciam o varejo de moda no Brasil como ninguém.**

Com a abertura de capital do Grupo, veio uma sofisticação ainda maior da Governança. Hoje temos um Conselho de Administração com o selo Women

on Board (WOB), um Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças e **somos signatários do Pacto Global, nos alinhando-nos à Agenda 2030 da ONU.**

Na agenda ESG, a FARM foi a primeira marca do Grupo a ter uma área de sustentabilidade, e ficamos felizes de ser uma inspiração positiva para uma moda que busca **minimizar impacto negativo e maximizar impacto positivo.**

No último trimestre de 2020, fizemos a Avaliação de Impacto B da FARM, em parceria com o Sistema B, que considera indicadores socioambientais, financeiros e gerenciais nas tomadas de decisão. **Para 2022, temos como meta a certificação B do Grupo SOMA, incluindo a FARM.**

No próximo capítulo, "[Pilares da FARM](#)", detalhamos os destaques das nossas ações e projetos.

conselho de administração

Estabelece nossas políticas comerciais gerais, estratégia de longo prazo e monitora o trabalho da diretoria executiva. É composto por sete membros eleitos para mandatos de dois anos em Assembleia Geral de acionistas. Nosso Conselho de Administração tem o selo Women on Board. **GRI 102-12**

Marcel Sapir Presidente do Conselho de Administração

Roberto Luiz Jatahy Gonçalves
Vice-Presidente do Conselho de Administração & CEO

Marcello Bastos Conselheiro

Rachel de Oliveira Maia
Conselheira Independente

Maria Laura Tarnow
Conselheira Independente

Guilherme Stocco Filho
Conselheiro Independente

Edison Ticle de Andrade Melo e Souza Filho Conselheiro Independente

comitê de riscos, auditoria e finanças

Assessoria o Conselho de Administração. 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 de Andrade Melo e Souza Filho Coordenador do Comitê

Marcel Sapir Presidente do Conselho de Administração

Mauro Moreira Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças

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.

Marcello Bastos
Sócio-fundador da FARM
e Diretor de Negócios



MARCELLO BASTOS

NOSSO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 102-18



ROBERTO JATAHY



MARCELLO BASTOS



RACHEL MAIA



MARIA LAURA TARNOW



MARCEL SAPIR



EDISON TICLE



GUILHERME STOCCO

DESEMPENHO ECONÔMICO

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

A pandemia afetou a todos em 2020. Com a FARM, não foi diferente. Sentimos uma oscilação considerável nos nossos custos operacionais. Mas uma coisa era certa: **nada de demissões em massa.**

Assumimos o compromisso de garantir a estabilidade financeira de nossos colaboradores. Ações promocionais foram realizadas para viabilizar vendas em períodos de quarentena ao redor do país, reduzindo nosso *mark-up* no período e elevando custos operacionais à níveis significativamente maiores do que em anos anteriores. Os pagamentos realizados ao governo apresentaram queda, principalmente por conta do não pagamento de imposto de renda no exercício de 2020, dado que o Grupo SOMA apresentou prejuízo no exercício.

valor econômico distribuído (%)

VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (%)	2018	2019	2020
CUSTOS OPERACIONAIS	54,92	55,67	68,00
SALÁRIOS E BENEFÍCIOS DE EMPREGADOS	20,49	17,68	16,53
PAGAMENTOS A PROVEDORES DE CAPITAL	5,18	6,73	10,72
PAGAMENTOS AO GOVERNO	19,30	19,51	4,16
INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE	0,11	0,42	0,58
TOTAL	100,00	100,00	100,00

Os dados estão apresentados pelo regime de competência.

Apesar de a FARM possuir operação fora do país, os impactos das operações internacionais dentro da geração de valor são ainda irrelevantes e, por isso, não foram contempladas neste relatório.

Esses dados passarão a ser reportados a partir de 2021.

valor econômico direto gerado (R\$)

GERADO	2018	2019	2020
RECEITAS	534.706	651.545	631.169

valor econômico distribuído (R\$)

DISTRIBUÍDO	2018	2019	2020
CUSTOS OPERACIONAIS	243.846	307.579	380.618
SALÁRIOS E BENEFÍCIOS DE EMPREGADOS	90.984	97.667	92.507
PAGAMENTOS A PROVEDORES DE CAPITAL	23.015	37.161	60.022
PAGAMENTOS AO GOVERNO	85.673	107.790	23.297
INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE	476	2.318	3.255
TOTAL	443.993	552.514	559.700

valor econômico retido (R\$)

RETIDO	2018	2019	2020
"VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO" MENOS "VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO"	90.713	99.031	71.469

OS PILARES DA FARM





GENTE

É com **amor às pessoas** e desejo por mudanças que assumimos o **compromisso com a igualdade racial e a diversidade de gêneros**, assim como diversas identidades e expressões dentro da FARM. Acreditamos que não existe sustentabilidade sem falar de gente. **Somos um coletivo de criativos, amamos o que fazemos e valorizamos a diversidade.**



DIVERSIDADE
(de dentro para fora)



DIREITOS HUMANOS



RECRUTAMENTO E SELEÇÃO



COMPROMISSO SOCIAL
(covid-19)



Fazemos parte de um grupo com

quase 66% de funcionárias mulheres que ocupam 79% dos cargos de liderança

Já conquistamos a equiparação salarial e vamos avançar na inclusão racial e na diversidade de gênero, assim como suas diversas identidades e expressões. Em 2019 criamos o Comitê de Igualdade Racial e o Comitê LGBTQIA+. Os comitês promoveram programas de treinamento e letramento, estimulando uma cultura organizacional mais inclusiva e diversa, com a conscientização de lideranças e de toda a nossa equipe, além de outras ações.

Em 2020 fizemos: 14 encontros, com mais de 1 mil minutos de conteúdo e mais de 3 mil visualizações para treinamento nos temas **diversidade e direitos humanos**.

Para realização dessas ações, contamos com a parceria do Instituto Identidades do Brasil (ID_Br) e da Mezcla Diversidade. Os temas abordados foram linguagem inclusiva, viés inconsciente e criação de uma cultura interna antirracista, elaboração de cartilha para a equipe do comercial e treinamento das equipes de loja sobre as temáticas LGBTQIA+, racial e as condutas e valores da marca.

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

Por meio do programa **Jovem Aprendiz**, abrimos nossa casa recebendo jovens de diversos locais do Rio de Janeiro, para que pudessem ter sua primeira experiência no mercado de trabalho. Os jovens fazem parte da nossa equipe e participam

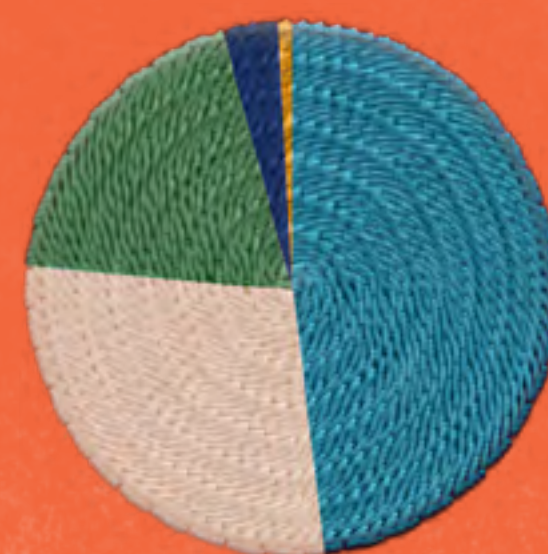
dos projetos, assim como os nossos funcionários efetivos, sendo parte essencial da nossa entrega para o mundo. O programa é realizado em parceria com o Centro de Integração Empresa Escola (Ciee), através do qual também contam com acompanhamento profissionalizante. Para nós, o programa se mostrou uma ferramenta importante de inclusão racial e aceleração de jovens negros no mercado de trabalho, já que cerca de 83% dos contratados pelo Grupo SOMA se autodeclaram pretos e pardos.

Ainda, o **movimento GG** ganhou força na FARM. Na penúltima coleção de 2020 e na primeira de 2021, 20% das nossas peças tinham grade até o GG. Na mais recente coleção, esse número subiu para 57%.

Representamos um local de trabalho onde as pessoas se sentem felizes, aceitas, incluídas. De acordo com a pesquisa de engajamento da FARM em 2020:

94% se sentem bem tratadas

na FARM independentemente da sua orientação sexual; 91% das pessoas acreditam "poder ser elas mesmas por aqui" e 97% falam que é um lugar descontraído para se trabalhar.



19,53 % se autodeclaram pretos

28,21 % pardos

0,68 % indígenas

3,35 % amarelos

48,23 % brancos

66% de funcionárias mulheres
*Grupo Soma

79% dos cargos de liderança são mulheres
*Grupo Soma

94% das pessoas se sentem bem tratadas independentemente da sua orientação sexual

91% das pessoas acreditam "poder ser elas mesmas por aqui"

97% falam que é um lugar descontraído para se trabalhar



Em 2021 nos certificamos, junto com o Grupo SOMA, como Great Place to Work, melhor empresa para se trabalhar. Nas tabelas a seguir, temos o detalhamento do time FARM, da nossa gente.

empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero* GRI 102-8

TIPO DE CONTRATO	2019			2020		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL
PERMANENTE	42	1.079	1.121	72	1.431	1.503
TEMPORÁRIO	0	334	334	4	397	401
TOTAL	42	1.413	1.455	76	1.828	1.904

* Dados referentes a unidade de marca FARM. No entanto, há funcionários do corporativo Grupo SOMA que prestam serviço a FARM. Nesse sentido, ao considerar o consolidado FARM e Grupo, obtém-se 66% de mulheres na força de trabalho e 79% em cargos de liderança.

empregados por tipo de emprego* GRI 102-8

TIPO DE EMPREGO	2019			2020		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL
JORNADA INTEGRAL	36	1.380	1.416	66	1.798	1.864
JORNADA PARCIAL	6	33	39	10	30	40
TOTAL	42	1.413	1.455	76	1.828	1.904

* Há uma variação de contratação entre novembro e janeiro, com cerca de 25% em relação à média, por conta do Natal.

empregados por tipo de contrato de trabalho e região GRI 102-8



	NO 2019	NE 2019	CO 2019	SE 2019	SUL 2019
PERMANENTE	30	138	76	771	106
TEMPORÁRIOS	9	40	25	227	33
TOTAL	39	178	101	998	139
	2020	2020	2020	2020	2020
TEMPO DETERMINADO	45	211	108	997	142
TEMPORÁRIOS	17	55	48	250	31
TOTAL	62	266	156	1.247	173

Em 2020, Rachel Maia chegou para compor o Conselho de Administração do Grupo SOMA, na condição de Conselheira Independente. E na FARM, ganhamos a presença de Carol Sodré, que ocupa o cargo de especialista em diversidade.

Elas vêm com a missão de ampliar e aprofundar as nossas práticas de equidade, inclusão e diversidade, tornando a FARM uma empresa que combate o racismo estrutural em todas as instâncias.

Quem é Rachel Maia

com MBA pela Fundação Getulio Vargas (FGV), ela 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. E, agora, temos a honra de tê-la no Conselho de Administração do Grupo Soma.

“Estou no Conselho do Grupo SOMA para colaborar, para fazer diferente. O Grupo já iniciou o debate sobre sustentabilidade, sobre diversidade. Temos que ampliar isso. Compreendo este momento como uma grande oportunidade de desbravar toda uma área para que possamos criar exemplos.”



RACHEL MAIA



CAROL SODRÉ

Quem é Carol Sodré

Professora de História e historiadora afrocentrada, mestranda em Relações Étnico Raciais pela PUC-Rio, pesquisadora, roteirista, apresentadora e influenciadora digital. Carol agora também faz parte do time FARM, ocupando a cadeira de liderança em diversidade junto ao time do Gente e Gestão.

“Passei a minha infância indo na fábrica da FARM porque a minha mãe era fornecedora da marca. Quando recebi o convite para liderar a área de diversidade, fiquei extremamente feliz e sei da responsabilidade que isso representa. Mas sei também que não estou sozinha. Tenho uma grande responsabilidade com as questões étnico-raciais, LGBTQIA+, diversidade de corpos. Estou aqui para impulsionar esses temas.”

