

Uma empresa CMPC.



Softys 

2020 Relatório de SUSTENTABILIDADE

Softys S.A.

Endereço Softys House:

Teatinos 280, piso 4

Santiago de Chile.

www.softys.com

Produção e coordenação

deste Relatório de Sustentabilidade:

Gerência de Sustentabilidade de Softys, com

o trabalho de 15.916 colaboradores, a quem

agradecemos de coração sua dedicação diária.

Assessoria em indicadores de GRI:

Plus Comunica

Edição jornalística e cases:

Isabel Plant

Design:

Malmö Estudio de Diseño

FDC Fábrica Diseño Gráfico

Ilustrações:

Alejandra Acosta

Fotografia e produção:

Carlos Ortega

Sofía Aldunate

Impressão:

Ograma





Índice

01 **Inovando para seu cuidado**

página 07

Negócios de Softys

Mensagem do Presidente do Conselho de Administração

Carta do CEO

Nossa razão de ser

Sustentabilidade financeira

Composição do Conselho de Administração da Softys.

02 **Cuidar de nossos consumidores**

página 49

Programa CARE Brands

Marcas de Cuidado

Certificações ambientais e de qualidade

Insights de marketing ao consumidor e mídia

03

Ser responsáveis do início ao fim

página 87

Fornecedores estratégicos com os quais nos relacionamos

Governança da gestão de fornecedores

Avaliação de fornecedores

Avanços ambientais

04

Ser melhores juntos

página 133

Sou Softys.

Avanços de 2025 em nossos pilares estratégicos

Saúde e segurança.

Gestão de contratados

Integridade e *compliance*

05

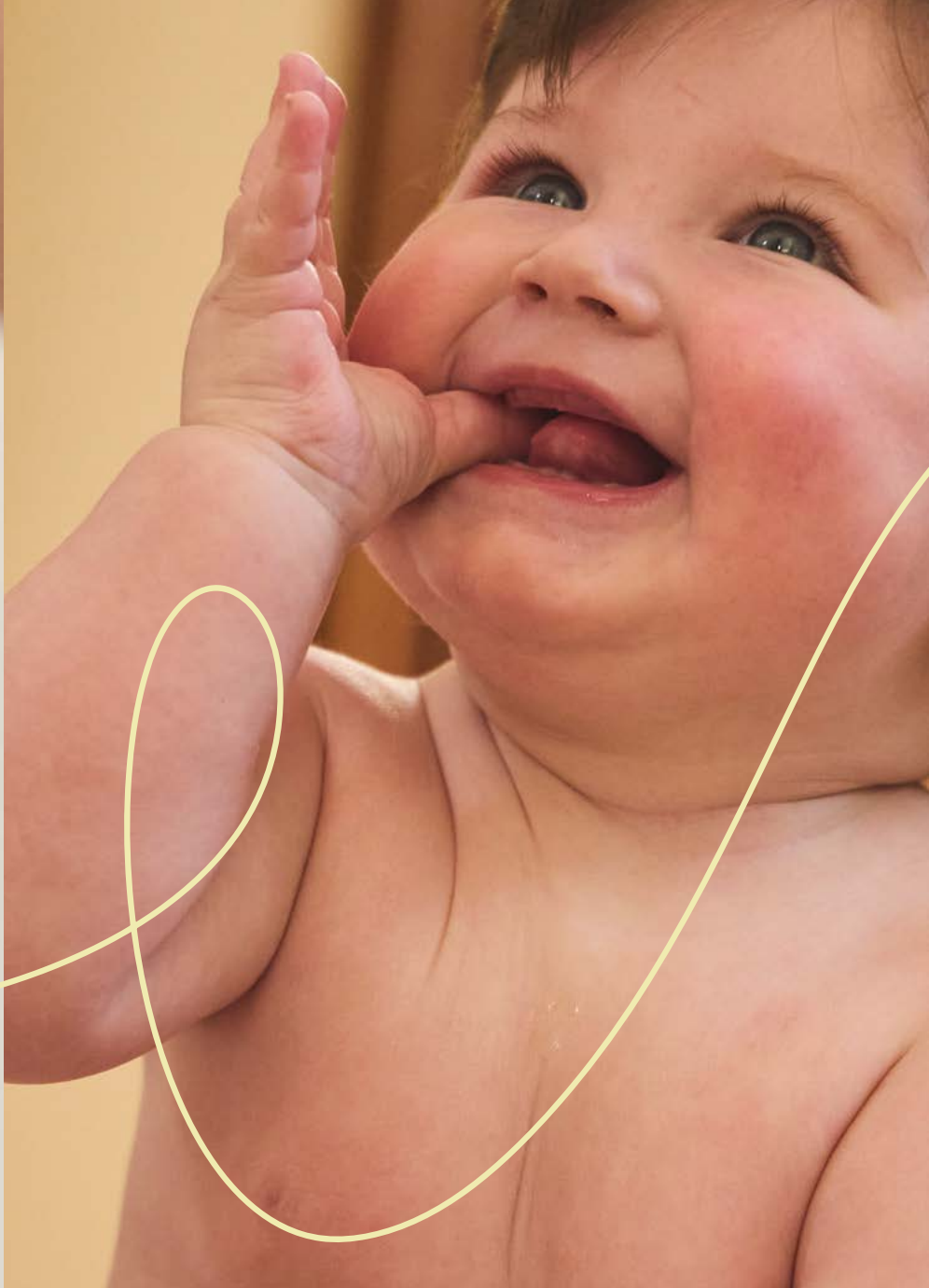
Apoiar as comunidades e seu desenvolvimento

página 175

Avanços na gestão comunitária em 2025

Pilares de Softys Contigo

Contigo: Vozes dos nossos clientes





01

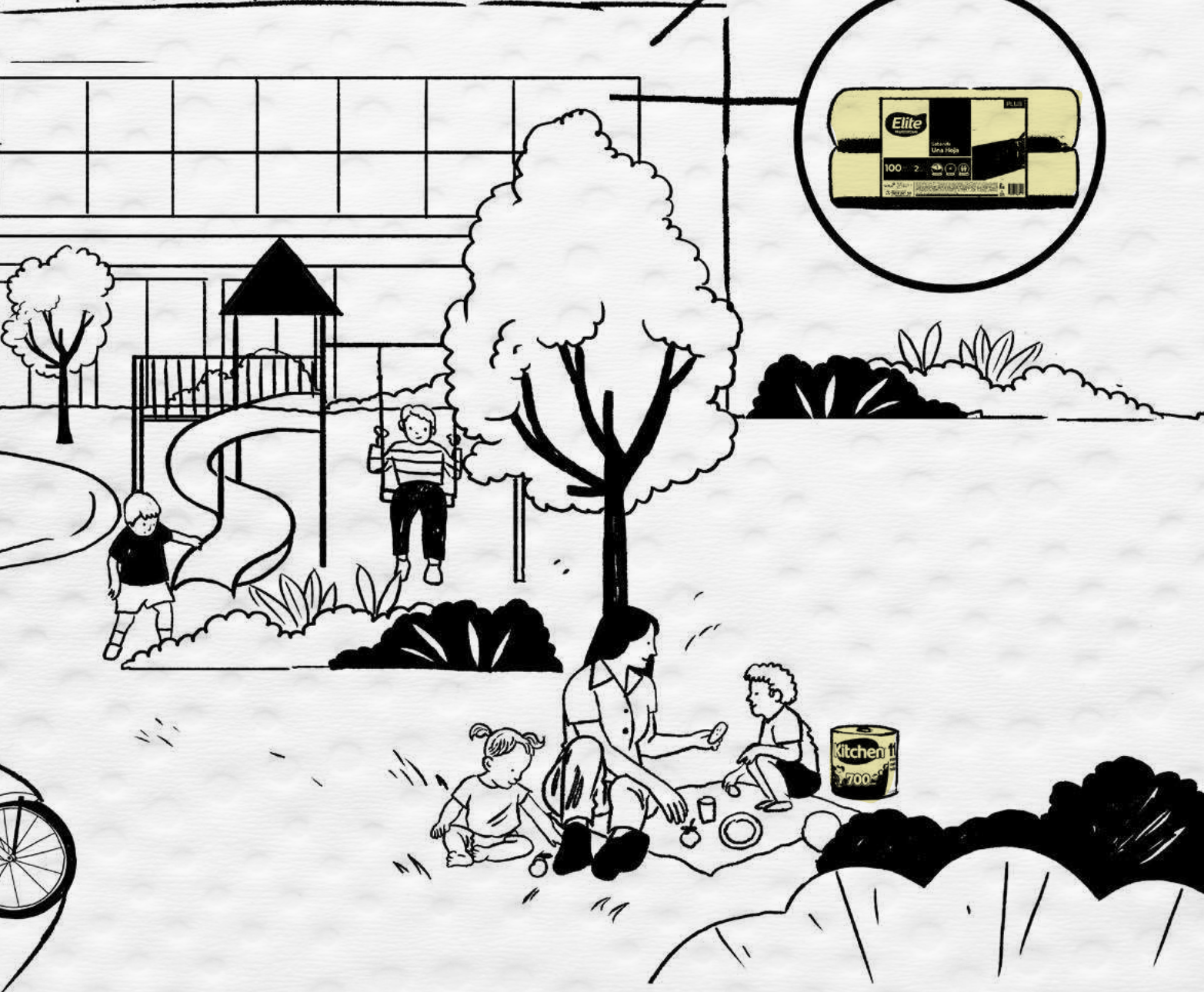
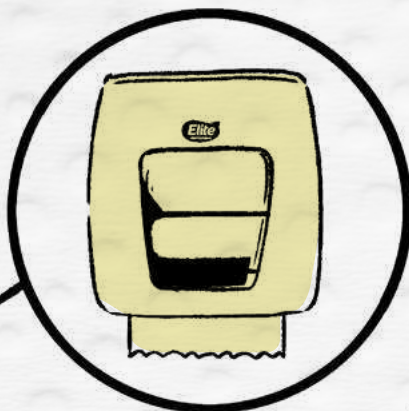
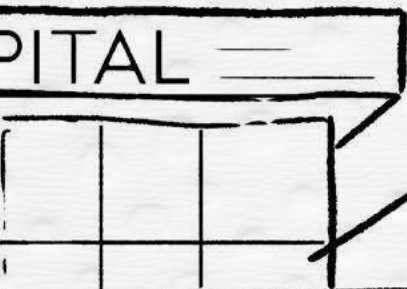
Inovando para
ser cuidado

Agradecemos por deixar-nos fazer parte de sua vida



Descubra nossas
histórias de
cuidado aqui





*Em seu dia a dia
e em cada etapa de sua vida*

Negócios Softys

Como transformamos nosso
propósito em cuidado para todos

Consumer Tissue

Em Consumer Tissue, colocamos à disposição das pessoas soluções inovadoras para as tarefas diárias de higiene e limpeza, como papel higiênico, guardanapos, lenços faciais e toalhas descartáveis

Desenvolvemos esses produtos de papel tissue com os mais **altos padrões de qualidade, absorção, suavidade e desempenho**, em processos certificados e com matérias-primas cada vez mais renováveis, que reforçam nossa conexão com quem valoriza o bem-estar e o cuidado em cada detalhe de sua rotina



Elite

Sublime

Nova

Sussex

Higienol

Cotton

Noble

Abolengo

Confort

Duetto

Kitchen

Premier

Paloma

Big
Roll

Carilina

Ideal

Stylus

Coquetel

Social
Clean

Maxim



Personal Care

Em Personal Care, oferecemos produtos de cuidado infantil, feminino e adulto, que **proporcionam proteção, autonomia, conforto, confiança e bem-estar às pessoas e suas famílias em cada etapa de suas vidas.**

Entre nossos produtos, destacam-se fraldas para bebês, produtos para adultos, absorventes femininos e lenços umedecidos, que distribuímos em toda a América Latina sob marcas de grande reconhecimento regional e marcas locais com forte presença em cada mercado.



Softys Professional

Na Softys Professional, entendemos que a higiene e o desempenho caminham juntos. Por isso, não oferecemos produtos: oferecemos soluções desenhadas para os momentos que mais importam, nos espaços onde as pessoas trabalham, são atendidas e circulam todos os dias.

Nossas soluções atendem às necessidades essenciais de cada ocasião de cuidado: a higiene do banheiro, a higienização das mãos, o cuidado do paciente, a limpeza de superfícies e a higiene no serviço de alimentos. Tudo pensado para centros de saúde, aeroportos, escritórios, indústrias, restaurantes e escolas que confiam em nós para manter ambientes seguros, eficientes e dignos.

A higiene é o primeiro sinal de qualidade que toda pessoa percebe ao entrar em um espaço, e essa percepção impacta diretamente a reputação e o crescimento dos negócios de nossos clientes.

Com presença em toda a região, por meio de nossas marcas Elite Professional, Maxwipe e Rendipel, na Softys Professional fazemos da higiene profissional um verdadeiro motor de bem-estar para as pessoas, para os negócios e para o planeta.



家庭



A close-up portrait of Francisco Ruiz-Tagle, a middle-aged man with grey hair, smiling. He is wearing a white dress shirt and a dark suit jacket. The name 'Francisco Ruiz-Tagle' is written vertically in white text over the right side of his face.

Francisco Ruiz-Tagle

Mensagem do **Presidente do Conselho de Administração**

Em abril de 2025, assumi a Presidência do Conselho de Administração da Softys, após ter sido diretor desde 2018. Meu vínculo com a companhia começou há mais de duas décadas, quando fui gerente do negócio na Argentina. Essas experiências me permitiram conhecer de perto seu desenvolvimento e expansão na América Latina, que é, sem dúvida, uma plataforma fundamental para a indústria de produtos tissue e de cuidado pessoal.

Nos últimos anos, a Softys tem experimentado um crescimento significativo, impulsionado por uma estratégia consistente que combinou expansão orgânica com aquisições, particularmente em mercados-chave, como Brasil e México. Esse processo permitiu consolidar uma posição de liderança em tissue em nível regional e avançar rumo a uma participação relevante no segmento de cuidado pessoal.

Esse crescimento também implicou um aumento relevante em escala e complexidade operacional, o que, em alguns mercados, afetou a execução comercial e o nível de serviço. Além disso, o ano de 2025 coincidiu com um cenário desafiador nos mercados do Brasil e do México, em função da sobrecapacidade de produção existente em papéis tissue, o que se refletiu em uma queda em nossos resultados. As vendas alcançaram US\$ 3,3 bilhões e o Ebitda se situou em US\$ 361 milhões, abaixo dos níveis observados no ano anterior.

Diante desse cenário, a companhia reagiu com decisão. Na Softys, colocamos o foco na execução, fortalecendo a disciplina de custos, otimizando nossas operações e elevando os padrões de gestão comercial. Ao mesmo tempo, aceleramos a integração das aquisições recentes, com um foco claro em capturar sinergias, simplificar processos e recuperar níveis de eficiência.

Essas ações começaram a se refletir em nossos resultados. Em particular, o Ebitda do último trimestre foi 31% superior à média dos dois primeiros trimestres do ano, evidenciando uma melhora no desempenho operacional e uma recuperação das margens. No entanto, nosso desafio é que essa mudança de tendência se torne um ponto de inflexão e que se observem resultados melhores como resultado da capacidade da organização de se adaptar, corrigir e executar com rapidez os planos propostos para um ambiente que tem sido desafiador.

Além da conjuntura de curto prazo, os fundamentos estruturais da indústria na América Latina permanecem sólidos. A região ainda apresenta níveis de consumo e penetração de produtos tissue e de cuidado pessoal inferiores aos de mercados mais desenvolvidos, o que representa uma oportunidade relevante de crescimento ao longo do tempo. Nesse contexto, a Softys conta com uma posição privilegiada para capturar essas oportunidades, apoiada em sua escala regional, em seu conhecimento dos mercados e em um portfólio de marcas relevantes e valorizadas pelos consumidores.

No entanto, o principal ativo da companhia é sua equipe. São mais de 15 mil colaboradores que, com um alto nível de profissionalismo, comprometimento e conhecimento local, tornam possível não apenas a operação diária, mas também a capacidade de reagir e melhorar em cenários complexos como o atual.

Da mesma forma, entendemos a sustentabilidade como um pilar essencial na criação de valor. Continuamos avançando no uso responsável dos recursos, na redução de emissões e no uso de água, e em iniciativas que contribuem para o bem-estar das comunidades onde operamos, integrando esses princípios e objetivos à gestão do negócio.

Olhando para o próximo ciclo, e tendo alcançado a escala necessária, nosso foco é claro: alcançar níveis de rentabilidade consistentes com o investimento em crescimento que a companhia realizou nos últimos anos. Para isso, vamos nos concentrar em concluir a integração das empresas adquiridas no México e no Brasil para atingir plenamente as sinergias projetadas, melhorar a competitividade operacional e logística e fortalecer a execução comercial em todos os mercados.

E a mensagem é clara: a Softys atravessou um período desafiador, mas iniciou um processo concreto de recuperação. Contamos com uma base sólida, uma estratégia definida e uma organização com capacidade de execução. Nosso compromisso é transformar essa base em resultados sustentáveis, com disciplina, foco e uma visão de longo prazo.

Estamos convencidos de que a companhia está mais bem preparada para enfrentar os desafios do ambiente e capturar as oportunidades de crescimento da região. Com isso, seguiremos avançando na consolidação da Softys como um ator líder, rentável e sustentável na América Latina.

Francisco Ruiz-Tagle

Presidente da Conselho de Administração da Softys

Gonzalo Darraidou

Carta do CEO



O dinamismo do mercado nos obriga a responder com agilidade, rapidez e eficiência. Temos a convicção de que contamos com um amplo portfólio de marcas que, ao longo do tempo, conquistaram a confiança e a preferência dos consumidores.

Tenho o prazer de apresentar a vocês o novo Relatório de Sustentabilidade da Softys que complementa o que é publicado, de maneira consolidada, por nossa controladora CMPC, e aborda especificamente a forma como a sustentabilidade se enquadra em nosso propósito de desenvolver marcas que ofereçam o melhor cuidado que as pessoas precisam em seu dia a dia e em cada etapa de suas vidas.

Ao aproximar-se o fechamento de um ano, como em qualquer ciclo, reflexões são necessárias e indispensáveis para projetar o futuro.

O ano de 2025 foi, sem dúvida, tremendamente desafiador e nos deixou aprendizados extremamente relevantes. Nos últimos cinco anos, a Softys alcançou a liderança na América Latina no segmento Tissue e o segundo lugar em produtos de higiene pessoal, registrando vendas de US\$ 3,4 bilhões e um Ebitda de US\$ 510 milhões. No entanto, os resultados de 2025 apresentaram uma redução significativa, com vendas de US\$ 3,3 bilhões e um Ebitda de US\$ 361 milhões.

Durante o ano, nosso contexto apresentou consumo retraído em nível regional e registrou um aumento

importante da capacidade produtiva instalada no mercado, especialmente no segmento de papel tissue no Brasil, onde há uma sobrecapacidade estimada em 40% para 2026, e no México, que chegará a 25% da demanda, em um cenário de queda do consumo privado.

Em nível global, também foi registrado um aumento das importações provenientes da China e o crescimento dos canais de venda *hard discount* (varejo de desconto) e *cash and carry* (pagamento e retirada), em resposta a tendências sociais e de estilo de vida da população.

O dinamismo do mercado mencionado nos obriga a responder com agilidade, prontidão e eficiência. Temos convicção de que contamos com um amplo portfólio de marcas, que ao longo do tempo conquistaram a confiança e a preferência dos consumidores, incluindo aquelas de alcance regional, como Elite, Babysec e Ladysoft, entre outras, e as que se concentram em países ou mesmo regiões específicas, como Duetto, Cotton e Bigfral no Brasil, Ideal em Arequipa (Peru) e BB Tips no México, sendo apreciadas pelas pessoas há várias gerações.

Da mesma forma, fomos capazes de nos adaptar às tendências do mercado incorporando novas tecnologias, como o gofrado a úmido, que nos permitiu desenvolver produtos tissue de grande maciez, resistência e absorção.

Além da força de nossas queridas marcas, contamos com o potencial de uma equipe de colaboradores que vivencia uma cultura mais humana, mais ágil e de maior impacto, inspirada a colocar sempre clientes e consumidores no centro de tudo o que fazemos, a agir com rapidez e flexibilidade, e a gerar um valor que transcende.

Pessoalmente, acredito que tudo se resume a pessoas e que o grupo humano que compõe a Softys é sua principal fortaleza para se adaptar a um ambiente desafiador.

Nessa linha, sem dúvida o dia mais triste do ano para todos nós foi 18 de janeiro, data do lamentável falecimento do sr. Damião Vieira Costa, colaborador de uma de nossas transportadoras, durante uma operação de descarga de produtos na planta de Pirai, no Brasil. Esse fato nos deixou, sem dúvida, importantes aprendizados sobre oportunidades de melhoria e reitera que, em matéria de segurança, devemos estar sempre alertas para cuidar de nossos colaboradores e de nós mesmos.

Em abril de 2025 incorporamos a operação da Softys Falcon, após a aquisição das operações da Ontex no Brasil, com sua fábrica em Senador Canedo, 1 mil

colaboradores e marcas fortes, como Bigfral, Cremer e PomPom. Reitero à equipe da Softys Falcon as nossas mais cordiais boas-vindas e o orgulho que nos dá tê-los integrados à Softys. Sabemos que as integrações das companhias que realizamos nos últimos anos foram complexas e, em algumas ocasiões, afetaram a execução no ponto de venda e o nível de serviço. Estamos concentrando todos os nossos esforços em consolidar esses processos e explorar ao máximo as oportunidades que temos certeza de que podem gerar valor para a Softys, com um *footprint* fortalecido, marcas muito valiosas e um time extremamente qualificado.

Este ano de 2025 também nos deixa a satisfação de termos cumprido as metas de Sustentabilidade que definimos em 2018. Por exemplo, conseguimos reduzir em 50% nosso uso de água em processos industriais e tornar todas as nossas plantas “Zero resíduos para aterro”. Nesse último âmbito, nossa planta de Talagante foi reconhecida com um dos prêmios “Planeta”, do Pacto Global das Nações Unidas, distinção que nos enche de orgulho e pela qual aproveito para reiterar meus parabéns a toda a equipe envolvida. Não são apenas métricas; são questões vitais para a sustentabilidade do nosso negócio.

2025 foi igualmente um ano de consolidação da nossa iniciativa Softys Contigo, no âmbito da qual pudemos levar cuidado e higiene a mais de 40 mil pessoas na América Latina, permitindo, por meio do voluntariado de nossos colaboradores, vivenciar o propósito do cuidado em primeira pessoa e nos aproximar mais dos consumidores, começando por aqueles que enfrentam carências em matéria de higiene, essencial para a dignidade humana.

O Relatório, que têm em mãos, demonstra como nossos clientes e consumidores estão no centro de tudo o que fazemos e nos desafiam a inovar e buscar permanentemente a forma de entregar o melhor cuidado, com a melhor relação preço-qualidade, tanto hoje quanto amanhã.

Este ano de 2025 nos deixa a satisfação de termos cumprido as metas de sustentabilidade que estabelecemos em 2018. Não são apenas métricas; são questões vitais para a sustentabilidade do nosso negócio

Nossa razão de ser

Na Softys, o cuidado é
o que nos dá sentido,
nos une e **faz parte
do nosso DNA**





NOSSA VISÃO

Ser os melhores em oferecer cuidado e higiene às pessoas na América Latina, conquistando a preferência diária por nossas marcas, crescendo com rentabilidade e zelando pelo futuro desde hoje.

NOSSOS PILARES

Inovação e qualidade

Inovamos em processos e estratégias, com ênfase na melhoria contínua no âmbito tecnológico e nas necessidades dos consumidores.

Compromisso com a sustentabilidade

Zelamos para que todas as nossas ações estejam alinhadas ao respeito ao meio ambiente, por meio de uma gestão robusta dos âmbitos ambiental, social e econômico.

Acessibilidade e proximidade

Preocupamo-nos em estar sempre próximos e disponíveis para as pessoas e suas necessidades, em todos os lugares onde elas estejam e a um preço acessível às suas possibilidades.

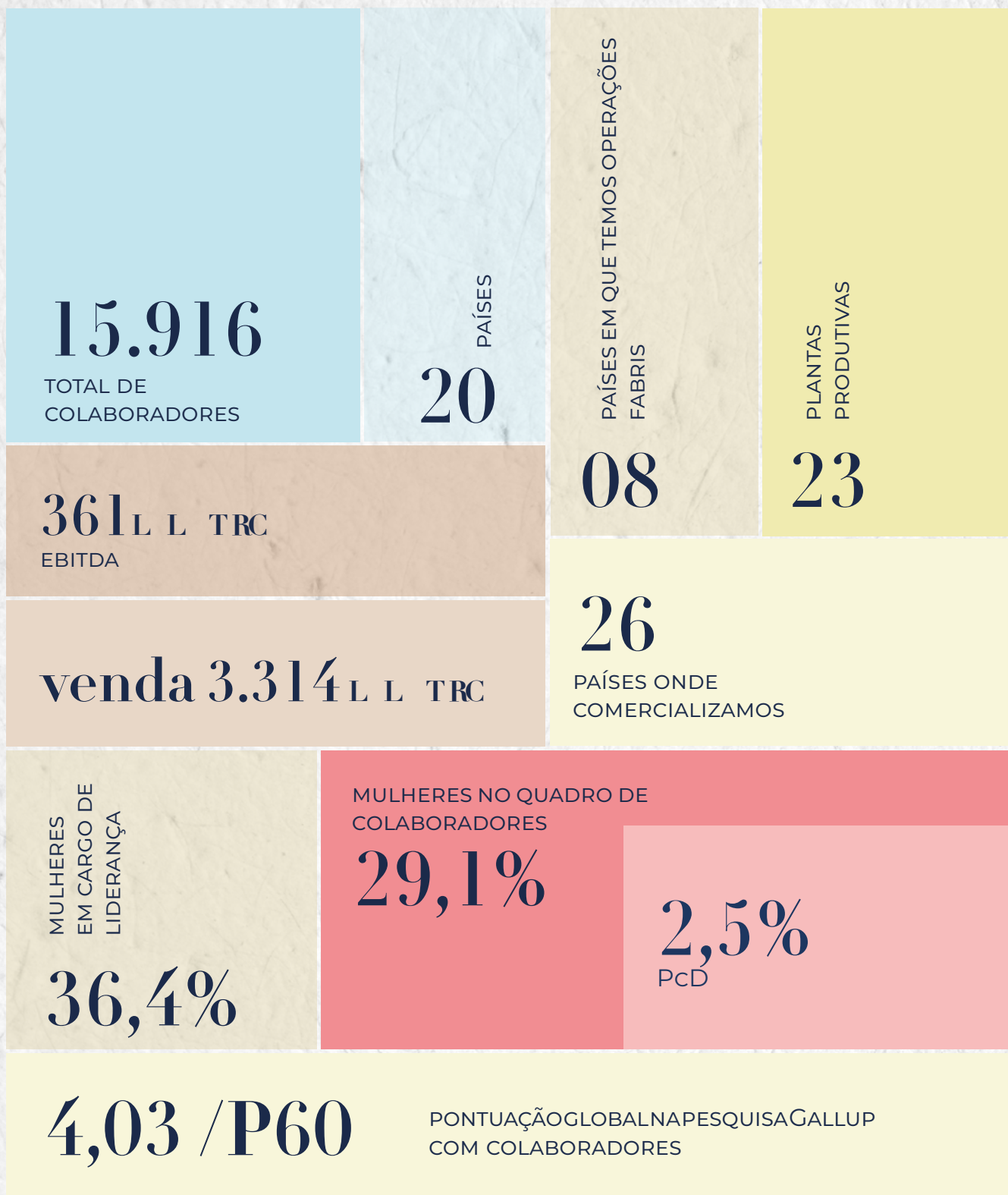
NOSSO PROPÓSITO

Desenvolver marcas que ofereçam o melhor cuidado que as pessoas precisam no seu dia a dia e em cada etapa da vida.

Somos a Softys, uma companhia global com mais de **45 anos** de experiência no mercado, líder na América Latina no desenvolvimento de produtos e soluções para o cuidado das pessoas, com diferentes marcas de higiene e cuidado pessoal.

0 ano em um olhar

2025 em números



387 ktCO₂e

PEGADA DE CARBONO ESCOPOS¹
E 2

13,7 m³/t

ÁGUA UTILIZADA

zero
RESÍDUOS PARA ATERROS
SANITÁRIOS

USD

2.236.446

INVESTIMENTO SOCIAL E DOAÇÕES

SOFTYS CONTIGO

13.899

PESSOAS IMPACTADAS PELO
PROGRAMA EM 2025

+1.606

COLABORADORES
VOLUNTÁRIOS

391

TOTAL DE SOLUÇÕES SANITÁRIAS

PERFIL ETÁRIO

DOS COLABORADORES

19,3%
GERAÇÃO Z

53,8%
GERAÇÃO Y

22,5%
GERAÇÃO X

4,5%
BABYBOOMERS

Nº 1

NA AMÉRICA LATINA
CONSUMER TISSUE

Nº 1

NA AMÉRICA LATINA
SOFTYS PROFESSIONAL

Nº 2

NA AMÉRICA LATINA
PERSONAL CARE



Uma só equipe

Com múltiplas raízes

A capacidade de inovar a partir da multilatinidade é uma das nossas principais vantagens competitivas

Nossa presença em mais de 25 países da América Latina, consolidada a partir da marca dos times locais, nos dá agilidade para nos adaptar e nos ajuda a entender e conectar com cada uma dessas realidades.

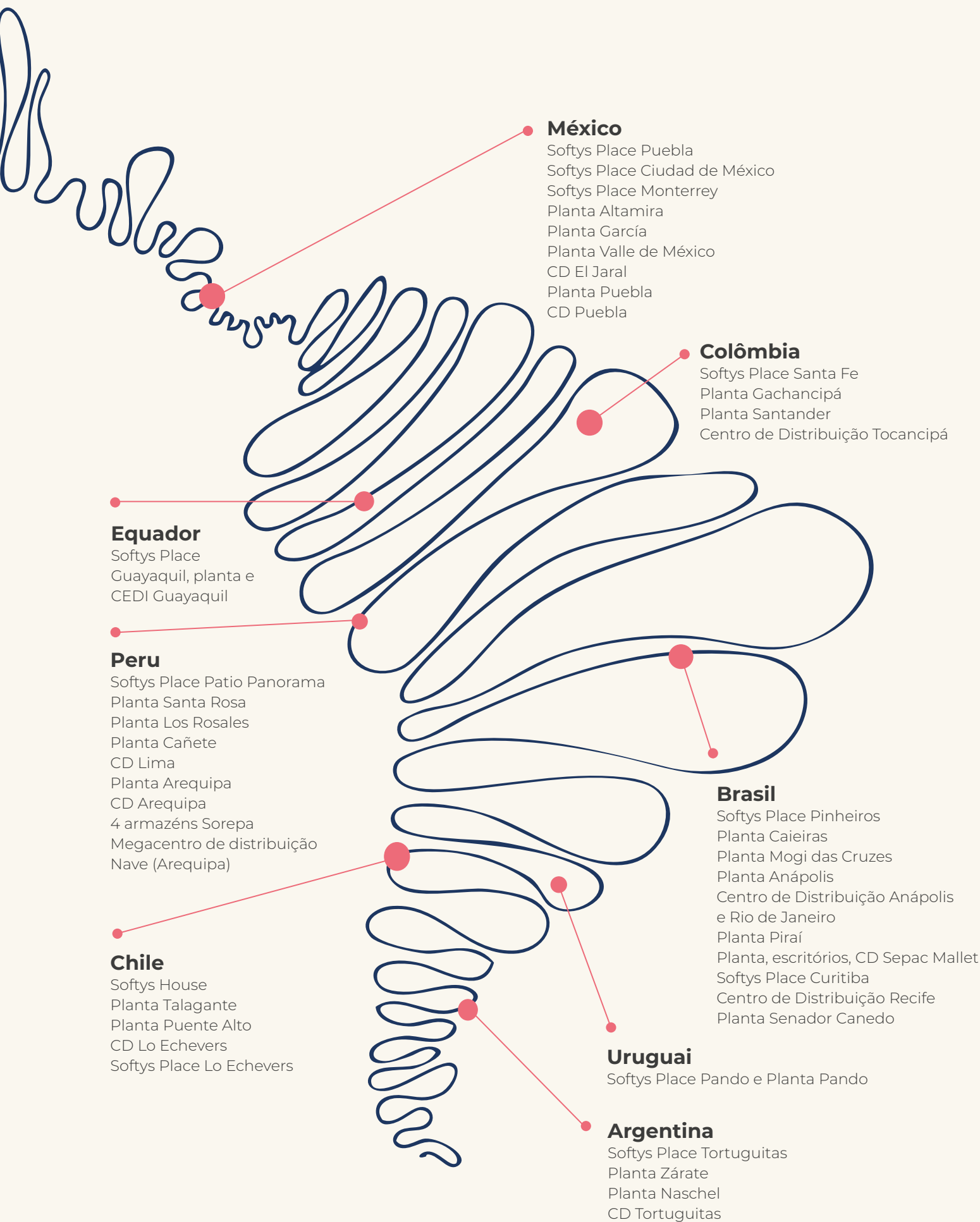
Essa identidade multilatina e vigorosa, transformamos-a em um poderoso motor de crescimento, que complementamos com o respaldo estratégico, o prestígio global e o selo de qualidade e experiência que nossa matriz, a CMPC, nos oferece.

