

Cia.Hering



RELATÓRIO ANUAL

0

8

ÍNDICE

Neste Relatório Anual, você vai encontrar mais informações sobre o nosso modelo de negócios, as nossas práticas de gestão e os temas relevantes para a sustentabilidade da empresa e da nossa rede. Aqui, você se conecta com a nossa cultura, nossos valores e nosso jeito de “fazer acontecer”.



#PROPÓSITO

Neste capítulo falamos do nosso propósito de Vestir a Vida e como colocamos ele em prática através das nossas marcas. Também trazemos as principais ações que movimentaram a Hering, Hering Kids, PUC e DZARM em 2018.

#EMPREENDEDORISMO

Nosso negócio, em rede, é baseado na conexão com diversos parceiros que geram e compartilham valor. Neste capítulo descrevemos nossas práticas de gestão da rede, como nos relacionamos com fornecedores, franqueados e varejistas multimarcas. Também falamos sobre o papel da Fundação Hering, que conduz nosso investimento social na comunidade.

#CONEXÃO

As evoluções tecnológicas mudam o jeito de se relacionar, de comprar e até de trabalhar. Nesse capítulo trazemos as nossas principais iniciativas neste tema e como têm influenciado nossa atuação com a rede e a relação com o nosso consumidor.

#MEIOAMBIENTE

É nosso compromisso reduzir os impactos ambientais do nosso negócio, através de uma gestão eficiente e responsável. Neste capítulo abordamos as iniciativas e os principais números referentes a este tema.

#GENTE

Somos uma organização feita de pessoas! Neste capítulo falamos sobre nossas práticas para desenvolver, reconhecer e valorizar nossos colaboradores, fomentar espaços mais inclusivos, com clima casual e orgulho de quem somos, sempre.

#ORGANIZAÇÃO

Aqui falamos mais sobre nossas lojas e unidades, nossos resultados financeiros, nossa história, como realizamos a governança do negócio e como definimos nossa estratégia para a sustentabilidade da organização.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Somos uma **organização em rede** e temos o propósito de Vestir a Vida de todos que fazem parte dessa rede, com o consumidor no centro das decisões. Nosso objetivo é, sempre, proporcionar a melhor experiência de compra, em todos os canais em que atuamos: lojas próprias, franquias, varejo multimarcas e *e-commerce*.

Esse foi o direcionador para realizarmos importantes mudanças em nossa estrutura organizacional em 2018, criando unidades de negócio para a gestão integrada de marcas e canais e de uma área dedicada a acelerar a transformação digital da companhia. Os resultados dessas modificações serão percebidos rapidamente e os avanços já puderam ser notados.

Um dos principais destaques do último ano foi a finalização da primeira fase do projeto de **omnichannel**, integrando todas as lojas próprias e *e-commerce*.



liderança

Nossos consumidores têm a opção de realizar compras on-line ou presencialmente e escolher a forma mais prática e cômoda de receber os produtos. Em casa, no trabalho ou no próprio ponto de venda, por exemplo. O projeto será expandido, a partir de 2019, para as franquias.

Inauguramos em São Paulo a primeira Hering Experience, loja que agrega tecnologias e soluções inovadoras para oferecer todos os benefícios da omnicanalidade e de uma experiência de compra única. Esse modelo de loja diferenciado foi desenvolvido com o apoio de *startups*, parcerias que fortalecem a cultura de inovação na organização.

Também lançamos o Portal Conecta, nossa plataforma digital de relacionamento B2B, que transforma a maneira como nos relacionamos com as franquias e o varejo multimarcas. Com esse novo canal, vamos dar ainda mais agilidade ao atendimento dos pedidos e ao abastecimento das lojas.

Essas e outras evoluções, como a inauguração de um novo formato

de loja focada em um sortimento de básicos de alto giro, são importantes para impulsionar o crescimento da Cia. Hering. Em 2018, , geramos R\$ 298,8 milhões em caixa livre, R\$ 158,6 milhões a mais que em 2017 expandindo a margem EBITDA em 0,2 p.p. e aumentando o ROIC para 22,0%.

EM 2019 DAREMOS CONTINUIDADE ÀS EVOLUÇÕES EM NOSSOS PROCESSOS INTERNOS, DESDE A CRIAÇÃO DAS COLEÇÕES ATÉ O ABASTECIMENTO DAS LOJAS. PARA QUE POSSAMOS ALCANÇAR OS OBJETIVOS E METAS PROPOSTOS, CONTAMOS COM COLABORADORES, FORNECEDORES E PARCEIROS QUALIFICADOS E ALINHADOS À NOSSA CULTURA.