DIVERSIDADE EM NÚMEROS

GRI 103-2, 103-3, 405-1

indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero em 2020 (%)

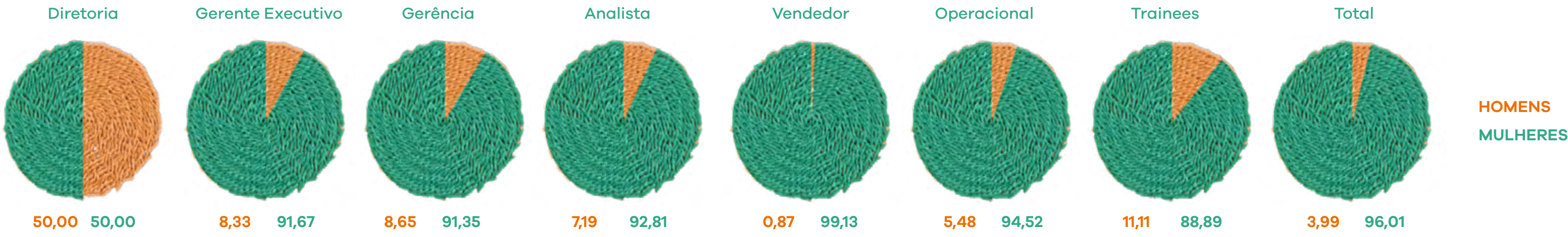


indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária em 2020 (%)*

*REFLETE A COMPOSIÇÃO ATUAL.



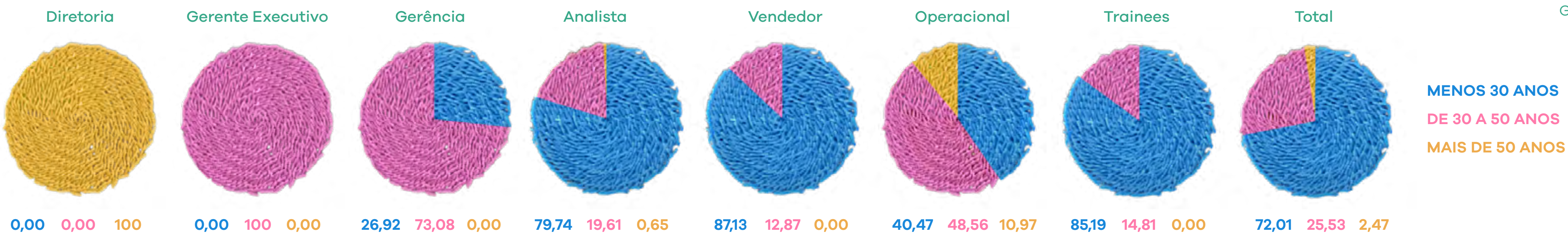
empregados em 2020, por categoria funcional e gênero (%)*



NOTA:
Os gráficos consideram todos os funcionários da FARM que são pagos pela folha de pagamento do Brasil, desconsiderando apenas 16,6% dos funcionários exclusivos da FARM US, que são pagos pela folha de pagamento dos Estados Unidos.

* Funcionários corporativos alocados na FARM não incluídos. Quando considerados, o percentual de mulheres total se aproxima ao do Grupo SOMA de 77%

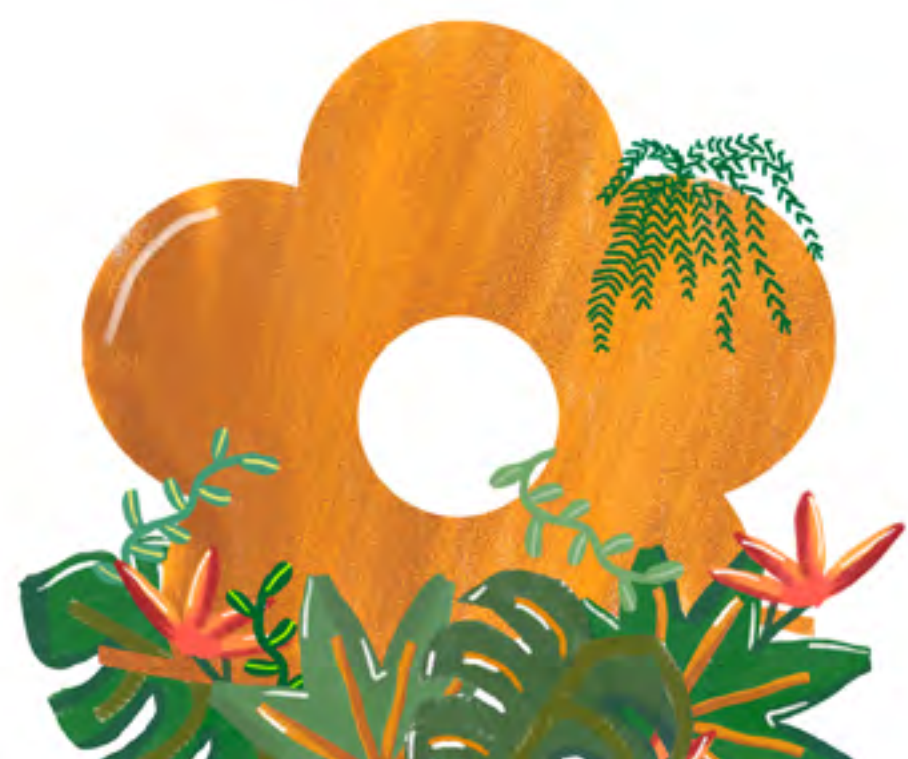
empregados em 2020, por categoria funcional e faixa etária (%)



COMO BUSCAMOS GENTE

GRI 103-2, 202

Para apoiar a nossa busca por novos talentos, utilizamos a plataforma GUPY, de gestão de recrutamento e seleção, que nos permite uma gestão eficiente do processo seletivo, centralizando candidatas e candidatos em um único local. Atuamos para aperfeiçoar sempre nosso *feedback* para que seja cada vez mais personalizado e agregue valor ao candidato.



PANDEMIA COVID19: AÇÕES EM 2020

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

▶ Durante a pandemia da COVID-19, produzimos máscaras seguindo as recomendações da Organização Mundial de Saúde, a partir das sobras de tecido, visando impactar as comunidades do nosso entorno e populações vulneráveis.

6 mil metros de tecido reaproveitados.

▶ A Silva Produtora, empresa de moda e comunicação criada na periferia do Rio de Janeiro, fez o mapeamento da distribuição de 52 mil máscaras em diversas comunidades do estado. Quase 200 pessoas estiveram envolvidas na produção, entre terceirizados e funcionários, e mais de 8 comunidades foram atendidas, entre elas: Vila Kennedy, Morro o São João, Morro dos Macacos, Mangueira, Morro da Formiga, Barreira do Vasco, Dona Marta e Fallet Fogueteiro.

▶ Em parceria com o Instituto Socioambiental (ISA) foram distribuídas 10 mil máscaras para 23 povos indígenas no entorno de São Gabriel da Cachoeira (AM). Junto

com Daiara Tukano, comunicadora e coordenadora da rádio Yandê, primeira web-rádio indígena do Brasil, foram distribuídas

4 mil máscaras para os Guarani Kaiowá.

Com Estêvão Ciavatta, ativista ambiental, foram enviadas mil máscaras para o povo Mundukuru. E nossos parceiros Yawanawa receberam mais mil máscaras, totalizando

16 mil máscaras distribuídas para

para povos indígenas.

▶ Espalhamos a mensagem #ficaemcasa com o concurso de ilustrações "Máscaras com Poesia", que teve 1209 participantes em duas semanas, gerando 372 mil impressões.

Três lojas de rua receberam tapumes ilustrados durante o período de *lockdown*.

▶ Na FARM Global doamos 10% de nossa venda líquida de 10 dias para a organização Médicos Sem Fronteiras. O total doado foi de 21.275,95 dólares.





CULTURA

O Brasil está em tudo o que a gente faz. Nós nos dedicamos a conhecer e a apoiar a riqueza das nossas mais diversas manifestações culturais. **Para nós, moda e cultura andam de mãos dadas.**



Nosso objetivo é espalhar o orgulho que sentimos da nossa cultura popular pelo Brasil e pelo mundo, **apoiando a manutenção de saberes locais e criando valor compartilhado.** Amamos recriar e cocriar nossas belezas em estampas e coleções.

Temos lindas parcerias com artistas brasileiros e apoiamos diversas festas populares. Valorizamos o trabalho com modelos, artistas, artesãos e fornecedores locais em nossos projetos. Assim, contribuímos para a geração de renda local e ampliamos nosso olhar criativo. **GRI 103-2, 103-3**

Neste pilar, cuidamos dos seguintes temas:



FESTAS POPULARES
(patrimônio cultural imaterial)



COCRIAR
(artistas parceiros)



CULTURA INDÍGENA

espalhar brasilidade pelo país e mundo



ARTISTAS BRASILEIROS

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

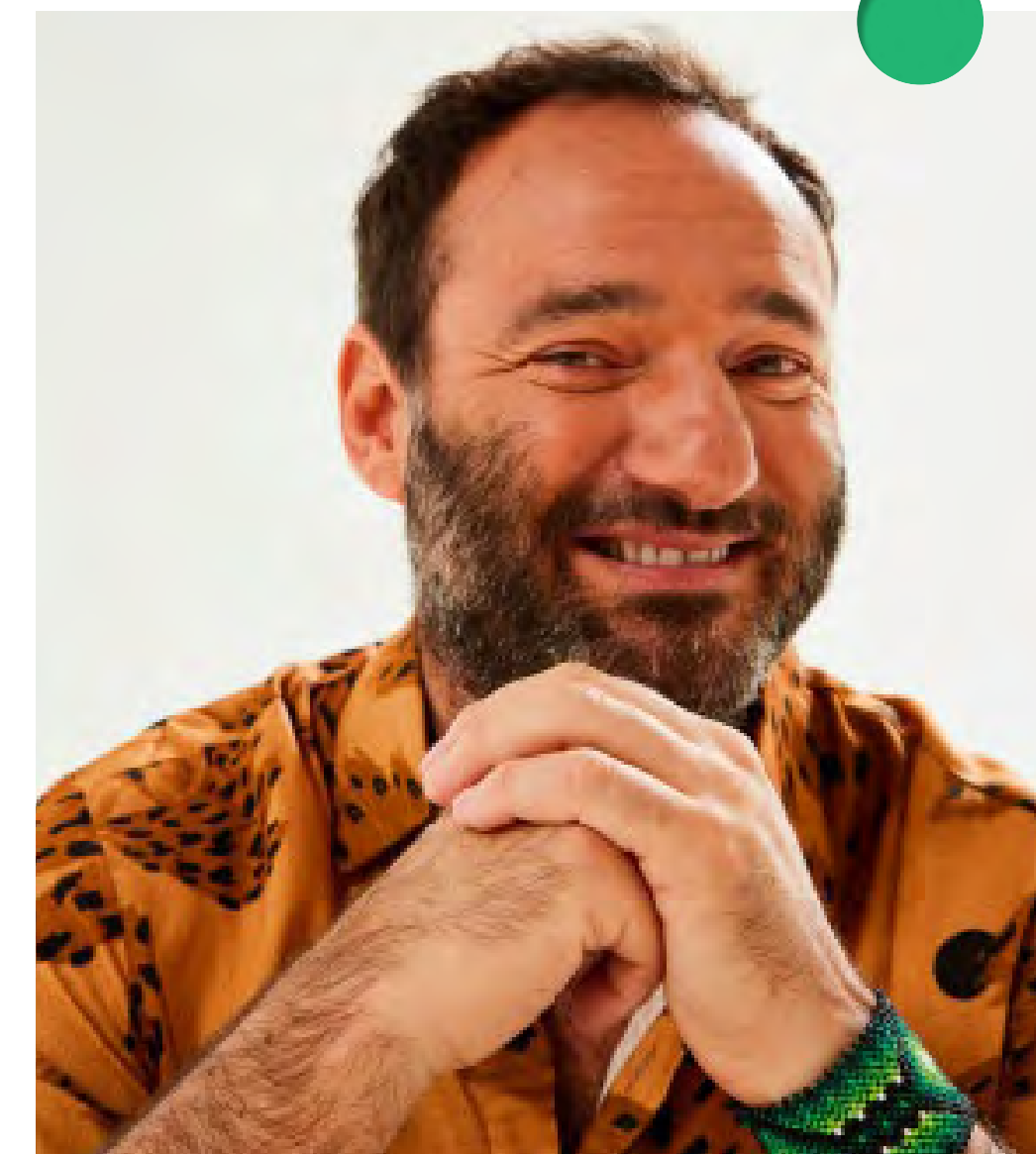
por amor à cultura brasileira

Farm ♥ Alberto Pitta

A Farm declarou seu amor à Bahia em parceria com Alberto Pitta, artista plástico baiano, criador do Cortejo Afro e do Instituto Oyá. Tudo começou em 2018, criando junto as estampas que deram vida à coleção Oxe!. Nela, 9.058 peças foram assinadas com Pitta, homenageando a estamperia baiano-africana. A parceria gerou uma doação de **R\$ 100 mil para instituto Oyá em parceria com Gilberto Gil e mais R\$ 45 mil de patrocínio para o carnaval do Cortejo** e ações de inclusão social no bairro de Pirajá, em Salvador.