Juntos, construímos uma organização que não apenas é capaz de operar em múltiplos países e contextos, mas que também pensa, cria e lidera a partir da riqueza da pluralidade.

08 PAÍSES ONDE TEMOS
OPERAÇÕES FABRIS

23 NÚMERO TOTAL
DE PLANTAS

20 NACIONALIDADES DE
NOSSOS COLABORADORES



Sustentabilidade financeira

Saber enfrentar os desafios com decisão

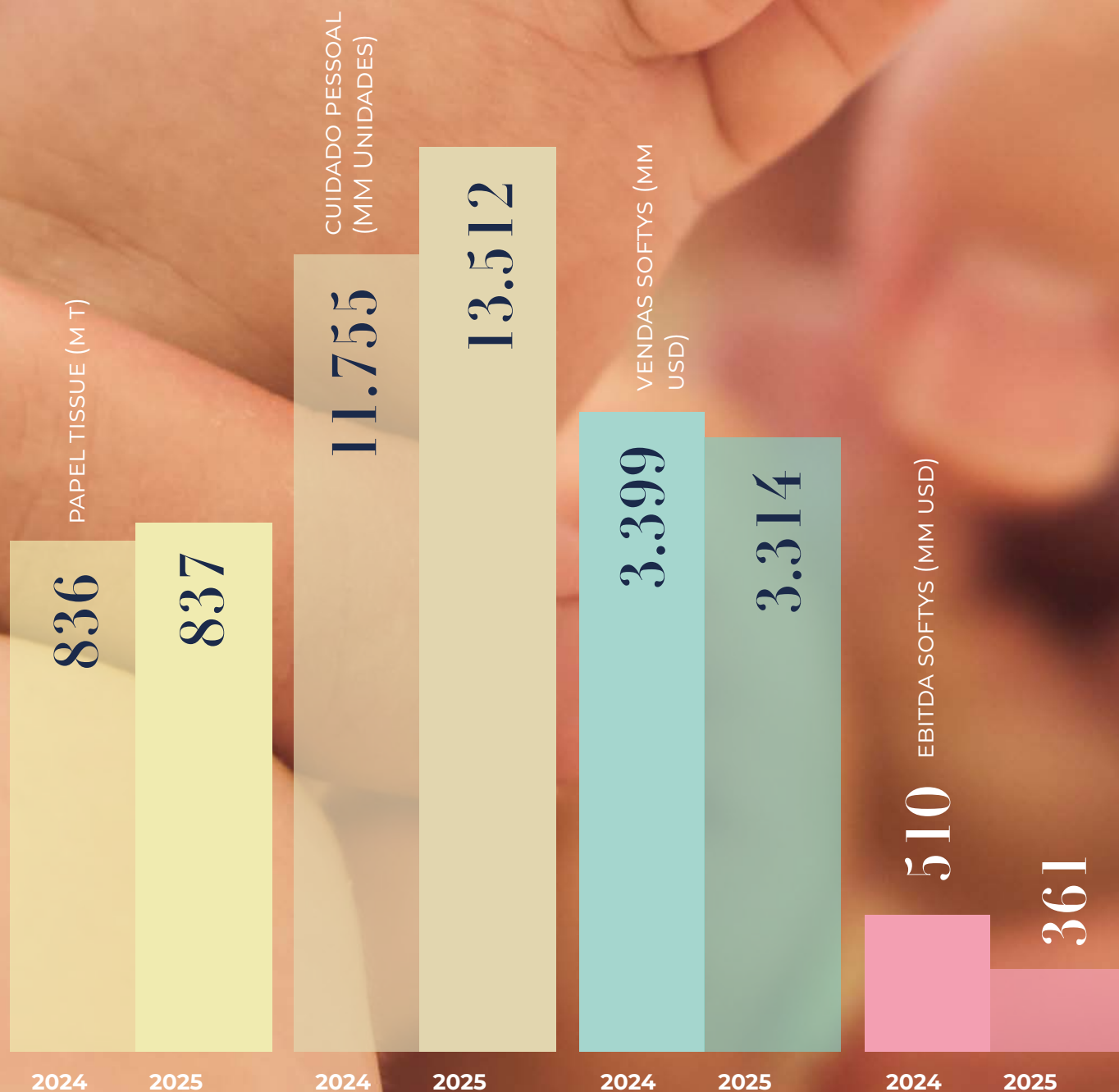
Nosso foco está na execução: fortalecer a disciplina de custos, otimizar nossas operações e elevar os padrões de gestão comercial

O ano de 2025 foi desafiador para a Softys. Registramos uma queda relevante em nossos resultados, explicada principalmente por um consumidor mais empobrecido na América Latina, maior relevância dos canais *hard discount* e *cash & carry*, nos quais a presença da Softys é menor, assim como pela sobrecapacidade de produção de papel tissue nos mercados do Brasil e do México – efeitos que só pudemos contrabalançar parcialmente com nosso programa de excelência operacional. Nesse contexto, destacam-se os bons resultados da Softys Chile, a consistência do Uruguai, Colômbia, Equador e Sepac, bem como a excelência operacional da Softys Brasil, que conseguiu refletir mudanças importantes a partir do segundo semestre com um *turnaround* operacional.

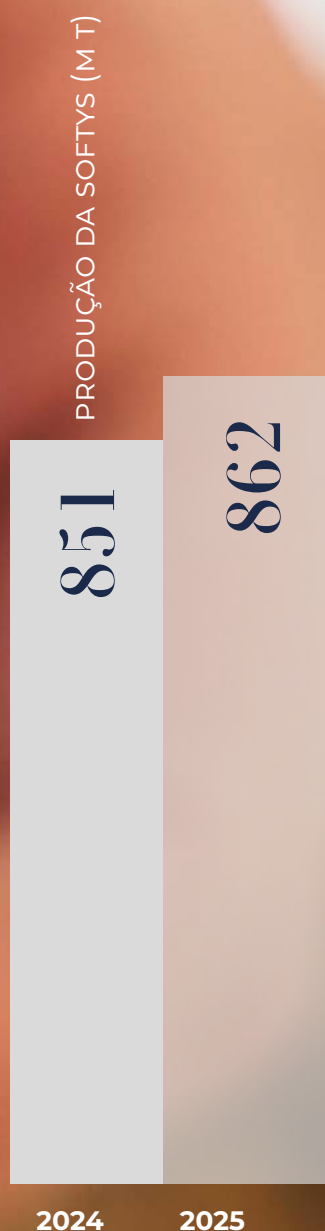
Em abril assumimos o controle da Softys Falcon, obtendo uma oferta *one-stop shopping* mais robusta e conquistando a liderança em fraldas para adultos no Brasil.

A nova realidade do negócio exige que sejamos mais ágeis e competitivos, com o objetivo de acelerar a construção de capacidades-chave para consolidar a vantagem competitiva da companhia no mercado por meio de projetos transformacionais, com foco em processos críticos para otimizar o crescimento e a disciplina operacional, excelência em custos e despesas, fortalecendo a mentalidade implacável de fazer as coisas acontecerem e assegurando que a transformação seja sustentável ao longo do tempo.





Nota: A fabricação de papel (M t) em 2025 não inclui Sanitários nem BCTMP.



Em um contexto complexo, no último trimestre de 2025 os resultados da Softys apresentaram recuperação em termos de volume, receita e margens. Essa evolução favorável estabelece uma base otimista para 2006.

Alguns marcos comerciais e operacionais do ano

Um ano desafiador. Um plano claro

Nosso contexto apresentou consumo contraído, com aumento significativo da capacidade instalada de produtos tissue nos mercados do Brasil e México. Em resposta a essa conjuntura, na Softys ativamos um plano de resiliência que atua em frentes diversas: custos de operação, despesas logísticas, nível de serviço e execução no ponto de venda, que já está entregando resultados positivos.

Incorporação da Softys Falcon no Brasil

A integração dessas operações avançou positivamente em 2025, com bons resultados iniciais. Com a incorporação da reconhecida marca Bigfral, a Softys alcança posição de liderança no mercado de fraldas para adultos no Brasil e, somado ao crescimento consistente da Babysec naquele país, obtém excelente complementaridade entre os negócios de Cuidado Pessoal e Tissue no consumo massivo.

Fortaleza de Softys Professional

Este negócio destacou-se por seu crescimento e disciplina, implementando sua estratégia de superioridade e execução nos pontos de consumo e atendimento.

Engajamento organizacional

A pesquisa de clima organizacional Gallup reafirmou no último ano os altos níveis de engajamento dos colaboradores e a boa percepção sobre a clareza dos planos de ação da companhia, posicionando-nos na faixa de Bom Cuidado.

Quem lidera e orienta o nosso trabalho

A Softys é uma Sociedade Anônima Fechada, pertencente 100% à Empresas CMPC.

Seu órgão mais alto de decisão é o Conselho de Administração da companhia. Composto por sete membros, esse conselho atua em conformidade com as diretrizes do Compêndio de Políticas e Procedimentos de Governança Corporativa da controladora, assim como com um sólido modelo de conformidade legal.

No âmbito da Assembleia de Acionistas realizada em abril e conforme seu estatuto, em 2025 a Softys renovou seu Conselho de Administração.

Como parte desse processo, foi designado como novo presidente dessa instância, em substituição a Luis Felipe Gazitúa, Francisco Ruiz-Tagle, CEO da Empresas CMPC, que já exercia o cargo de diretor da Softys. Além disso, foi nomeado Gonzalo Darraidou, CEO da Softys, como vice-presidente executivo.

Foram também integrados como novos conselheiros os senhores David Kahn e Hernán Rodríguez, enquanto Washington Williamson encerrou suas funções após uma destacada atuação como diretor da Softys.

Com o objetivo de fornecer-lhes as ferramentas e conhecimentos necessários para se integrarem com efetividade à organização e compreenderem em profundidade sua estratégia, cultura, valores e propósito, esses dois novos conselheiros receberam um completo programa de integração, que incluiu apresentações de todas as áreas e um plano de visitas às operações.



No âmbito da Assembleia de
Acionistas realizada em abril
e **conforme seu estatuto, em
2025, a Softys renovou seu
Conselho de Administração**



Composição do Conselho de Administração da Softys

BERNARDO MATTE



JORGE LARRAÍN



FRANCISCO RUIZ-TAGLE, Presidente



DAVID KAHN



PABLO TURNER



HERNÁN RODRÍGUEZ



MARÍA LAURA SANTOS



Funcionamento do Conselho de Administração

Capacitação da Conselho de Administração

Em outubro de 2025, o Conselho de Administração da Softys realizou uma sessão especialmente focada em matérias de *compliance*.

Como parte dessa jornada, alguns dos temas centrais abordados foram as principais tendências em defesa da concorrência e os avanços do programa de Integridade e Conformidade da companhia.

A capacitação sobre defesa da concorrência foi ministrada por destacados especialistas internacionais: Ivo Gagliuffi, ex-diretor da Agencia de Libre Competencia de Perú (Agência de Livre Concorrência do Peru), e os advogados Héctor Armengod e Alfonso Madrid, sócios do renomado escritório internacional Latham & Watkins.

A revisão da gestão em *compliance*, por sua vez, esteve a cargo de Mittsy Valenzuela, Gerente Regional de Integridade e Conformidade da Softys.

Este programa de capacitação e conformidade é realizado anual e voluntariamente, como boa prática corporativa.

Envolvimento do Conselho de Administração na gestão dos temas ESG

Como procedimento habitual e consolidado, antes de analisar os resultados do negócio, o Conselho de Administração da companhia revisa em cada uma de suas sessões ordinárias tanto os indicadores-chave de sustentabilidade quanto a gestão de incidentes ambientais e de segurança.

Além disso, um Comitê de Conselheiros realiza visitas mensais às plantas, escritórios e pontos de venda nos diferentes países em que operamos para acompanhar de perto o negócio e seu contexto. Nesses encontros, os conselheiros participantes têm a oportunidade de compartilhar com os colaboradores, reunir-se com clientes e ouvir análises de especialistas locais sobre temas como o ambiente macroeconômico e oportunidades comerciais.

Gestão de Riscos

Programa de Gestão de Riscos

A Softys conta com um Programa de Gestão de Riscos que faz parte integrante do programa da CMPC, baseado em padrões internacionais como ISO 31000, COSO ERM e melhores práticas, aplicável a todas as unidades de negócio e aos países onde opera.

Governança de Riscos

O negócio e a operação da Softys são responsáveis pela gestão de seus riscos e pela aplicação da metodologia e dos sistemas informáticos de apoio, em conjunto com a Gerência de Riscos e Conformidade.

Em termos de governança, essa gestão envolve a Alta Gerência e o Comitê de Riscos, Gestão de Riscos e Conformidade, assim como o Conselho de Administração, por meio de relatórios periódicos.

Metodologia de Gestão

Etapas

O processo de gestão de riscos faz parte da operação cotidiana e do processo de tomada de decisões. Portanto, integra-se à estrutura, às operações e aos processos da organização. Além disso, foi definido um apetite ao risco, considerando aspectos financeiros e não financeiros.

Governança do Programa de Gestão de Riscos

Conselho de Administração

Zela pela adequada implementação do programa.

Comitê de Riscos, Gestão de Riscos e Compliance da CMPC

Supervisiona o programa. Recebe relatórios periódicos sobre a gestão de riscos.

1º Linha de Defesa

Responsável pelo Risco

Responsável direto por identificar, avaliar e gerir os riscos.

2º Linha de Defesa

Direção Regional de Riscos e Compliance

Área técnica que projeta, orienta e dá suporte ao programa, assegurando sua correta aplicação em toda a organização.

3º Linha de Defesa

Gerência de Auditoria Interna CMPC

Avalia de forma independente o programa e a eficácia operacional das atividades de controle identificadas.

Auditoria externa

Organizações externas (processos de certificação ISO): auditam o programa pelo menos uma vez por ano.

As etapas do processo de gestão de riscos são:

01 Identificação

- Identificar riscos que afetem os objetivos (processo colaborativo). Determinar o impacto inerente

Ferramentas:

Entrevistas, *workshops*, *benchmarking*

Inputs:

Estratégia, objetivos, materialidade

02 Análise

- Identificar as causas, consequências e atividades de controle

Ferramenta principal:

Análise *bow-tie*

03 Avaliação

- Determinar o impacto e a probabilidade de ocorrência residual
- Estabelecer o nível de risco residual

04 Tratamento

- Definir estratégia conforme o apetite ao risco
- **Se o risco residual estiver fora da tolerância:**
Definir ações ou planos de ação, conforme aplicável

05 Monitoração

Acompanhamento contínuo:

Gestão do risco, controles, planos de ação, materializações e Indicadores-chave de Risco (KRIs), conforme Declaração de Apetite ao Risco

Transversal

Comunicação e relatório: Relatórios a diferentes níveis hierárquicos. Conecta com todas as etapas do processo

Divulgação e capacitação

Para fomentar a cultura de risco na organização, são realizadas capacitações ou *workshops* de gestão de riscos em diferentes níveis da organização.

Identificação

O **Programa de Gestão de Riscos 2025** contempla a análise dos riscos emergentes do negócio, com uma visão própria do negócio de consumo massivo.

Summit 2025 de Gestão de Riscos e Controle Interno

Apresentar inovações e alinhar estratégias para o cumprimento do Programa de Gestão de Riscos.

Negócio

Líderes de riscos dos 8 países

Nº de participantes

23

Plano de Comunicação

Lançamento do site (na intranet) com normas e procedimentos aplicáveis resultantes do levantamento em todas as áreas.

Negócio

Todos os países

Nº de participantes

Alcance geral

Capacitação de Gestão de Riscos

Capacitação "Ambiente de Controle" na plataforma Mi Fibra.

Negócio

Todos os países

Nº de participantes

2.682

Estratégia de Sustentabilidade 2024-2028

Nosso plano para cuidar

A sustentabilidade é parte fundamental da nossa proposta de valor para clientes e consumidores, que **estão no centro de tudo o que fazemos**



Nosso Business Plan até 2028 contempla a sustentabilidade como um de seus pilares estratégicos, sob a promessa: "Cuidamos do futuro hoje".

Assim, a Estratégia de Sustentabilidade nos convida a cuidar de quem nos escolhe no dia a dia, ser responsáveis ao longo de toda a nossa atuação, ser melhores juntos e apoiar as comunidades que nos acolhem com generosidade.

01

Cuidar de nossos consumidores

PARA QUÊ?

Melhorar o dia a dia em cada etapa de suas vidas.

COMO?

Com marcas com propósito (CARE Brands) e ética publicitária.

02

Responsáveis do início ao fim

PARA QUÊ?

Reduzir o impacto no planeta em toda a cadeia de valor.

COMO?

Com abastecimento responsável, gestão da água, resíduos e redução de emissões.

03

Ser melhores juntos

PARA QUÊ?

Respeitar as pessoas, valores e leis e regulamentos.

COMO?

Com integridade, segurança, inclusão e diversidade.

04

Apoiar as comunidades e seu desenvolvimento

PARA QUÊ?

Gerar valor compartilhado.

COMO?

Com mitigação de impacto, sinergias sociais e boa vizinhança.

Cuidar de nossos consumidores

"Entregar uma proposta de valor sustentável à vida de nossos clientes e consumidores, por meio da responsabilidade, proximidade e inovação"

FOCO ESTRATÉGICO

CARE BRANDS:
Fazer da sustentabilidade um valor de nossas marcas

OBJETIVO

Cuidado: Todas as nossas marcas são marcas de cuidado.

Ação: Cuidar dos consumidores por meio de nossas marcas.

Responsabilidade: Entregar produtos com a melhor qualidade e sempre com inovações que gerem o menor impacto ambiental.

Educação: Promover a educação sobre cuidado por meio de nossas marcas.

METAS

- Todas as nossas marcas terão propósitos de cuidado declarados, alinhados ao propósito de cuidado da Softys e aos ODS priorizados até 2025.

- 100% de nossas marcas em todos os países, até 2025, ativarão seus propósitos por meio de impactos sociais concretos e mensuráveis, por meio de causas e parcerias sociais relevantes.

- Avaliar 100% das inovações incorporando critérios ESG.
- Reduzir em 50% o uso de plástico virgem de origem fóssil em embalagens até 2030.
- 100% das nossas embalagens serão recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2030.
- Alcançar 100% de certificação FSC em Cadeia de Custódia (CdC) até 2025.
- Assegurar que 100% de nossas plantas e terceiros cumpram o padrão de qualidade Softys até 2028.
- 100% das nossas equipes de marketing serão capacitados anualmente em ética publicitária.

- 100% de nossas marcas educarão, por meio de sua publicidade e/ou embalagens, sobre temáticas afins ao seu propósito até 2025.



Ser responsável do início ao fim

**"Fazer mais com menos,
responsabilizando-nos pelo
nosso impacto ambiental
e pelo abastecimento do
início ao fim"**

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Gestão responsável da cadeia de suprimentos 	Tornar a sustentabilidade um elemento estratégico na relação com fornecedores.	• 100% dos nossos fornecedores críticos tornarão sua gestão ESG transparente, por meio de plataformas de sustentabilidade até 2025. • A Softys terá um programa ESG para fornecedores, ao qual serão incorporados os fornecedores críticos até 2028 e sua totalidade até 2030.
	Fomentar o desenvolvimento e a conexão com as comunidades por meio da contratação de fornecedores locais.	• A Softys terá um programa de incentivo à contratação de fornecedores locais até 2025, que será implementado na totalidade de suas áreas de influência até 2028.
Gestão sustentável de recursos ambientais   	Reduzir o impacto ambiental de nossas operações.	• Reduzir em 50% o uso de água até 2025 e em 60% até 2028. • Ser uma empresa zero resíduos industriais para aterro sanitário até 2025. • 100% de nossas operações terão certificação do Sistema de Gestão Lixo Zero até 2028 ou equivalente. • Reduzir em 50% nossas emissões de GEE, escopos 1 e 2, até 2030. • Reduzir em 22% nossas emissões de GEE, escopo 3, até 2035.

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Colaboradores no centro	Promover a inclusão e a diversidade como parte de nossa cultura.	- Aumentar em 50% a proporção de mulheres na equipe até 2025 e alcançar, pelo menos, 20% de participação de mulheres nas operações até 2028. - Aumentar em 50% a proporção de mulheres em posições de liderança até 2025 e alcançar, pelo menos, 30% de representatividade de mulheres na sucessão de cargos de alta gestão e gestão sênior até 2028. - Alcançar 2,5% de pessoas com deficiência (PcD) dentro da operação até 2025.
	Desenvolver o talento e potencial máximo de nossas equipes.	Promover e dar acesso a programas de formação de <i>upskilling</i> e <i>reskilling</i> para colaboradores, alcançando um mínimo de 30 horas anuais e uma participação de 60% dos colaboradores até 2028.
	Fazer da Softys um lugar de trabalho onde se viva o melhor cuidado.	Implementar um Índice de bem-estar dos colaboradores até 2026 e melhorar seus resultados anualmente.
Saúde e segurança ocupacional	Viver em uma cultura de saúde e segurança.	- Zero fatalidades em nossas operações. - Limite máximo tolerado do Índice de Frequência de Acidentes igual a 1,0. - Zero incêndios em nossas operações.
Integridade e compliance	Viver em uma cultura de integridade.	100% dos funcionários aderirão formalmente ao Código de Ética da Softys. - A Softys concluirá uma análise de <i>due diligence</i> em direitos humanos até 2028. - Anualmente, 100% da equipe administrativa receberá treinamento em integridade e <i>compliance</i>. - Anualmente, 100% dos líderes operacionais receberão treinamento em integridade e <i>compliance</i>.



04 *Apoiar as comunidades e seu desenvolvimento*

"Gerar valor compartilhado, fortalecendo as comunidades e mitigando nossas externalidades negativas."

FOCO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	METAS
Gerar valor compartilhado e sinergias locais	Proporcionar acesso à água e ao saneamento básico às comunidades locais que não os possuem.	Implementar 2 mil soluções de saneamento e higiene até 2026 e garantir que 80% delas estejam em áreas de influência.
	Conectarmo-nos com as comunidades locais através do propósito de nossas marcas.	Cada uma das implementações do Softys Contigo incluirá uma ativação da Care Brands.
	Promover alianças estratégicas com terceiros para impulsionar o desenvolvimento da comunidade.	Estabelecer alianças com pelo menos um terceiro estratégico por ano em assuntos de cuidados e higiene.
Boa vizinhança e mitigação de externalidades negativas	Reduzir externalidades negativas.	Desenvolver uma estratégia para reduzir o impacto ambiental em termos de ruído, odores e perturbações no trânsito.
	Ser uma empresa de portas abertas.	Implementar o programa de portas abertas em nossas operações.

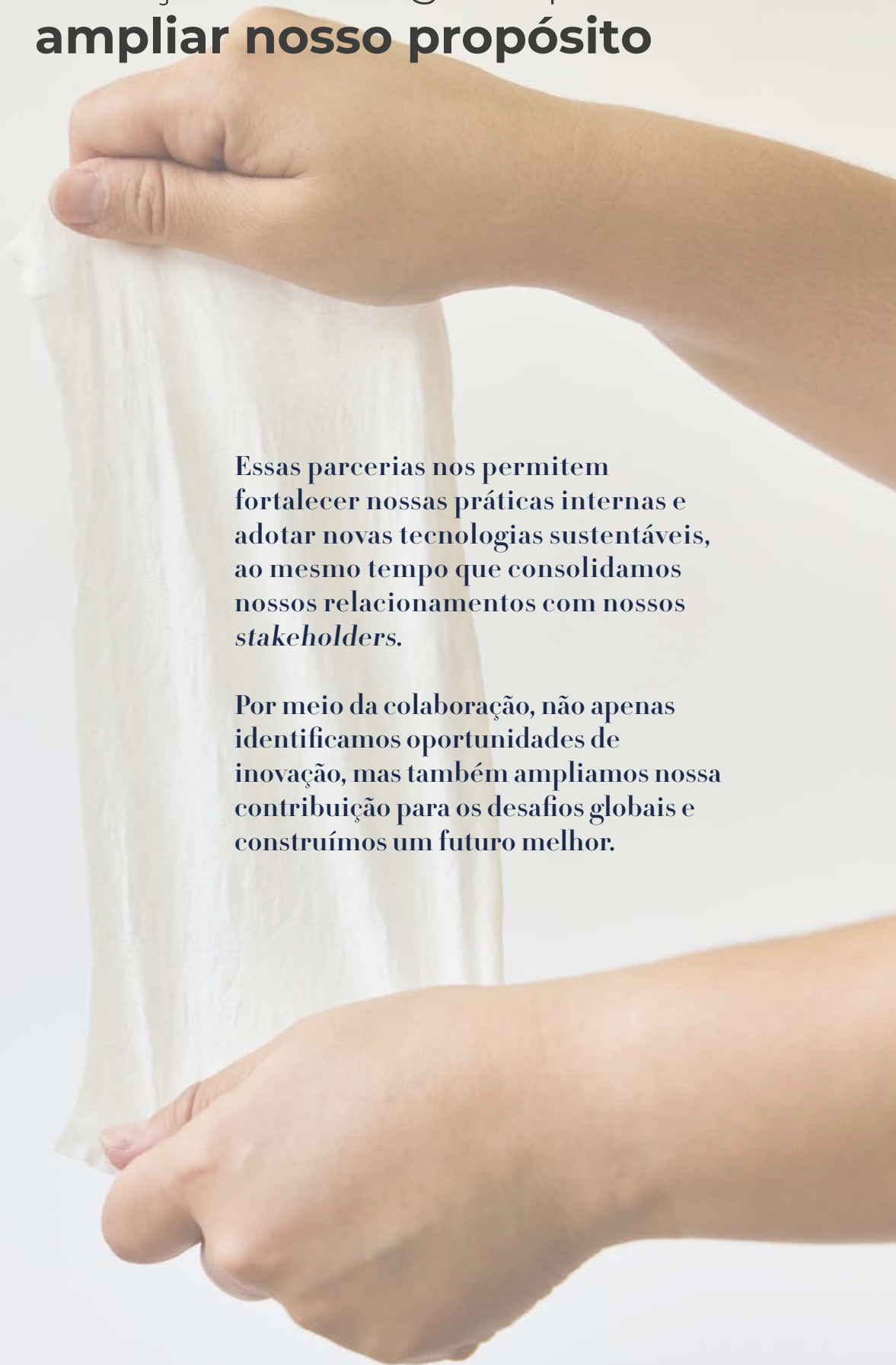
Alianças de impacto

Porque juntos criamos um futuro melhor

Na Softys, promovemos alianças estratégicas para **ampliar nosso propósito**

Essas parcerias nos permitem fortalecer nossas práticas internas e adotar novas tecnologias sustentáveis, ao mesmo tempo que consolidamos nossos relacionamentos com nossos *stakeholders*.

Por meio da colaboração, não apenas identificamos oportunidades de inovação, mas também ampliamos nossa contribuição para os desafios globais e construímos um futuro melhor.



ARGENTINA

- Asociación de Industrias de Marca
- Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel
- Unión Industrial de Zárate
- Cámara de Comercio Argentino-Chilena
- Cámara de Sociedades
- Asociación Haciendo Camino
- Asociación Síndrome de Down de la República Argentina
- Grupo AcercaRSE
- Banco de Alimentos

CHILE

- Pacto Global Chile
- Asociación Gremial de Industrias Proveedoras
- Asociación Nacional de Avisadores de Chile
- Cámara de Comercio de Santiago
- Cámara de Integración Chileno-Mexicana
- Cámara Chileno-Peruana
- Cámara Chileno-Argentina

MÉXICO

- Asociación de Industriales del Sur de Tamaulipas, A.C.
- Confederación Patronal de la República Mexicana
- Industriales Asociados del Parque Mitras, A.C.
- Cámara Mexicana Chilena de Comercio e Inversión, A.C.
- ConMéxico

EQUADOR

- Cámara de Comercio de Guayaquil
- La Federación Ecuatoriana de Exportadores

BRASIL

- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético
- Associação Brasileira de Anunciantes
- Associação Brasileira técnica de Papel e Celulose
- Trata Brasil
- Associação Pró-Desenvolvimento Industrial do Estado de Goiás

COLÔMBIA

- Asoenergía
- Prodensa – Corporación Prodesarrollo del Norte de la Sabana
- Acrip – Federación Colombiana de Gestión Humana
- Cámara de Comercio e Industria Colombo-Chilena
- Red Latinoamericana de Cumplimiento

PERÚ

- Cámara de Comercio de Lima
- Sociedad Nacional de Industrias
- Asociación Nacional de Anunciantes
- Comité de Operación Económica del Sistema Interconectado Nacional
- Asociación de Buenos Empleadores
- Asociación Peruana de Recursos Humanos

URUGUAI

- Asociación de Fabricantes de Papel
- Cámara de Industrias del Uruguay
- Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social
- Cámara Comercial Industrial Agraria de Pando
- Alianza Uruguaya por el Agua
- Sistema B
- Red de Empresas Sostenibles (Deres)

Prêmios e reconhecimentos que nos desafiam

Argentina

Prêmios do Foro Ecuménico Social

Este reconhecimento foi concedido pela qualidade do Relatório de Sustentabilidade de 2024.

O prêmio, entregue em novembro de 2025, foi recebido pela equipe de Sustentabilidade da Argentina.

Uruguai

Reconhecimento Deres

Recebemos cinco prêmios da Red de Empresas Sostenibles, incluindo o de conformidade avançada para o Softys Contigo.

Brasil

Prêmio Caieiras do Bem 2025

Reconhecimento concedido pelo município de Caieiras pela gestão sustentável.



Chile

Estudio B-Brands 2025 (Better Brands)

A marca Confort conquistou o primeiro lugar na categoria Cuidados Pessoais por seu compromisso com o meio ambiente e o impacto positivo que gera na vida dos chilenos.

Reconhecimentos empresariais CONECTA 2025 (Pacto Global)

Reconhece as iniciativas das empresas parceiras que mais se destacaram pela sua contribuição para a concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

Peru

Corações Solidários (ONG Remar)

Reconhece a doação de produtos de higiene e cuidados pessoais da marca Cotidian em diferentes províncias do Peru.

Aliados que transformam realidades (TECHO Perú)

A Techo reconhece o trabalho colaborativo realizado com comunidades, organizações e voluntários para abrir novas oportunidades e transformar ambientes.

Distintivo Empresa con Gestión Sostenible (EGS) 2024 (Perú Sostenible)

Reconhece as empresas que demonstram um forte desempenho nas dimensões ambiental, social e de governança.

Selo Empresa Hídricamente Responsable (EHR) 2025 (AquaFondo)

Reconhece as empresas que desenvolvem iniciativas estratégicas para a proteção, conservação, restauração e uso sustentável da água.

Orgulho de ser uma empresa resíduos zero

Aterro sanitário

Ganhamos o **Prêmio Planeta**, concedido pelo Pacto Global!