FARM + rosenbaum

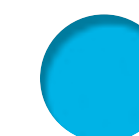
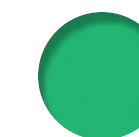
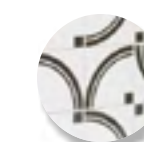
Foi por meio do amor pela cultura brasileira que nos unimos ao *designer* Marcelo Rosenbaum e descobrimos a maravilhosa cestaria de palha feita pelas mulheres de Várzea Queimada, povoado do sertão brasileiro. Essa parceria trouxe mudanças significativas não só pra FARM, como marca, mas também para toda a comunidade de Várzea Queimada. A compra, de **84 cestos para as lojas FARM do Brasil, gerou uma renda de R\$ 24.978,23, que ajudou a viabilizar a distribuição de água para a comunidade, além de contribuir pra renda das artesãs**, impactando positivamente a vida de cerca de 900 pessoas.



MARCELO ROSENBAUM



ALBERTO PITTA



FESTAS POPULARES

GRI 413-1

Carnaval Rio de Janeiro Estação Primeira de Mangueira

O espírito carnavalesco sempre fez parte da essência da FARM e foi no barracão da Mangueira que parte da coleção "Abre Asas" nasceu. Junto com a escola, fizemos fantasias e uma **minicoleção que contribuíram financeiramente para o emblemático carnaval campeão de 2019: "História pra Ninar Gente Grande"**.



Carnaval Bahia Olodum

Foi no inverno de 2018 que a FARM criou sua primeira coleção em homenagem ao Olodum, um dos maiores blocos afro do país. De lá pra cá, foram desenvolvidas inúmeras peças e acessórios com aprovação dos criativos do grupo, com a coloração do pan-africanismo – verde, vermelho, amarelo e preto. Olodum é a representação de uma Bahia musical, autêntica e vibrante. Ao longo desses dois anos de parceria, a **FARM investiu R\$ 82.603,00 nos projetos culturais da Escola do Olodum.**



Festa Junina no Maranhão Boi de Santa Fé

Em 2020 lançamos nossa primeira parceria com a Associação Cultural do Bumba-Meu-Boi e Tambor de Crioula "Unidos de Santa fé", o famoso "Boi de Santa Fé". Para celebrar os festejos de junho, criamos uma coleção inspirada nesta importante manifestação cultural de São Luís do Maranhão. Em contrapartida, apoiamos o Plano de Transmissão de Saberes e Manutenção do Bem Cultural "Boi de Santa Fé", **com investimento de 30 mil reais, oferecendo oficinas de percussão, bordado, dança, confecção de instrumentos e produção cultural à comunidade local, contemplando aproximadamente 70 pessoas.**

cultura indígena: do coração da floresta para o mundo


ENERGIA DA FLORESTA

Conectamos o Rio de Janeiro com o Rio Gregório (Acre) por meio da parceria, que nos enche de orgulho, com o povo Yawanawa. De lá pra cá, apoiamos a estruturação da sua cadeia artesanal, o festival cultural Mariri e a inclusão digital de sete aldeias. Em 2020, incluímos antigos roçados Yawanawa nas nossas iniciativas de reflorestamento, apoiando o plantio de sistemas agroflorestais (SAFs) locais.


O povo Yawanawa tem cerca de mil pessoas que vivem em oito aldeias, em uma área de quase 200 hectares, com um perímetro estimado de 245 quilômetros.



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

OS FRUTOS DESSA PARCERIA SÃO GRI 203-1

estruturação
da cadeia de  artesanato, com impacto direto na vida de **160** artesãs.

melhoria  na infraestrutura das aldeias, com instalação de internet.

 **3.223** peças produzidas para venda na FARM Brasil e Global.

 apoio a educação de  jovens Yawanawa em administração e contabilidade.

mais de R\$ **1** milhão em geração de renda.*

*renda bruta.

2.000 árvores plantadas.  

doação de **1** barco para a Rautihu Yawanawa. 
(Coletivo das artesãs)

500 peças FARM  e **100** peças  Fábula doadas para as aldeias.

doação de **400** calcinhas  absorventes Pantys.



NATUREZA

Sempre tivemos a biodiversidade brasileira como inspiração. Além de estar presente na nossa criação desde o início da FARM, assumimos o **compromisso com a preservação, com o desejo de regenerar ecossistemas.**



Para nós, isso significa buscar matérias-primas certificadas, de fontes renováveis e de manejo sustentável, seguindo processos produtivos orientados pelas melhores práticas de mercado. Com as nossas coleções e projetos, apoiamos continuamente a regeneração da fauna e da flora do Brasil.

Neste pilar, cuidamos dos seguintes temas:



REFLORESTAMENTO



REGENERAÇÃO DE ÁREAS DEGRADADAS



COMPENSAÇÃO DE EMISSÕES DE GEE (Gases de Efeito Estufa)



PROTEÇÃO À FAUNA SILVESTRE



REFLORESTAMENTO FARM

LANÇAMENTO GREEN FRIDAY

Apresentamos pela primeira vez nossa *green friday*. A Black Friday da FARM só que com um propósito ainda maior. E junto com os nossos amigos e parceiros SOS Mata Atlântica e Idesam plantamos 6.650 árvores.

R\$ 170.210,00 investidos

LANÇAMENTO DO CLUBE FARM

Inauguramos o clube farm, nosso clube de fidelidade para quem ama a FARM. E em parceria com o SOS Mata Atlântica e Idesam plantamos 10.664 árvores.

R\$ 305.210,00 investidos

SEMANA DA AMAZÔNIA

Em homenagem ao dia da Amazônia, criamos uma semana dedicada especialmente à ela com mais um plantio em parceria com o Idesam, totalizando 24.100 árvores em uma única semana.

R\$ 260.000,00 investidos

LANÇAMENTO FARM GLOBAL

Do rio para o mundo! Em abril de 2019 abrimos as portas para a FARM Global. Em parceria com o One Tree Planted fizemos o plantio de +50 mil árvores!

\$ 50.000,00 investidos

1.000 ÁRVORES POR DIA

Nasce nosso grande xodó: "1.000 árvores por dia, todos os dias". Um movimento contínuo de reflorestamento e, graças aos nossos parceiros e amigos Idesam, SOS Mata Atlântica, povo Yawanawa e One Tree Planted, conseguimos já fazer o plantio de 90 mil árvores!

R\$ 709.680,01 investidos

FARM + LEVI'S

FARM + Levi's uma *collab* que aponta para o futuro, fazendo a vida urbana e a natureza se unirem ainda mais. Pensando nisso, a Levi's embarcou nessa com a gente e se uniu ao One Tree Planted e SOS Mata Atlântica para plantar mais de 7 mil árvores na semana de lançamento da parceria.

GREEN FRIDAY NO BRASIL E NOS ESTADOS UNIDOS

Na nossa primeira Green Friday da FARM Global plantamos 1.000 árvores com uma parceria que nos enche de orgulho, junto às mulheres do povo Yawanawa.



MIL ÁRVORES POR DIA, TODOS OS DIAS

Reflorestamento e regeneração de áreas degradadas GRI 103-2, 103-3, 304-3

Em setembro de 2020, lançamos a iniciativa "Mil árvores por dia, todos os dias", ampliando a plataforma de reflorestamento da FARM, que existe desde 2018. **Assumimos o compromisso de plantar 1.000 árvores por dia, o equivalente a 365 mil árvores por ano em diferentes biomas do Brasil.** Já em 2020, atingimos o **plantio de 140 mil árvores.** A meta é fechar 2021 com 500 mil árvores plantadas.

Em parceria com o Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (Idesam), atuamos no Apuí, sul do Amazonas, através do reflorestamento em sistemas agroflorestais. Em 2020 plantamos 1.633 mudas, regenerando solos, gerando renda e alimento.

Mil árvores também foram plantadas no Acre, em terras Yawanawa, em duas aldeias às margens do Rio Gregório, para restaurar 5 hectares. A comunidade construiu o viveiro de mudas de sementes e de frutas nativas para fazer o reflorestamento. Eles escolheram mudas e sementes de espécies que fazem parte da sua cultura alimentar.

Com os parceiros One Tree Planted e a Fundação SOS Mata Atlântica, atuamos em uma das florestas tropicais mais ameaçadas do mundo, a Mata Atlântica, que atualmente tem preservada somente 12,5% da sua área original. Nesse bioma, o reflorestamento ocorre em dois pontos da Serra da Mantiqueira, com 137.367 árvores.

áreas protegidas ou restauradas GRI 304-3

	mata atlântica	mata atlântica	amazônia	amazônia
TAMANHO DAS ÁREAS DE HABITAT PROTEGIDO OU RESTAURADO (KM²)	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 - MG Serra da Mantiqueira	Cidade - SP Serra da Mantiqueira	Tarauacá - AC Terras Indígenas Yawanawa	Apuí - AM
ESPECIALISTAS EXTERNOS INDEPENDENTES QUE ATESTARAM O SUCESSO DA AÇÃO	SOS Mata Atlântica	Iniciativa Verde	One Tree Planted Iniciativa Verde	Idesam
STATUS	Jan 2020 até mar 2021	Nov 2020 até mar 2021	Finalizado em dez 2020	Dez 2020 até dez 2021

MIL ÁRVORES POR DIA, TODOS OS DIAS

Reflorestamento e regeneração de áreas degradadas em 2020 **GRI 304-3**



2.633 árvores na Amazônia

- 1.633** no Apuí
- 1.000** em 1 das aldeias Yawanawa

137.367 árvores na Mata Atlântica

- 5.000** na região da Serra da Mantiqueira, MG
- 132.367** na Serra da Mantiqueira, SP

+7.000 árvores parceria Levi's na Mata Atlântica

CARBONO NEUTRO

Em 2020, lançamos nossas primeiras coleções Carbono Neutro: Verão 21 e Alto Verão 21. Nosso inventário coletou dados sobre as fontes de emissão na produção e vendas 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, usamos o Fator de Emissão de instituições como o Painel Intergovernamental sobre

Mudanças Climáticas (IPCC - GHG Protocol), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTIC) e Ellen MacArthur Foundation. **GRI 201-2**

Nossa estratégia de compensação das emissões de carbono se deu por meio da **regeneração de áreas desmatadas, com o plantio de árvores em Sistemas Agroflorestais (SAF) em Apuí, em parceria com o Idesam.**

Em fevereiro de 2021, nós nos associamos, junto com o Grupo SOMA, ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU). Adotamos a Agenda 2030 e assumimos o compromisso de zerar emissões de carbono escopos 1 e 2 até 2030; e o escopo 3 até 2050.

GRI 201-2

EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) — 2020 **GRI 103-2, 103-3**

Diretas

Transporte de materiais, produtos, resíduos, empregados e passageiros (Escopo 1) - 1.161,45 t CO₂ equivalente.

GRI 305-1

Indiretas de GEE

Escopo 2 - 34,09 t CO₂ equivalente.

GRI 305-2

Outras emissões indiretas






Bens e serviços adquiridos (Escopo 3) - 4.037,40 t CO₂ equivalente.
Resíduos gerados nas operações (Escopo 3) - 6,02 t CO₂ equivalente.

GRI 305-3

Intensidade de emissões

Total de emissões de GEE (t CO₂ equivalente) - 5.238,96. Intensidade de emissões de gases de efeito estufa - 2,75 (métrica específica para cálculo da intensidade de emissões: quantidade de empregados em tempo integral na FARM em 2020)

GRI 305-4

 emitimos **5.238** toneladas de CO₂ nos nossos processos de produção das coleções verão 21 e alto verão 21.  **compensamos**  plantando **10.140** mudas de árvores nativas brasileiras .  restauramos **21** hectares.

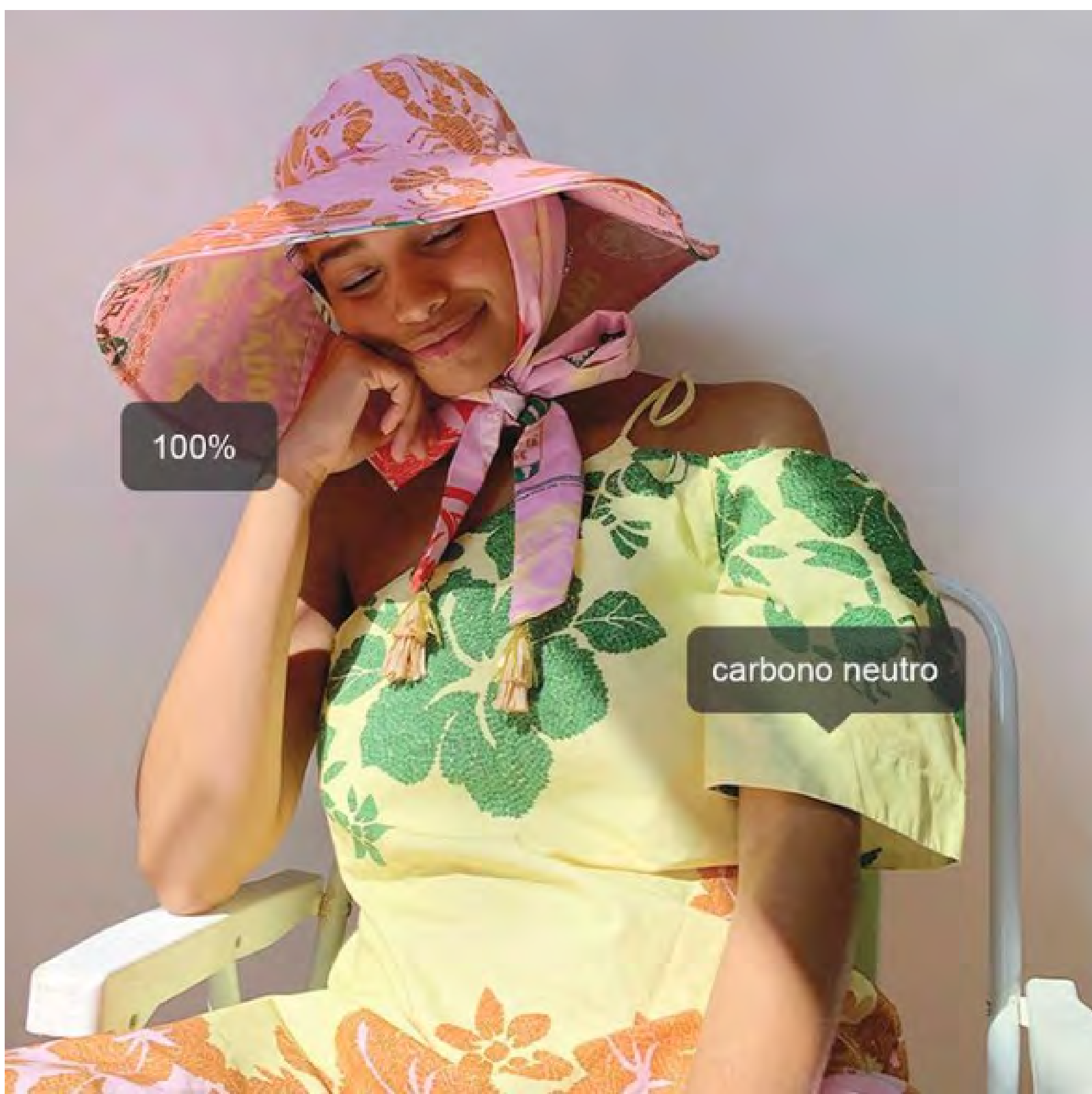


METAS FARM 2021

- ter meio milhão de árvores plantadas. 🌴
- ampliar a plataforma de reflorestamento da FARM, englobando o bioma da caatinga. atualmente atuamos nos 🐆 biomas da amazônia e da mata atlântica. 🐒
- criar plano de mitigação de emissões de GEE. nosso objetivo será reduzir o máximo possível das emissões e compensar as que forem inevitáveis. 🌈
- pilotar projeto carbono neutro para lojas – já começamos com a loja virtual FARM na nuvem! ☀️
- compensar as emissões de carbono de todas as coleções lançadas em 2021 por meio do plantio de árvores.
- compensar 100% das emissões das entregas das vendas on-line de FARM global. 🏠

GREEN FRIDAY

Há 4 anos apresentamos pela primeira vez nossa Green Friday, a Black Friday da FARM, cheia de propósito. Durante esta grande liquidação, destinamos em média 1,2% do nosso faturamento para causas ambientais:



2018
ações de reflorestamento
com SOS Mata Atlântica 🌿 e Idesam.

2019
ações de limpeza dos oceanos 🌊
junto a sete ONGs. 🐟

2020
reflorestamento por meio do mil árvores por dia, 🌳
todos os dias. 🌈

AMAR A NATUREZA, CUIDAR DOS ANIMAIS:

A FARM vem ampliando a cada ano suas ações de cuidado com a natureza.



Com o Instituto **Vida Livre**, apoiamos ações pela liberdade dos animais silvestres, por meio de projetos de reabilitação e conservação de fauna silvestre impactada por perigos urbanos e tráfico ilegal na região de Mata Atlântica do Rio de Janeiro.

Já são 105 animais amparados, duas ações de soltura realizadas, e R\$ 158.634,00 doados

(R\$ 54 mil em 2019 e R\$ 104.634,00 em 2020).

Também com o Vida Livre e Roupartilhar, apoiamos o leilão Desengaiola, que reverteu mais R\$ 9.763, para obras na sede do Instituto e custos operacionais. A expectativa é que sejam atendidos mais de 5 mil animais no espaço.



Em 2020, iniciamos também uma parceria com a ONG **Ampara Silvestre**, com o objetivo de apoiar a proteção da fauna do Pantanal após as piores queimadas dos últimos anos. Nossa contribuição foi revertida em

60 toneladas de alimentos distribuídos para os animais da região.

Em 2021, a parceria FARM + Ampara Silvestre segue por meio do apoio direto ao cuidado das onças pintadas.

CUIDADOS COM ANIMAIS:



Início da parceria com o Instituto Vida Livre

↘ Ação de soltura realizada com R\$ 54 mil doados



Ação de soltura, com R\$ 104.634,00 doados

↘ Criação do leilão Desengaiola para apoiar a construção da sede do Instituto, com quase R\$ 10 mil arrecadados

↘ Início da parceria com a ONG Ampara Silvestre, com doação para a compra de 60 toneladas de alimentos para animais afetados pelas queimadas no Pantanal



CIRCULARIDADE

GRI 103-2, 103-3, 301-3

A circularidade é um pilar que faz a FARM **parar e olhar com carinho pra dentro**. Desenvolvemos uma visão abrangente de como fazemos moda e de como podemos ser melhores nisso, por nós e pelo planeta. **Nós nos comprometemos** a levar os conceitos de uma **economia circular desde o desenvolvimento de nossos produtos até o seu pós-consumo**.



MATÉRIA PRIMA RESPONSÁVEL



RE-FARM



ECONOMIA CIRCULAR + PARCERIAS



NOSSOS RESÍDUOS



Apostamos em linhas de **upcycling** e em um modelo de negócio que inclua logística reversa de nossas peças e comercialização de produtos que tenham menor impacto ambiental ao longo de sua vida útil.

Para nós, a circularidade é abordada em quatro pilares: *design* de produto circular e de processos circulares, regeneração da natureza e uso de recursos naturais. Nossa primeira coleção *upcycling* foi desenhada em 2016, quando criamos **2.296 peças** dando vida nova a mais de **2.900 metros** de tecido.

A cada ano, ampliamos nossas parcerias e hoje temos uma rede conosco neste desafio: Oficina Muda, Rede Asta, Re-roupa e Enjoei.

Os resultados da linha de *upcycling* RE-FARM:

06 coleções lançadas.

quase
17 mil m² de tecidos reaproveitados.

quase
08 mil peças produzidas

Nestes quatro anos temos muita história pra contar junto com nossos parceiros. Venha conhecer um pouco mais sobre essas experiências.





vida nova nas mãos da oficina muda

A Oficina MUDA nasceu do desejo de reduzir os impactos ambientais do setor da moda. Através da técnica de *upcycling*, peças que seriam descartadas ganham vida nova. Ao ressignificar as peças da FARM, a MUDA nos ajuda a garantir um novo ciclo de vida para nossas queridas peças. Além de roupas, conseguimos recuperar também acessórios e objetos da linha Quero! não absorvidos comercialmente.

A FARM foi a primeira parceira da Muda. Essa história começou em 2016, com a compra de 18.500 peças. Todos os anos esse número aumenta. Em 2020 foram 55 mil peças. **No total, desde o início desta parceria, já ressignificamos 150 mil peças. Atualmente 100% dos nossos excedentes são revendidos à Oficina Muda.** Desses, 70% passam pelo processo de *upcycling*, e 20% das peças, aquelas com defeitos severos, voltam a ser matéria-prima para novos produtos. Para os 10% que ainda precisam ser descartados, estamos buscando soluções tecnológicas circulares.

6.093 metros de tecido



3.115 peças exclusivas

coleções especiais re-FARM + re-roupa

Desde 2017, temos uma parceria com o Re-roupa, da criadora Gabi Mazepa. Ela desenvolve coleções especiais, transformando nossas sobras de tecidos, peças e aviamentos em lindas novas peças. Com ela, foram criadas quatro coleções que transformaram **6.093 metros de tecido em 3.115 novas peças exclusivas.**

**10,2 toneladas
de resíduos doados**

rede asta: resíduo têxtil que vira renda

Doamos 100% do resíduo têxtil da ponta de corte para a Rede Asta. A Asta é um negócio social que há quase 15 anos transforma sobras de tecido em matéria-prima para que artesãs criem seus produtos.

Os resultados desta parceria iniciada em 2018 nos enchem de orgulho. Com as doações da FARM, mais de **50 grupos de artesãs, espalhados pelo estado do Rio de Janeiro, foram beneficiados.** Estima-se que cada quilo de tecido doado tenha o potencial de gerar R\$ 18,80 de renda pra elas. Em três anos, já foram doadas cerca de 10,2 toneladas de resíduos. Em 2020, o **total da renda** gerada para as artesãs foi de **R \$183.032**, segundo relatório da Rede Asta.

parceria com o enjoiei, uma experiência de logística reversa

GRI 301-3

Em 2017 iniciamos nossa parceria com o Enjoei para incentivar o consumo de segunda mão, por meio de um modelo de negócio de logística reversa.

Como isso acontece? Nossa cliente entrega peças FARM, em bom estado, nas lojas participantes e recebe um desconto para garantir peças da nova coleção.

As peças antigas são encaminhadas para a plataforma Enjoei, site que vende produtos usados em ótimo estado. Eles fotografam, anunciam e revendem on-line.

Esta é uma iniciativa que está operando em 23 das 75 lojas FARM. É uma experiência em teste e queremos expandir.

Desde o início do projeto, **recolhemos mais de 12 mil peças (2.029 em 2020), das quais 10 mil já foram revendidas para novas donas.**

COMO TRATAMOS NOSSOS OUTROS RESÍDUOS

GRI 306-3, 306-2

O Grupo Soma, do qual fazemos parte, contrata empresas para destinar adequadamente os resíduos gerados nas unidades operacionais. Por isso não temos informações singularizadas sobre a FARM.

Mas, gostaríamos de **destacar duas iniciativas** bem legais. A primeira é que agora temos uma composteira na nossa unidade de São Cristóvão para compostar todo o nosso resíduo orgânico dos jardins. Além de economizar CO₂, sacos plásticos e transporte, ainda produzimos biofertilizante para deixar nossas áreas verdes ainda mais bonitas.

A **segunda** iniciativa é a gestão de resíduos da Casa FARM, nossa loja conceito inaugurada em 2020. Lá, testamos uma série de novidades como a parceria com a Vide Verde, que coleta e faz a compostagem de resíduos orgânicos da Casa. **Semanalmente os restos de alimentos são coletados e transformados em adubo e, no ano de 2020, 1,3 toneladas de resíduos foram compostados, poupando cerca de 78,01 kg de CO₂***.

A **meta pra 2021** é centralizar a gestão de resíduos das unidades do Grupo e suas marcas para padronização da coleta seletiva e método de descarte dos resíduos.