Nossa proposta é ser uma empresa com zero resíduos enviados para aterro sanitário, objetivo que já cumprimos em todas as nossas unidades.

Em dezembro de 2025, tivemos o orgulho de ser reconhecidos com um dos Prêmios Conecta 2025, na categoria Planeta, concedido pelo Pacto Global Chile. Esse reconhecimento deve-se à gestão que realizamos na valorização do nosso principal resíduo, o lodo papaleiro, em linha com nossa meta de ser uma empresa com zero resíduos enviados para aterro sanitário, objetivo que já alcançamos nos oito países onde operamos.

O que são os Prêmios Conecta do Pacto Global??

Os Prêmios Conecta reconhecem as empresas por seu compromisso com a Agenda 2030, criando um espaço que permite compartilhar e dar visibilidade a boas práticas em sustentabilidade.

Para se candidatar, as iniciativas precisaram estar alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especificamente nas categorias: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Parcerias, Direitos Humanos e Interconexão dos ODS.



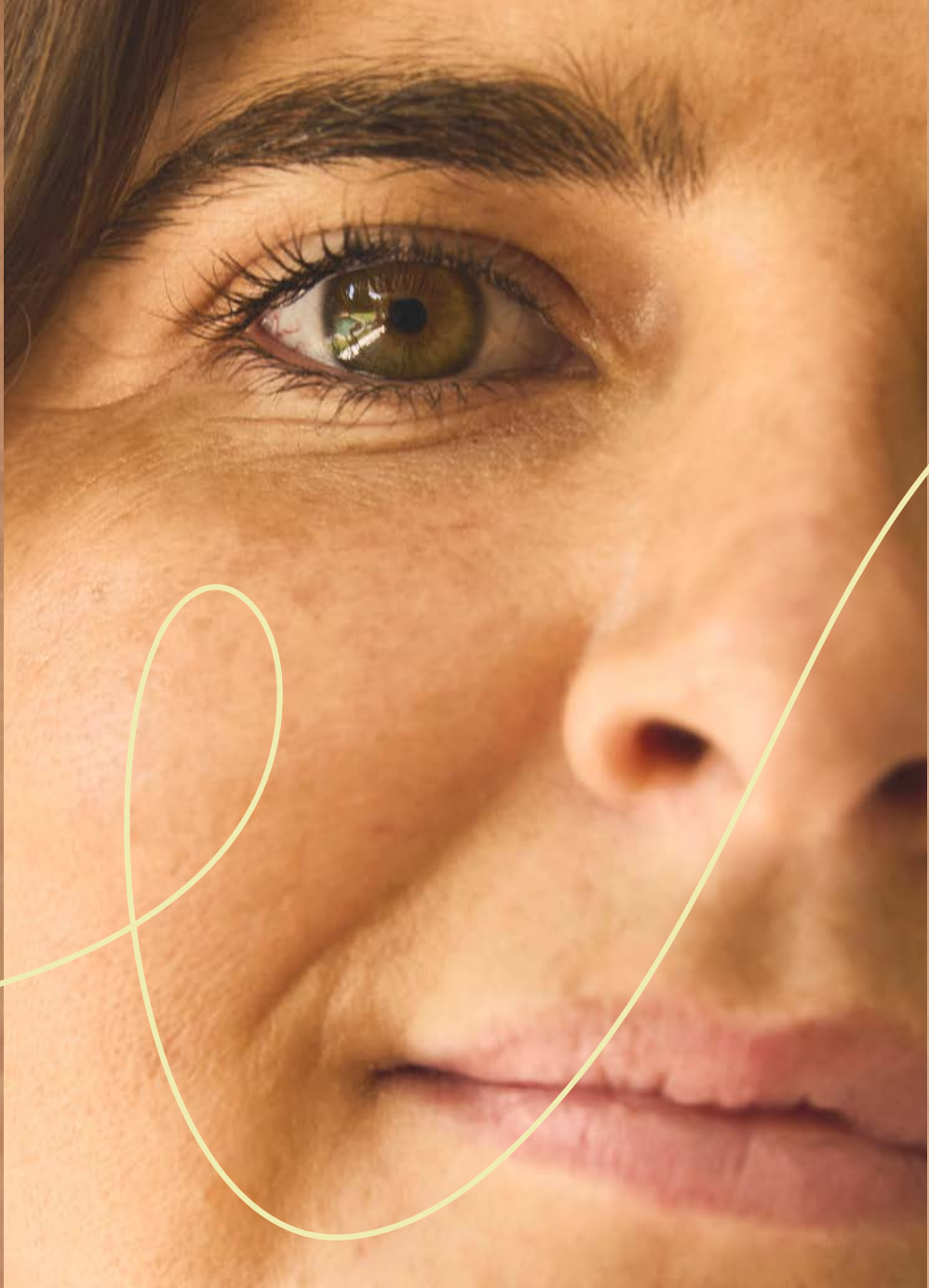
Em 2018, iniciamos a jornada para nos tornarmos uma empresa com zero resíduos, estabelecendo metas, processos e um plano de ação voltado à inovação na valorização de nossos resíduos. No Chile, o lodo papaleiro é transformado em composto, permitindo reduzir os resíduos a zero, graças ao trabalho conjunto com nosso parceiro local, Ideacorp. Além disso, essa iniciativa possibilita reduzir em 99% as emissões de gases de efeito estufa desse processo. Para fechar o ciclo, esse adubo é distribuído a escolas e moradores da planta de Talagante.

Nosso CEO, Gonzalo Darraidou, afirmou: "Este reconhecimento não é apenas da Softys como empresa; é de todos que acreditam em fazer as coisas de forma diferente, em inovar, em cuidar dos recursos e em agir com responsabilidade diante do planeta. Porque, na Softys, cuidar do planeta não é uma tendência: é parte de quem somos e de como construímos o futuro".

100%

do lodo papaleiro é
transformado em composto
na planta de Talagante

Felicitações a todos que
tornaram isso possível!



02

Cuidar de nossos *consumidores*

Programa CARE Brands

Compromissos refletidos em nossos produtos





Cuidado, Ação, Responsabilidade e Educação

Na Softys, fazemos da sustentabilidade um valor diferenciador de nossas marcas por meio do programa CARE Brands, sob cujos pilares transformamos em ação os princípios de Cuidado, Ação, Responsabilidade e Educação.

Em 2025, nossas marcas cumpriram suas metas em Cuidado e Ação. Atualmente, todas contam com um propósito de cuidado alinhado à estratégia da Softys e aos ODS. Além disso, esse compromisso é hoje uma realidade em todos os países onde atuamos, já que 100% de nossas marcas ativam seu propósito por meio de parcerias sociais e causas com resultados concretos e mensuráveis. Nas páginas a seguir, é possível acompanhar o desenvolvimento e os avanços alcançados nas linhas de Responsabilidade e Educação

De quem cuidamos:
Nossa razão de ser

28.939
CLIENTES

668
MILHÕES DE
CONSUMIDORES

Nosso Programa

CARE Brands

Cuidado

Todas as nossas marcas são marcas de cuidado

Todas as nossas marcas terão o propósito de cuidado declarados, alinhado ao propósito de cuidado da Softys e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) priorizados até 2025.

Ação

Cuidar dos consumidores por meio de nossas marcas

100% de nossas marcas em todos os países, até 2025, ativarão seus propósitos por meio de impactos sociais concretos e mensuráveis, através de causas e parcerias sociais relevantes.

Responsabilidade

Oferecer produtos da mais alta qualidade, inovando continuamente para gerar o menor impacto ambiental possível

- Avaliar 100% das inovações incorporando critérios ESG.
- Reduzir em 50% o uso de plástico virgem de origem fóssil nas embalagens até 2030.
- 100% de nossas embalagens serão recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2030.
- Alcançar 100% de certificação FSC na Cadeia de Custódia até 2025.
- Garantir que 100% de nossas plantas e terceiros cumpram o padrão de qualidade Softys até 2028.
- 100% das nossas equipes de marketing serão capacitadas anualmente em ética publicitária.

Educação

Promover a educação sobre o cuidado por meio de nossas marcas

100% de nossas marcas educarão, por meio de sua publicidade e embalagens, sobre temas relacionados ao seu propósito até 2025.



Como cuidamos de você?



"Com suporte, proximidade e a forma como nos ajudam a entregar melhores soluções. No fim, não se trata apenas de vender, mas de cuidar das pessoas, otimizar recursos e projetar uma boa imagem – e, isso, a Softys cumpre muito bem."

Sergio Martínez Jr, Gerente Nacional de Marketing, ServiQuim.

"Contribuindo para a dignidade dos residentes, já que Cotidian não é perceptível e permite maior autonomia e absorção. É um produto confiável, eficiente e realmente pensado no bem-estar das pessoas."

Paola Chavéz, Chefe de cuidadoras - Fundación Las Rosas



"Com confiança. Sempre contam com estoque, cumprem os prazos e os produtos chegam em perfeitas condições, o que é essencial para o nosso trabalho diário. Os pacientes percebem imediatamente quando um lençol é de baixa qualidade, porque se rompe e gera desconforto, e com a Elite Professional isso não acontece."

Aracelly Verdugo, Engenheira de suprimentos - Clínica Alemana



"Facilita muito o meu dia a dia na limpeza do escritório"

Expedito Pereira da Cruz, Herói em Ação Softys Professional



"Motivando-me a contribuir para o bem-estar de outras pessoas, garantindo espaços seguros e acolhedores. Nesse processo, contar com produtos de qualidade é fundamental: o pano MAXWIPE da Elite Professional é indispensável na minha rotina por sua versatilidade, alta absorção e porque, por ser descartável, me dá a tranquilidade de não espalhar germes."

Andrea Ramos, Herói em Ação Softys Professional

"Os produtos da Diana me fazem sentir segura e me acompanham desde a minha primeira menstruação. Sabemos que esse momento não é fácil, e foi minha mãe quem me apresentou a marca, o que o tornou ainda mais especial!"

Anna Júlia, usuária de produtos Diana



"Babysec me cuida por uma combinação de fatores: qualidade, conforto e preço. Identifiquei-me com a marca por oferecer uma excelente relação custo-benefício e por ser um produto que realmente se preocupa com o conforto do bebê."

Juliana Sayur, mãe



"Com tranquilidade, conforto e segurança, porque é algo em que já não preciso pensar o tempo todo. Antes eu ficava mais atenta, inclusive em momentos como quando jogava hóquei, mas agora posso me concentrar no que estou fazendo e aproveitar muito mais."

Manuela Quiñones, jogadora da seleção uruguaia de hockey



"Saber que meu bebê está confortável, cuidado e livre para explorar me traz muita tranquilidade. Quando você é mãe, essa tranquilidade é tudo."

Celeste Sotelo, mãe do Centro de Estimulação Temprana Haciendo Camino

01.

Personal Care

Acompanhar, informar, cuidar



Desempenho anual

Para a divisão Personal Care, o ano de 2025 foi marcado por uma dinâmica competitiva intensa e pela redução significativa da taxa de natalidade em toda a região, o que provocou uma contração no mercado de cuidados infantis. Ainda assim, a divisão alcançou marcos comerciais relevantes no período, entre os quais se destacam:

- Consolidou a segunda posição no mercado latino-americano, com participação de 20%. Isso demonstra um crescimento bem-sucedido da categoria nos últimos anos, impulsionado por aquisições relevantes no Brasil e no México, além de avanços significativos no desenvolvimento de competências-chave e na eficiência operacional.
- Registrou um crescimento exponencial da contribuição da inovação para as vendas, que passou de 10,5% em 2024 para 27% em 2025.

No que diz respeito ao ambiente de mercado, observa-se um aumento do *sourcing* de produtos de cuidados pessoais provenientes da China. Nesse cenário, seguimos fortalecendo a força de nossas marcas, seu sortimento ideal e os esforços contínuos em eficiência.

Inovação

Consolidação de tecnologia que permite produzir **fraldas mais finas**

o que se traduz na redução de material de embalagem e em menores custos e impactos. logísticos.

Lançamento no Uruguai da fralda biodegradável BioBaby: **60% dos materiais que compõem este produto são eco-friendly.**

Considerando o México e o Chile, já são três os mercados nos quais o BioBaby é comercializado.

No Brasil foi lançado uma versão mais econômica de **fraldas tipo pants, chamada "Pants Prá".**

No Uruguai foram introduzidas uma versão **"pele sensível"**

na categoria de cuidado feminino e uma fralda "respirável".

No México foi apresentada **"Mía",** uma variante para fluxo intenso na categoria. de cuidado feminino.

O copo menstrual manteve-se como uma oferta relevante de produto reutilizável.





8 RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2024

Propósito em ação

No âmbito da sustentabilidade e do impacto social, a divisão Personal Care ampliou para a Argentina o alcance da sua plataforma de apoio a mães "Juntos em cada etapa", da Babysec. Além disso, deu um novo impulso ao cuidado do idoso no Brasil por meio da marca Bigfral, com um programa de educação e desestigmatização da incontinência.

Essa iniciativa incluiu visitas a hospitais, palestras com especialistas e colaboração com influenciadores digitais para abordar o tema de forma mais natural e respeitosa. Seu objetivo é posicionar os produtos como soluções para pessoas ativas. Além disso, a marca Bigfral participou do "MaturiFest 2025" como promotora oficial. Esse evento é reconhecido como o maior encontro de empreendedores seniores da região, demonstrando que a idade não é um limite.

Unidos pela primeira infância:

Softys e Fundação CMPC impulsionam o bem-estar com novos trocadores em jardins de infância de Talagante.

Cuidar desde o primeiro momento. Dar vida a esse compromisso e apoiar as famílias no desenvolvimento integral da primeira infância.

Esse foi o impulso para que a Fundação CMPC e a Softys, por meio da sua marca Babysec, concretizassem a instalação de trocadores em diferentes jardins de infância de Talagante, na Região Metropolitana do Chile, fortalecendo as condições de higiene, segurança e bem-estar para crianças em seus primeiros anos de vida.

A iniciativa foi desenvolvida nos jardins de infância Roto Chileno, Madre Campesina, Tegualda e Rolando Alarcón, espaços educativos fundamentais para a comunidade, onde diariamente se acompanha as famílias em uma etapa essencial do desenvolvimento. A implementação desses trocadores busca contribuir para ambientes mais dignos, seguros e adequados, ajudando a cuidar, física e emocionalmente, das nossas crianças.

O principal evento da ação ocorreu no Jardim de Infância e Berçário El Roto Chileno, com uma atividade simbólica que reuniu representantes das instituições promotoras, do município e da comunidade educativa, reforçando que este é um trabalho colaborativo e que todos estamos convocados a melhorar o bem-estar infantil. Assim, a participação do município nessa iniciativa demonstra que o setor privado, as fundações e as instituições públicas podem trabalhar juntos e gerar impactos concretos e positivos na vida cotidiana das comunidades e de cada família que as integra.

Do ponto de vista da Babysec, isso faz parte do coração do nosso propósito, em que acompanhar as famílias com segurança e confiança durante os primeiros anos de vida é fundamental. O cuidado na primeira infância é essencial para formar crianças que possam se desenvolver em um mundo mais saudável, inclusivo e acolhedor.

Juntos em Cada Etapa:

Um programa de acompanhamento para nossos consumidores.

Queremos fazer parte da família, inclusive antes do nascimento: na Babysec, acompanhamos mães e pais desde a gravidez até os três anos de idade, construindo uma relação baseada no cuidado, na proximidade e na confiança.

O programa "Juntos em cada etapa" oferece conteúdos personalizados, concursos e benefícios pensados para cada momento do crescimento do bebê.

Em 2021, quisemos acompanhar os pais nos cuidados, colaborar na proteção e construir juntos um amanhã melhor – o mundo no qual seus filhos crescerão. Assim nasceu "Juntos em Cada Etapa", para nos aproximarmos e estabelecer uma relação direta com mães e pais por meio de uma experiência completa junto à marca. Atualmente, está ativo no Chile e na Argentina e, em breve, será expandido para o restante da região, fortalecendo o valor da marca e impulsionando seu impacto no negócio.

Como sabemos o que as famílias precisam, queremos acompanhar mães e pais em seu aprendizado, nos cuidados e na construção da tão necessária comunidade para essa etapa fundamental. O site do programa oferece conteúdo útil e específico para cada momento do desenvolvimento do bebê, incluindo dicas e atividades para aproveitar com as crianças, material exclusivo adaptado a diferentes fases da criação e descontos especiais em produtos por meio do Club Softys ao se cadastrar.

Marcas de cuidado



Ladysoft

01.

Parceria Ladysoft e Palpa

Colaboramos com a Fundação Palpa, organização dedicada à educação em saúde feminina. Na ocasião, foram visitadas comunidades e realizados quatro *workshops* sobre saúde e ciclo menstrual.

02.

Projeto "Primera Luna" no Chile

Trata-se de um programa de educação em saúde menstrual que oferece uma capacitação integral a docentes, abordando conteúdos com foco no bem-estar emocional, no autocuidado e na sororidade. O projeto iniciou sua implementação em julho de 2025 com professores de 14 estabelecimentos de Talagante, marco que deu início ao seu lançamento em nível nacional no Chile ainda no mesmo ano.

03.

Aliados com hospitais de Zárate, Argentina

Em trabalho conjunto com o Hospital de Zárate e o Hospital Virgen del Carmen da mesma localidade, desenvolvemos *workshops* de saúde menstrual, ministrados por profissionais da área de obstetrícia e tocoginecologia.

04.

Juntas nos inspiramos

Ladysoft e Inspiring Girls uniram-se para fortalecer a autoestima e a ambição profissional de meninas e adolescentes, desconstruindo estereótipos e limitações na hora de perseguirem seus sonhos. Em Talagante, foram realizados encontros em estabelecimentos educacionais, com a participação de influenciadoras e alcance de 172 meninas.



Babysec

01.

Parceria Babysec e Vroom

Iniciativa que busca fortalecer o desenvolvimento cerebral dos bebês nas atividades do dia a dia.

02.

Juntos em Cada Etapa

Plataforma web voltada a oferecer acompanhamento no processo de gestação e nascimento do bebê. Essa iniciativa foi desenvolvida no Chile e na Argentina.

Nunca deixe de fluir:

Outdoor e Mundo Mayor

De acordo com estudos da Cepal, o percentual da população com mais de 60 anos chegará a 19% em 2035, alcançando mais de 125 milhões de pessoas na América Latina.

Estima-se que, por volta de 2036, pela primeira vez na história da região, haverá mais pessoas com mais de 60 anos do que menores de 15 anos. Nesse contexto, nossa marca Cotidian tem se somado aos esforços de dar visibilidade ao grande valor e à importância social de uma maturidade ativa.

Nesse sentido, nosso CEO foi convidado pela ONG Conecta Mayor, cuja missão é conectar as pessoas idosas à sociedade e promover uma mudança cultural que incentive sua participação e melhore sua qualidade de vida, para compartilhar sua visão sobre esse importante tema em colunas de opinião publicadas na mídia Mundo Mayor.

Nessas colunas, Gonzalo Darraidou refletiu sobre o poder das mentorias, com base em uma entrevista de David Rubenstein ao destacado violoncelista Yo-Yo Ma, na qual destacou: **“A sabedoria é o resultado de uma vida de escuta ativa e reflexão.** Sempre lembro com muito carinho das conversas do meu pai, já idoso, com seus netos mais velhos, em um vínculo de total conexão. Por isso, precisamos criar mais espaços para que essa voz seja ouvida”.

Em outra de suas colunas, nosso CEO comentou o documentário *“Quincy”*, que retrata a vida do produtor musical Quincy Jones, recentemente falecido. Ele refletiu: “Quincy Jones, em uma de suas últimas entrevistas, disse que devemos ser humildes com nossa criatividade e gentis com nosso sucesso”. Sua sabedoria, forjada ao longo do tempo e da experiência, demonstrou que os idosos podem ser uma fonte inesgotável de criatividade, guiando os menos experientes em seus próprios caminhos”.

Softys e Cotidian também divulgaram a importância de continuar fluindo em uma maturidade ativa no reconhecido suplemento de esportes *outdoor* do jornal *El Mercurio*, no Chile. Por meio da coluna Outdoor Mayor, foram incluídas **dezenas de entrevistas com pessoas idosas que praticam diferentes atividades ao ar livre, mantendo sua energia intacta (ou até ampliada).**

Entre elas, compartilharam suas experiências Emma Barends, que pratica tai chi; e Valerie Coxhead, uma das mais reconhecidas representantes do *mountain bike* sênior na América do Sul, que afirmou: “Essa paixão não tem data de validade. Sempre digo que quero nascer de novo para continuar pedalando. É o que mais gosto de fazer. E isso é possível graças a uma equipe que me apoia e me ajuda a manter a forma física e uma carreira ativa. Não é só mérito meu”.

Também deu seu testemunho de maturidade ativa Felipe Guzmán, que aos 63 anos participa de competições que combinam *trekking*, *mountain bike*, caiaque, cordas e orientação em ambientes naturais, podendo durar até 10 dias.

Por sua vez, Verónica Bornhardt (67) comentou: “Costuma-se falar a partir do medo. Nessa idade, há mais ferramentas do que nunca para alcançar o que se deseja. Claro, é preciso ser realista com as expectativas. Não se pode ir do zero ao cem sem um trabalho prévio, mas é preciso vencer e superar as limitações e se descobrir”.

Nunca
dejes
de fluir

Softys
Innovando para tu cuidado

Nunca dejes de fluir.



Cotidian

Nunca dejes de fluir.

Gino Casassa Rogazinski (67):
"Nunca dejaré la montaña"

Por Softys y Conecta Mayor UC

Gino Casassa Rogazinski (67):

Il presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, ha appena firmato la legge che abolisce il reato di omicidio passivo. In altre parole, non è più reato uccidere un altro uomo. La legge, che entrerà in vigore il 1° gennaio 2015, è stata approvata dalla Camera dei deputati il 25 giugno scorso. Il Senato l'aveva approvata il 24 giugno scorso. La legge è stata firmata dal presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, il 25 giugno scorso. La legge è stata firmata dal presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, il 25 giugno scorso.

A person wearing a dark winter jacket, a yellow beanie, and dark pants stands on a snowy mountain slope. They are holding a ski pole in their right hand. The background shows a steep, snow-covered mountain with some rocky outcrops.

OUTDOOR MAYOR

Por Softys y Conecta Mayor UC

Valerie Coxhead (70):

"Me gustaría nacer de nuevo para seguir pedaleando"

[illegible]

Cotidian

Nunca dejes de fluir.

Softys

Softys



Cotidian

Nunca
dejes
de fluir

Softys
CONSEJO DE EXPERTOS

OUTDOOR MAYOR

Por Softys y Conecta Mayor UC

Carlos Claussen [67]:
**"Los baños de bosque me dan pa
 interior y mejor salud"**

C

[illegible]

Colidian

Nunca dejes de fluir

Softys

Softys

Cotidian
Nunca dejes de fluir.

Softys
Soluciones para la vida

Coltitan
Nunca
dejes
de fluir

Software

Lançamento da Pesquisa de **Saúde** **Menstrual 2025 no Chile**

Quais são as necessidades e os desafios atuais das mulheres no Chile?

Identificá-las significa poder desenhar políticas públicas que melhorem seu bem-estar e qualidade de vida. Isso é pensar grande e, por isso a Softys, em conjunto com o Ministério da Mulher e da Equidade de Gênero do Chile, a empresa de pesquisa de mercado Ipsos e a ONG Escuela la Tribu, elaborou o estudo denominado "Pesquisa de Saúde Menstrual". Um instrumento que pode ser de grande utilidade para melhorar de forma concreta o futuro das mulheres, acompanhando seu cuidado e sua saúde.

Embora tenham sido feitos avanços nessa área, a desigualdade ainda persiste. Um dado relevante da pesquisa é que apenas 56% estavam informadas sobre a menstruação e o que ela implica.

Por isso, na Softys, queremos levar a informação às nossas comunidades e consumidoras para garantir que cada menina e mulher viva seu ciclo de forma plena e digna, pois estamos convencidos de que, quando uma mulher tem informação, as desigualdades retrocedem e seu futuro se transforma.

Daniella Brissac, diretora corporativa de Personal Care, comentou: "Os resultados nos surpreenderam e, acima de tudo, nos deram um sinal de alerta. Embora tenhamos avançado, a lacuna ainda é enorme: o estudo revela, por exemplo, que, diante da primeira menstruação, apenas 3 em cada 10 meninas se sentiam emocionalmente preparadas."

A executiva da Softys complementa: "Fazemos um apelo ao trabalho conjunto entre empresas, setor público, ONGs e academia. Só assim poderemos reduzir as lacunas de informação e acesso que merecem tanta atenção. Sigamos levando educação às nossas comunidades para garantir que cada menina e mulher viva seu ciclo de forma plena e digna."

Um dado relevante da pesquisa é que apenas 56% das entrevistadas estavam informadas sobre a menstruação e o que ela implica



Quando se viram limitadas nos dias em que menstruavam: 68% não puderam praticar atividades esportivas e/ou recreativas; 48% não puderam sair como costumavam; 39% deixaram de ir à escola por alguns dias; 38% deixaram de participar de eventos sociais ou de encontros com amigos.

A principal fonte de informação sobre menstruação e produtos menstruais foi a mãe ou alguma adulta de casa para 9 em cada 10 meninas. Professores e escolas são a segunda fonte de informação, fortalecendo esse papel ao passar das Millennials para a Geração Z.

1/3

das mulheres, receberam informação sobre a menstruação na idade da primeira menstruação. 8% receberam informação posteriormente

60%

estava informada sobre a menstruação, os produtos menstruais e seu uso no momento da sua primeira menstruação

30%

estava emocionalmente preparada para a sua primeira menstruação

50%

sentiu vergonha, surpresa e medo na sua primeira menstruação

Paciência, estou na menopausa...

No âmbito dos temas de cuidado vinculados à Ladysoft e à nossa linha de produtos de cuidado feminino, nossa Diretora Regional de Conhecimento do Consumidor e Mídia, Nicole Sansone, escreveu uma coluna de opinião no jornal *El País*, que teve excelente recepção e repercussão.

Nessa coluna, Nicole refletiu: “Vamos rir um pouco da menopausa. Já era hora de desmistificar e desdramatizar esse processo natural da vida, há muito ignorado, associado à velhice, à invisibilidade e à vergonha. Felizmente, essa mudança se deve, em parte, a tantas mulheres que, por meio de conversas ou em suas redes sociais, começaram a compartilhar suas experiências e trazer o tema à tona. E o humor contribuiu muito, assim como a exposição em plataformas de *streaming*, séries e artistas que abordam essa fase com leveza, forçando a sociedade a colocá-la na agenda. Gostaria de ter encarado tudo com mais leveza quando minhas mudanças começaram há alguns anos. Talvez, se eu soubesse que meus sintomas faziam parte desse processo, teria enfrentado os desafios de outra forma, com menos angústia e mais informação. Nos dias de hoje, séries como a britânica *The Change* ou o filme americano *Leanne* estão normalizando essas novas realidades com humor ácido e histórias divertidas de superação. Isso é fundamental, já que muitas mulheres não sabem que sintomas como mudanças de humor, névoa mental, insônia ou ondas de calor fazem parte desse momento.”

Dessa forma, seguimos aproximando nossos temas de cuidado das pessoas, com respeito, criatividade e muito carinho.

Nicole Sansone, Diretora Regional de Conhecimento do Consumidor e Mídia.



02.

Consumer Tissue

O chamado para sermos líderes

Desempenho anual

Em 2025, a Consumer Tissue enfrentou um ambiente de negócios desafiador, caracterizado pela pressão de preços e por movimentos competitivos do mercado em nível de fabricantes locais e canais. Apesar desse contexto, a Softys conseguiu manter sua participação de mercado na região.

Seguimos implementando com mais força nossa estratégia focada em ser líderes indiscutíveis da categoria em nível regional, com o apoio do nosso amplo portfólio de marcas, que representa um *mix* ideal, incluindo produtos de qualidade superior.

Propósito em ação

Durante o último ano, as ações dessa divisão de negócios no âmbito do programa CARE Brands se concentraram no **programa "Juntos nos cuidamos"**. Trata-se de um *workshop* de lavagem das mãos para crianças, implementado como parte do Softys Contigo em todos os países onde estamos presentes.



Inovação

A inovação representou, em 2025,
**28% das vendas de
Consumer Tissue.**

Esse resultado é fruto de uma gestão de portfólio orientada a priorizar a escala e a sustentabilidade do volume, em um contexto de maior pressão competitiva. Os novos desenvolvimentos de Consumer Tissue se baseiam em cinco definições estratégicas:

- **Performance**
- **Suavidade**
- **Formatos de alta metragem e contagem**
- **Sustentabilidade**
- **Categorias rentáveis com alto potencial**

Durante o último ano, os principais avanços dessa unidade de negócios em inovação concentraram-se principalmente nos três primeiros pilares e foram orientados a assegurar a consistência com os atributos primários e a visão de categorias do negócio.

Nesse contexto, **a inovação em tecnologia de gofragem úmida tem sido fundamental** para fortalecer nosso portfólio de produtos superiores.

Do ponto de vista do consumidor, essa tecnologia eleva o desempenho dos produtos ao proporcionar maior espessura da folha, maior resistência e absorção, além de uma melhoria na textura do papel.

Marcas de cuidado

Juntos nos cuidamos, lavando as mãos:

por meio deste *workshop* de lavagem das mãos, buscamos desenvolver a criatividade, promover a colaboração e ensinar as etapas da lavagem das mãos em atividades lúdicas. Para essas atividades, contamos ao longo de todo o ano com a presença do nosso super-herói Roly, que fez crianças de algumas partes da América Latina dançarem e lavarem as mãos.



A atividade começava com o conhecimento do Roly e da importância da lavagem das mãos; em seguida, as crianças pintavam suas mãos com tinta para carimbá-las em uma folha de papel e, por fim, dançavam ao ritmo da música “Juntos nos cuidamos”.



Guardanapo Eco Natural



O desenvolvimento da linha Elite Eco Natural é um exemplo de integração de critérios de economia circular no portfólio de consumo massivo. **Este produto, fabricado com 100% de papel reciclado e utilizando uma formulação de fibras que incorpora 50% de papelão em sua composição**, responde a uma estratégia de revalorização de resíduos industriais de alto volume dentro dos processos produtivos da Softys.

Arturo Schwarz, proprietário do restaurante SAM's em Lima, Peru, comenta: "Nossos clientes valorizam estar em um local socialmente responsável, que utiliza produtos sustentáveis sem abrir mão da qualidade."

o3.

Softys Professional Confiança e consistência



A excelência em
higiene e limpeza
não é um ato de
intensidade, é um ato
de consistência

Desempenho anual

Em 2025, o desempenho comercial da divisão Softys Professional foi marcado por um crescimento sólido em um ambiente de mercado complexo e retraído. Em concreto, durante o período, a Softys Professional registrou um aumento de volume próximo a dois dígitos, um avanço sustentado por uma gestão interna disciplinada e pela execução de alavancas estratégicas-chave, que permitiram enfrentar fatores externos adversos, como a instabilidade política e a desaceleração econômica na região.

Os marcos mais significativos dessa divisão no ano foram:

01 Transformação bem-sucedida do negócio no Brasil, que nos permite um crescimento sustentável e sólido.

02 Melhoria de 16 pontos no índice de relacionamento com clientes na pesquisa TRIM, realizada pela Kantar. Essa medição permite identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria para atender de forma mais adequada às necessidades de nossos clientes. Nessa pesquisa, a Softys Professional se posiciona acima de seu principal concorrente em todos os países.

03 Consolidação do modelo de "Superioridade" como elemento diferenciador-chave. Esse modelo avalia os produtos como soluções integrais a partir de uma série de atributos mensuráveis. Esse índice permitiu à Softys Professional atender de melhor forma às necessidades de cuidado das pessoas.

José Miguel Porraz, Diretor Corporativo de Negócios Softys Professional, conta:

Na higiene profissional, a confiança é um ativo que se conquista ou se perde nos primeiros segundos. As pessoas não buscam apenas limpeza visível; buscam sinais de segurança. Essa avaliação ocorre em três níveis simultâneos:

Sensorial:
Está limpo?

Físico:
Tem papel higiênico, sabão e toalhas de papel?

Emocional:
Sinto-me cuidado aqui?

O que realmente ocorre é que o cérebro busca inconsistências. Um dispensador vazio ou um suporte de sabonete quebrado rompem imediatamente a sensação de cuidado, mesmo que o chão esteja brilhando.

O erro mais comum é atender apenas ao nível sensorial, negligenciando os outros dois.

A excelência em higiene e limpeza não é um ato de intensidade; é um ato de consistência.

Os negócios devem trabalhar todos os dias para viabilizar essa consistência. O objetivo não é apenas a limpeza básica, mas oferecer uma experiência de máximo cuidado.

Ao entrar em um banheiro impecável, a dedução das pessoas é automática: "Se cuidam do que é visível, cuidam do que é invisível". O estado do banheiro atua como um indicador antecipado da qualidade da cozinha, dos processos e da gestão interna. Quando esse sinal é positivo e consistente, os resultados comerciais são tangíveis:

- **Valor:** Aumenta a disposição de pagar
- **Recorrência:** as pessoas voltam porque se sentem seguras.
- **Reputação:** Os clientes recomendam para clientes e familiares

A higiene e limpeza não são um detalhe operacional; são uma vantagem competitiva que constrói marca.

José Miguel acrescenta: "Se eu tivesse que identificar a variável que definirá a higiene profissional nos próximos anos, não é a robótica nem a inteligência artificial, mas a revalorização de quem executa o cuidado. É fundamental fornecer as ferramentas corretas, treinamento e o cuidado que essas pessoas merecem para garantir a continuidade operacional. A verdadeira inovação deve se concentrar no operador.

Projetar produtos ergonômicos e eficientes não é apenas uma melhoria técnica; é uma forma de respeitar o tempo e o esforço de quem trabalha."





Inovação

A inovação é um pilar crucial da estratégia de desenvolvimento da Softys Professional. Em 2025, os avanços dessa divisão nesse âmbito permitiram que **os produtos lançados nos últimos dois anos representassem 28% de suas vendas totais.**

Um importante marco da Softys Professional em 2025 foi o lançamento de uma nova tecnologia de gofragem úmida, com excelente aceitação por parte dos clientes.

Propósito em ação

Em matéria de sustentabilidade, a Softys Professional também reportou avanços significativos. Entre eles, destacam-se:

- Seguiu-se o desenvolvimento da linha de produtos fabricados com papel e papelão reciclados, que oferece um duplo benefício de sustentabilidade e economia.
- Em Diversidade e Inclusão, a unidade de negócio apresenta métricas relevantes:

Mulheres na liderança: a presença de mulheres em posições de decisão atingiu 42%, nível superior à meta corporativa.

Participação de mulheres: a participação de colaboradoras na divisão superou 37%, também acima da meta da Softys.

Pessoa com Deficiência (PcD): ao final do ano, as pessoas com deficiência representavam 1% do quadro de colaboradores da divisão.

68%

Evita usar banheiros públicos por falta de limpeza

54%

Estava sem papel higiênico em sua última visita

70%

Não voltaria a um restaurante com banheiros sujos

Assim como a unidade de Personal Care, a Softys Professional também desenvolveu estudos aprofundados de conhecimento de mercado sobre hábitos de consumo. Após entrevistar mais de 3 mil pessoas na América Latina, foi possível compreender em primeira mão a percepção de fragilidade e a falta sistêmica de cuidado fora do lar. Ao analisar os dados, o padrão é claro: 70% desses usuários não voltariam a um restaurante com banheiros sujos, mesmo que a comida fosse excelente. O que realmente está ocorrendo é que o cliente deixou de ver a higiene como um "extra"; hoje ela é um requisito de confiança não negociável. Um erro comum na indústria é gerenciar a limpeza para cumprir um padrão interno, em vez de utilizá-la para criar diferenciação competitiva. Quando há uma lacuna entre a promessa da marca e a realidade operacional do banheiro, o cliente percebe incompetência em todo o negócio. A qualidade da experiência do cliente nunca pode ser superior aos padrões de higiene que a sustentam.

Os resultados desse estudo foram apresentados a mais de 60 parceiros comerciais estratégicos da companhia em um evento realizado no final de 2025 no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), em Boston, Estados Unidos. Posteriormente, também foram utilizados para realizar capacitações com as equipes comerciais e levar essas mensagens aos nossos clientes que confiam em nossas marcas.

José Miguel Porraz comentou: "Durante este encontro, revisamos em detalhe o mais recente estudo que revelou *insights*-chave sobre os hábitos de higiene e limpeza fora do lar na América Latina. Além disso, contamos com a destacada participação de acadêmicos do MIT como George Westerman, David Robertson, Stephanie Woerner, Abel Sánchez e Michael Schrage, que compartilharam perspectivas vanguardistas sobre inovação e tendências de mercado. Essas valiosas perspectivas nos desafiam e nos inspiram a viver nosso propósito de fazer do cuidado fora do lar um motor de desenvolvimento e crescimento para as empresas e a sociedade."

Marcas de cuidado

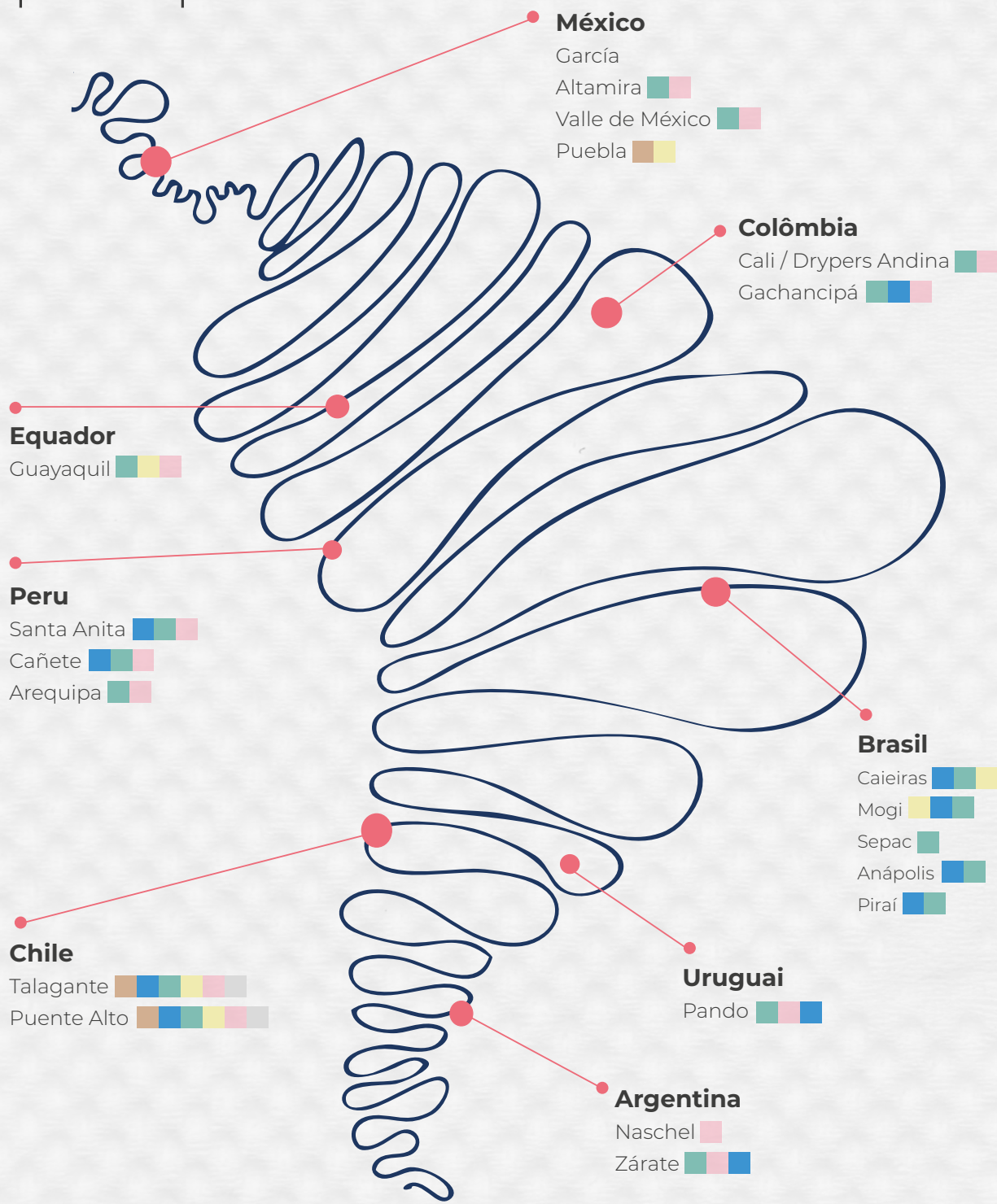
Encontro com clientes

Nosso objetivo é que nossos clientes conheçam de perto os processos e iniciativas que impulsionamos. Por isso, a área de sustentabilidade apresentou nossos avanços nos encontros da Softys Professional, um espaço para escuta ativa das necessidades de quem confia em nós.

Mobilizamo-nos com a certeza de que mostrar e ouvir é o primeiro passo para cuidar do futuro hoje, junto aos nossos clientes.



Certificações ambientais e de qualidade da Softys por país e planta



ISO 14000 Sistema de Gestão Ambiental	FSC Cadeia de Custódia	ISO 45000 Sistema de Gestão de Saúde e Segurança
ISO 50001 Sistema de Gestão de Energia	ISO 9001 Certificação de Qualidade	Resíduos Zero



Satisfação de nossos clientes

Para garantir uma resposta oportuna às necessidades dos clientes, bem como a presença ideal de nossos produtos em seus pontos de venda, **desde 2024 desenvolvemos uma estratégia de Customer Service que inclui ferramentas digitais para otimizar e mensurar nossos serviços, além de modelos padronizados voltados a assegurar controles efetivos e identificar oportunidades de melhoria.**

O trabalho realizado em 2025 na área de clientes se refletiu nos resultados de nossas diferentes ferramentas de avaliação:

- **Pesquisa B2B:** A empresa Advantage Group realiza anualmente um relatório sobre o programa de avaliação de desempenho e *benchmarking* 360°, que levanta os aspectos mais relevantes para os clientes em relação aos seus fornecedores. Essa pesquisa nos permite conhecer nossos pontos fortes e oportunidades sob a perspectiva dos clientes e elaborar um plano de trabalho para melhorar o serviço que oferecemos. A pesquisa avalia quatro direcionadores de serviço: Colaboração, Execução, Reputação e Visão. Em 2025, tivemos uma melhora no México, Chile e Peru, o que nos posiciona no Mid Tier em grande parte dos nossos territórios.

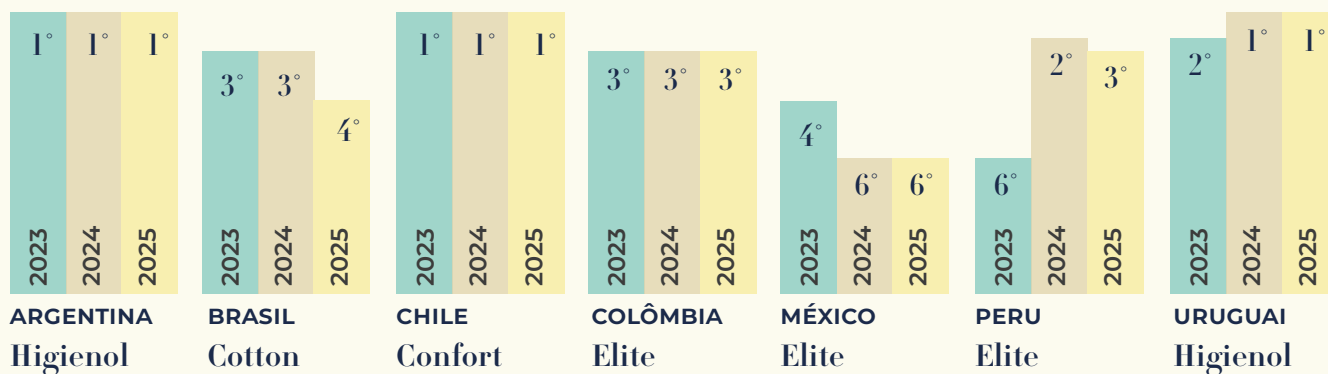
Resultados de Pesquisa B2B

Ano	Argentina	Brasil	Chile	México	Peru
2019	14	9	4	15	3
2020	8	9	2	16	4
2021	16	10	5	10	4
2022	19	10	6	9	5
2023	19	14	4	19	6
2024	11	11	18	19	8
2025	21	13	14	9	8

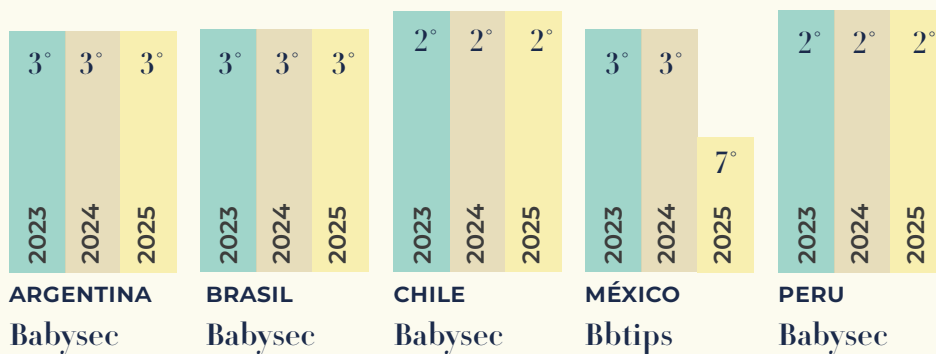
- **Pesquisa B2C:** Trata-se de uma pesquisa que a Softys realiza todos os anos com o objetivo de medir o poder de suas principais marcas nos negócios de Personal Care e Consumer Tissue. Em 2025, de acordo com essa pesquisa, as marcas Softys de papel higiênico e de fraldas infantis mantiveram sua posição na maioria dos países, o que foi especialmente relevante considerando o contexto competitivo cada vez mais desafiador enfrentado pela companhia.



Medição do poder de marca: *Ranking* Papel Higiénico



Medição do poder de marca: *Ranking* Fraldas



Insights de marketing ao consumidor e mídia

Sempre focados em conhecer melhor nossos consumidores

Em 2024, com o objetivo de conhecer e cuidar melhor dos consumidores, criamos a área de Consumer Marketing Insight (CMI) e Mídia. Um ano após sua criação, essa unidade conseguiu consolidar sua estrutura e definir um plano de trabalho centrado em três principais focos: a padronização de processos, a capacitação de equipes e a geração de inteligência de mercado de alto valor.

No âmbito dessas linhas de trabalho, ao longo do último ano, alcançamos importantes avanços e marcos de gestão:

- Elaboramos um marco de governança para a realização de estudos em nível regional ("Work Working 2.0"), cujo objetivo é assegurar a qualidade e a validação dos dados. Esse marco interno estabelece, entre outras diretrizes, que os países não podem executar estudos de forma autônoma com fornecedores não validados.
- Na área de mídia, lançamos o projeto Planning 2.0, que alinha o investimento aos objetivos de negócio específicos de cada país. Essa iniciativa busca superar a abordagem única por marca que vinha sendo adotada até então nas estratégias de mídia.
- Executamos um plano de capacitação voltado a garantir que as equipes conheçam, utilizem e saibam extrair o máximo valor das ferramentas utilizadas pelo CMI para realizar diagnósticos precisos de suas marcas e mercados (como medição de marcas, superioridade de produtos, estudos de embalagem e análises de preços).





E-commerce uma consolidação progressiva

Nos últimos anos, temos fortalecido de forma contínua os canais on-line disponibilizados aos nossos clientes e parceiros comerciais, o que nos permitiu consolidar progressivamente nosso negócio de *e-commerce*.

Em 2025, essa sólida experiência nos permitiu aumentar em 30% nossas vendas virtuais em comparação ao ano anterior e elevar a participação dessas vendas de 21% para 30% do total da empresa. Esses resultados foram impulsionados principalmente pela digitalização das vendas no Canal Tradicional do Peru, Argentina e Brasil.

B2C (Venda a Consumidor Final)

Registramos um desempenho de dois dígitos no Chile. Esse resultado foi impulsionado pelo desenvolvimento do modelo Bricks & Clicks (integração entre lojas físicas e on-line) e por uma forte presença digital nos principais varejistas do país. México e Uruguai também contribuíram de forma significativa para o crescimento do Bricks & Clicks. O modelo de Quick Commerce (Last Mile ou última milha), por sua vez, cresceu 10%, tendo Chile, Argentina e Uruguai como principais motores de desenvolvimento.”

B2B (Venda a Empresas e Virtuais)

Seguimos impulsionando a digitalização das vendas para clientes nos segmentos Massivo e Profissional por meio da implementação de plataformas de *e-commerce* B2B. Essas plataformas permitem que os clientes gerenciem diretamente seus pedidos e resolvam consultas relacionadas à transação, como o *status* dos pedidos, a faturamento e as cotações.

Impacto do e-commerce B2B no Canal Tradicional

Esse avanço foi impulsionado pela implementação do *e-commerce* B2B no Peru, onde atualmente o Canal Tradicional realiza 50% de seus pedidos. Argentina e Brasil também aderiram, ao longo do ano, o *e-commerce* para o registro de pedidos do Canal Tradicional.

Em 2025 aumentamos em 30% nossas vendas virtuais em comparação ao ano anterior

Principais inovações

Em B2C

Geti

Desenvolvemos o módulo de Retail Media que permite monitorar a execução de exibições digitais nos principais portais da região.

Conteúdo para produtos

Criamos um modelo para geração de peças digitais por meio de IA, que acelera a escalabilidade para as regiões e gera eficiência de custos.

Em B2B

Correção de calendário

Alinhamento do Lead Time de Supply para *e-commerce*.

Rastreamento de pedido

Permite ao cliente receber toda a rastreabilidade do processo dos pedidos

Continuidade operacional

Reformulamos as capacidades e a estrutura do atendimento em termos de competências e infraestrutura para oferecer uma melhor resposta ao cliente interno (países).



Avanços em experiência do cliente

Em B2C

No B2C, seguimos impulsionando nosso modelo de execução digital, com o objetivo de alcançar a excelência nas principais plataformas da região.

Esse trabalho envolveu o monitoramento constante da disponibilidade, do conteúdo e da visibilidade de nossas marcas, para garantir que o consumidor sempre as encontre em seu varejo preferido.

Em B2B

Implementamos melhorias focadas na redução de atritos e na otimização da experiência de compra.

Com esse objetivo, desenvolvemos uma nova infraestrutura de preços que garante atualização em tempo real entre o SAP e o nosso *e-commerce*, assegurando que o cliente sempre visualize informações precisas de preços.

Publicidade responsável

Fornecemos informações claras e fidedignas em todas as nossas campanhas comerciais e embalagens

Para cuidar dos nossos clientes e consumidores, na Softys também buscamos entregar informações claras e fidedignas em todas as nossas campanhas comerciais e embalagens. Com esse objetivo, contamos com um modelo de marketing responsável, elaborado com base nas melhores práticas em ética publicitária e em conformidade com as normas de direitos do consumidor vigentes em todos os países onde atuamos.

Em 2025, o trabalho desenvolvido nesse âmbito foi marcado pelos seguintes avanços e marcos relevantes:

- **Atualizamos o Manual de Ética Publicitária** para alinhá-lo às diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Autorregulação e Ética Publicitária (Conar), conforme o Código Chileno de Ética Publicitária. Após essa atualização, capacitamos todos os times relevantes na região, com o objetivo de reforçar os conceitos gerais do Manual e destacar as novidades incorporadas. Ao todo, realizamos 12 treinamentos.
- **Em março, no Dia Mundial do Consumidor**, realizamos uma campanha regional para reforçar os princípios básicos da relação com os consumidores.
- **Em junho realizamos uma campanha de difusão** para anunciar o lançamento do Manual de Ética Publicitária.
- **Sanções:** No Peru, uma empresa concorrente apresentou uma denúncia contra a Softys por supostas informações enganosas relacionadas a uma campanha da Babysec. Como resultado desse processo, a autoridade fiscalizadora do país emitiu uma decisão em primeira instância que resultou na aplicação de uma multa, contra a qual foram apresentados recursos, atualmente em tramitação, não havendo até o momento decisão final.







03

Ser responsável
do início ao fim

Rumo a uma compra consciente





Para alcançar nossas metas, **parceiros são fundamentais**

**Somos parceiros de nossos
fornecedores para fabricar produtos
da mais alta qualidade, com a melhor
eficiência e de forma sustentável.**

Por isso, na Softys, consideramos nossos fornecedores como parceiros-chave para gerar um impacto positivo nos âmbitos social, econômico e ambiental. Sob essa abordagem, nossa gestão vai além do puramente transacional, priorizando uma relação de benefício mútuo que fortaleça o ecossistema por meio de boas práticas; todos ganham, porque todos cuidam.

Esse compromisso é hoje um objetivo formal: foi integrado à nossa Estratégia de Sustentabilidade por meio do foco estratégico "**Gestão Responsável da Cadeia de Suprimentos**", com a convicção de que a sustentabilidade é um eixo central na relação com nossos fornecedores, com as seguintes metas:

- **Que 100% dos nossos fornecedores críticos reportem sua gestão ESG por meio de plataformas de sustentabilidade até 2025.**
- **Que tenhamos um programa ESG ao qual os fornecedores críticos sejam incorporados até 2028 e a totalidade das empresas externas até 2030.**

Nossa Diretora Regional de Suprimentos, Mónica González, comentou: "O abastecimento responsável, mais do que nunca, é um eixo estratégico nesse desafio. Nossa área de Suprimentos atua em nível global, colaborando com fornecedores de todos os portes – desde pequenas e médias empresas até grandes multinacionais – que são parceiros estratégicos para desenvolver soluções inovadoras que reflitam nosso compromisso de 'cuidar do futuro hoje.'"

Fornecedores estratégicos com quem nos relacionamos

No âmbito da implementação da nossa Estratégia de Sustentabilidade 2024–2028, ao longo do último ano desenvolvemos um modelo para segmentar os fornecedores, com o objetivo de otimizar seu tratamento e gestão em função do impacto que geram na cadeia de valor

01 Fornecedores críticos para a segurança e saúde ocupacional

Esta categoria inclui contratados e subcontratados que operam sob nosso controle operacional, dentro ou fora de nossas instalações, em atividades essenciais como manutenção, reparo, limpeza e outros serviços operacionais. Neste grupo também estão incluídos os promotores de reposição e as empresas de transporte.

02 Fornecedores-chave para ação climática

São aqueles que têm um impacto significativo em nossa pegada de carbono e que, devido ao seu alto Potencial de Aquecimento Global (GWP), são essenciais para a implementação de estratégias de redução de emissões de Escopo 3.

03 Fornecedores críticos para continuidade operacional

São aqueles que têm um alto impacto no negócio devido à sua relevância em termos de custos, produtividade e segurança

Essa categorização é complementada pela definição de outros segmentos-chave para o desenvolvimento de planos e estratégias ESG no âmbito da cadeia de suprimentos:

- **Fornecedores locais:** são micro, pequenas e médias empresas que fornecem produtos e serviços à companhia e cuja sede principal se encontra em nossa área de influência.
- **Fornecedores PMEs:** a Política de Abastecimento Responsável reconhece nossa relação tanto com pequenas e médias empresas (PME) quanto com grandes multinacionais. No caso das PMEs, sua classificação é regida pela legislação local aplicável em cada país.

Confort



Amigos del
comerciante

Softys
Innovando para tu cuidado

Elite

Confort

Noble

Nova

Abolengo

Babysec

Ladysoft

Cotidian

SOLO EFECTIVO

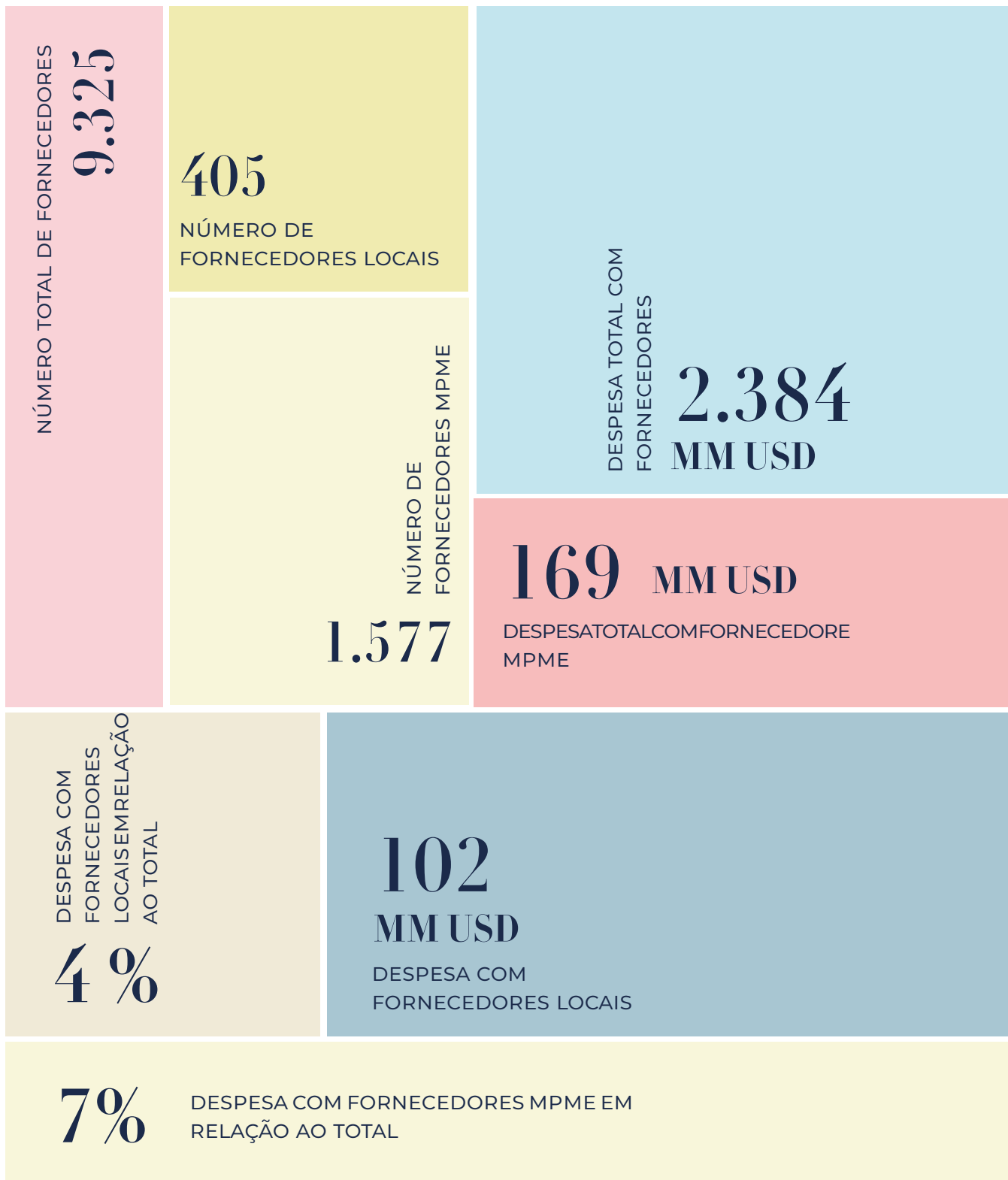
FAVOR PAGUE
CON SENCILLO

Elite

Elite

Fornecedores da Softys

Em números





Governança da gestão de fornecedores

Em 2025, atualizamos a Política de Abastecimento Responsável para alinhá-la ao Plano de Negócios e à Estratégia de Sustentabilidade.

Na Softys, promovemos o desenvolvimento dos fornecedores e gerenciamos os riscos que a relação com terceiros pode representar para nossas operações, com base nas diretrizes da Política de Abastecimento Responsável.

Esse marco interno estabelece os processos de compra e define as expectativas da companhia em relação aos padrões ambientais, sociais e éticos que devem ser cumpridos pelas empresas externas.

Em 2025, em um dos principais marcos da nossa gestão com fornecedores, atualizamos a Política de Abastecimento Responsável.

Essa revisão teve como objetivo alinhar o documento ao Plano de Negócios e à Estratégia de Sustentabilidade, e incluiu os seguintes pontos:

- Inclusão de metas quantificáveis.
- Inclusão explícita de diretrizes sobre Direitos Humanos na cadeia de suprimentos, como a erradicação do trabalho forçado, da escravidão moderna e do trabalho infantil.



Outros marcos internos

Como complemento desta Política de Abastecimento Responsável, a governança da gestão de fornecedores na Softys também contempla os seguintes marcos internos:

- **Código de Conduta de Fornecedores**

Exige o respeito aos Direitos Humanos, condições de trabalho dignas, a proibição da corrupção e práticas responsáveis com o meio ambiente.

- **Código de Ética e Políticas de Integridade e Livre Concorrência**

Reforçam o compromisso com a integridade, o combate à corrupção e o cumprimento da legislação em toda a cadeia de suprimentos.

- **Política de Gestão Energética**

Estabelece diretrizes concretas para o uso eficiente de energia.

Cabe destacar que, em 2025, além de revisar a Política de Abastecimento Responsável, também atualizamos os seguintes documentos:

- **Bases de Contratação para Serviços Dentro e Fora da Planta**

Esta nova versão reforça as cláusulas de *compliance* e as adequa à legislação vigente. Essas bases são incorporadas aos contratos e às ordens de compra.

- **Declaração de Conformidade, Veracidade e Aceitação**

A partir de 2025, este documento passou a ser solicitado na etapa de licitação, para que as diretrizes da Softys estejam claras desde o início do processo.

- **Guia Ambiental para Fornecedores**

A nova versão deste documento será publicada nos primeiros meses de 2026. Seu objetivo é estabelecer os requisitos e a normativa que os fornecedores devem cumprir em temas ambientais prioritários.



Como escolhemos **nossos parceiros**

Em 2024, em linha com a nossa **Política de Abastecimento Responsável** e a **Estratégia de Sustentabilidade**, propusemo-nos a desenvolver um **Programa de Abastecimento Responsável**.

Além de estabelecer uma segmentação clara das empresas externas, o plano define, como base para nossas ações de desenvolvimento e melhoria contínua, a aplicação, aos fornecedores, de três modelos de avaliação:

01

**Avaliação de Sustentabilidade
de Fornecedores Críticos**

02

**Avaliação de Credenciamento
Inicial e Periódico**

03

**Avaliação de Desempenho
do Fornecedor**

01

Avaliação de Sustentabilidade de Fornecedores Críticos

Esta avaliação, que realizamos com o apoio de uma plataforma externa (atualmente EcoVadis), abrange as seguintes dimensões de gestão:

- Meio ambiente
- Social e direitos humanos
- Ética
- Compras sustentáveis

Seus resultados são expressos em pontuações e níveis de desempenho, e são utilizados para:

- Determinar se o fornecedor cumpre os padrões mínimos de ESG definidos pela Política de Abastecimento Responsável e pelo Código de Conduta de Fornecedores.
- Definir planos de melhoria e reavaliações para fornecedores com baixo desempenho. Em 2025, como resultado desse processo, alcançamos os seguintes avanços:
- A cobertura de avaliação representou 81% do dispêndio com insumos diretos e 32% do dispêndio com insumos indiretos.
- O programa evoluiu de um modelo centrado na avaliação inicial para outro focado na melhoria contínua.

META 2025

AVALIAR

100%

DOS NOSSOS FORNECEDORES CRÍTICOS EM MATÉRIA DE ESG.