*Fonte: relatório de impacto VideVerde 2020.

total de resíduos gerados, por composição (t)	2020*	
CATEGORIA	CATEGORIA	QUANTIDADE GERADA (T)
REICLÁVEIS	não perigoso	73,01
NÃO REICLÁVEIS	não perigoso	303,42
TOTAL		376,43

* Informações referentes às unidades operacionais do Grupo SOMA: Rio de Janeiro: Fábrica SOMA Pavuna | Centro de Distribuição Jacarepaguá | Casarão de estilo Animale Rio Comprido | Escritório FARM, Fábula e Foxtan São Cristóvão | Escritório Maria Filó São Cristóvão | Apoio MF (714) São Cristóvão | Apoio MF (313) São Cristóvão | Ateliê 17 Rio Comprido | Fábrica 330 São Cristóvão e São Paulo: Núcleo Animale SP | Escritório Cris Barros | HUB SP (Volo) terceirizado. Não contabilizadas as unidades da Maria Filó e do escritório Cris Barros em São Paulo.

total de resíduos não destinados para disposição final, por operação de recuperação, em toneladas métricas (t) GRI 306-4		2020		
resíduos não perigosos		dentro da organização / onsite	fora da organização / offsite	total
PREPARAÇÃO PARA REUTILIZAÇÃO	Oficina Muda	0,00	14,92	14,92
	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

UPCYCLING

primeira coleção
upcycling FARM



2016

BOMBERS, BODIES E REGATAS

2.296 PEÇAS

+ DE 2.900 M DE TECIDOS

início da parceria da
FARM com a re-roupa



DEZ
17

200 PEÇAS

+ DE 400 M DE TECIDOS

segunda coleção em
parceria com a re-roupa



JUL
18

1.326 PEÇAS

+ DE 2.000 M DE TECIDOS

terceira coleção em
parceria com re-roupa



AGO
19

841 PEÇAS

+ DE 2.500 M DE TECIDOS

collab insecta



OUT
20

640 PARES DE SAPATOS

+ DE 100 M DE TECIDOS

lançamento da linha novos
desejos - *upcycling*



JAN
21

740 PEÇAS

+ DE 1.900M DE TECIDO

re-roupa baiana /
system FARM

748 PEÇAS

+ DE 1.800M DE TECIDO

TRANSPARÊNCIA E AFETO



Transparente, responsável, ética e afetuosa

GRI 103-2, 103-3

Assim compreendemos nossa relação com fornecedores e com as consumidoras, e sabemos a importância de entregar uma moda feita de forma justa e responsável.

Um das nossas prioridades é manter condições adequadas de trabalho e respeito integral à Legislação Trabalhista, com ambientes de trabalho seguros e dignos em nossas unidades, assim como em toda cadeia de fornecimento. Quando nos associamos à **ABVTEX** em 2018, buscamos justamente propiciar que os integrantes de toda cadeia se tornassem certificados, de modo a garantir o atendimento integral aos direitos trabalhistas e, assim, reforçar o nosso comprometimento com esta pauta. Um dos mais importantes passos que demos rumo à transparência. **GRI 102-13**

A **ABVTEX** atua para construir um mercado de moda mais ético, justo e sustentável. A Associação tem o Programa de Certificação de Fornecedores, por meio do qual audita a adesão às normas socioambientais da cadeia produtiva do varejo brasileiro. **GRI 408-1, 409-1**



A FARM e o Grupo SOMA adotaram essa certificação como pré-requisito para o cadastramento de novos fornecedores, e atuamos em parceria com nossos antigos fornecedores para que obtenham a certificação. Nos últimos 3 anos, triplicamos o número daqueles que são certificados pela instituição.

Em 2020, pelo terceiro ano consecutivo, reportamos ao **Índice de Transparência da Moda Brasil** e queremos aumentar, ano a ano, nossa classificação entre as marcas brasileiras.

Em 2020, a FARM se associou à **Sustainable Apparel Coalition (SAC)** para melhorar nossas relações com os fornecedores internacionais, responsáveis pela produção para a FARM Global. Essa instituição engloba mais de 250 marcas líderes do vestuário, calçados, têxteis e atua na busca de melhorias para o desempenho ambiental, social e trabalhista no mundo. **GRI 102-13**

64% dos fornecedores de vestuário da FARM têm certificação ABVTEX; em São Paulo este percentual sobe para 100%.

A nossa roupa é nossa responsabilidade onde quer que ela esteja sendo confeccionada.

No Brasil,
100% dos nossos
 fornecedores
 e seus 
 subcontratados
 são  avaliados
 regularmente por
 auditorias sociais
 e de produção.

O monitoramento é feito pela empresa Cotecna, multinacional certificada pela ISO 17.020. Fazemos visitas surpresa trimestrais e temos um sistema de rastreamento da produção contratada. Nosso Soma Labs desenvolveu o Product Lifecycle Management (PLM) - que nos permite uma visão em tempo real de onde está a produção e dos resultados das auditorias.

Estabelecemos com nossos fornecedores as melhores práticas do mercado. Nos contratos de fornecimento temos cláusulas de tolerância zero para situações de trabalho análogo a escravo e trabalho infantil. Temos um Código de Ética para fornecedores e prestadores de serviços que norteia e dá transparência a esses relacionamentos.

As auditorias sociais realizadas em toda a cadeia produtiva avaliam, por exemplo, a existência de trabalho infantil, trabalho forçado ou trabalho análogo ao escravo nos fornecedores, entre diversas questões que buscam verificar o completo atendimento aos direitos trabalhistas. Cuidamos para manter em nossa cadeia de fornecimento apenas atores que estejam em perfeita consonância com a legislação brasileira.

GRI 408-1, 409-1

Temos um Canal de Ética para fornecedores e prestadores de serviços: <https://contatoseguro.com.br/gruposoma>






PRÁTICAS DE COMPRA

GRI 103-2, 103-3

Nossas compras de matéria-prima seguem as orientações dos nossos times de estilo e planejamento de marca.

Temos dois critérios para compra de produtos: disponibilidade no mercado nacional e taxa de câmbio. A partir disso, optamos por fornecedores nacionais ou internacionais. A prática nos mostra que os nacionais têm mais vantagens competitivas, especialmente por possuírem *lead time* de entrega, menores.

Em média, **91%** dos fornecedores FARM são nacionais,  sendo **94%** deles fornecedores de matéria-prima e **88%** de   costura e/ou produto acabado FARM Brasil.

GRI 102-9

Hoje, o aumento da participação de matérias-primas menos impactantes às pessoas e ao meio-ambiente é uma meta do nosso estilo. Fechamos 2020 com 14% da coleção de Alto Verão 21 com MPs mais responsáveis.

Em decorrência da pandemia, em 2020 tivemos dificuldades com a escassez de matérias-primas e com os *lead times* longos. A boa notícia é que com a automatização da área, tivemos ganhos significativos nos prazos e qualidade de entrega esperada. Além disso, trabalhamos com uma auditoria externa, que ocorre uma vez por ano.

A coleção de Alto Verão 21 da FARM foi marcada pelo relançamento de duas linhas de produtos com matéria-prima de biodegradação acelerada e sem químicos nocivos. A linha de tops e calcinhas alcançou 100% das referências com tecido biodegradável e, a linha praia, 2% das referências.

orçamento de compras gasto com fornecedores locais* (em milhões) GRI 204-1

FARM	2018	2019	2020
ORÇAMENTO PARA FORNECEDORES (R\$)	175	207	245
VALOR GASTO COM FORNECEDORES LOCAIS (R\$)	127	169	178
% DO ORÇAMENTO GASTO COM FORNECEDORES LOCAIS	72,57%	81,64%	72,65%

*A FARM considera como locais os fornecedores nacionais.

MATÉRIA PRIMA

NOSSA EVOLUÇÃO



AGO
2019

JEANS

- Algodão Brasileiro Responsável (ABR), certificado BCI, usando apenas químicos biodegradáveis certificados GreenScreen
- Em cada peça, redução de 47% de água, 46% de energia e 1,3 kg de CO₂
- 100% da produção do tecido com fontes renováveis de energia

MALHA

- Algodão ABR, certificado BCI
- Amaciamento com óleo da casca do arroz
- Lavagem com detergente de casca de laranja que usa 60% menos água
- Tingimento natural com anil, urucum, clorofila, carmim e cúrcuma

SET
2020

TOPS E CALCINHAS

- Uso da poliamida biodegradável Rhodia, uma tecnologia 100% brasileira com biodegradação acelerada, cerca de 3 anos *versus* 100 anos
- Não libera microplásticos e nem produtos químicos tóxicos ao ambiente
- Tem CO₂ reduzido, utiliza 40% menos água, tem proteção +50 UV

CARBONO NEUTRO

- Desde a Coleção Verão 21 estamos medindo e neutralizando a emissão de carbono medida
- 4 coleções (Verão e Alto verão 21. Inverno e Alto inverno 21)
- Estamos fazendo a compensação com projetos de reflorestamento com os parceiros Idesam e Iniciativa Verde.

NOV
2020

VISCOSE E SARJA

- Uso de viscose (feita a partir da fibra de celulose) com madeira certificada Forest Stewardship Council ou Conselho de Manejo Florestal (FSC) em 100% da produção do tecido
- Uso de sarja brasileira com 100% de algodão ABR, certificado BCI e químicos certificados Oeko Tex Standart 100 (certificação internacional que atesta a ausência de produtos tóxicos à saúde humana)

PRÁTICAS DE COMPRA

GRI 103-2

materiais utilizados na produção — produto final

GRI 103-2, 103-3, 301-1

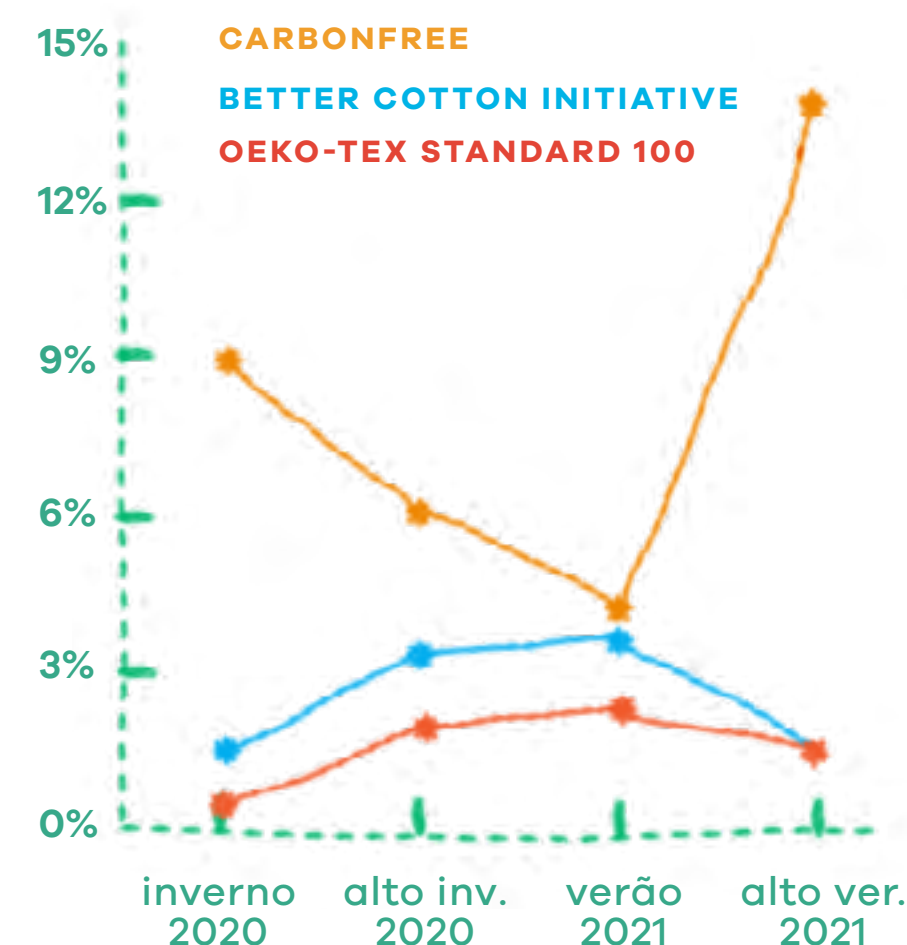
NOME DO MATERIAL	FONTE RENOVÁVEL/ NÃO-RENOVÁVEL	UNIDADE DE MEDIDA	2018	2019	2020
PARISE (100% VISCOSE)	fonte renovável	metros	0	17.392	986.635
RIBANA MANHATTAN (93% VISCOSE, 7% ELASTANO)	fonte não renovável	metros	178.208	307.048	368.240
RAYON BALI (100% VISCOSE)	fonte renovável	metros	253.477	476.540	419.932
CORA (100% VISCOSE)	fonte renovável	metros	0	165.141	289.390
VIGLES (100% VISCOSE)	fonte renovável	metros	0	0	224.919

O posicionamento atual da FARM é buscar o aumento da participação da viscose responsável em nossos produtos.