AVANÇO:

100%

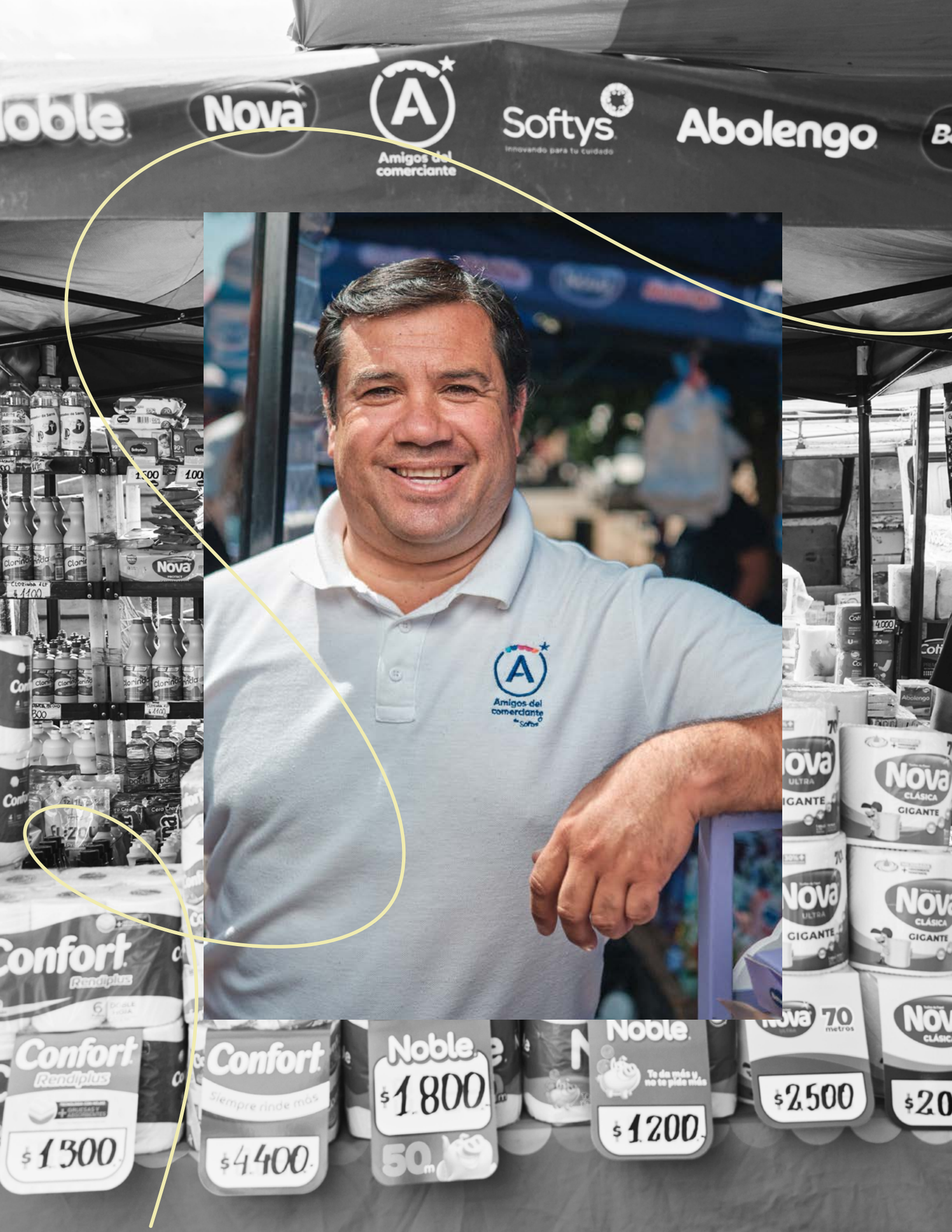


Avaliação dos fornecedores em números

DESCRIÇÃO	2025		
	NACIONAIS	INTERNACIONAIS	TOTAL
Número de fornecedores	8.755	570	9.325
Número de fornecedores avaliados no geral	1.557	114	1.671
Número de fornecedores avaliados em sustentabilidade	215	65	280
Percentual de fornecedores avaliados em sustentabilidade em relação ao total de fornecedores avaliados	14%	57%	17%
Percentual de fornecedores avaliados em relação a questões relacionadas à natureza (meio ambiente)	17%	2%	16%
Novos fornecedores que passaram por filtros de seleção de acordo com critérios sociais	232	2	234
Total de fornecedores estratégicos avaliados	120	46	166
Total de compras realizadas com fornecedores (MM USD)	2.204	180	2.384
Compras realizadas com fornecedores que foram avaliados (MM USD)	829	129	958
Percentual das compras totais do ano que corresponde a fornecedores analisados sob critérios de sustentabilidade	38%	72%	40%

Durante o último ano, iniciamos o desenho de uma estratégia de longo prazo para estender os padrões ESG a toda a nossa base de fornecedores, indo além do segmento de críticos. Esse plano, que será implementado entre 2028 e 2030, estabelecerá diretrizes sobre:

01.
Requisitos para credenciamento
02.
Prazos de pagamento preferenciais
03.
Adequação à nova definição de fornecedor local



Noble

Nova



Amigos del
comerciante

Softys
Innovando para tu cuidado

Abolengo

B



Juntos pela Sustentabilidade

Juntos nos impulsionamos a ser melhores e, com isso, nossos fornecedores têm se comprometido com uma gestão responsável da cadeia de suprimentos, e valorizamos sua disposição para a melhoria contínua e o alcance dos melhores padrões.

Nosso fornecedor BASF, empresa química internacional, foi avaliado em uma plataforma de sustentabilidade como parte da nossa meta de avaliação de fornecedores críticos. Essa companhia possui um compromisso com a melhoria contínua em sustentabilidade. Estamos convencidos de que o trabalho colaborativo permite avançar hoje em direção ao cuidado do futuro.



Empoderando meninas por meio da educação e da higiene

A BASF se dedica à produção do polímero superabsorvente (SAP), uma das principais matérias-primas utilizadas na fabricação de fraldas e absorventes higiênicos femininos.

A partir da relevância desses insumos, Guilherme Cortinovi, Global Key Account Manager da BASF e responsável pelo atendimento à Softys, compartilhou sua inspiração para uma iniciativa social: “O nascimento de minhas filhas, Lis e Cecília, despertou em mim um olhar crítico sobre a saúde menstrual. Pensei que seria valioso promover palestras nas comunidades para abordar esses temas e criar espaços de diálogo. Por isso convidei a parteira de minhas filhas e a Softys, que aceitaram prontamente e organizaram o evento.”

Dessa ideia nasceu a ação: BASF e Softys realizaram uma palestra sobre saúde menstrual que reuniu cerca de 130 meninas de uma escola pública próxima à planta de Caieiras, em São Paulo (Brasil). Durante a atividade, foram entregues materiais educativos e kits com produtos de higiene de nossas marcas Ladysoft e Diana.

Energia e resíduos

Esta não é a única iniciativa que nosso fornecedor implementou em seu caminho rumo à sustentabilidade.

Em sua operação de Camaçari, na Bahia (Brasil), alcançou seu objetivo de redução de emissões por meio da aplicação da certificação ISO 50001. As medidas incluíram a otimização do consumo de gás natural em caldeiras, ajustes automáticos de energia em compressores e estudos detalhados de pressão e temperatura nos processos de destilação. Além disso, obteve certificados de Energia Renovável (I-RECs) para compensar sua pegada de carbono.

No que se refere à gestão de resíduos, a produção do polímero superabsorvente (SAP) da BASF gera um resíduo que contém partículas aglomeradas, o que impede seu uso no mercado de higiene. Anteriormente, esse material era destinado à incineração por meio de coprocessamento.

Como solução, foi implementado um projeto que permite a venda desse resíduo como insumo industrial para clientes que não exigem pureza de grau de higiene.

A implementação desse projeto possibilitou a redução de aproximadamente 250 toneladas por ano em operações de coprocessamento, além da reintrodução do material no mercado, em vez de seu descarte.

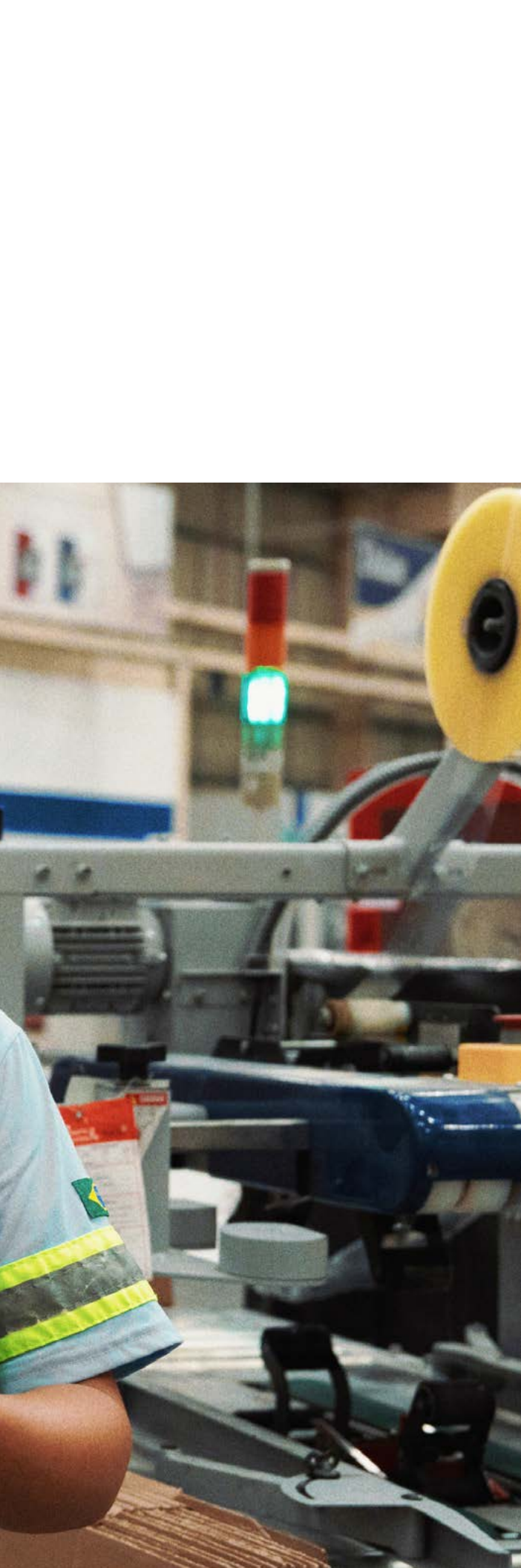
Isso demonstra que, juntos, é possível gerar grandes impactos. Seguiremos trabalhando com nossos fornecedores para que toda a cadeia de suprimentos seja sustentável e comprometida com o futuro.

02

Avaliação de Credenciamento Inicial e Periódico

Aplicamos um procedimento formal de credenciamento inicial e periódico para 100% dos **fornecedores**, que contempla uma avaliação em diferentes dimensões, considerando a criticidade do bem ou serviço fornecido, assim como sua relevância sob a perspectiva de saúde e segurança.





Este credenciamento compreende os seguintes aspectos de gestão:

Compliance

Esta avaliação é realizada para todos os fornecedores de bens e serviços, independentemente da categoria, gasto ou qualquer outra característica. Seu objetivo é identificar sanções, vínculos com crimes, listas restritivas e, de forma geral, riscos de integridade e *compliance*. Está alinhada à Política de Prevenção de Crimes, ao Código de Ética e às Políticas de Integridade da Softys, que estabelecem “tolerância zero” à corrupção e a comportamentos desonestos.

Risco financeiro

Contempla uma análise de informações financeiras e do cumprimento de obrigações tributárias, trabalhistas e comerciais. Permite classificar o fornecedor segundo sua estabilidade e capacidade de cumprir compromissos ao longo do tempo

Gestão em Segurança e Saúde Ocupacional (SSO)

É uma avaliação baseada nos padrões regionais e no Regulamento Especial de Empresas Contratistas e Subcontratistas (REECS) [*equivalente às Normas Regulamentadoras e Segurança e Saúde no Trabalho, no Brasil*], que estabelece condições mínimas de segurança para operar nas instalações da Softys.

Gestão de Qualidade

É uma revisão dos sistemas de gestão da qualidade, certificações e da capacidade de cumprir especificações técnicas e níveis de serviço.

Gestão Ambiental

É uma avaliação do gerenciamento de resíduos, substâncias perigosas, cumprimento da legislação e medições ambientais. Está alinhada com o Guia Ambiental para Fornecedores e com a Política de Gestão Energética.

03

Avaliação de Desempenho do Fornecedor

Também aplicamos uma avaliação de desempenho de fornecedores baseada em **pesquisas internas qualitativas**, que devem ser respondidas pelos gestores de contrato e usuários finais.

Nessas consultas são abordados diferentes aspectos do serviço, como:

- **Segurança**
- **Prazo (cumprimento de prazos)**
- **Qualidade**
- **Quantidade**
- **Meio ambiente**

Embora essa avaliação não constitua um padrão ESG formal, ela atua como um mecanismo para validar que os compromissos declarados em sustentabilidade e no credenciamento se materializem efetivamente na operação diária. Durante 2025, estendemos esse processo à maioria de nossas subsidiárias, com exceção das novas unidades Sepac e Falcon no Brasil.

Fornecedores Locais

Em 2025, modificamos o enfoque inicial com que abordamos a meta de Desenvolvimento de Fornecedores Locais, contemplada no Programa de Abastecimento Responsável, que tinha como objetivo estabelecer metas de contratação.

A partir deste ano, o trabalho associado a esse objetivo passa a ser orientado à melhoria dos processos de incorporação dessas empresas. Nessa linha, iniciamos o desenvolvimento de um Manual de Boas Práticas para a Contratação de Empresas Locais.





Espaços para crescer

Com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento econômico local, participamos do Zárate Produce, na Argentina. Esse encontro, organizado pela Secretaria Municipal de Produção de Zárate, reuniu 90 PMEs e comércios com o propósito de gerar novas redes de intercâmbio comercial.

O evento tornou-se um espaço estratégico para fortalecer os vínculos entre o comércio local e as grandes companhias. Para nós, foi uma oportunidade de conhecer de perto o talento local e projetar possíveis parcerias comerciais no futuro. Nos estandes instalados, os fornecedores da região apresentaram soluções desenvolvidas para responder aos desafios e necessidades do setor industrial.

Pagamento de fornecedores

No que se refere a pagamentos a fornecedores, operamos em linha com o **Procedimento de Compras Corporativas**, publicado em 2025.

Entre as diretrizes estabelecidas por esse documento, destacam-se:

- Os pagamentos são realizados exclusivamente mediante Ordem de Compra (OC) e recebimento/serviço conforme;
- Os prazos de pagamento são definidos no contrato/OC, conforme a legislação aplicável, e são cumpridos sem práticas abusivas;
- O faturamento deve cumprir os requisitos fiscais e referenciar a OC (sendo rejeitadas divergências);
- O cadastro/atualização de dados bancários deve ser realizado em SAP/Ariba SLP, com segregação de funções e controles antifraude;
- Qualquer adiantamento ou exceção requer aprovações explícitas das áreas de Compras e Finanças;
- Todo o fluxo “OC → recebimento → fatura → pagamento” fica registrado no sistema, garantindo rastreabilidade para auditoria e consulta do fornecedor sobre o status do pagamento.

Principais eventos com fornecedores organizados em 2025

Innovation Lab Personal Care

Evento presencial realizado pela Softys em Santiago do Chile, com a participação de equipes internas e fornecedores estratégicos de insumos. Permitiu apresentar e avaliar diversas iniciativas de inovação, especialmente aquelas com maior potencial para o negócio. Os conceitos priorizados foram agrupados considerando seus benefícios para o consumidor em aspectos como sustentabilidade, desempenho, conforto, suavidade e cuidado com a pele

“O Innovation Lab foi uma iniciativa estratégica entre as áreas de Personal Care, Procurement e R&D, desenhada para fortalecer nosso funil de inovação com visão até 2028. A colaboração estreita com nossos fornecedores nos permite antecipar

tendências da indústria e nos conectar melhor com os consumidores. Por meio da inovação em nosso portfólio, reafirmamos o compromisso de entregar soluções de cuidado excepcionais para cada etapa da vida”. Paula Otero, Gerente Sênior Regional da Unidade Cuidado Infantil

IDEA (International Engineered Fabrics Conference & Exposition)

Realizado em Miami (Estados Unidos), teve como objetivo fortalecer nossos vínculos com fornecedores estratégicos, identificar novas tecnologias e materiais sustentáveis e explorar oportunidades de melhoria em eficiência e qualidade dentro da cadeia de suprimentos.



Product Supply Summit 2025

Encontro presencial realizado em São Paulo, Brasil, que reuniu colaboradores das áreas de Product Supply Regional, Operações, Supply Chain e Procurement de toda a região, bem como fornecedores estratégicos de Capex, insumos e serviços provenientes de diversos países. Teve como propósito fortalecer a colaboração com parceiros-chave, compartilhar experiências e explorar oportunidades de melhoria em temas como sustentabilidade, eficiência, qualidade, custos e segurança.

Hugo Figueroa, Planejamento e Controle de Projetos de Investimento, participante deste evento, comentou que a iniciativa permite conhecer em primeira mão os avanços alcançados e alinhar a gestão aos desafios. *“Acho que o que mais gosto da iniciativa é, junto com isso, compartilhar experiências e boas práticas em nível regional”*, afirmou.

Temos uma tarefa

Entre os desafios mais relevantes que temos em relação aos fornecedores está a elaboração da nossa Política de Direitos Humanos. Embora já abordemos temas relacionados a essa questão fundamental em nosso Código de Ética, Política de Abastecimento Responsável, Bases de Contratação, entre outros, ainda permanece pendente sua sistematização em um programa único.



Desempenho anual de gestão ambiental com **foco na consolidação da estratégia**

Principais mudanças incorporadas na Política de Segurança e Meio Ambiente

O documento incorpora formalmente as metas de sustentabilidade da companhia em matéria ambiental e os requisitos de sistemas de gestão como o de Resíduos Zero e a ISO 14001.

Segurança

Prevenção e cultura proativa

Resíduos Zero

Requisitos do sistema de gestão

01

Mudança de foco para a prevenção

Nossa nova diretriz adota uma abordagem preventiva, orientada a consolidar uma cultura de segurança entre nossos colaboradores.

Buscamos que cada equipe domine os protocolos e mantenha uma atitude de alerta constante diante de qualquer circunstância, permitindo-nos antecipar riscos e prevenir acidentes de forma eficaz.

02

Integração de Metas de Sustentabilidade

A Política foi alinhada de forma explícita à Estratégia de Sustentabilidade da companhia, ao incorporar compromissos-chave, como:

- Redução do uso de água.
- Cumprimento da legislação aplicável no descarte em corpos d'água.
- Controle de emissões atmosféricas.
- Redução de Gases de Efeito Estufa (GEE) em toda a cadeia de valor.

03

Alinhamento com Sistemas de Gestão

Foram incorporados os requisitos específicos do sistema de gestão Resíduos Zero e da norma ISO 14001, o que cria uma estrutura integrada que unifica as diretrizes operacionais com a Estratégia de Sustentabilidade e as exigências regulatórias.

Durante o último ano, na Softys demos passos-chave para alcançar a consolidação estratégica da nossa gestão ambiental. Entre eles, destacou-se a atualização da Política de Segurança e Meio Ambiente, que em sua nova versão propõe uma abordagem preventiva e o fomento de uma cultura proativa.

Como parte dessa consolidação, em 2025 também desenvolvemos uma nova Estratégia Ambiental Corporativa, um roteiro baseado em três pilares

Liderança e Cultura

Busca alinhar a estrutura da área ambiental aos objetivos do negócio, de forma a direcionar os esforços para os aspectos que maximizem os resultados. Contempla a implementação de reportes matriciais das plantas para a área corporativa e a articulação de uma cadeia de reuniões, do nível macro ao micro, para garantir objetivos únicos e alinhados.

Disciplina Operacional

Define as diretrizes corporativas (“o quê”) por meio de padrões globais. Sob essa abordagem, os países e plantas serão responsáveis por desenvolver os procedimentos específicos (“como”) que permitam cumprir tais diretrizes. Com esse objetivo, durante o ano, a empresa desenvolveu do zero o Padrão de Água e o Padrão de Emissões.

Controle de Riscos e Impacto

Foca na gestão proativa para prevenir e mitigar os impactos ambientais decorrentes da operação.



Avanços ambientais

Da estratégia a ação

01 *Eficiência hídrica*

A Softys alcançou sua meta de redução do uso de água em seus processos industriais, de 50% em relação à sua linha de base (ano de 2018). Esse resultado representa uma conquista compartilhada por muitos colaboradores ao longo da região, baseada principalmente na captura e compartilhamento de aprendizados e na convicção de que a meta ambiciosa era possível de ser atingida.

Nesse âmbito, foi implementada uma nova estrutura de governança chamada “**Team Charters de Água**”, que contempla a participação de “champions” por país para impulsionar a redução do consumo.

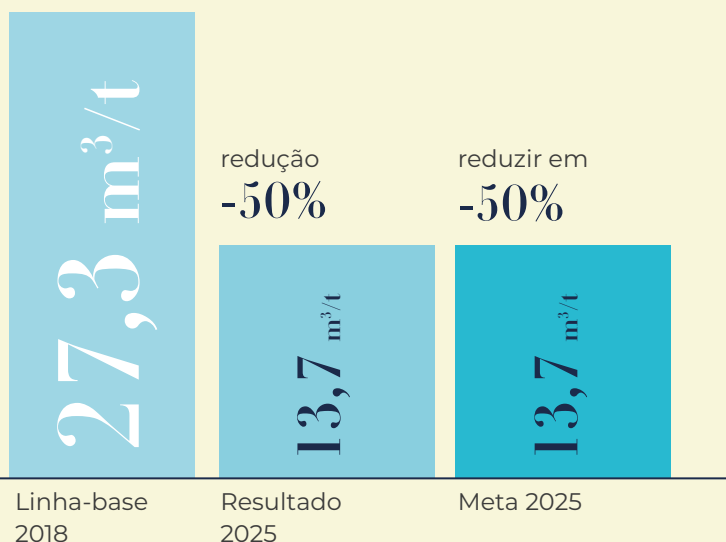
Quem desempenha esses papéis:

- Possui capacidade de influenciar as decisões de gestão em cada planta, de modo a assumir responsabilidade e engajamento com o tema.
- Realiza acompanhamento preventivo do cumprimento dos planos de redução e compartilha casos de sucesso entre as operações.



Água

OBJETIVO: Reduzir em 50% o uso de água até 2025 e em 60% o uso de água até 2028(*).



*Para o cálculo da meta, não são considerados os últimos processos de M&A da companhia (Anápolis, Pirai, Puebla e Falcon)

Captação de água

Ano	Total água captada Valor (m³)	% de água captada de zonas de alto estresse hídrico	Tonelada de produção (t)	Água captada por tonelada de produção comercializável (t/m³)
2023	15.234.080	-	946.223	16,10
2024	13.455.003	43%	889.544	15,13
2025	11.995.336	49%	901.002	13,31

Zona	Uso de água (m³)				
	2021	2022	2023	2024	2025
Zonas com estresse hídrico	1.671.965	728.491	450.201	1.298.810	1.743.746
Zonas sem estresse hídrico	1.863.579	2.303.419	2.179.805	1.355.667	609.891
Total	3.535.544	3.031.910	2.630.006	2.654.477	2.353.637

Em 2025, atualizamos as áreas consideradas com estresse hídrico.

Año	Total água utilizada Valor (m³)	Proporção do total de água utilizada em regiões de alto estresse hídrico (%)
2023	2.630.006	17,12%
2024	2.654.477	48,93%
2025	2.353.637	74,09%

Outro marco relevante do ano foi a contratação de uma **consultoria estratégica, com o objetivo de gerar informações-chave** que permitam mitigar os efeitos de eventos de escassez hídrica, como o ocorrido em 2024 na Planta Altamira, no México.

Com essa finalidade, o estudo teve como objetivos:

O1

Avaliar a disponibilidade de água nas fontes de captação nos horizontes de 5, 10 e 30 anos.

O2

Identificar oportunidades de redução do consumo de água de rápida implementação e sem necessidade de investimento (“quick wins”).

O3

Propor projetos de maior investimento necessários para alcançar as metas de redução até 2028.

Ao final do ano, os “quick wins” identificados como resultado dessa análise foram incorporados aos planos de ação de algumas unidades.



Inovando em cada gota

Na Softys, implementamos processos voltados para uma gestão de excelência no cuidado com o abastecimento hídrico. Nossa companhia não consome água, ela a utiliza. Isso significa que, uma vez utilizada, a água é tratada para ser devolvida a corpos hídricos naturais, ao sistema público ou à rede de esgoto.

Em 2025, alcançamos a meta de reduzir em 50% o uso de água, um marco conquistado graças à inovação nos processos, que permitiram uma gestão mais eficiente desse recurso de forma eficiente.



O projeto de retrolavagem dos filtros de areia da ETA gerou resultados muito positivos para a nossa operação ao longo do último ano. Ao revisar a forma como a retrolavagem era realizada e gerenciar de forma mais eficiente esse volume de água, conseguimos reduzir perdas e diminuir a necessidade de captação, tornando o processo mais equilibrado e eficiente. Essa melhoria demonstrou que ajustes técnicos bem planejados podem gerar impactos concretos tanto no desempenho operacional quanto na preservação dos recursos hídricos”.

**Leidiane Goerttmann, Engenheira Química
Softys Sepac.**



Iniciativas:

Eficiência hídrica: otimização na estação de tratamento de água

Sepac (Brasil)

Anteriormente, a limpeza dos filtros de areia era realizada com água fresca, que posteriormente era direcionada ao sistema de tratamento de efluentes e, por fim, devolvida ao rio. Atualmente, esse ciclo foi otimizado: captamos a água diretamente do rio, realizamos o tratamento e a incorporamos ao processo produtivo.

Como a água captada contém sedimentos, ela requer um tratamento prévio. Inicialmente, esse processo gerava um resíduo líquido que era descartado; no entanto, com a implementação de um equipamento adicional de limpeza, passamos a recuperar esse fluxo. Hoje, o aproveitamento de cada gota captada nos permite operar com maior eficiência, fortalecendo a circularidade do nosso processo.

Essas iniciativas, operacionais desde 2024, consolidaram seu impacto em 2025, permitindo o alcance da meta regional de redução do uso de água. Esse resultado evidencia que a inovação nos processos e a gestão eficiente são fundamentais para o cumprimento de nossos objetivos. Seguiremos avançando com essa abordagem para enfrentar os próximos desafios.

Redução do uso de água na preparação de pasta

O sistema de limpeza de fibras operava originalmente com 100% de água fresca em pressão média. Esse modelo foi ajustado para um funcionamento em duas etapas: alta e baixa pressão. Com essa melhor distribuição dos fluxos de água, o processo foi otimizado e possibilitou a substituição da água fresca por água recuperada.

Na fabricação de papel, quando ocorre a ruptura da folha, o material é direcionado ao início do processo para reaproveitamento. Essa operação, que anteriormente utilizava água fresca, passou a operar com água recuperada. A melhoria foi inicialmente implementada na máquina de papel nº 6 da Sepac e, posteriormente, expandida para o processo de diluição das demais unidades, substituindo também nesses casos a água fresca por água recuperada.



O projeto de recuperação da água proveniente da retrolavagem das Estações de Tratamento de Água Potável (ETAs) representou um avanço significativo para a gestão hídrica da empresa. Ao promover a reutilização desse volume de água, que anteriormente era descartado, reduzimos a captação, contribuindo diretamente para o cumprimento da meta de redução do uso de água estabelecida pela companhia". **Jessica Sieklicki, Supervisora de Meio Ambiente Softys Sepac.**

Iniciativas:

Recirculação de água

Talagante (Chile)

Como parte da estratégia regional, foi implementada a recirculação de água na Planta Talagante.

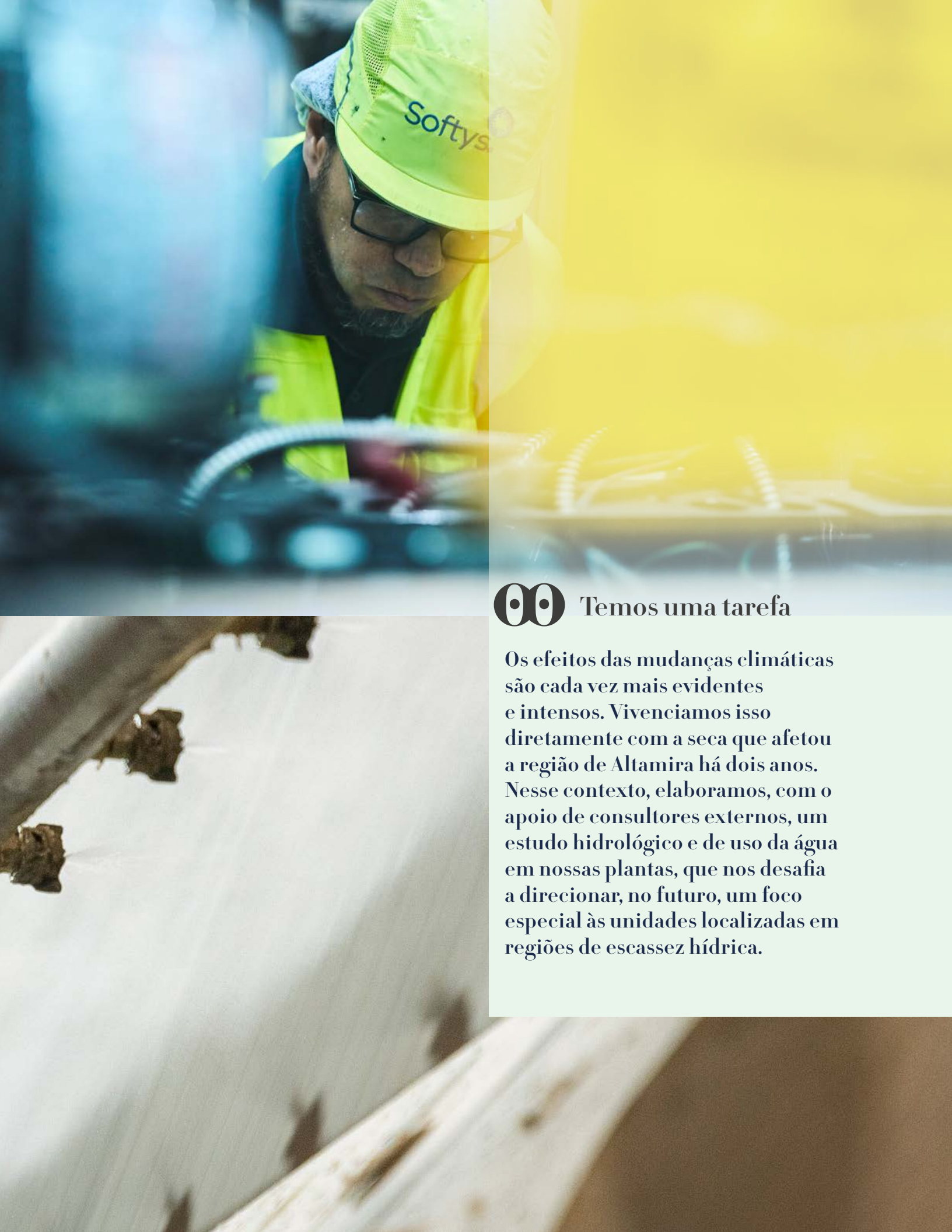
Essa iniciativa permite o uso sucessivo do recurso antes de sua devolução em conformidade com os padrões legais. Atualmente, 40% da água proveniente da Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) é recirculada para os processos produtivos.

Governança e monitoramento

A gestão é apoiada por comitês mensais em nível Latino-Americano para a revisão de indicadores e o acompanhamento do avanço de projetos de otimização hídrica. Além disso, mantemos um monitoramento contínuo para a medição e o controle do uso do recurso. Essas medidas reforçam nosso compromisso com a sustentabilidade e com a gestão eficiente dos recursos.

Temos orgulho de contar com equipes que trabalham diariamente para Cuidar do Futuro Hoje. Estamos cientes de que ainda há um caminho a percorrer e seguiremos explorando novas soluções para otimizar a gestão do recurso hídrico. Atualmente, nosso principal desafio é avançar para cumprir o compromisso de reduzir em 60% o uso de água até 2028. Buscamos atuar de forma responsável em todas as etapas e promover mudanças que gerem impacto positivo.





Temos uma tarefa

Os efeitos das mudanças climáticas são cada vez mais evidentes e intensos. Vivenciamos isso diretamente com a seca que afetou a região de Altamira há dois anos. Nesse contexto, elaboramos, com o apoio de consultores externos, um estudo hidrológico e de uso da água em nossas plantas, que nos desafia a direcionar, no futuro, um foco especial às unidades localizadas em regiões de escassez hídrica.

02. *Gestão de resíduos*

Cumprimos de forma antecipada e com ampla margem a meta anual de Resíduos Zero Industriais destinados a Aterro Sanitário.

Essa gestão nos permitiu encerrar o ano com aproximadamente 23 mil toneladas destinadas a aterro sanitário, um nível significativamente inferior ao limite máximo de 40 mil toneladas estabelecido para o período.

Em 2025, continuamos expandindo nosso programa de certificação “Resíduos Zero”. Ao final do ano, além de todas as plantas na Argentina, Peru, Equador, Chile e Uruguai que já possuíam certificação e realizavam suas auditorias anuais de acompanhamento, incorporamos as seguintes operações:

- **México:** foram certificadas as plantas de Altamira e Vale do México. Ao final do ano, também foi certificada uma das duas plantas de Personal Care. A planta remanescente será certificada em 2026.

- **Brasil:** o sistema local “Resíduos Zero” foi harmonizado com o padrão corporativo, promovendo a unificação da gestão. Essa integração permitirá a certificação das cinco plantas no Brasil durante o segundo semestre do próximo ano.

Como corolário desse processo, a operação do Chile foi reconhecida com um dos prêmios “Planeta”, concedidos pelo Pacto Global das Nações Unidas, por sua iniciativa de valorização de lodos papéis por meio da produção de composto.

A conquista desse reconhecimento foi celebrada na planta por todos os colaboradores envolvidos no processo, incluindo a visita do prefeito do município de Talagante, sr. Sebastián Rosas. Na ocasião, o marco foi comemorado com a entrega de composto orgânico produzido a partir de lodo papeleiro a alunos do Liceo Luis Undurraga, um dos estabelecimentos de ensino com melhor desempenho no exame Simce em nível nacional.

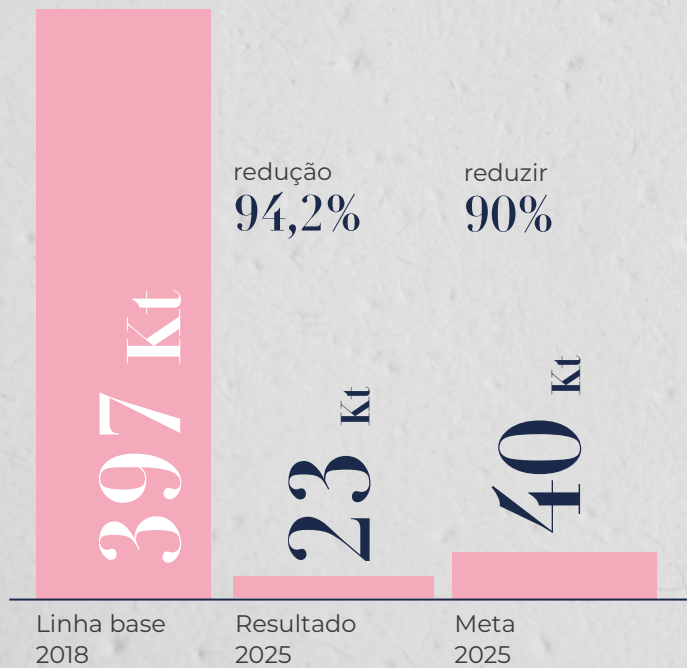


2025

cumprimos
COM A META DE RESÍDUOS ZERO
INDUSTRIAIS DESTINADOS A
ATERRO SANITÁRIO

Resíduos industriais

OBJETIVO: Ser uma empresa com zero resíduos industriais destinados a aterro sanitário até 2025. (*)



*Para o cálculo da meta, não são consideradas as últimas operações de M&A da companhia (Anápolis, Pirai, Puebla e Falcon).

||

Na última quinta-feira, tive a oportunidade de visitar a planta da Softys Chile, uma empresa que opera sob um modelo admirável.

Eles não geram resíduos!"

Alejandro Konig,
CMO Walmart.



Transformando resíduos

Como parte do nosso compromisso de transformar desafios operacionais em economia circular, revalorizamos feltros das máquinas de papel e viabilizamos que **100 metros desse material fossem transformados em 100 capas para notebook**, entregues à equipe do **Hospital Italiano de Buenos Aires** durante uma visita à nossa planta de Zárate

Resíduos totais gerados (toneladas)

Tipo de resíduos	2023	2024	2025
No perigosos	491.613	460.908	459.955
Perigosos	1.557	3.548	2.139
Total	493.170	464.456	462.094

Resíduos perigosos recuperados (toneladas)

Categoria	2023	2024	2025
Resíduos perigosos recuperados	484	1.142	511
Porcentagem de resíduos perigosos reciclados	31,1%	32,2%	23,9%

Resíduos não perigosos recuperados e destinados à disposição final (toneladas)

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	2025		
	INTERNO	EXTERNO	TOTAL
RECUPERAÇÃO			
Reutilização	6.117	0	6.117
Reciclagem	7.925	128.800	136.725
Compostagem	2	90.610	90.612
Aplicação no solo	0	164.498	164.498
Valorização energética	0	38.659	38.659
Total	14.044	422.567	436.611
ELIMINAÇÃO			
Incineração	13	0	13
Aterro sanitário	0	23.331	23.331
Destinação final no próprio local de geração	0	0	0
Total	13	23.331	23.334
Total não perigosos	14.057	445.898	459.955

SOMOS RESÍDUOS ZERO!

Na Softys, alcançamos o objetivo de não destinar resíduos a aterro sanitário nos oito países onde a companhia opera. Esse resultado é guiado pelo compromisso de **“fazer mais com menos”**.

No contexto operacional, o principal resíduo é o lodo papaleiro gerado durante a fabricação dos produtos.

Assumimos a responsabilidade de enfrentar esse desafio por meio de ações concretas, avaliando alternativas em todos os países onde estamos presentes, com o objetivo de reduzir o impacto ambiental. Nesse sentido, implementamos as seguintes soluções:

MÉXICO

Operamos sob um sistema de gestão focado na reciclagem de materiais derivados de nossas operações. Atualmente, realizamos a segregação rigorosa de papelão, sucata metálica, plástico e madeira, garantindo sua destinação adequada a centros de reciclagem.

COLEC

Gerenciamos integralmente a totalidade dos nossos lodos papaleiros por meio de processos de compostagem e vermicompostagem.

PERU

Temos impulsionado a valorização de 100% dos lodos papaleiros e do rejeito de *pulper*, assegurando o aproveitamento integral desses resíduos industriais. Em paralelo, na unidade de recuperação da Planta Santa Rosa, foram recondicionados 540 dispensadores ao longo do ano.

CHILE

O lodo papaleiro é transformado em composto orgânico. Esse trabalho é realizado em parceria com a Ideacorp, organização especializada na valorização de resíduos, garantindo um processo eficiente

78%
plantas
certificadas
"RESÍDUOS ZERO"



Temos uma tarefa

O alcance da nossa meta de “Resíduos Zero” representa uma primeira etapa.

O desafio seguinte consiste em identificar alternativas de recuperação cada vez mais eficazes, bem como concluir, até 2026, a certificação de todas as nossas plantas.



BRASIL

Os lodos papaleiros são transformados em areia para gatos e biocombustível. A isso se soma a reciclagem de resíduos de fraldas para a fabricação de tapetes higiênicos para pets, assegurando, assim, uma gestão circular e sustentável desses materiais.

URUGUAI

Desenvolvemos processos avançados de valorização, como compostagem e reciclagem, para diversos materiais. No caso dos lodos papaleiros, estes são integralmente enviados a uma planta de compostagem operada em conjunto com a Intendência de Canelones, sendo o material utilizado como cobertura de aterro sanitário.

ARGENTINA

Os lodos papaleiros são valorizados para a geração de energia por meio de processos de biodigestão e também são utilizados na fabricação de tijolos para a construção civil.

o3. *Emissões*

No âmbito das ações que estamos desenvolvendo para cumprir nossas metas relacionadas à pegada de carbono, em 2025 recebemos as conclusões da consultoria estratégica contratada para definir nosso plano de redução de emissões de GEE.

Entre os resultados, o estudo reafirma o potencial de continuidade na aquisição de certificados de energia renovável e propõe a avaliação de projetos de eficiência energética com benefícios econômicos na Argentina e no Brasil.

As principais frentes de atuação estabelecidas por esse Roteiro Estratégico são as seguintes:

Energia renovável

Dar continuidade à aquisição de Certificados de Energia Renovável (I-RECs) para todas as plantas.

No México, é realizado um monitoramento contínuo do mercado de I-RECs, com vistas à futura aquisição desses certificados no país.

Projetos de eficiência

Preparar os casos de negócio para dois projetos que apresentam benefícios econômicos:

- **Zárate (Argentina):** avalia-se a substituição de caldeiras a gás natural por caldeiras a biomassa. Atualmente, está em andamento um estudo de viabilidade sobre fornecedores de biomassa na região.
- **Anápolis (Brasil):** avalia-se a substituição do uso de GLP por uma coifa elétrica na máquina 5.

Esses projetos encontram-se em fase de análise e representam alternativas que ainda estão em estudo.



Outros marcos do balanço de emissões em 2025

- Foram adquiridos certificados de energia renovável para as operações na Colômbia e no Equador.
- Foi consolidado o impacto anual completo do contrato de energia renovável da planta de Puebla.
- Foi registrado um aumento das emissões no México, devido à entrada em operação da nova máquina de papel (MP5) em Altamira. Ainda assim, em função dos planos de redução da companhia, esse evento resultou em um aumento controlado das emissões de GEE.

Pegada de carbono por escopo, em toneladas métricas ktCO₂e

CATEGORIAS GEE	2023	2024	2025
Escopo 1	391	379	363
Escopo 2	46	43	35
Escopo 3	2.439	2.710	2.794
Total emissões	2.876	3.132	3.192

Intensidade de emissões de GEE por tonelada de produção comercializável (tCO₂e/t)

2023	2024	2025
2.437	2.029	1.950

Emissões

OBJETIVO: Reduzir em 50% nossas emissões de GEE (escopos 1 e 2) até 2030. (*)



(*) Para o cálculo da meta, não são consideradas as últimas operações de M&A da companhia (Anápolis, Pirai, Puebla e Falcon). Essas operações passarão a ser incorporadas às metas a partir de 2026 e 2028.



Temos uma tarefa

Uma de nossas metas mais desafiadoras é reduzir em 50% nossas emissões de gases de efeito estufa, nos escopos 1 e 2, em relação à linha de base de 2018. Embora tenhamos avançado nesse sentido, conforme demonstrado neste Relatório, ainda há um caminho a percorrer para alcançar esse objetivo.

Entre as análises em curso, está a implementação de coifas elétricas em máquinas de papel.



Sustentabilidade no transporte

Um caso que merece destaque é o da gestão responsável de veículos de transporte na operação da Softys Brasil. Em vez de destinar 26 veículos, que não estavam aptos para circulação, a depósitos, as unidades foram encaminhadas diretamente para processos de desmonte e reciclagem. **Marcelo Barros, Gerente de Abastecimento de Brasil,** destaca:

“Quando realizamos a renovação da frota de veículos em Piraí, começamos aproveitando os caminhões provenientes da antiga operação da Carta Fabril. Muitos estavam em condições precárias, alguns demandavam manutenção excessiva e outros eram praticamente sucata. A partir disso, elaboramos um relatório junto à equipe de logística e convidamos uma *startup*, Octa, para realizar uma avaliação técnica e apresentar uma proposta mais sustentável. Foi desenvolvido um plano de ação no qual parte dos veículos foi destinada à reciclagem, outra parte foi leiloada, e conseguimos renovar a frota com veículos novos, que exigem menos manutenção e apresentam menor consumo de combustível.”

Conformidade regulatória e incidentes ambientais

Ao longo do último ano, registramos três excedências de limites regulatórios: duas no Brasil e uma no Chile.

Os episódios ocorridos no Brasil foram tratados por meio de planos de ação corretivos, em conformidade com o marco regulatório local. No Chile, o evento foi reportado na plataforma “Ventanilla Única” e, ao final do ano, ainda se encontrava em processo de análise pela autoridade competente.

Unidade	País	Tipo de incidente	Parâmetro superado	Limite	Resultado
Sepac	Brasil	Emissões atmosféricas	Monóxido de carbono (CO)	100 mg/m³	206,5 mg/m³
Mogi	Brasil	Descarga de efluentes	Demanda Bioquímica de Oxigênio (DBO)	60 mg/L	63 mg/L

Deve-se registrar que, em 2025, não foram incorporadas modificações nos principais parâmetros ou indicadores ambientais que regem nossa operação.

Conformidade ambiental

Nº DE SANÇÕES EXECUTADAS	2023	2024	2025
Nº total de multas	0	2	2

MULTAS SANÇÕES AMBIENTAIS	2023	2024	2025
Valor total das multas (CLP)	0	2.917.433	766.800
Número de sanções monetárias	0	0	1
Casos submetidos à resolução de litígios	0	0	0

Outros aspectos relevantes

Da gestão ambiental em 2025





METAS DE REDUÇÃO DE
CONSUMO ENERGÉTICO

2026
-5%

2027
-5%

2028
-4%

01.

Sustentabilidade na cadeia de suprimentos

No contexto da atualização da Política de Abastecimento Responsável, realizada em 2025, cujo objetivo foi alinhar suas diretrizes aos critérios da nova Política de Segurança e Meio Ambiente, elevamos os padrões de desempenho ambiental aplicáveis aos fornecedores.

Adicionalmente, como parte do novo modelo de Devida Diligência Ambiental de Fornecedores, implementamos um sistema de Pré-qualificação de Fornecedores, que contempla questionários específicos de acordo com a categoria de risco do serviço ou produto (químicos, resíduos, transporte, entre outros).

Nessa linha, as áreas de Meio Ambiente e Compras iniciaram um trabalho conjunto para estabelecer cláusulas ambientais padrão, que serão incorporadas aos contratos de fornecedores conforme sua categoria.

02.

Eficiência energética

No que se refere ao consumo de energia, nosso objetivo é alcançar níveis competitivos e confiáveis em termos de custos e gestão, por meio do desenvolvimento de sistemas e processos que permitam:

- Alcançar padrões de classe mundial
- Assegurar a continuidade do negócio
- Gerar benefícios em margem e sustentabilidade
- Minimizar nossos impactos no meio ambiente por meio da redução de emissões de CO₂e
- Operar de forma segura para as pessoas

Para avançar nesses objetivos, em 2025 estruturamos um plano com horizonte de execução até 2028, cuja meta é alcançar uma redução de 14% nos custos de energia, equivalente a USD 16 milhões. Esse percentual é desagregado anualmente conforme a tabela ao lado.



Progressos do plano de **Eficiência Energética em 2025**

- Foi definida a estratégia e constituída a equipe de trabalho (Team Charter de Energia), responsável pelo monitoramento e cumprimento das metas.
- Cada planta identificou suas lacunas e estabeleceu um plano de redução de consumo, diferenciando as ações entre aquelas operacionais, sem necessidade de investimentos significativos, e aquelas que envolvem investimento. Entre as iniciativas, destacam-se:

Ações sem investimento associado

Ajustes de eficiência de secagem, eficiência de combustão, uso eficiente de vapor e condensado, redução de perdas, capacitação operacional e identificação de melhores práticas, entre outras iniciativas.

Ações com investimento associado

Otimização de equipamentos de vácuo (2025 e 2026), Prensa Sapata (2026) e queimadores e motores de alta eficiência (2026).

Adicionalmente, desenvolvemos planos de eficiência produtiva e iniciativas para manter todas as nossas plantas certificadas na norma ISO 50001 (Sistema de Gestão de Energia).

Essas iniciativas têm como foco a operação com menor consumo de energia nos processos de prensagem, secagem de papel, bem como no uso de vapor e condensado.

Ações de capacitação e conscientização em eficiência energética

Como parte da nossa rede de energia, cada planta conta com um “champion” (campeão) designado, cujo objetivo é disseminar boas práticas em sua respectiva operação.

"X100 Energías": é um encontro com duração de uma semana, que reúne representantes de todos os países, especialistas (internos e externos) e fornecedores, com o objetivo de promover a troca de boas práticas e a análise de benchmarks. Essa iniciativa contribui para o aprimoramento dos planos desenvolvidos pelas diferentes plantas para o cumprimento dos objetivos.

Fóruns virtuais: são realizados periodicamente com a finalidade de analisar boas práticas de gestão do dia a dia, que posteriormente podem ser disseminadas nas operações.

Juan Agustín Minelli,
Gerente de Fabricação – Planta Zárate
comenta:

||

Este espaço foi muito valioso para conhecer, de forma direta, as iniciativas e experiências que estão sendo implementadas pelas diferentes filiais. Destaco, especialmente, a troca prática sobre medições e gestão do consumo de energia elétrica, otimização de sistemas e gestão e manutenção preditiva, que me permitiram identificar soluções aplicáveis à nossa planta. O que mais valorizo neste encontro são as boas práticas compartilhadas, procedimentos, indicadores-chave (KPIs) e metodologias de acompanhamento que podemos adaptar às nossas condições."

Principais projetos de investimento em eficiência energética:

2025

Instalamos, no Peru, um equipamento de geração de vácuo. Em 2026, será instalado outro equipamento semelhante no Chile.

2026

Instalaremos um equipamento de prensagem na Planta Mallet, no Brasil.



Consumo de Energia da empresa em GWh

CATEGORIA	TOTAL
ENERGIA RENOVÁVEL	
Licor Negro	-
Biomassa certificada de manejo florestal sustentável	125
Eletricidade (adquirida) coberta por certificado de energia renovável	882
Vapor (adquirido)	-
Metanol	-
Hidrogênio	-
Total	1.008
ENERGIA NÃO RENOVÁVEL	
Gás Natural	2.027
Petróleo #6	2
Eletricidade (adquirida) sem certificado de energia renovável	206
Biomassa não certificada de manejo florestal sustentável	464
Vapor (adquirido)	63
Carbono	-
GLP	45
Diesel	4
Gasolina	0
Total	2.811
Consumo total (renovável e não renovável)	3.819
Caráter do consumo energético (%)	
Percentual de energia consumida proveniente de fontes renováveis	26,39%
Percentual de energia consumida proveniente de fontes não renováveis	73,61%







04 Ser melhores
juntos

Diversos países, uma só equipe

PAÍS	TOTAL		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Argentina	1.020	232	1.252
Bolívia	5	2	7
Brasil	3.850	1.799	5.649
Chile	1.586	492	2.078
Colômbia	500	232	732
Cuba	2	2	4
Equador	145	97	242
Espanha	0	1	1
Estados Unidos	0	2	2
Haiti	7	0	7
México	2.711	1.305	4.016
Paraguai	5	2	7
Peru	1.137	369	1.506
República Dominicana	1	1	2
Uruguai	232	56	288
Venezuela	84	34	118
Outros países	2	3	5
TOTAL	11.287	4.629	15.916
Total de países			20

Quadro de colaboradores por faixa etária

MENOS DE 30 ANOS		ENTRE 30 E 40 ANOS		ENTRE 41 E 50 ANOS	
HOMENS		HOMENS		HOMENS	
2.312		4.221		3.082	
MULHERES		MULHERES		MULHERES	
1.224		1.900		1.151	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	
3.536 / 22,2%		6.121 / 38,4%		4.233 / 26,5%	
ENTRE 51 E 60 ANOS		ENTRE 61 E 70 ANOS		MAIS DE 70 ANOS	
HOMENS		HOMENS		HOMENS	
1.408		259		05	
MULHERES		MULHERES		MULHERES	
327		26		01	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	
1.735 / 10,9%		285 / 1,7%		6 / 0,03%	
Total		HOMENS		MULHERES	
		11.287		4.629	
		TOTAL		TOTAL	
				15.916	



Sou Softys
Colaboradores no centro

Na Softys, temos a convicção de que o cuidado começa de dentro para fora.

Nossa cultura, Soy Softys, é a essência da nossa estratégia de Gestão de Pessoas e Organização; é o selo que nos define como uma família multilatina e o motor que nos impulsiona a ser um verdadeiro Powerhouse de Talentos. Inspirados pelas pessoas e impulsionados pelo desempenho, vivenciamos, no dia a dia, três pilares que transformam nossa forma de trabalhar, gerar valor e ir além.



Mais humanos

Colocamos a pessoa no centro de tudo o que fazemos, cultivando um ambiente de respeito em que o talento cresce com humanidade.

Para nós, ser mais humanos significa olhar para a pessoa de forma integral, conectando seus sonhos pessoais ao nosso dia a dia. Promovemos uma liderança que inspira por meio do cuidado, criando um ambiente próximo, no qual cada colaborador se sente respeitado, ouvido e valorizado por quem é.



Mais ágeis

Movemo-nos com flexibilidade e agilidade, priorizando as competências que nos permitem liderar o amanhã.

Entendemos que o mundo muda rapidamente e evoluímos com ele. Ser mais ágeis significa ser uma organização dinâmica, em que as hierarquias dão lugar às competências críticas. Impulsionamos a mobilidade de talentos para que nossas melhores capacidades estejam sempre onde gerem maior valor, respondendo com simplicidade aos desafios do mercado.



Mais impacto

Fazemos as coisas acontecerem, entregando resultados extraordinários que impactam positivamente a vida das pessoas.

Buscamos resultados que deixem legado. Gerar mais impacto é a nossa promessa de excelência: é agir com mentalidade de dono para executar nossa estratégia com precisão. Estamos focados em criar valor real e sustentável em toda a América Latina, assegurando que nossa cultura seja o motor que nos permita conquistar a preferência das famílias todos os dias.



Esse enfoque, que orienta todas as iniciativas que desenvolvemos no âmbito organizacional e de talentos, está estruturado em três alavancas estratégicas interconectadas que, por sua vez, derivam do Business Plan da Softys. São elas:

Talento

Tem como foco a construção de um “powerhouse” de talentos sustentável. Garantimos que nosso talento mais valioso impulse o crescimento nas posições que geram maior valor. Trata-se de alinhar nossas melhores competências aos papéis críticos e desenvolver um *pipeline* de sucessão sólido, por meio do desenvolvimento de pessoas e da transição para uma organização baseada em competências.

Organização

Tem como objetivo operar com agilidade e disciplina, potencializando resultados por meio de uma organização flexível e eficiente. Essa alavanca é o motor da nossa execução. Está orientada a um modelo operacional estratégico, no qual a responsabilidade (*accountability*) e a eficiência em tudo o que fazemos são a norma. Por meio de uma priorização dinâmica e de sistemas de recompensa vinculados à criação de valor, atuamos como um único time regional para assegurar que nossa estratégia se traduza em impactos reais e sustentáveis.

Experiência

Trata-se de criar uma experiência irresistível na Softys, vivenciando uma cultura de máximo cuidado e alto desempenho, na qual o propósito nos une e nos impulsiona. Essa alavanca promove uma mentalidade de dono e o compromisso de entender e atender nossos clientes e consumidores, apoiada em um ambiente de trabalho conectado e ágil, que favoreça a conexão humana e o alto desempenho.

Avanços de 2025

em nossos pilares estratégicos

Para consolidar a gestão de pessoas como o motor que impulsiona resultados e fortalece nossa cultura, ao longo de 2025 implementamos uma série de programas e iniciativas que operam de forma integrada, criando um ecossistema que potencializa talentos e assegura que cada ação contribua diretamente para o nosso propósito de negócio. Entre essas ações, destacam-se:

01.

Construção de uma Powerhouse de Talento (Mais Humanos)

Para potencializar o desenvolvimento integral das pessoas e assegurar que a organização conte com as competências necessárias para o presente e o futuro, concentramos nossos esforços nos seguintes focos estratégicos.

- **Desenvolvimento e sucessão**

Priorizamos o fortalecimento da liderança e o desenvolvimento de competências específicas, estruturando planos de sucessão para posições críticas.

- **Gestão baseada em competências**

Demos continuidade à transição para um modelo de “organização baseada em competências”, que proporciona maior flexibilidade e agilidade na gestão dinâmica de talentos.

- **Indicadores de excelência:**

Fit to Role: asseguramos que contamos com a pessoa certa, na posição certa, para cada desafio crítico.

Cobertura de sucessão: monitoramos a continuidade das posições críticas com sucessores identificados.

Gestão de Top Talents: garantimos que nossos talentos de alto potencial estejam sempre contemplados nos planos de sucessão e contem com planos de desenvolvimento.

Retenção: cuidamos da permanência do nosso talento-chave, acompanhando de perto seu nível de engajamento e rotatividade.

Principais resultados alcançados

Fit to Role	• Fit to Role de cargos críticos: 87% • Fit to Role de cargos críticos Comercial: 86% versus 79% em 2020.
Desenvolvimento de capacidades em bens de consumo	• 7.942 horas de formação em 2024 e 13.743 horas em 2025. • 435 colaboradores atendidos pelos programas da Academia Comercial.
Aceleração de sucessão	• 211 movimentações internas nos níveis técnico e gerencial. • 14 movimentações internas no Comitê Executivo entre 2024 e 2025.
Planos de desenvolvimento integrados	• 788 planos de desenvolvimento ativos. • 38 líderes comerciais em uma trilha de desenvolvimento para acelerar sua prontidão.

Programas de formação impulsionados sob o eixo “Talento”

Somos Softys	Iniciativa voltada a conectar todos os colaboradores ao negócio, aos consumidores, às marcas e aos pontos de venda. Busca promover uma mentalidade de empresa de bens de consumo e fortalecer o senso de propósito e pertencimento.
Softys Next Generation	Programa de desenvolvimento e acompanhamento com duração de 12 meses para os Top Talents das novas gerações. Seu objetivo é acelerar o desenvolvimento e reter talentos jovens de alto potencial.
Sou Vendas	Programas de capacitação e acompanhamento voltados às áreas de vendas e ao desenvolvimento de liderança em toda a organização. Têm como objetivo fortalecer competências críticas e alinhar as formas de trabalho e liderança à cultura Softys.
Fire up Líderes	Programa-piloto de <i>coaching</i> e acompanhamento para líderes que buscam aprimorar seus resultados na pesquisa de experiência. A iniciativa desenvolve as competências de liderança para fortalecer o clima organizacional e a conexão com as equipes, a partir de uma abordagem positiva.
Sou Líder Softys	É o marco fundamental para o desenvolvimento da liderança em toda a nossa organização. Oferece as ferramentas necessárias para vivenciar o Bom Cuidado, alinhando nossos líderes à cultura Soy Softys: “Mais Humanos, Mais Ágeis e Mais Impacto”. Promove o desenvolvimento de líderes que inspiram, desenvolvem talentos e constroem ambientes de confiança e alto desempenho.

Média de horas de aprendizagem por pessoa no ano

Alta gerência	Homens	111,52	Força de venda	Homens	60,81	Outros técnicos	Homens	50,07
	Mulheres	86,59		Mulheres	65,21		Mulheres	52,80
	Total	99,05		Total	63,01		Total	51,44
Gerência	Homens	95,11	Administrativo	Homens	50,20	Auxiliar	Homens	51,00
	Mulheres	95,06		Mulheres	54,05		Mulheres	50,92
	Total	95,09		Total	52,13		Total	50,96
Liderança	Homens	73,40	Outros profissionais	Homens	61,52	Operador	Homens	49,77
	Mulheres	82,59		Mulheres	67,12		Mulheres	48,87
	Total	77,99		Total	64,32		Total	49,32
Média anual de horas de aprendizagem								
Homens			Mulheres			Total		
67,04			67,02			67,03		



Sou Vendas



O que mais destaque é termos alinhado todos os países ao novo Modelo Operacional Comercial, com o consumidor no centro e a disciplina como base. Fazer parte do time de liderança me permitiu compartilhar conhecimentos valiosos: embora sejamos mercados distintos, os processos nos conectam. Foi uma experiência enriquecedora que reforça que, na Softys, todos somos Vendas e evoluímos juntos para atender nosso consumidor."

Eliana Machuca, Gerente de Revenue Management, Colec.

Softys Next Generation



Fazer parte do Next Generation me proporcionou crescimento pessoal e profissional, oferecendo ferramentas e conhecimentos-chave para o meu papel. Além disso, ter sido selecionada foi um grande reconhecimento, que me motiva a seguir assumindo novos desafios e a dar sempre o meu melhor.

Gabriela Galindo, Gerente de Marketing PC, México.

02. *Experiência do Colaborador (Mais Ágeis)*

Com o objetivo de consolidar um ambiente que promova bem-estar, conexão e alto desempenho, ao longo de 2025 avançamos na evolução para formas de trabalho mais dinâmicas, por meio dos seguintes focos:

Conexão humana e workplace

Seguimos fortalecendo o vínculo entre nossos times por meio do Softys Place, um conceito de espaço de trabalho desenvolvido para potencializar a colaboração, a concentração e a celebração. Nesse contexto, inauguramos com orgulho nossos novos escritórios em Bogotá e São Paulo.

Cultura e agilidade operacional

Nossa gestão de pessoas é o motor que sustenta a implementação de projetos estratégicos do negócio, integrando metodologias ágeis e transformando rotinas em hábitos de alta eficiência. Esse movimento é potencializado pelo nosso marco cultural Soy Softys: mais humanos, mais ágeis, mais impacto.

"Algo que me encantou presenciar foi o que aconteceu na Convenção de Vendas do Brasil. Foi incrível ver como o time já não apenas repetia o slogan, mas, ao apresentar seus planos, incorporou de fato o 'Mais humanos, Mais ágeis e Mais impacto'. Eles começaram por 'Mais humanos', explicando como estruturaram suas equipes, como apostaram na abertura de novos canais e como priorizaram o cuidado com as pessoas. Em seguida, em 'Mais ágeis' e 'Mais impacto', apresentaram os planos de execução e os resultados alcançados. É nesse momento que percebemos que tudo isso realmente 'fez sentido'. Já não é apenas 'a linguagem da empresa', mas a forma como o time vive e trabalha todos os dias. Ver que a cultura já é utilizada para explicar seus próprios resultados é a melhor evidência de que estamos no caminho certo." Maye Alessandrini, Diretora Corporativa de Pessoas e Organização.

Liderança e clima organizacional

O clima das nossas equipes é uma prioridade, e os resultados da pesquisa Gallup (ver quadro) confirmam que o trabalho consistente com nossos líderes está gerando resultados. Não apenas melhoramos os indicadores, como também fortalecemos os vínculos humanos. Nesse caminho, o programa "Fire Up Leaders" tem sido fundamental: uma iniciativa de coaching desenvolvida para transformar desafios em oportunidades. Com uma abordagem positiva, apoiamos os líderes no desenvolvimento de suas competências de gestão, promovendo a evolução de suas equipes da desconexão para o engajamento. Porque, na Softys, liderar é, antes de tudo, cuidar.

"Essa experiência foi uma pausa consciente essencial. Permitiu-me avaliar nosso ambiente e identificar áreas que demandam maior colaboração. Com base na pesquisa, hoje tenho uma visão mais clara dos fatores que impulsionam nossa produtividade, como o reconhecimento e a disponibilidade de ferramentas adequadas. Foi um processo fluido e revelador, que contribuiu para alinhar minhas expectativas pessoais aos objetivos da organização", comentou Veronica Cardenas, Finance Business Partner Comercial, Colec.

Reconhecimento

Por meio do programa transversal "Bravo", buscamos consolidar uma cultura de celebração e reconhecimento como parte da nossa essência. Essa é uma prática que seguiremos fortalecendo nos próximos anos, pois sabemos que reconhecer o valor das nossas pessoas é a melhor forma de nos inspirar a ir além.