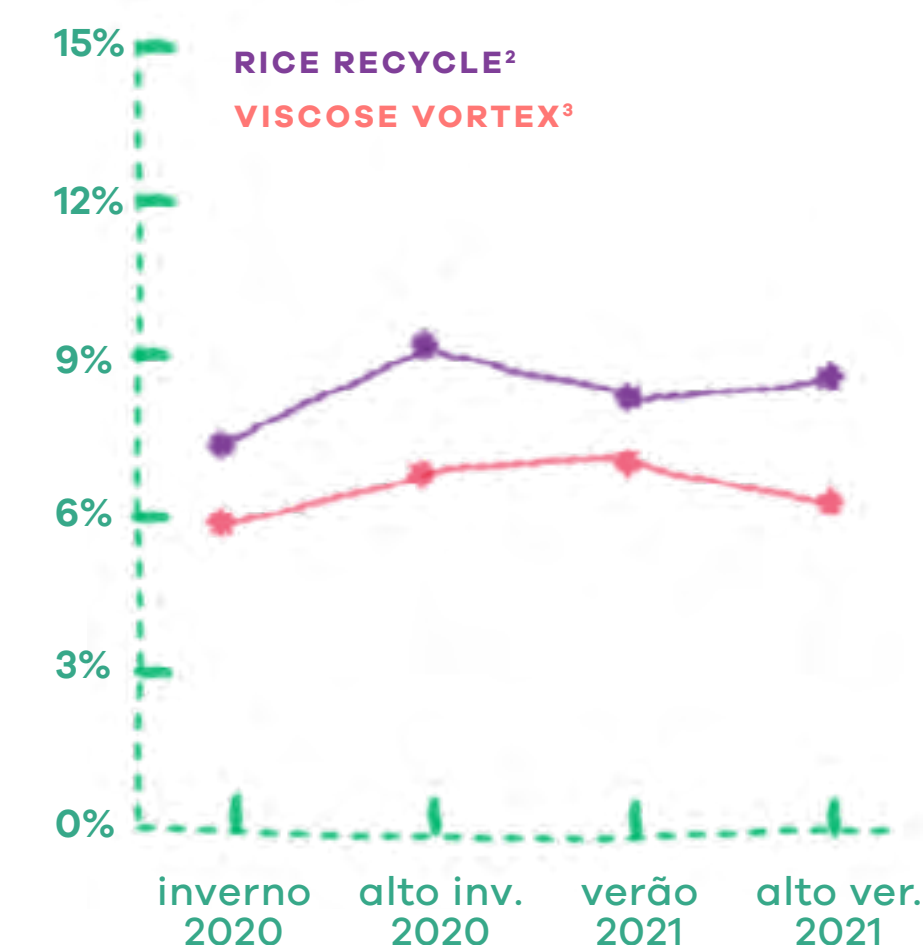
Mais matérias-primas certificadas

Queremos que nossa produção seja mais e mais responsável. E a matéria-prima que usamos em nossos produtos é fator essencial para esse caminho. Por isso, além de darmos preferência a materiais de fonte renováveis, temos evoluído na busca por fornecedores certificados e começamos a medir essa tendência em 2020.

Matérias-primas certificadas por terceiros em padrão de sustentabilidade ambiental ou social



Outros materiais sustentáveis que podem não ser certificados por terceiros, mas demonstram benefício de ciclo de vida ambiental¹



¹ Fibras como algodão e lã recuperados, poliéster reciclado mecanicamente ou quimicamente, náilon e liocel.

² Amaciante têxtil formulado a partir da casca de arroz, cujo principal benefício é a diminuição do impacto ambiental na lavagem.

³ Sustentável, proveniente de fontes renováveis (reflorestamento).



re-FARM jeans, nosso queridinho

Lançamos a linha re-FARM jeans em agosto de 2019, com algodão brasileiro e responsável (ABR) certificado pela Better Cotton Initiative (BCI).

Trabalhar com algodão certificado significa comprar de fornecedores que têm boas práticas de cultivo, responsabilidade ambiental e condições adequadas de trabalho.

Em 2020, com a produção do re-FARM jeans economizamos, por peça: 47% do consumo de água ; 46% do consumo de energia ; 36% de horas de trabalho e 1,3 quilos de CO₂.

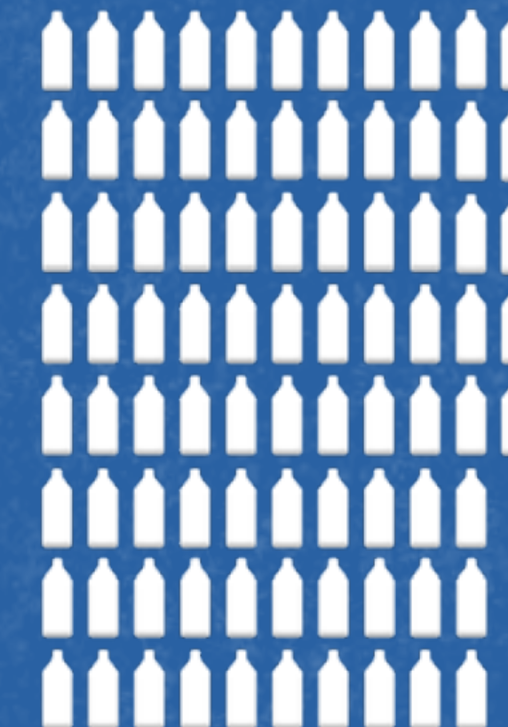
Nosso jeans libera menos carbono, menos microplásticos e consome menos água e energia. Na nossa lavagem, são utilizados produtos químicos biodegradáveis por meio do Green Screen, um padrão de certificação internacional.

Impacto total do jeans re-FARM desde o seu lançamento:

Redução de 3.886.340 litros de água; de 72.304 kWh de energia elétrica, de 100 horas de tempo de lavagem e de 118,79 toneladas de carbono.

**ECONOMIZAMOS,
POR PEÇA:**

ÁGUA:
86 garrafas
de 500ml



CARBONO:

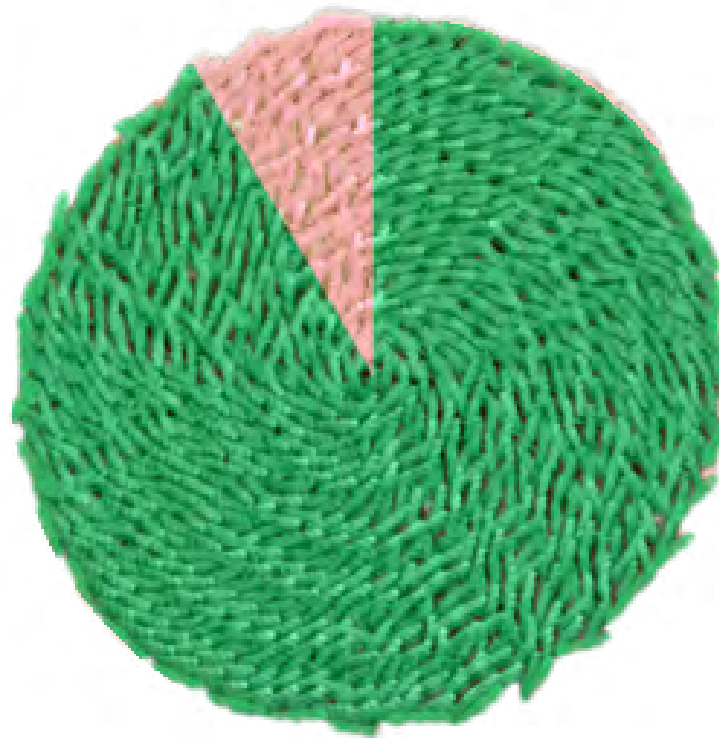
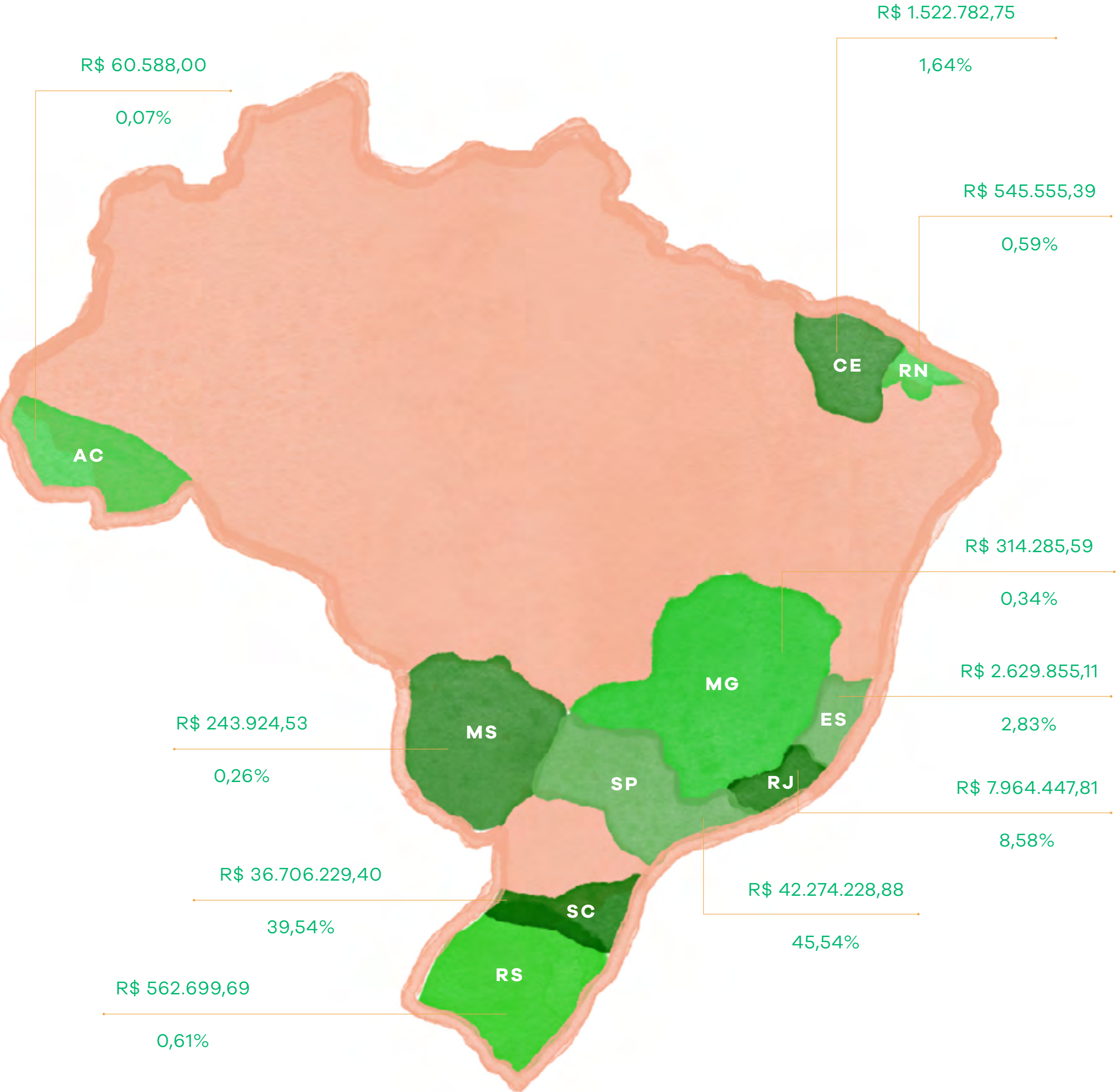
01 voo
rio-sp

ENERGIA:

130
cargas no
smartphone

Parte do orçamento gasto com fornecedores é referente à compra de matéria-prima. Conheça a distribuição e total de gasto com fornecedores brasileiros (**valor total em 2020**):

GRI 204-1



% de fornecedores de matéria-prima:

91,79% BRASIL

8,21% IMPORTADO

SOBRE O RELATÓRIO

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

MATERIALIDADE

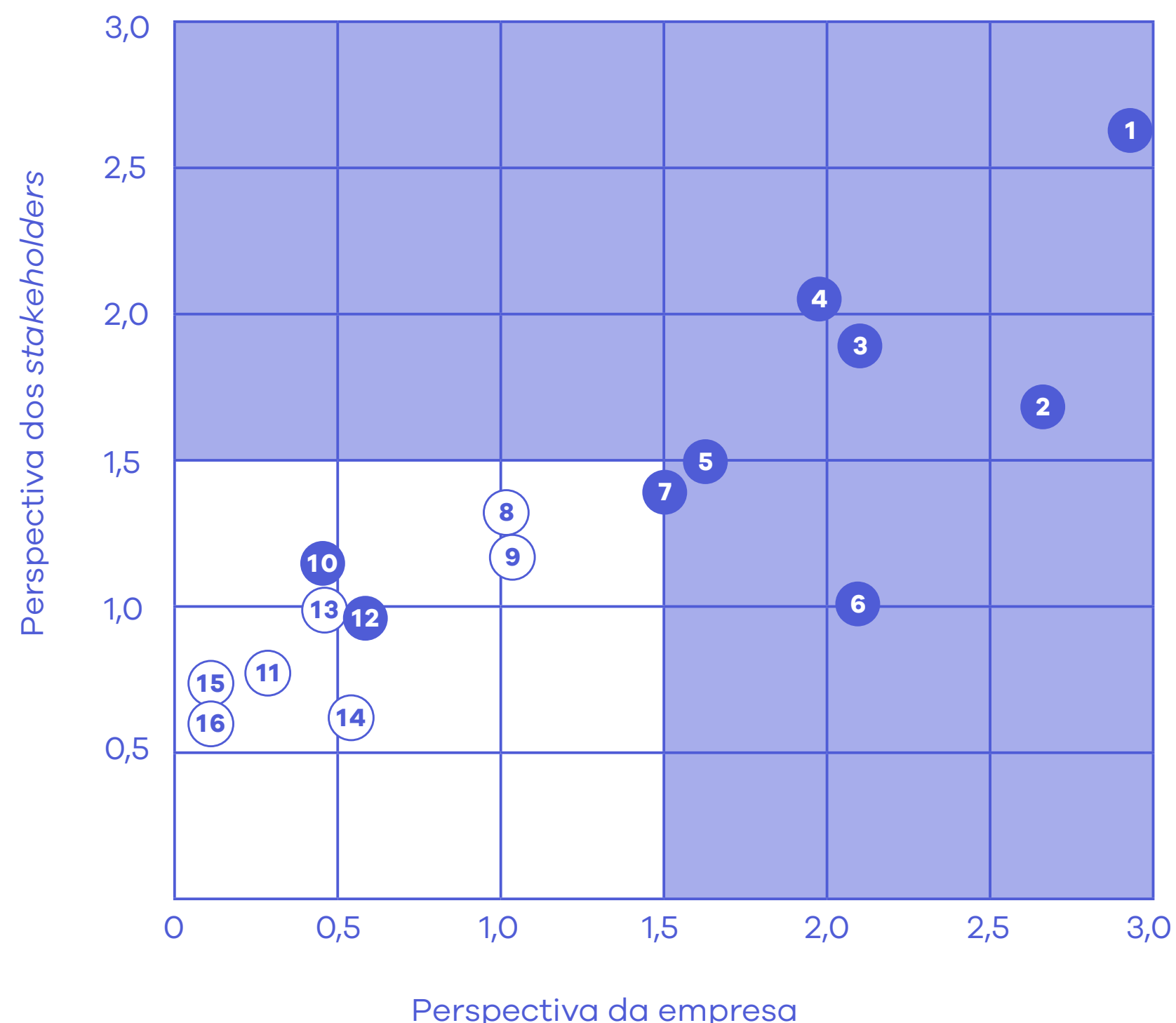
Este documento é elaborado em conformidade com as **Normas GRI** opção Essencial, cujos conteúdos mantêm correlação com os princípios do **Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, da Organização das Nações Unidas (ONU).

O processo de elaboração da materialidade foi feito no período entre 2020 e o início de 2021 pela consultoria externa, Report Sustentabilidade, a partir de levantamento de informações ambientais, sociais e de governança do Grupo SOMA, da FARM e do mercado.

As informações foram obtidas por meio de documentos das empresas, *benchmarks*, relatórios setoriais e de **23 entrevistas** em profundidade com especialistas: da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit), Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), Movimento do Fashion Revolution e IED – Instituto Europeu de Design, fornecedores, investidores, alta liderança e conselheiros. Também foram realizadas consultas on-line com um total de **5.891 respondentes entre colaboradores, clientes, fornecedores, atacadistas e conselheiros independentes.**

Após a análise das respostas, nove temas se destacaram como mais relevantes para os públicos de relacionamento do Grupo SOMA em relação a

MATRIZ DE MATERIALIDADE



- 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 Relacionamento e compromisso com os clientes
- 9 Rastreabilidade
- 10 **Uso e gestão sustentável de recursos naturais**
- 11 Biodiversidade, preservação ambiental e recursos naturais
- 12 **Mudanças climáticas**
- 13 Gestão de químicos
- 14 Ética e combate à corrupção
- 15 Transparência na comunicação
- 16 Engajamento cívico

impactos e, portanto, foram selecionados como direcionadores da nossa estratégia e gestão. Durante o processo de materialidade, clientes FARM apontaram outros dois temas importantes, além dos já considerados para o Grupo SOMA: biodiversidade,

preservação ambiental e recursos naturais e relacionamento e compromisso com os clientes, que foram considerados para a marca como temas prioritários.

UM OLHAR DAS CLIENTES FARM

Durante o processo de materialidade, clientes FARM apontaram outros dois temas importantes além dos já considerados para o Grupo SOMA: biodiversidade e relacionamento.

Conheça nossas ações em relação a biodiversidade e conservação na [página 36](#).

Também damos muita atenção ao tema relacionamento com clientes. Sempre fazemos pesquisa Net Promoter Score (NPS) para acompanhar o seu nível de satisfação.

Enviamos pesquisa on-line de varejo no dia seguinte à compra feita pela cliente em lojas e à entrega do produto comprado no *e-commerce*. Em 2020, a média de satisfação de atendimento em loja: 66%; e no site: 84%, resultando em uma média total de satisfação dos dois canais: 67,5%. **GRI 102-43**

Para o primeiro trimestre de 2021, a meta foi chegarmos a um NPS de 70% em ambos os canais e conseguimos uma marca geral de 75,9% no índice. Além disso, nós nos preocupamos em estimular o consumo consciente. Mostramos em nossos canais de venda o impacto positivo que cada produto traz para sociedade e para o planeta.

Nosso objetivo é engajar nossas clientes e mostrar que pequenas mudanças podem fazer uma grande diferença.

84% de satisfação de atendimento no site em 2020

66% de satisfação de atendimento em loja em 2020

67.5% média total de satisfação em 2020

DIÁLOGO COM OS ODS

Com os temas materiais, a FARM, no contexto do Grupo SOMA que fez sua adesão ao Pacto Global das Nações Unidas em fevereiro de 2021, estabelece uma agenda sustentável que está totalmente alinhada aos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** (ODS), por meio da agenda global proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU) com **17 objetivos e 169 metas a serem alcançados até 2030.**

A FARM sabe da responsabilidade estratégica que está assumindo ao incorporar os ODS em todos os espaços e rotinas da empresa. **Esta é uma jornada que nos levará a um futuro mais sustentável para o planeta, para a sociedade, para nossos negócios, para nossos clientes e futuras gerações.**

17 objetivos

169 metas



MATERIALIDADE E ODS

GRI 102-46, 102-47

CONDIÇÕES DE TRABALHO E DIREITOS HUMANOS:

3 8 10 17

Descrição: Assegurar condições de trabalho dignas, prezando pela saúde, segurança e bem-estar, e em conformidade com leis e regulamentos locais, respeitando os direitos humanos em todas as relações, evitando e repudiando o trabalho forçado, escravo e infantil, internamente e na cadeia de valor.

DIVERSIDADE E IGUALDADE:

5 10 16 17

Descrição: Assegurar um ambiente de trabalho diverso e garantir a igualdade de tratamento, oportunidades e remuneração sem discriminação de gênero, origem, raça, cor, orientação sexual, condição física, religião, estado civil, idade ou situação familiar. Criar políticas e práticas de desenvolvimento profissional.

PRODUTO DE MENOR IMPACTO

6 7 9 12 13 15 17

Descrição: Priorizar fornecedores locais de matérias-primas de origem sustentável e/ou recicláveis. Prezar pelo bem-estar animal. Criar e desenhar produtos pensando em eficiência de recursos, inclusão e segurança. Investir em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias que incorporem tendências, desenvolvam materiais de menor impacto ambiental e reduzam impacto socioambiental na produção da matéria-prima tradicional.

GERAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO

8 9 17

Descrição: Ser agente de transformação promovendo o desenvolvimento socioeconômico e a preservação do meio ambiente na região de atuação. Garantir *performance* socioambiental, interna e na cadeia de valor, para níveis além do *compliance*, visando obtenção da licença social para operar e a geração de valor compartilhado. Através de práticas como: salário justo e digno, mão de obra local e diversa, políticas de compras através de fornecedores locais, com práticas de *fair trade* (melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores à margem do mercado) e processos de otimização e redução de uso de recursos naturais.

ECONOMIA CIRCULAR

6 7 9 12 13 14 15 17

Descrição: Criar e desenhar produtos, processos e modelos de negócios pensando em aumento do ciclo de vida dos produtos (melhoria da qualidade, durabilidade, aluguel e viabilidade de conserto) e descarte (reciclagem, revenda, upcycling e biodegradabilidade) de produtos.

VISÃO DE NEGÓCIOS E GOVERNANÇA

16 17

Descrição: Fortalecer a governança corporativa do Grupo SOMA e o relacionamento entre sócios. Proporcionar engajamento frente a missão corporativa do grupo. Fazer boa gestão de riscos, crises e oportunidades. Assumir compromissos públicos voluntários. Considerar o desempenho socioambiental na tomada de decisões.

GESTÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS E NÃO TÊXTEIS

6 7 9 12 13 14 15 17

Descrição: Monitorar e reduzir a geração de resíduos têxteis, recicláveis (papel, plástico, alumínio, vidro, etc.), orgânicos (restos de comida, frutas, resíduos de jardinagem, guardanapo sujo, etc.), perigosos (lâmpadas, baterias, pilhas, combustíveis, óleos, etc.) e rejeitos nas operações e instalações do Grupo SOMA.

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

6 7 9 12 15 13 17

Monitorar, reduzir e mitigar emissões de gases do efeito estufa, buscando reduzir a pegada de carbono. Estudar os efeitos do aquecimento global para se adaptar às mudanças climáticas previstas para os próximos anos.