Pesquisa Gallup

Elevamos para 4,03 nossa pontuação global na Pesquisa Gallup. Essa é uma ferramenta que nos permite medir a satisfação, o engajamento e o senso de identidade entre nossos colaboradores. Entre os principais resultados, destacam-se:

Taxa de participação

DATA	01-31 ago
TOTAL DE PARTICIPANTES	13.848 de 14.708
SOFTYS 2025	94%
SOFTYS 2024	93%
SOFTYS 2023	91%
2025 Gallup 84%	

2025 engajamento

SOFTYS 2025	4,03	P60
SOFTYS 2024	3,92	P44
SOFTYS 2023	3,86	P35

Crescemos

+0,11pp
VERSUS 2024

Superamos a
meta 2025

+0,10

O crescimento destacado do mercado é 0,10

P60°

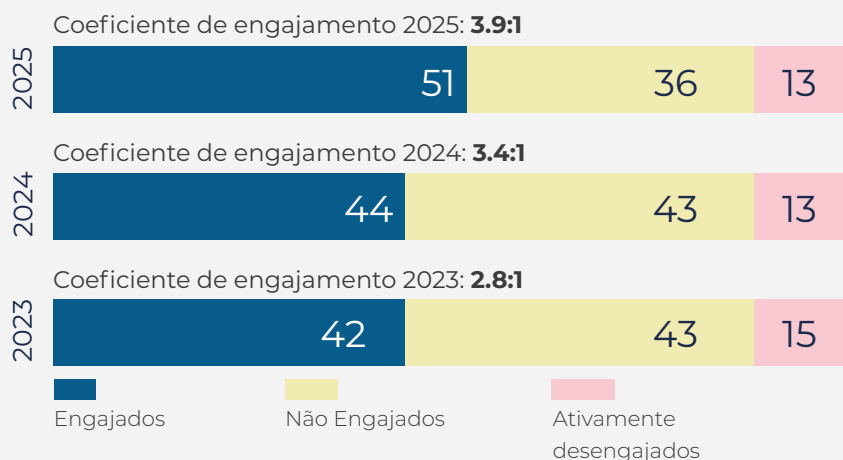
BOM CUIDADO

+16

VERSUS 2024

Porcentagem empresa

Índice de engajamento



Crescemos

+0,07

Colaboradores engajados vs 2024

Média de
engajamento

+0,51

significativamente superior a 2024

03.

Organização eficiente ("Mais Impacto")

Para garantir que nossa estratégia seja executada com precisão e velocidade, em 2025 nos concentramos em criar modelos operacionais que assegurem eficiência, clareza e alinhamento em toda a companhia. Nossos principais eixos foram:

Uma única Softys

Avançamos no desenho de modelos operacionais homogêneos para áreas-chave como Comercial, Operações, Finanças, TI e Inovação. Não buscamos apenas padronizar, mas também derrubar silos para operar como uma única companhia regional, integrada e coesa.

Clareza e gestão da mudança

Os novos modelos que desenvolvemos organizam a operação, definem papéis e responsabilidades, estabelecem onde estão alocadas as decisões-chave e estruturam fóruns ágeis de decisão e os pontos de interação entre o corporativo e os países. Neste âmbito, um marco relevante foi a implementação do processo IBP, que nos permitiu trazer maior clareza à governança da Supply Chain.

Sobre a implementação do IBP, **Max Novotny, diretor Regional de Supply Chain**, que lidera o projeto, comenta: "O processo confirmou o alto nível de comprometimento e excelência das equipes, assim como sua capacidade de adaptação e de construção de novas formas de trabalho. Observamos coragem na liderança para enfrentar transformações profundas em processos, pessoas e ferramentas, além de uma forte capacidade de aprendizado para assumir novas responsabilidades e compreender o impacto de cada etapa do IBP."

Eficiência

Nosso trabalho em desenho organizacional nos permitiu tomar decisões mais assertivas sobre centralização, perfis necessários para o futuro e desenho de estruturas. Isso nos permitiu avançar rumo a uma operação mais transparente e eficiente, além de alocar o talento onde ele gera maior valor para o negócio.

Principais iniciativas:



Instância para o desenvolvimento de habilidades, compartilhamento de conhecimentos e fortalecimento da agilidade operacional por meio de metodologias voltadas aos papéis de Scrum Master e Agile Coach.

- 255 pessoas capacitadas



Células de aceleração de projetos multipaís e multifuncionais, com metodologia Agile, desenhadas para identificar e capturar rapidamente oportunidades de valor (*pockets of value*).

- 859 participantes.



Projeto estratégico de transformação para implementar o processo IBP, com o objetivo de assegurar um planejamento integrado, ágil e alinhado entre todas as áreas do negócio.

- 159 participantes.



Iniciativa de autogestão digital, cujo objetivo é habilitar nosso Ecossistema Ágil por meio de uma experiência integrada de gestão de pessoas.

- 65 participantes.



Nosso objetivo é atuar
como “uma única Softys”.

Quadro de pessoal por sexo e categoria profissional

Categoria	Homem	Mulher	TOTAL	% Homem	% Mulher
Alta Gerência	37	21	58	63,79%	36,21%
Gerência	125	55	180	69,44%	30,56%
Liderança	260	155	415	62,65%	37,35%
Força de vendas	634	590	1.224	51,80%	48,20%
Administrativo	325	180	505	64,36%	35,64%
Outros profissionais	2.365	1.595	3.960	59,72%	40,28%
Outros técnicos	1.902	644	2.546	74,71%	25,29%
Auxiliar	2.544	721	3.265	77,92%	22,08%
Operacional	3.095	668	3.763	82,25%	17,75%
Total	11.287	4.629	15.916	70,92%	29,08%

Quadro de pessoal por tipo de contrato

CONTRATO	MULHERES	HOMENS	TOTAL
DE TÉRMINO INDEFINIDO	4.366	10.780	15.146
	%MULHERES POR TIPO DE CONTRATO	% HOMENS POR TIPO DE CONTRATO	%QUADRO DE PESSOAL POR TIPO DE CONTRATO
	94,32%	95,51%	95,16%
CONTRATO DE PRAZO FIXO	263	507	770
	%MULHERES POR TIPO DE CONTRATO	% HOMENS POR TIPO DE CONTRATO	%QUADRO DE PESSOAL POR TIPO DE CONTRATO
	5,98%	4,49%	4,84%
TOTAL	4.629	11.287	15.916

Quadro de pessoal por regime de trabalho flexível laboral

	HOMENS	MULHERES	TOTAL
JORNADA MÉDIA	17	41	58
JORNADA COMPLETA	11.270	4.588	15.858
TOTAL	11.287	4.629	15.916
Colaboradores abrangidos por medidas de regime de trabalho flexível, incluindo acordos específicos para aqueles com responsabilidades familiares e faixas de horário flexível para responsáveis pelo cuidado de crianças de até 12 anos (Chile).			
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
ABRANGIDOS POR TELETRABALHO EM REGIME PARCIAL	03	21	24
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
ABRANGIDOS POR TELETRABALHO EM REGIME INTEGRAL	0	0	0
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
SEM REGIME DE TRABALHO FLEXÍVEL	10.426	3.645	14.071
TOTAL	11.287	4.629	15.916

Licença-maternidade/paternidade

PAÍS / GÊNERO	DIREITO A LICENÇA-MATERNIDADE/ PATERNIDADE			USO DE LICENÇA-MATERNIDADE/ PATERNIDADE		
	Homem	Mulher	Total	Homem	Mulher	Total
Argentina	3	13	16	3	13	16
Brasil	133	47	180	133	47	180
Chile	0	44	44	0	44	44
Colômbia	21	13	34	21	13	34
Equador	0	4	4	0	4	4
México	2	39	41	2	39	41
Peru	31	21	52	31	21	52
Uruguai	0	6	6	0	6	6
Total	190	187	377	190	187	377

Copa Softys

Colec, agora sim!



Um pouco de história

Muitos tinham a Colec entre os principais candidatos a conquistar a Copa Softys de 2024. Os comentários de corredor, próximos às máquinas de café, já a apontavam como uma possível vencedora. Não há dúvida de que méritos não lhe faltavam. No entanto, a Argentina vivia, em 2024, um ano repleto de conquistas, e a equipe do Rio da Prata soube se impor – assim como fez na Copa América de Futebol.

Naquela tarde, de derrota digna e saudável em Gachancipá, o sentimento foi levemente amargo. Ainda assim, Eduardo Arcos tomou rapidamente a palavra e pediu rostos alegres e energia para seguir em busca da vitória em 2025.

E assim foi. Nesse ano, voltaram as especulações de praxe. Despontaram como fortes candidatas a Sepac, impulsionada por seus resultados extraordinários em um ambiente muito desafiador, assim como Uruguai e Chile, demonstrando solidez em 360°. Mas a Copa era da Colec – e o reconhecimento veio como uma vitória merecida, conquistada com garra até o último minuto de jogo.

Anos atrás, os resultados desse *cluster* não eram os melhores, e foi concebido um plano abrangente que promoveu uma virada que parecia difícil – e que hoje é uma realidade. A rentabilidade do negócio se somou a uma disciplina operacional consistente, alavancada por processos inovadores, como o branqueamento



oxidativo, a redução do uso de água e a categoria Platina em “Resíduos Zero” – dimensões de sustentabilidade que também se destacaram. Tudo isso acompanhado de excelentes resultados na pesquisa de experiência da Gallup. Um ano completo.

O momento de entrega da Copa, como sempre, foi marcado por surpresa e emoção. A equipe da Colec não sabia que Gonzalo Darraidou, Maye Alessandrini e Rafael Schmidt haviam viajado em segredo para entregar o tão aguardado troféu. Na equipe, apenas uma pessoa conhecia o resultado: Ximena Mora, que contou: “Para garantir que ninguém percebesse a presença de Gonzalo, Maye e Rafa, tivemos que levá-los pelo elevador de carga. Gonzalo brincava dizendo que haviam se tornado meros volumes: volume 1, volume 2 e volume 3... Foi um processo emocionante e muito desafiador para manter a surpresa”.

Ao receber a Copa, Eduardo Arcos leu um discurso que já havia preparado. Era a convicção do trabalho bem-feito. O diretor comentou: “Este é um grande reconhecimento que nos enche de orgulho e motivação. Quero agradecer e reconhecer os mais de 900 colaboradores da Softys Colec, que diariamente dão o seu melhor e, independentemente dos desafios, seguem em frente com dedicação e compromisso. É uma grande conquista para um grande time”. Em seguida, um grupo folclórico local cantou um *vallenato* composto para a ocasião – e a celebração tomou conta.

A Copa Softys segue, ano após ano, fortalecendo-se como um símbolo muito nosso – um símbolo que representa o melhor do que somos e que é perseguido com determinação e espírito de competição saudável. As equipes que não venceram já começam, desde o primeiro momento, a sonhar com a conquista no próximo ano.

E a Colec, sem dúvida, sonha em manter a Copa em casa. Parabéns!

Mulheres que inspiram novas Linhas Rosa

Tudo começou em 2024, com 18 colaboradoras. Foi em nossa planta do Vale do México que inauguramos nossa primeira “Linha Rosa”, operada 100% por mulheres. Essa linha tem se destacado por sua eficiência integral, mantendo padrões elevados de assiduidade, segurança (dias sem acidentes) e qualidade no desempenho.

Jetur Zacarias, operadora da linha, comentou: “O mais gratificante de trabalhar com mulheres é a dedicação, o aprendizado do dia a dia e o resultado de tudo isso: a produção”.

Seguindo esse caminho, em 2025, a planta de Altamira incorporou uma segunda Linha Rosa, com 12 operadoras. Essas iniciativas contribuíram para o cumprimento da nossa meta de aumentar em 50% a proporção de mulheres no quadro de pessoal até 2025. A meta foi alcançada com sucesso – e isso vai além de promessas e números. Seguiremos trabalhando para impulsionar a equidade em nossos times.

Para as operadoras da linha, tem sido gratificante trabalhar entre mulheres. Para Dina Flores, operadora da Linha Rosa, há compreensão e apoio mútuo entre elas. Além disso, ela destaca que é um mito que o trabalho mecânico seja exclusivo dos homens ou que as mulheres não possam desempenhar atividades mais exigentes



No caso da operadora Paloma González, se tivesse uma filha, gostaria que ela atuasse em uma linha composta por mulheres, para que pudesse vivenciar essa experiência e não crescesse acreditando que as mulheres não são capazes por não terem força suficiente.

Mas não foi apenas o México que implementou essa iniciativa. A Softys Sepac, em agosto de 2025, inaugurou sua primeira Linha Rosa, na qual os quatro turnos de trabalho são operados exclusivamente por mulheres. O sucesso e os excelentes resultados operacionais foram tão expressivos que rapidamente impulsionaram a abertura de uma segunda Linha Rosa na Planta Mallet, motivo de orgulho pelo compromisso e dedicação demonstrados no dia a dia.

A implementação dessas linhas no México e na Sepac reafirma que as mulheres possuem a capacidade e a liderança necessárias para atuar em qualquer função operacional. Essa iniciativa consolida o talento feminino como um motor de excelência, evidenciando a colaboração entre elas e a paixão pelo que fazem.



Iniciativas impulsionadas

Mobilidade interna

527

PROMOÇÕES

539

MAPEADAS NOS PLANOS DE
SUCESSÃO

Participação em projetos estratégicos

49,5%

MULHERES NOS PROJETOS RUBIK,
EMPOWER E SAP4FUTURE

||

“Me sinto muito feliz e grata pela confiança e pelo reconhecimento ao assumir o cargo de Gerente de PMO. Este novo desafio representa a oportunidade de estruturar uma área que gere valor real para o negócio, com governança, agilidade e simplicidade. Quero contribuir para que a PMO seja um centro de referência e colaboração, apoiando a Softys na execução de projetos estratégicos com maior clareza, excelência e propósito”, concluiu **Rita María García de Carvalho, Gerente de PMO**. Anteriormente, atuou em nossa fábrica de Caieiras como Gerente de Projetos de Logística

Mulheres na organização



Na SoftyS, consideramos cargos de liderança a partir do nível de liderança (supervisão) em diante.

META: AUMENTAR EM 50% A PROPORÇÃO DE MULHERES NO QUADRO DE COLABORADORES ATÉ 2025



META: AUMENTAR EM 50% A PROPORÇÃO DE MULHERES EM POSIÇÕES DE LIDERANÇA ATÉ 2025



PcD

NÚMERO DE PcD

254

2023

1,8%

333

2024

2,3%

402

2025

meta de 2,5%

2,5%

cumprimento de 100%

Iniciativas impulsionadas

Parcerias

EXTERNAS

Workshops

DE SENSIBILIZAÇÃO

Ferramentas

E CAPACITAÇÃO EM LÍNGUA DE SINAIS

Acessibilidade

RAMPAS, SINALIZAÇÃO, ALARMES
E SENSORES

Processos

DESELEÇÃO CONDUZIDOS POR
ESPECIALISTAS

Cultura inclusiva: **Todos os dias, todos fazem a diferença**

**No coração da Softys, a
inclusão não se manifesta
apenas em marcos pontuais,
mas também no dia a dia.**

É algo tão fundamental quanto oferecer escritórios acessíveis ou participar de uma reunião em que todas as vozes são consideradas. É, sobretudo, a sinergia que nos impulsiona a crescer.

Na nossa companhia, a inclusão é um pilar fundamental da nossa cultura. **Paola Maguiña, assistente administrativa no Peru**, compartilha que conseguiu se desenvolver sem barreiras tanto nas plantas quanto nos escritórios administrativos. Para ela, o apoio da equipe e um ambiente projetado para a acessibilidade são essenciais; ter clareza sobre o que se espera de seu papel permite que dê o seu melhor e alcance seus objetivos diariamente. A inclusão é uma realidade concreta em sua equipe, e Paola a vivencia plenamente em cada espaço de integração,



reunião e atividade corporativa. Nesse contexto, ela destaca: “Mais do que participar, percebo que minha contribuição é considerada essencial para que essas iniciativas se desenvolvam de forma efetiva. Existe uma liberdade real para expressar minhas ideias, o que reforça não apenas meu senso de pertencimento, mas também a confiança mútua e meu papel ativo dentro da equipe”.

Embora tenhamos avançado em inclusão, buscamos que esse valor seja parte essencial da nossa identidade. Nesse sentido, Paola sugere fortalecer parcerias com organizações especializadas para incorporar melhores práticas e avançar continuamente em nossa jornada rumo a uma inclusão genuína.

Palestra: Vamos falar sobre deficiência

Para consolidar um ambiente de trabalho mais inclusivo, a equipe da Planta Altamira, no México, participou de uma jornada de capacitação voltada à promoção de uma cultura de diversidade e inclusão.

Essa iniciativa busca sensibilizar os colaboradores sobre a importância da equidade e do respeito

mútuo, eliminando barreiras e fortalecendo os valores organizacionais na operação. Por meio desse processo de formação, promove-se a criação de ambientes de trabalho que assegurem a plena integração e o desenvolvimento de todas as pessoas, contribuindo para um ambiente profissional mais humano.

Saúde e segurança

Prevenir e melhorar



O compromisso com o cuidado das pessoas se materializa, em primeiro lugar, na criação de ambientes de trabalho seguros e saudáveis.

Na Softys, nosso principal objetivo é garantir que cada colaborador desempenhe suas funções sem risco de acidentes, pois a segurança é uma condição essencial para o desenvolvimento do nosso talento. Com esse propósito:

Priorizamos a oferta contínua de capacitação, bem como o fornecimento de equipamentos adequados e da infraestrutura necessária para uma operação segura.

Atualizamos permanentemente nossas políticas e procedimentos de saúde e segurança, a fim de manter uma governança alinhada aos mais elevados padrões internacionais nessas áreas.



Resumo do desempenho da Softys em Saúde e Segurança em números

INDICADOR	2025
INDICADORES-BASE	
Horas trabalhadas	30.957.897
Quadro médio de colaboradores	13.315
Dias perdidos por acidente	3.304
Média de dias perdidos	70
FATALIDADES	
Número de fatalidades	0
Taxa de fatalidades	0
ACIDENTES	
Número de acidentes sem afastamento	198
Número de acidentes com afastamento	47
Taxa de acidentes	0,35
Taxa de sinistralidade	24,81
Índice de frequência (TRIF/TRIR)	1,52
Índice de gravidade	106,73
DOENÇAS OCUPACIONAIS	
Novos casos de doenças ocupacionais	1
Casos antigos de doenças ocupacionais	14
Total de doenças ocupacionais	15
Taxa de doenças ocupacionais	0,008

(KPI) – Índice de Frequência de Acidentes

Meta 2028
1,0

ESTAMOS EM

1,52

Novo enfoque preventivo

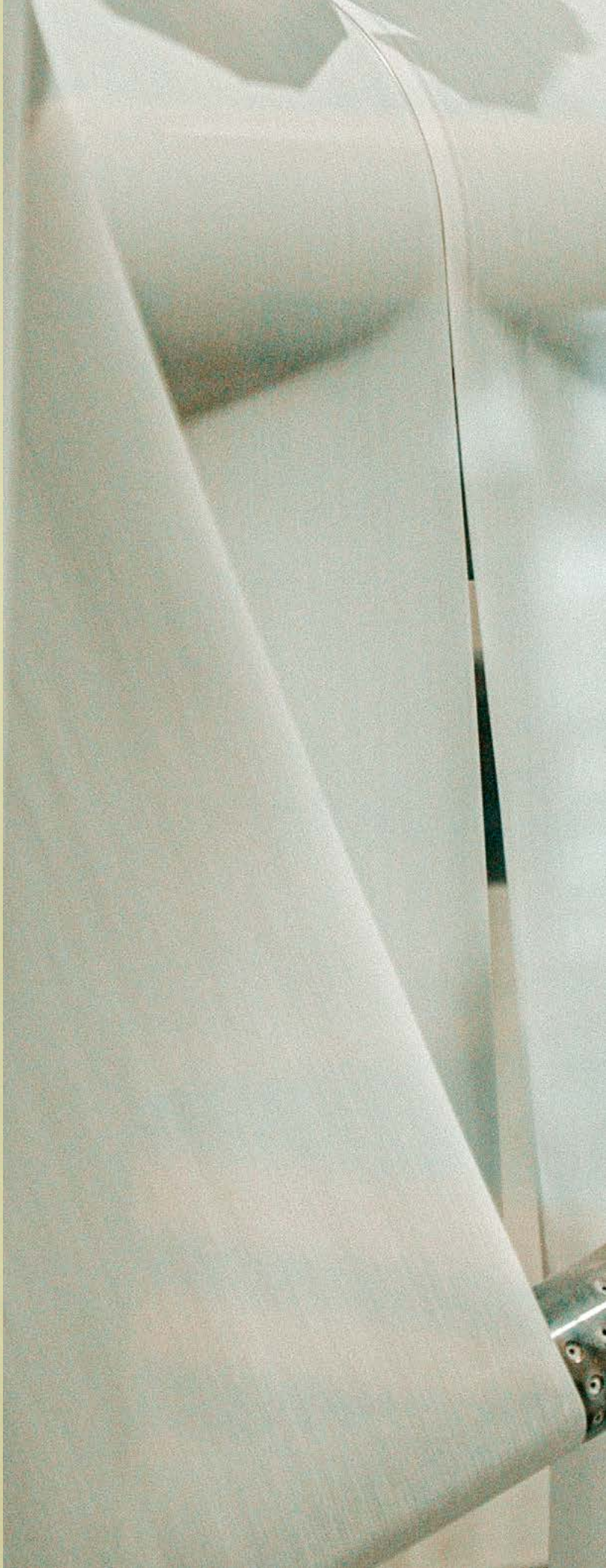
Na Softys, promovemos uma gestão proativa que busca antecipar e controlar riscos com potencial de gerar consequências graves.

Nesse sentido, em 2025, um de nossos principais avanços foi a substituição da filosofia de “Zero Acidentes” por uma abordagem centrada nos conceitos de “Zero Fatalidades e Zero Acidentes Graves”.

No segundo semestre de 2025, essa nova visão corporativa se traduziu na **atualização da Política de Segurança, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente da Softys**.

Com o objetivo de “promover e consolidar uma cultura de cuidado e responsabilidade compartilhada, na qual a vida e a integridade das pessoas são valores inegociáveis para a nossa organização”, este documento define como principais focos estratégicos:

- **Promover a participação ativa** de nossos colaboradores, contratados e visitantes.
- **Proporcionar ambientes de trabalho saudáveis e seguros**, prevenindo lesões e agravos à saúde.
- **Impulsionar uma gestão de riscos eficaz**, com foco na eliminação de lesões graves e fatais.
- **Fortalecer uma cultura de cuidado** que prioriza a vida e o bem-estar de todos.



Atualizamos o Sistema de Gestão de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA)

Como resultado dessa análise, também revisamos o enfoque de alguns dos programas de segurança já estabelecidos, que passaram de um nível de implementação para um estágio de maior maturidade e aprofundamento. Por exemplo:

- **Programa "Softys mais Seguro":** focado em comportamento, liderança e prevenção de incêndios, o programa evoluiu de seu objetivo inicial de "estabelecer disciplina" – garantindo que a liderança cumprisse uma frequência e um número definidos de atividades (caminhadas de segurança, diálogos, observações) – para o desafio de fortalecer e elevar a qualidade dessas atividades.
- **Sistema de Alerta "Cartão Verde":** desenvolvido para identificar condições inseguras em todas as nossas áreas operacionais, esse sistema evoluiu, em 2025, para um enfoque centrado na qualidade e na agilidade de resolução. Sob essa nova abordagem, o

indicador-chave a ser acompanhado mensalmente com os gerentes de operações no "Team Central" será o percentual de encerramento de desvios e a identificação de barreiras críticas. A gestão detalhada de cada notificação continuará sob responsabilidade local de cada unidade.

"Os cartões verdes são uma das principais ferramentas preventivas da nossa gestão de segurança. Por meio deles, qualquer colaborador pode reportar condições inseguras de diferentes níveis de gravidade, promovendo uma participação ativa e contínua na identificação de riscos dentro da planta. Na prática, isso vai desde a identificação de situações críticas, como a ausência de uma proteção em um equipamento, até condições simples, mas relevantes, como um degrau sem sinalização adequada, que, uma vez reportado, pode ser rapidamente corrigido e evitar uma lesão", explicou **Santiago Glardello, Gerente de Segurança, Saúde e Meio Ambiente da Softys Uruguay.**



Esta revisão, de caráter abrangente, considerou mudanças nos três níveis do Sistema de Gestão de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA):

01

Padrões Centrais (Sistema de Gestão)

Foram realizadas alterações principalmente no que se refere à reportabilidade e ao fluxo dos eventos.

02

Padrões de Processos Críticos

Todos os padrões críticos foram revisados, incluindo aqueles relacionados a trabalhos em altura.

03

Padrões de Sistemas de Trabalho Seguro

O padrão relacionado ao armazenamento foi atualizado.



Capacitação e campanhas de conscientização

No contexto da atualização do Sistema de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA), em 2025, estabelecemos como objetivo desenvolver programas de capacitação para os colaboradores, com foco em prevenção e autocuidado.

Como parte dessa agenda, promovemos as seguintes iniciativas:

- **Acelerador para pilar TPM:** implementamos um “acelerador” (ou *startup*) para o pilar de Segurança e Meio Ambiente do sistema de gestão TPM (Total Performance Management), que apresentava defasagens. Essa estratégia culminou em um encontro que reuniu representantes de todas as plantas e países, com o objetivo de atualizar formatos, ferramentas de auditoria e alinhar metodologicamente o programa, com o apoio de uma consultoria externa.

- **Playbook de Conversas Eficazes:** relançamos o “Playbook de Conversas Eficazes e Seguras”, um guia desenvolvido internamente para apoiar e fortalecer o modelo de comunicação e diálogo da liderança em temas de segurança, aplicável a todos os níveis, desde supervisores até gerentes de planta.

- **Treinamento em Lesões Graves e Fatais (LGF)** reforçamos a capacitação de líderes em todas as unidades para a identificação e gestão de situações com potencial de resultar em lesões graves ou fatais

Especificamente, no segundo semestre, incorporamos uma nova iniciativa de treinamento direcionada a gerentes de Operações e de Supply Chain, bem como às suas equipes diretas. O foco dessa capacitação é a identificação e a gestão preventiva de potenciais eventos ou acidentes com consequências graves ou fatais.

Temos uma tarefa

Os esforços na prevenção de acidentes não podem cessar. Eles são uma expressão essencial do nosso propósito de cuidar das pessoas. Nossas metas e foco estão na redução de potenciais eventos fatais, fortalecendo a identificação antecipada de riscos críticos antes que se materializem em quase acidentes ou incidentes.

Adicionalmente, destacam-se o controle de energias perigosas e a implementação do pilar de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA) no TPM, com o objetivo de integrar essas dimensões à excelência operacional, desenvolvendo operadores autônomos e disciplinados, capazes de identificar e controlar riscos em suas atividades diárias.



Capacitação em Saúde e Segurança em números

TOTAL DE PESSOAS CAPACITADAS

ANO 2025

12.305

% DE COLABORADORES CAPACITADOS

95%

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR PESSOA

27

Gestão de contratados

Cuidar é proteger a todos

Contamos com um procedimento de gestão de contratados que assegura que o pessoal externo cumpra os mesmos padrões de saúde e segurança que nossos próprios colaboradores. Na Softys, a proteção é igual para todos que fazem parte da nossa operação.

Este sistema define os seguintes processos:

- **Pré-qualificação:** as empresas contratadas devem passar por um processo de pré-qualificação em segurança para participar de processos de licitação.
- **Verificação:** exige-se e verifica-se que o pessoal contratado esteja devidamente treinado e capacitado antes de iniciar suas atividades.
- **Integração:** todos os contratados recebem nossa integração corporativa de segurança

Em relação ao lamentável acidente fatal ocorrido na Planta Pirai, após uma análise rigorosa de causalidade, foi determinado que o evento decorreu do não cumprimento dos protocolos de segurança vigentes. Diante desse fato, a Softys acionou imediatamente um plano estratégico de resposta, que incluiu as seguintes ações

01

Foco em Lesões Graves e Fatais (LGF)

02

Mudança de postura na liderança

03

Aumento da qualidade das atividades

04

"Call to Action"



Resumo do desempenho de contratados em Saúde e Segurança em números

INDICADOR	2025
INDICADORES-BASE	
Horas trabalhadas	15.019.591
Dias perdidos por acidente	6.457
Média de dias perdidos por acidente	587
FATALIDADES	
Número de fatalidades	1
Taxa de fatalidades	11,1
ACIDENTES	
Taxa de acidentes	0,12
Taxa de sinistralidade	71,69
Índice de frequência (TRIF/TRIR)	0,73
Índice de gravidade	430



Integridade e compliance

Fazer o correto sempre



A conduta íntegra e o respeito irrestrito às normas são parte essencial da nossa identidade corporativa e constituem os pilares sobre os quais buscamos construir relações de confiança sólidas e duradouras com nossos públicos de interesse.

Para promover e aprofundar esses princípios, na Softys impulsionamos o Programa de Integridade e Compliance "Faça o Certo". Com essa iniciativa, nosso objetivo é consolidar na companhia uma cultura de cuidado, respeito e probidade, consistente com nossos valores e alinhada aos mais elevados padrões de conduta empresarial.

Avanços do Programa de Integridade e Compliance em 2025

01. *Gestão ética*

Em linha com a primeira meta de integridade e *compliance* definida na Estratégia de Sustentabilidade – 100% dos colaboradores aderirão formalmente ao Código de Ética da Softys –, ao longo do último ano conseguimos difundir com sucesso nosso Código de Ética nos oito países em que operamos. Vale destacar que esse documento foi revisado em 2024, com uma identidade visual alinhada à nossa nova marca corporativa, com o objetivo de reforçar a identificação dos colaboradores com suas diretrizes. O lançamento foi complementado por comunicações internas e por treinamentos sobre conduta ética, especialmente direcionados aos operadores de planta. Esses treinamentos fazem parte do plano anual voltado à divulgação do nosso canal de denúncias. Em 2025, esse programa de conscientização foi ampliado por meio de uma estratégia que também contemplou o fortalecimento de capacidades.

Como parte desse trabalho, realizamos campanhas de sensibilização em nível regional, que incluíram conteúdos específicos relacionados à Lei Karin, no Chile, voltada à prevenção e à sanção de casos de assédio sexual, assédio moral e violência no trabalho. Essa abordagem contribuiu para o aumento das denúncias recebidas nos últimos 12 meses por meio desse canal de comunicação.

Para gerenciar esse volume de notificações e padronizar a qualidade das respostas, também implementamos um programa de capacitação voltado a uma equipe de investigadores internos em toda a região.

Conseguimos disseminar com sucesso nosso Código de Ética, com uma abordagem prática em todas as nossas operações.

Objetivo

Padronizar o processo de investigação (diligências, entrevistas e relatórios) para assegurar que todos os casos, independentemente do país, sejam conduzidos com o mesmo padrão de qualidade e permitam a tomada de decisões informadas.

Workshops

Foram realizados *workshops* sobre investigações internas ao longo do ano.

Metas

Para apoiar nas diligências de investigação, de acordo com a natureza de cada caso, capacitamos profissionais das seguintes áreas:

- **Pessoas & Organização:** para condução de entrevistas e análise de casos relacionados à gestão de pessoas.
- **Controles Internos:** para casos relacionados a fraude e revisão de sistemas internos
- **Segurança Patrimonial (México):** para investigações relacionadas à segurança e à proteção de ativos

Denúncias recebidas em 2025 por categoria

CATEGORIAS	TOTAL DE DENÚNCIAS	ENCERRADAS			ABERTAS Em investigação
		NÃO ADMISSÍVEIS	ADMISSÍVEL NÃO COMPROVADA	ADMISSÍVEL RESOLVIDA <i>(total ou parcialmente comprovada)</i>	
Assédio moral	52	2	27	18	5
Assédio sexual	19	2	7	7	3
Apropriação ou uso indevido de recursos da companhia	27	1	8	15	3
Comportamento inadequado	294	65	88	126	15
Conflito de interesses	44	4	27	8	5
Discriminação	21	4	12	3	2
Histórico de denúncias por discriminação, ameaças, maus-tratos, violência, retaliações e/ou comportamento inadequado	1	0	1	0	0
Fraude	11	0	5	5	1
Lavagem de dinheiro ou financiamento do terrorismo/receptação	0	0	0	0	0
Livre concorrência	0	0	0	0	0
Meio ambiente	3	0	3	0	0
Saúde e segurança	19	0	13	5	1
Suborno e corrupção	25	0	12	3	10
Privacidade e proteção de dados pessoais	1	0	0	1	0
Uso indevido de propriedade intelectual ou industrial	2	0	0	1	1
Uso de informação privilegiada	3	1	1	0	1
Vizinhos e comunidades	0	0	0	0	0
Violência no ambiente de trabalho	5	0	1	4	0
Outros (matéria não correspondente ao canal)	99	99	0	0	0
TOTAL	626	178	205	196	47



02. *Livre concorrência*

Nesse âmbito, destaca-se como principal marco do ano a entrega, no Chile, do último relatório à Fiscalía Nacional Económica (FNE), conforme previsto na sentença nº 160, proferida pelo Honorable Tribunal de Defensa da Livre Concorrência do país em 2017. Esse passo marcou o encerramento do período de supervisão que a companhia esteve sujeita nos últimos cinco anos.

Ainda assim, de forma proativa, nosso Conselho de Administração decidiu, em 2025, dar continuidade voluntária e por prazo indeterminado a esse programa, estendendo-o aos oito países onde operamos, com os mesmos padrões de exigência regulatória.

Como parte dessa iniciativa, ao longo do ano, seguimos promovendo as seguintes ações:

- **Melhoria contínua por meio de auditorias externas:** tratam-se de diagnósticos externos realizados com o objetivo de assegurar a efetividade e a evolução do programa, evitando que as políticas se tornem estáticas. Suas principais características são:

Periodicidade: este exercício é realizado de forma periódica.

Metodologia: são contratados especialistas em livre concorrência em cada um dos oito países para conduzir uma revisão imparcial e aprofundada do programa local.

Resultados: as recomendações e observações decorrentes dessas auditorias servem de base para a implementação de um plano de melhoria contínua, com ações específicas em nível regional e local, já em execução.

- **Capacitação do Conselho de Administração e da Alta Liderança:** realizamos uma sessão especial de capacitação e revisão para o Conselho de Administração e a alta liderança, com as seguintes características:

Formato: como nos anos anteriores, foi realizada na terceira sexta-feira de outubro, com duração de uma manhã.

Especialistas de alto nível neste ano, participaram especialistas de renome internacional em livre concorrência, conforme mencionado neste Relatório.

Conteúdo: a atividade incluiu treinamento conduzido por especialistas, além de uma revisão detalhada de todos los indicadores del programa en sus distintas materias.



Desenvolvemos, de forma voluntária, um Programa de Integridade e Compliance nos oito países onde operamos, sob um padrão único.

Outros avanços em livre concorrência em 2025:

Capacitação

Em 2025, as capacitações em livre concorrência alcançaram um total de 1.802 colaboradores na região, número que representa um aumento significativo em comparação com os anos anteriores.

Mudanças regulatórias

Demos especial atenção à resposta tempestiva às mudanças relevantes na legislação de livre concorrência no México, que incluíram a criação de uma nova autoridade concorrencial e a tipificação de novas condutas como anticompetitivas. O diagnóstico regional realizado previamente permitiu preparar as adaptações necessárias para atender ao novo padrão regulatório.

A jornada “Faça o Certo” da Softys Peru

Há forma melhor de aprender do que por meio do jogo? Em julho de 2025, lançamos o Modelo de Prevenção de Delitos da Softys Peru, com uma abordagem essencialmente prática, voltada às operações e à gestão do dia a dia, seguindo a experiência aplicada no Chile no ano anterior.

Um total de 428 pessoas foi capacitado em um processo liderado por nossa **Diretora Jurídica no Peru, Marita Egusquiza**, que, com base em atividades lúdicas, como jogos interativos e estudos de caso, percorreu todas as funções e níveis da Softys Peru, transmitindo uma mensagem centrada na cultura de *compliance*.

Além disso, no mesmo contexto, foi realizada uma capacitação especialmente direcionada a clientes e fornecedores sobre a primeira sentença penal aplicada a uma pessoa jurídica no Peru, bem como uma análise do contexto latino-americano. A atividade contou com apresentações de Mittsy Valenzuela, nossa Gerente Regional de Compliance, e dos advogados especialistas Juan Diego Ugaz e Erick Palao.

Temos a convicção de que a integridade é um esforço conjunto, construído em parceria com nossos aliados estratégicos.



Prevenção de Crimes e Conformidade Legal

Durante 2025, concluímos a adequação de nossos processos e marcos normativos à legislação aplicável a crimes econômicos

Fortalecemos, de forma simultânea, o Modelo de Prevenção de Delitos (MPD) no Chile, em conformidade com a legislação local. Como parte desse esforço contínuo, implementamos um programa abrangente de capacitação no país, que alcançou mais de 2 mil colaboradores, reforçando uma cultura de compliance sólida e direcionada.

Resumo do plano de capacitação em prevenção de delitos

***E-learning* obrigatório**

Desenvolvemos um novo curso on-line obrigatório para todos os colaboradores por meio da plataforma “Mi Fibra”.

Cápsulas para fornecedores

Desenvolvemos treinamentos específicos para fornecedores de alto risco, incluindo empresas que nos representam perante terceiros e prestadores de serviços de vigilância.

***Workshops* presenciais (3 ciclos)**

- **Ciclo Geral:** realizado entre janeiro e março, abrangendo todas as áreas.
- **Ciclo com especialista externo:** contou com a participação do ex-promotor Carlos Gajardo, que apresentou casos práticos reais.
- **Ciclo por grupos de risco:** *workshops* direcionados a áreas específicas, como Impostos, Gestão de Pessoas (P&O), Meio Ambiente e Operações.

Outros marcos em prevenção de crimes

O1.

Implementação de projetos de melhoria:

realizamos um acompanhamento rigoroso dos 70 projetos definidos para fortalecer nossos controles internos. Adicionalmente, monitoramos as três iniciativas remanescentes em dezembro, cuja conclusão está prevista para março de 2026.

O2.

Expansão do Modelo de Prevenção de Crimes para o Peru:

utilizando a mesma metodologia implementada no Chile, adaptamos e lançamos o MPD no Peru em julho de 2025. Esse modelo passa a operar em um contexto legal semelhante ao chileno, que identifica cerca de 30 crimes que podem gerar responsabilidade penal para as empresas. O lançamento do MPD no Peru incluiu uma avaliação de riscos em nível local e a capacitação de mais de 400 colaboradores nas plantas que operamos no país, por meio de formatos lúdicos, como quizzes interativos.

O3.

Gestão de denúncias e zonas de risco: em 2025, não foram registradas denúncias por descumprimento da legislação relacionada a crimes econômicos. No entanto, o sistema registrou notificações relativas a “zonas de risco”, principalmente relacionadas a conflitos de interesse com fornecedores não tratados de forma tempestiva. A análise desses casos permitiu identificar áreas de maior exposição e implementar medidas preventivas para mitigar riscos futuros.

Novos marcos internos em *compliance*

Em 2025, desenvolvemos dois documentos-chave para fortalecer nosso marco normativo interno:

Nova Política de Prevenção de Crimes: publicada em abril, formalizou nosso modelo de atuação nessa matéria.

Manual Prático de Riscos: trata-se de uma ferramenta inovadora criada para tornar acessíveis os riscos do MPD a todos os colaboradores. Foi elaborada com o objetivo de transformar inventários de risco em um documento compreensível e de fácil utilização. Resultado de um processo que utilizou metodologia ágil e legal design, o documento se destaca pelas seguintes características:

- Formato digital interativo.
- Linguagem simples e direta, sem tecnicismos.
- Navegação intuitiva, que permite transitar entre diferentes categorias de crimes (ambientais, livre concorrência, entre outros).

Em 2025, o Manual foi lançado no Chile. Nosso objetivo é adaptar seu formato para replicá-lo no Peru – que já conta com legislação específica sobre o tema – e, posteriormente, nos demais países da região, considerando que muitos dos riscos identificados possuem caráter transversal.

Cultura de Integridade:

Como transmitimos nossos valores

Outro foco prioritário da nossa gestão ética em 2025 foi a consolidação e expansão da cultura corporativa de integridade, por meio de um amplo esforço de capacitação, da implementação de ferramentas inovadoras e da integração efetiva de novas operações.

01.

Capacitação em integridade

Em 2025, um total de 2.301 colaboradores participou de nossos workshops práticos de livre concorrência, enquanto outros 3.228 participaram dos ciclos sobre probidade corporativa e Modelo de Prevenção de Crimes. Por sua vez, 2.801 pessoas foram capacitadas em proteção de dados pessoais.

Workshops Práticos de Livre Concorrência (Regional)	Este ciclo de <i>workshops</i> faz parte da trilha de formação do Programa de Integridade & Compliance da Softys. Anualmente, colaboradores com alta responsabilidade executiva, administrativa e de tomada de decisão em temas comerciais devem participar de uma capacitação abrangente em livre concorrência, ministrada por advogados especialistas na área (externos à companhia).	Nº de participantes 2.301
Workshops Práticos de Probidade Corporativa e Ética	Este ciclo de <i>workshops</i> tem como objetivo conscientizar sobre a Política de Integridade e Probidade Corporativa e o compromisso da companhia com o combate global a todas as formas de corrupção e suborno.	Nº de participantes 1.552
Workshops Práticos do Modelo de Prevenção de Crimes (Chile e Corporativo)	Em 2025, foram realizados três ciclos relacionados ao Modelo de Prevenção de Crimes: um ciclo geral; outro prático voltado à análise de casos reais de empresas sancionadas e investigadas; e um terceiro, específico, focado em riscos determinados.	Nº de participantes 1.676
Proteção de Dados Pessoais (Regional)	Capacitações relacionadas à Proteção de Dados Pessoais e curso <i>e-learning</i> de abrangência regional.	Nº de participantes 2.801

Metas de Sustentabilidade

Em 2025, avançamos de forma significativa nas quatro metas de sustentabilidade associadas ao pilar “Ser Melhores Juntos” da Estratégia de Sustentabilidade.

100% dos colaboradores aderirão formalmente ao Código de Ética.

Em 2025, o Código de Ética foi finalizado e amplamente divulgado com sucesso:

- **Publicação:** foi lançado com um novo design, em dois idiomas.
- **Divulgação:** foi distribuído nos oito países onde a empresa opera, com reforço por meio de comunicações internas.
- **Capacitação:** foram realizados treinamentos direcionados aos operadores nas plantas sobre os temas do Código, aproveitando a oportunidade para também divulgar o canal de denúncias.

Redução das denúncias de assédio sexual, assédio moral e discriminação nas plantas.

Foram implementadas ações específicas que resultaram em uma redução significativa das denúncias comprovadas de assédio.

- **Alcance:** a modalidade de peça teatral foi implementada nas plantas do Chile. Na Argentina, também foram realizadas ações de comunicação sobre o tema do assédio.
- **Capacitação de colaboradores operacionais:** foram promovidos treinamentos focados na prevenção do assédio, com destaque para as iniciativas no Chile, onde foi utilizado um formato inovador de peça teatral para apresentar situações do cotidiano de forma lúdica e próxima, em linha com a Lei Karin.
- **Apoio a líderes:** apoiamos líderes e colaboradores na distinção entre estilos de liderança ou supervisão e condutas de assédio passíveis de denúncia, com o objetivo de aprimorar a gestão dos casos.

A Softys contará com uma análise de *due diligence* em direitos humanos até 2028.

Em 2025, avançamos de forma ativa na elaboração de uma Política Corporativa de Direitos Humanos.

- **Situação atual:** está em andamento um processo de *benchmarking*. O trabalho está fundamentado nos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos das Nações Unidas.
- **Referência:** utiliza-se como base um *assessment* de direitos humanos realizado anteriormente com a CMPC, que identificou os temas materiais e relevantes sobre os quais a companhia deve se posicionar.
- **Avanços:** enquanto a política é finalizada, foram incorporadas diretrizes relevantes sobre direitos humanos na versão 2.0 da Política de Abastecimento Responsável. Esses direcionamentos abrangem temas como trabalho infantil, trabalho forçado e condições de trabalho dignas na cadeia de suprimentos.

Anualmente, 100% do quadro administrativo e das lideranças operacionais será capacitado em integridade e *compliance*.

- **Progresso:** houve avanços significativos nessa frente.
- **Ciclo Final:** foi lançado o último ciclo de capacitações para os oito países, alcançando 100% do compromisso. Esse ciclo aborda temas como probidade, anticorrupção, conflitos de interesse e política de brindes. O acompanhamento do cumprimento é contínuo e reportado aos Comitês de Sustentabilidade de cada filial.





O5

Apoio às comunidades

e seu desenvolvimento

Apoiar as comunidades

Gerar valor compartilhado





Buscamos ser um motor que multiplica o bem-estar de quem está ao nosso redor.

Na Softys, o cuidado é o que nos move. Por isso, promovemos uma gestão responsável que vai além da redução da nossa pegada: buscamos ser um motor que multiplica o bem-estar de quem está ao nosso redor.

Com as comunidades que nos acolhem, nosso compromisso é crescer juntos, impulsionando iniciativas que gerem valor real e ampliem oportunidades para melhorar a qualidade de vida das pessoas. Esses desafios ganham forma na nossa Estratégia de Sustentabilidade, na qual nossas metas representam o caminho concreto para transformar esse propósito em realidade.

Nossos desafios com as comunidades

Gerar valor compartilhado e sinergias locais

- Promover o acesso à água e ao saneamento para comunidades locais que não dispõem desses recursos.
- Fortalecer o relacionamento com as comunidades locais por meio do propósito de nossas marcas.
- Fomentar parcerias estratégicas com terceiros para potencializar o desenvolvimento das comunidades.

Boa vizinhança e mitigação de impactos negativos

- Reduzir externalidades negativas, como ruídos, odores e impactos no tráfego.
- Ser uma empresa de portas abertas.

Avanços da gestão comunitária em 2025

OI

Novo enfoque estratégico

Em 2025, um dos principais avanços da nossa gestão comunitária foi o processo de realinhamento estratégico que conduzimos com o objetivo de alinhar as políticas corporativas à realidade operacional da empresa.

Como resultado desse trabalho, ao final do ano, iniciamos a **atualização da nossa Política de Relacionamento com Comunidades, com foco em três pilares que nos permitam desenvolver programas viáveis e com valor tangível para o negócio**. Esses pilares são:

Conhecimento territorial

- Foco na identificação de oportunidades no território
- Gestão de partes interessadas-chave
- Mapeamento de riscos operacionais

Marcas e ativação do Softys Contigo

Contribuição para o negócio por meio das marcas

- Vincular as ações comunitárias aos objetivos comerciais.



02

Novas métricas

As transformações estratégicas que impulsionamos em 2025 também nos levaram a revisar as métricas de sucesso do Softys Contigo, o principal programa de investimento social da companhia.

Essa mudança implicou substituir, como principal indicador da iniciativa, o “número de soluções implementadas” pela quantidade de “pessoas impactadas” por essas soluções, um indicador que reflete com maior precisão o alcance e a magnitude do impacto gerado.

Em linha com essa atualização, definimos como nova meta do programa alcançar 60 mil beneficiários até o final de 2026, apoiada por um aumento nos investimentos em soluções comunitárias de alto impacto.



Comparação de métricas e modelos de atuação do Softys Contigo

OBJETIVO PRINCIPAL ENFOQUE ANTERIOR	OBJETIVO PRINCIPAL NOVO ENFOQUE (DESDE 2025)
Número de soluções entregues	Número de pessoas impactadas (direta e indiretamente)
META 2.000 soluções até o final de 2025	META 60.000 pessoas impactadas até o final de 2026

Nessa mesma linha, com o objetivo de ampliar o impacto do Softys Contigo, passamos a priorizar soluções comunitárias em detrimento das iniciativas unifamiliares.

Foi o que fizemos, por exemplo, na Colômbia, onde estruturamos um espaço comunitário com banheiro, o que possibilitou a criação de duas creches comunitárias que beneficiam 30 famílias.

O objetivo é que, a partir de agora, todos os países desenvolvam iniciativas sob esse modelo.

Seguimos crescendo

O impacto do Softys Contigo em 2025



Levar nosso propósito de cuidado a quem mais precisa

Desde 2022, nosso programa Softys Contigo percorre a América Latina com uma missão clara: levar nosso propósito de cuidado a quem mais precisa.

Graças à parceria estratégica com a TECHO, estamos presentes nos oito países da região onde operamos, levando soluções concretas de água e saneamento, educação em higiene e apoio oportuno. Essa é a nossa forma de contribuir para os ODS das Nações Unidas, demonstrando que, quando nos unimos pelo acesso à água limpa (ODS 6) e atuamos de forma colaborativa (ODS 17), o impacto positivo para a nossa região se multiplica.

Voluntariado

Nos últimos anos, nosso programa de voluntariado tem gerado um engajamento crescente entre os colaboradores.

Em 2025, essa iniciativa mobilizou mais de 3 mil colaboradores nos oito países em que operamos, o que representa cerca de 20% do quadro de colaboradores.

No último período, o foco da iniciativa foi a inclusão de clientes nas atividades, com o objetivo de fortalecer o relacionamento com esses públicos e evidenciar o trabalho social desenvolvido pela empresa.

Ao final do ano, todos os países já haviam integrado clientes às suas ações de voluntariado.

MOBILIZAR MAIS DE

+3.000

colaboradores

NOS OITO PAÍSES EM QUE OPERAMOS,
CERCA DE

**20% dos
colaboradores**



Pilares de **Softys Contigo**

O1.

Ajuda oportuna

Este pilar representa nossa determinação de **estar presentes** em situações catastróficas e emergências complexas.

Por meio dele, implementamos um programa integrado de **doações em nível regional**, com o objetivo de responder de forma eficaz aos desafios desses momentos críticos.

O2.

Água e saneamento

Por meio desse pilar, estabelecemos parcerias estratégicas, com destaque para a colaboração com a TECHO, que tem como objetivo ampliar o acesso à água e ao saneamento seguro para mais de **60 mil** beneficiários na América Latina, ao longo de um período de cinco anos, **de 2022 a 2026**.

O3.

Educação em higiene

Este pilar é fundamental para colocar em prática o **propósito de cuidado de nossas marcas** e está centrado em uma atuação educativa voltada às comunidades.

Nosso compromisso não se limita à entrega de recursos ou à implementação de soluções sanitárias, mas também inclui **capacitar as comunidades para o cuidado com sua própria saúde e higiene**. Nesse processo, nossas marcas desempenham um papel essencial.

SOLUÇÕES IMPLEMENTADAS

2022	2023	2024	2025
127	316	411	391

TOTAL

1.245

BENEFICIADOS DIRETOS

2022	2023	2024	2025
2.519	2.495	5.603	6.054

TOTAL

16.671

BENEFICIADOS INDIRETOS

2022	2023	2024	2025
1.748	4.335	12.901	7.845

TOTAL

26.829

BENEFICIADOS TOTAIS

2022	2023	2024	2025
4.267	6.830	18.504	13.899

TOTAL

43.500

VOLUNTÁRIOS SOFTYS

2022	2023	2024	2025
680	1.459	1.538	1.606

TOTAL

5.283

HORAS DE VOLUNTARIADO DOS COLABORADORES

2022	2023	2024	2025
5.440	11.672	12.304	12.848

TOTAL

42.264

JORNADAS DE SAÚDE E HIGIENE

2022	2023	2024	2025
21	18	21	16

TOTAL

76

Softys Contigo:

Impactar famílias e vidas por meio do acesso à água e ao saneamento

O cuidado é a nossa essência. E, na Softys, sabemos que não há cuidado possível sem acesso a condições dignas de higiene. Com base nesse princípio, nossa parceria estratégica com a TECHO, por meio do programa Softys Contigo, segue avançando com consistência rumo ao seu ambicioso propósito:

Proporcionar acesso seguro à água e ao saneamento para mais de 60 mil pessoas na América Latina até o final de 2026.

Ao final de dezembro de 2025, o projeto alcançou um progresso significativo, chegando a 43,5 mil beneficiários no total. Isso representa 72% de cumprimento da meta final, consolidando soluções concretas nas comunidades mais vulneráveis da região.

Desde o início da parceria, em 2022, implementamos um total de 1.241 soluções, distribuídas em infraestrutura essencial para o desenvolvimento humano:

Uma parceria de impacto:
72% da meta alcançada

43.500

BENEFICIÁRIOS TOTAIS



Pesquisa com beneficiários: dar voz aos protagonistas do Softys Contigo

Em 2025, em conjunto com nossos parceiros da TECHO, realizamos uma pesquisa para ouvir as famílias que fazem parte do Softys Contigo. Nosso objetivo foi compreender, de forma direta, como nossas soluções sanitárias impactam suas vidas no longo prazo. Os resultados nos encham de orgulho: 76% das pessoas associam essas soluções a uma melhoria direta em sua saúde. Além disso, esse trabalho conjunto nos permitiu identificar os banheiros que necessitam de manutenção, e já estamos desenvolvendo, junto à TECHO, planos de ação para 2026 que garantam a continuidade do cuidado.

"Lá em casa, todos usam; meus três filhos estão felizes. Antes, tínhamos o banheiro ao lado da cozinha, o que fazia com que as crianças adoecessem. Não era adequado ter cozinha e banheiro juntos. Agora, sou muito grata – isso mudou o meu dia a dia e o da minha família", comentou Viviana Valencia, Colômbia, beneficiária de uma construção de banheiro realizada em 2025."



Detalhamento das soluções que implementamos até o momento:

683

Soluções sanitárias

Instalação de banheiros e sistemas de biodigestores.

507

Soluções de água

Implementação de tanques, torres de água e Sistemas de Captação de Água da Chuva (SCALL)

45

Lavatórios

Pontos críticos para a higiene e a prevenção de doenças

10

Sedes comunitárias

Espaços de convivência e fortalecimento do tecido social

"Esses números não são apenas estatísticas, mas o reflexo de como a parceria público-privada entre a Softys e a TECHO se transformou em um motor de mudança real. Essa colaboração estratégica, potencializada pelo engajamento ativo do voluntariado corporativo, nos confere a capacidade técnica e operacional para ampliar nosso impacto e alcançar mais pessoas.

Ver as equipes da Softys trabalhando lado a lado com as comunidades reforça nossa convicção: a soma de esforços é o que acelera a transformação social. Trata-se de uma plataforma de crescimento que não apenas viabiliza a entrega de infraestrutura essencial, mas também nos impulsiona de forma consistente rumo ao pleno cumprimento de nossas metas, promovendo a dignidade no cotidiano dos territórios mais vulneráveis da região", afirma **Benjamín Donoso, SJ, Presidente de TECHO Internacional.**



Contigo vozes dos nossos clientes

O ano de 2026 se projeta como um período de consolidação. No entanto, o principal destaque não é apenas a meta de superar 60 mil pessoas impactadas, mas também o robusto ecossistema de parceiros que torna esse avanço possível. O que começou como uma estratégia hoje se configura como um movimento regional, no qual nossos clientes deixaram de ser espectadores para assumir um papel protagonista no território.

Ao longo do último ano, comprovamos que o impacto social da Softys cresce exponencialmente quando somamos a energia dos nossos clientes. Essa rede, que já é uma realidade concreta no projeto e na região, reforça nosso posicionamento como uma marca de cuidado e será fundamental para alcançarmos os 20 mil novos beneficiários projetados para 2026.

Nossos clientes participaram de diversas jornadas de acesso à água e soluções sanitárias, e o engajamento foi evidente em todos os países: no Chile, atuamos ao lado de parceiros como Grupo Mira, Proser, SMU, Salco, IBC e TEBA. No Uruguai, contamos com o apoio de Aldo, Somalux e Natal, enquanto, na Argentina, a atuação de Distribuidora Disma, Don Ángel e F2 Obras foi essencial para o avanço das iniciativas.

No Peru, o impacto se destacou pela continuidade das ações, com a Asociación Cultural Peruano Británica e o Grupo Vega participando em múltiplas ocasiões, juntamente com Dijisa, Faval e Tiendas Tambo. Na Colômbia, marcas como Crepes & Waffles, Wok e KFC integraram nosso propósito às suas operações. Por fim, a parceria com o Grupo Pereira – por meio de suas redes Fort Atacadista, Comper e Bate Forte – representou um marco relevante no trabalho com comunidades indígenas.

Vozes de nossos clientes:

O que mais me marcou foi a força do trabalho em equipe e ver como toda a Proser se mobilizou com energia e compromisso por uma causa tão concreta. Foi emocionante ver os times trabalhando lado a lado por um mesmo propósito. Valorizamos enormemente o fato de a Softys impulsionar essas iniciativas e acreditamos firmemente na continuidade desses projetos”, afirmou **María Florencia Grau, KAM Proser S.A, Chile.**

Para nós, no Grupo Pereira, é uma honra participar deste momento, em que estamos trabalhando juntos com a equipe para coletar água da chuva para essa aldeia indígena. É um dia especial e só temos a agradecer. No fim, o mais importante para nós, como seres humanos, é participar de projetos consistentes e com propósito, que gerem valor para todos e para a sociedade”, comentou **Antônio Marcos, Diretor Corporativo de Trade Marketing Grupo Pereira, Brasil.**

Para o Grupo Vega e para mim, o Softys Contigo em Cañete foi uma experiência transformadora. Mais do que a infraestrutura de água, levamos conosco o vínculo construído com as crianças. O impacto social mais genuíno surge de ações simples que, quando realizadas em conjunto, conseguem transformar realidades”, destacou **Gabriela Vega, Analista de Comunicação Interna, Grupo Vega.**

Temos uma tarefa

Embora 2025 tenha sido um ano de mobilização histórica, no Softys Contigo não desaceleramos e sabemos que 2026 se apresenta como uma oportunidade para ampliar ainda mais o engajamento de clientes e parceiros. Assim, seguimos concretizando a promessa de estar “Contigo” em todas as nossas ações.



02.

Marcos no pilar Educação em Higiene

100 workshops

DE HIGIENE E CUIDADO

6.009

PESSOAS PARTICIPARAM

Em 2025, em linha com o trabalho que já vínhamos desenvolvendo em conjunto com nossas marcas desde o ano anterior, realizamos 100 *workshops* sobre temas como lavagem das mãos, menstruação e menopausa.

Esses resultados nos permitiram cumprir nossa meta de realizar, no mínimo, três atividades por país ao ano. Ao todo, 6.009 pessoas participaram dessas iniciativas.





PAÍS	Workshop	Asistentes
Argentina	8	871
Brasil	9	780
Chile	11	663
Colômbia	7	155
Equador	5	64
México	3	60
Peru	45	3.278
Uruguai	9	120
Sepac	3	18
Total	100	6.009

o3.

Marcos no pilar Ajuda Oportuna

Para avançar nos objetivos definidos para este pilar, ao longo do último ano realizamos 111 doações nos oito países em que operamos.

**Programas de
relacionamento
com comunidades e
investimento associado**

47

Número de programas de
relacionamento com comunidades

1.531.537

Valor investido em iniciativas comunitárias nos
projetos indicados (USD)



III

doações

NOS OUTROS PAÍSES QUE
OPERAMOS



A Softys esteve presente para apoiar as comunidades de Altamira, Tampico e Ciudad Madero, afetadas por inundações. Em parceria com a Aistac e a Cáritas de Tampico, **doamos 130 fardos de papel higiênico Elite (equivalentes a 1.040 pacotes) e entregamos mais de 800 kits de higiene à comunidade de El Camalote, onde anteriormente já havíamos implementado soluções de água e saneamento.**

Nº de pessoas beneficiadas
2.268.164

Tipo de doações

Babysec	Fraldas	1.504.570 unidades
	Lenço umedecido	600 pacotes
Ladysoft	Absorvente higiênico	146.336 unidades
Cotidian	Fraldas	75.516 unidades
Elite	Papel Higiênico	8.800 rolos
	Toalha de papel	432 rolos
	Lenços descartáveis	2.704 pacotes
	Guardanapos	2.320 unidades
	Sabão	24.253 unidades
	Máscaras	320.400 unidades
Elite Professional	Papel Higiênico	2.840 rolos
	Toalha de Papel	133.364 rolos
	Guardanapos	1.152 unidades
	Tapete absorvente	198 unidades
Nova / Sussex	Toalha de papel	7.228 rolos
	Guardanapos	13.800 unidades
	Panos de limpeza	10 pacotes
Abolengo	Toalha de papel	24 rolos
	Guardanapos	160 unidades
Confort / Higienol	Papel Higiênico	25.696 rolos
Noble	Papel Higiênico	6.164 rolos
Coquetel	Guardanapos	2.000 unidades
	Papel Higiênico	86.400 rolos
BioBaby	Lenço umedecido	152.640 pacotes
Diana	Absorvente higiênico	103.040 unidades
Softys	Bolsas de produtos	1.724 bolsas

Abrimos nossas portas e **seguimos conectando pessoas!**

Na Softys, seguimos impulsionando nosso programa Portas Abertas, uma iniciativa que nos permite nos aproximar das comunidades e compartilhar, de forma transparente e próxima, como trabalhamos e o que nos move no dia a dia. Por meio dessas jornadas, abrimos nossas instalações para apresentar nossos processos produtivos, nossos padrões de qualidade, nosso compromisso com a sustentabilidade e nosso propósito de cuidado.

Ao longo deste ano, realizamos 83 jornadas de Portas Abertas, com a participação de 2.016 pessoas nos oito países em que operamos. Recebemos associações de moradores, autoridades, familiares, clientes, fundações e estudantes, que visitaram nossas unidades, fizeram perguntas, compartilharam experiências e conheceram de perto como damos vida a produtos presentes no cotidiano de milhões de lares.

Cada encontro foi uma oportunidade de diálogo, aprendizado e construção de confiança. Para quem nos visitou, foi uma experiência próxima e significativa; para nós, um momento essencial para fortalecer vínculos com nosso entorno e seguir construindo relações baseadas na escuta e na colaboração.

Recebemos associações de moradores, autoridades, familiares, clientes, fundações e estudantes, que visitaram nossas unidades, fizeram perguntas e compartilharam experiências.





Agradecemos a todos que nos acompanharam em 2025:

Colegio Industrial ENET 1 • Universidad Tecnológica Nacional Consultora Numan • Escuela de Educación Secundaria Técnica N° 2 • Alumnos 5to año Ingeniería industrial de la Universidad Nacional de San Luis • Alumnos del Liceo Talagante TP • Colegio Alemán • Inacap Santiago Sur • Inacap Puente Alto • Liceo Politécnico Talagante • DOUC Puente Alto • Colegio Sagrado Corazones Talagante • Administración de Empresas Universidad CESA • Mecatrónica de la Universidad TEC de Monterrey • Instituto Tecnológico Valle Grande • Estudiantes del Encuentro Nacional de Universidades y Medioambiente • Colegio Sagrados Corazones • Universidad Católica Santa María • Instituto Condoray • Universidad de Lima • SENATI • Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas • Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa • UNSA • Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas • Innova Schools • Universidad César Vallejo • Universidad Católica de Santa María • Arcos Dorados • McDonald's • Seine • Melroy • Opain / Brillo Institucional • Makro • Crepes & Waffles • Lima Airport Partners • Asociación Cultural Peruano Británica • Tottus • Líderes de LAIVE • Cencosud • Grupo Tremain • Pepsico • BCP • OA Import • Intendente de Zárate • Director de Desarrollo Sectorial de Zárate • Intendente Malvinas Argentinas y Comitiva Directiva • Concejales Municipio de Gachancipá • Autoridades TEC de Monterrey • Director Nacional de Desarrollo Industria Forestal, Argentina • Junta de vecinos El Vergel, Don Joaquín y Farolito de Puente Alto • Club de adulto Mayor de Puente Alto • Programa de Jefas de Hogar Municipalidad de Talagante • Club de Adulto Mayor Cordillera • Agrupación Social de Taller de Emprendedores Estadio Papelero • Centro Integral del Adulto Mayor Cañete • Vecinas de las comunidades Herbay Bajo, Clarita y Arena Alta • Programa Nacional Aurora • Madres de familia del colegio inicial N°451 Herbay Bajo • Junta Vecinal Plaza de Armas Calle Abutardas • Fundación Haciendo Camino • Techo Argentina • Grupo AcercaRSE • Asociación Síndrome de Down • Fundación Educere • Techo Colombia • Techo Perú • Asociación de Personas con Discapacidad de Punchana • Perú Sostenible • Mercado Negro.

**E, de forma especial,
a cada família de
colaboradores da Softys
que nos visitou em 2025.
Muito obrigado pela
visita – nossas portas
estão sempre abertas!**