NOSSOS IMPACTOS E AÇÕES

Prezamos pela **transparência** nas nossas relações. Para cada tema considerado importante pelos nossos públicos de relacionamento, realizamos uma série de ações. Conheça algumas delas a seguir. **GRI 103-1**

TÓPICO MATERIAL	DENTRO	FORA	ODS
CONDIÇÕES DE TRABALHO E DIREITOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> → Certificação Great Place to Work, pág. 13 → A cada 6 meses, rodamos uma pesquisa NPS para acompanhamento periódico do nível de satisfação dos funcionários FARM; → Dispomos de Código de Conduta Ética, Canal de Ética e Manual do Funcionário; Saiba mais na pág. 55 	<ul style="list-style-type: none"> ← Certificação ABVTEX da cadeia de fornecimento do Brasil, pág. 54 ← Auditorias próprias através de empresa terceirizada em 100% dos fornecedores brasileiros, pág. 55. Associação à Sustainable Apparel Coalition (SAC) em 2020, pág. 54 ← Associação ao Pacto Global, pág. 41 ← Contrato de fornecimento com cláusulas de tolerância zero a situações de trabalho análogo a escravo e trabalho infantil, em terceirizados e quarteirizados, pág. 55 	
PRODUTO DE MENOR IMPACTO	<ul style="list-style-type: none"> → Aumento de MP responsável, pág. 56 → Re-FARM Jeans e Tops e Calcinhas biodegradáveis, pág. 59. Parceria FARM com Pantys, pág. 35 → Iniciamos um movimento de cálculo e compensação de carbono das coleções FARM, pág. 41 → Priorizamos fornecedores locais: <ul style="list-style-type: none"> • 94% fornecedores de matéria-prima FARM são nacionais • 88% fornecedores de costura e/ou produto acabado FARM são nacionais 	<ul style="list-style-type: none"> ← Estimular o consumo consciente é uma das iniciativas que acreditamos fazer parte do nosso papel como marca. Em 2020, exploramos todos os lançamentos de produtos de menor impacto ambiental em nossos canais de comunicação. Mais informações: https://www.farmrio.com.br/sustentabilidade/natureza 	
DIVERSIDADE E IGUALDADE	<ul style="list-style-type: none"> → Comitês de Igualdade Racial e LGBTQIA+; parceria com especialistas de diversidade racial do Instituto Identidades do Brasil e de temática LGBTQIA+, Mezcla. → Atividades de letramento como linguagem inclusiva, treinamento das lideranças da FARM para sensibilização e criação de uma cultura interna antirracista, elaboração de cartilha para a equipe do comercial e treinamento das equipes de loja sobre as temáticas LGBTQIA+, racial e as condutas e valores da marca. → Promovemos a 1ª Semana de Diversidade para explicar por que é tão importante trazer para dentro do grupo as temáticas de diversidade e inclusão. → Webminares Mês da Consciência Negra. → ABC da Raça – palestra Reconhecer-se – sobre vieses inconscientes. → Em 2020 o movimento GG ganhou força na FARM. Na penúltima coleção de 2020 e na primeira de 2021, 20% das nossas peças tinham grade até o GG ou 44. Na mais recente coleção, esse número subiu para 57%. 	<ul style="list-style-type: none"> ← Participação no Fórum Sim à Igualdade Racial e Prêmio Sim a Igualdade Racial. Mais informações: https://www.farmrio.com.br/transparencia 	



NOSSOS IMPACTOS E AÇÕES

TÓPICO MATERIAL	DENTRO	FORA	ODS
ECONOMIA CIRCULAR	<ul style="list-style-type: none"> → Design de produto circular, pág. 45 → Design de processos circulares: Oficina MUDA, pág. 47 → Consumo de peças FARM segunda mão: Enjoei, pág. 50 → Outros resíduos têxteis, pág. 51 	—	
GESTÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS E NÃO TÊXTEIS	—	<ul style="list-style-type: none"> ← Resíduos têxteis, pág. 51 ← <i>Upcycling</i>, pág. 52 	
GERAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO	—	<ul style="list-style-type: none"> ← Fornecedores locais, pág. 31 ← 100% dos funcionários do escritório e áreas corporativas da FARM do Brasil recebem acima do salário mínimo. E o salário mais baixo dentre os funcionários do escritório e áreas corporativas da FARM do Brasil é 9% acima do salário mínimo (estágio, e representa apenas 2% do total do nosso time). ← 98 % dos funcionários das lojas da FARM do Brasil recebem acima do salário mínimo (dado de fevereiro de 2021). O salário mais baixo dentre os funcionários das lojas da FARM do Brasil é 3% abaixo do salário mínimo, que é o salário de jovem aprendiz (dado atualizado em fevereiro de 2021). GRI 202-1 ← Parceria Yawanawa, pág. 34 	
USO E GESTÃO DE RECURSOS NATURAIS	—	<ul style="list-style-type: none"> ← Produtos de menor impacto, pág. 46 	
MUDANÇAS CLIMÁTICAS	—	<ul style="list-style-type: none"> ← Coleções Carbono Neutro, pág. 12 ← Plantio de árvores e Sistemas Agroflorestais, pág. 39 ← Jeans re-FARM, pág. 59 ← Outros produtos de menor impacto, pág. 46 	

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55



conteúdos gerais












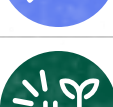

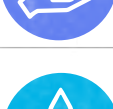











GRI 101: FUNDAMENTOS 2016










GRI 101 não possui conteúdos

perfil organizacional

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-1 Nome da organização	9	Não há
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	9	Não há
	102-3 Localização da sede da organização	10	Não há
	102-4 Local de operações	10	Não há
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	10	Não há
	102-6 Mercados atendidos	13 e 14	Não há
	102-7 Porte da organização	13 e 14	Não há
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	25	Não há
	102-9 Cadeia de fornecedores	56	Não há
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve	Não se aplica
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	Nossas operações seguem todas as normas e legislações aplicáveis, que, por sua vez, aplicam o princípio da precaução.	Não há
	102-12 Iniciativas externas	18	Não há
	102-13 Participação em associações	54	Não há
ESTRATÉGIA			
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-14 Declaração do mais alto executivo	6 e 7	Não há
ÉTICA E INTEGRIDADE			
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	11	Não há
GOVERNANÇA			
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-18 Estrutura de governança	18 e 19	Não há
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	61	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>	61	Não há
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	61 e 63	Não há
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	61	Não há
PRÁTICAS DE REPORTE			
<p>GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016</p>	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	13 e 14	Não há
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	65	Não há
	102-47 Lista de tópicos materiais	65	Não há
	102-48 Reformulações de informações	Não houve	Não há
	102-49 Alterações no relato		Não se aplica
	102-50 Período coberto pelo relatório	1º/01/2020 a 31/12/2020	Não há
	102-51 Data do relatório mais recente		Não se aplica
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios		Não se aplica
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	74	Não há
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI na opção Essencial	Não há
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	68	Não há
102-56 Verificação externa	Não há	Não há	

tópicos materiais / desempenho econômico			
GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20	Não há
 GRI 201: DESEMPENHO ECONÔMICO 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	20	Não há
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climática	41	Não há
PRESENÇA NO MERCADO			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	67 e 70	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	67 e 70	Não há
 GRI 202: PRESENÇA NO MERCADO 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e salário-mínimo local, com discriminação por gênero	67	Não há
	202-2 Proporção de membros da alta direção contratados na comunidade local	100% dos membros da diretoria (diretores e CEO) são contratados na comunidade local (comunidade local é considerada a cidade do Rio de Janeiro)	Não há
IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	32 e 34	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	32 e 34	Não há
 GRI 203: IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	34 e 35	Não há
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	32	Não há
PRÁTICAS DE COMPRAS			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	56	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	56	Não há
 GRI 204: PRÁTICAS DE COMPRA 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	56 e 60	Não há
MATERIAIS			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	45 e 58	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	45 e 58	Não há
 GRI 301-1 MATERIAIS UTILIZADOS, DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados		Informação não disponível. Atualmente não categorizamos nossas matérias-primas em recicláveis.
	301-3 Produtos e embalagens recuperados	45	Não há
ENERGIA			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	70	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	70	Não há
 GRI 302: ENERGIA 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Total de energia consumida (GJ) em 2020: 79,32. O consumo refere-se as demandas de escritório e lojas. Fazemos acompanhamento mensal do consumo. São priorizadas compras de equipamentos com maior eficiência e toda iluminação nova ou reposição de luminárias são em LED.	Não há
ÁGUA E EFLUENTES			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	70	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	70	Não há
 GRI 303: ÁGUA E EFLUENTES 2018	303-3 Capitação de água	Usamos água fornecida pelas concessionárias. Volume total: 2,02ML em 2020. Todo o consumo é referente as demandas de escritório e lojas. São realizados acompanhamentos mensais para detectar problemas de vazamento ou desperdício. Implantamos redutores de vazão e temporizadores de torneiras.	Não há

tópicos materiais / desempenho econômico			
GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
BIODIVERSIDADE			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	39 e 71	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	39 e 71	Não há
 GRI 304: BIODIVERSIDADE 2016	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade	Embora a FARM não tenha unidades operacionais próprias e administradas com impactos significativos diretos na biodiversidade, nos entendemos como co-responsáveis com os impactos das nossas matérias-primas prioritárias - algodão e viscose - que em sua origem estão ligadas ao desmatamento - seja para a agricultura, seja para o manejo sustentável da madeira -, e assumimos o compromisso, não só de buscar certificações para garantir boas práticas de cultivo mas também de regenerar ecossistemas. Metas 2021: → Aumentar participação de algodão e viscose certificados na coleção → Ampliar iniciativas de reflorestamento → Ampliar a parceria com o Instituto Ampara Silvestra, contribuindo financeiramente para a preservação das onças pintadas → Ampliar a parceria com o Instituto Vida Livre	
	304-3 Habitats protegidos ou restaurados	39 e 40	Não há
	304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN	Das espécies plantadas nos projetos de reflorestamento apoiados pela FARM e Fundação SOS Mata Atlântica, duas são espécies ameaçadas de extinção, <i>Cedrela fissilis</i> - Cedro e <i>euterpe edulis</i> - Palmito-jussara / 10 são espécies consideradas vulneráveis: Jacarandá da Bahia - <i>Dalbergia nigra</i> ; Canela - <i>Nectandra megapotamica</i> ; Jequitibá vermelho - <i>Cariniana legalis</i> ; Araucária - <i>Araucaria angustifolia</i> ; Copaíba - <i>Copaifera langsdorffii</i> ; Farinha seca - <i>Albizia niopoides</i> ; Jenipapo - <i>Genipa americana</i> ; Jequitibá branco - <i>Cariniana estrellensis</i> ; Olho de cabra - <i>Ormosia arborea</i> ; Jatobá - <i>Hymenaea courbaril</i> .	Não há
EMISSIONES			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	41 e 71	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	41 e 71	Não há
 GRI 305: EMISSÕES 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	41	Não há
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE)	41	Não há
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	41	Não há
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	41	Não há
	305-7 Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	O processo industrial da FARM não gera emissões de NO _x , SO _x e outras emissões atmosféricas significativas. As emissões da frota própria, são controladas pelos órgãos fiscalizadores de acordo com as legislações de trânsito. Nos casos de mau funcionamento, os veículos são encaminhados para a manutenção e reparação necessária.	Não há
RESÍDUOS			
 GRI 306: RESÍDUOS 2020	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	51	Não há
	306-3 Resíduos gerados	51	Não há
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	51	Não há
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	Em 2020 foram enviados o total de 303,43 t de resíduos destinados para aterro.	Não há
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	71	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	71	Não há
 GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais		Não aplicável. A FARM não seleciona fornecedores usando como base critérios ambientais.
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não aplicável, a FARM não avalia fornecedores em relação aos impactos ambientais.
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	27	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27	Não há
 GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	27	Não há
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		Informação não disponível. Será reportado em 2021

tópicos materiais / desempenho econômico			
GRI STANDARD	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO
NÃO DISCRIMINAÇÃO			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	72	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	72	Não há
 GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Não houve recebimento de denúncias de casos de discriminação em 2020.	Não há
TRABALHO INFANTIL			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	54	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	54	Não há
 GRI 408: TRABALHO INFANTIL 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	54 e 55	Não há
TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	54	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	54	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	54 e 55	Não há
AVALIAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	27 e 72	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27 e 72	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 que passam por auditoria terceirizada (Cotecna)	Não há
	412-2 Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	24	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	Em todos os contratos de fornecimento, existe a cláusula de cumprimento da lei trabalhista, exigindo que o fornecedor e seus subcontratados sigam as normas exigidas para/com seus trabalhadores e a sociedade.	Não há
COMUNIDADES LOCAIS			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 31 e 32	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	29, 31 e 32	Não há
 GRI 413: COMUNIDADES LOCAIS 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	29, 31 e 33	Não há
	413-2 Operações com impactos negativos potenciais significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais		Informação não disponível. Impacto não mensurado
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES			
 GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	66	Não há
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	72	Não há
	103-3 Avaliação da forma de gestão	72	Não há
 GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Em 2020 houve um aumento significativo do controle da cadeia produtiva nacional e 86,27% de novos fornecedores foram contratados com base em critérios sociais na FARM. O não atingimento de 100% se deve ao fato de ainda não existir auditorias sociais nos fornecedores internacionais.	Não há
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Informações não disponíveis.

CRÉDITOS



COORDENAÇÃO RELATÓRIO ANUAL

Taciana Abreu
Pedro Horta
Fernanda Frechiani
Raquel Lemos
Tatiana Massolar
Leandro Isaias

PROCESSO DE MATERIALIDADE, CONSULTORIA GRI, CONTEÚDO E REDAÇÃO

Adriana Couto
Jaqueline Lemos
Lilian Fiala
Rachel Alves
Renata Costa
Ricardo Duarte

REVISÃO

Kátia Shimabukuro

DESIGN FARM

Pedro Miceli
Marina Glikman

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Estúdio Forno

FOTOS

acervo FARM

**agradecemos por ter nos
acompanhado nessa jornada.**

**quer comentar o relatório com
a gente? escreva para:**
✉ sustentabilidade@farmrio.com.br

GRI 102-53