Com uma gestão eficiente, focada no controle de despesas e na geração de caixa, seguimos alinhados ao nosso planejamento estratégico e focados na construção de resultados positivos. É assim que fortalecemos nossa rede e continuamos a vestir a vida de milhares de brasileiros, como fazemos **há 138 anos.**

Fabio Hering - Presidente



#PRO
PÓ
SITO



VESTIR A VIDA

Aqui, a gente veste a vida desde os primeiros passos, com a emoção do primeiro beijo roubado, a alegria da primeira festa com os amigos, as grandes conquistas. Vestimos momentos que são só seus. Vestimos a vida de contato e afeto. A vida vestida de vida!

Por isso, o nosso armário é cheio de emoções. Somos **casuais** em nossa essência e **autênticos** sempre! Nossa história, tecida há **mais de um século**, conecta gente que sonha e realiza. Gente que encara o desafio do novo e **empreende**.

O nosso jeito não foi inventado, foi vivido, aprendido, construído nas relações com parceiros que acreditam nas nossas escolhas e compartilham os nossos valores.

Da indústria ao varejo, hoje somos a **maior rede de franquias de vestuário do Brasil**. Fazemos gestão de **marcas**, sabemos o que produzir e entregar, porque conhecemos nossos consumidores.

Hoje, somos quem somos porque atuamos em uma **grande rede**. Estamos em todo o país e levamos nosso DNA casual também para a América Latina. Vivemos o presente com a leveza de saber quem somos, comprometidos com tudo o que acreditamos.

VESTIR A VIDA PRA NÓS É TER ORGULHO DA NOSSA HISTÓRIA E PRESERVÁ-LA EM FORMA DE MUSEU E DE MEMÓRIAS QUE ENTRELAÇAM A NOSSA GENTE.

VESTIR A VIDA É FAZER PARTE DE UMA REDE DE PESSOAS QUE SONHA, ACREDITA, REALIZA E SABE QUE, INDEPENDENTE DO QUE VIER, A GENTE VAI VIVER JUNTO MAIS UMA EMOÇÃO.



CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶

aqui, a gente veste a vida!

NOSSAS MARCAS

Nossas marcas traduzem a essência do nosso propósito. Somos uma organização multimarcas, que tem um modelo de criação e gestão integrado para produzir e entregar a melhor experiência ao nosso consumidor.



6



HERING

579

lojas no Brasil

19

lojas no exterior

R\$ 1,3 bilhão
de receita bruta*

2,4 milhões

de seguidores no Facebook

2,1 milhões

de seguidores no Instagram

HERING KIDS

103

lojas no Brasil

01

loja no exterior

R\$ 230 milhões
de receita bruta*

582 mil

seguidores no Facebook

517 mil

seguidores no Instagram

*mercado nacional.



estilo

PUC

46

lojas no Brasil

DZARM

02

lojas no Brasil

R\$ 105 milhões
de receita bruta

R\$ 73 milhões
de receita bruta

437 mil
seguidores no Facebook

688 mil
seguidores no Facebook

404 mil
seguidores no Instagram

281 mil
seguidores no Instagram



Minha moda é leve, casual, bonita, verdadeira... Sou o Básico do Brasil. O conforto, a qualidade com tradição e atitude. Original porque tenho procedência, porque sou única e porque tenho meu produto icônico, que te acompanha desde sempre. Sou aquela camiseta que fez história. Pronta pra ser vestida e vivida. Minha essência é ser simples, descomplicada. A roupa que te mostra que não é só pela roupa. Que faz você se sentir você mesmo. Que veste a vida. Eu sou a Hering. #éassimqueeusou

CARNAVAL, COPA DO MUNDO, CELEBRIDADES E MUITA ENERGIA. VEJA QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS AÇÕES DA HERING EM 2018 PARA SE **CONECTAR COM OS CONSUMIDORES.**



8

NO CARNAVAL DE SALVADOR

Vestimos a **energia** da cantora Preta Gil no Carnaval de Salvador, durante a celebração dos 20 anos do Camarote Expresso 2222, um dos mais disputados durante a festa. Produzimos as estampas e os abadás e disponibilizamos uma área exclusiva para customização. Também acompanhamos o Bloco da Preta no Rio de Janeiro e em São Paulo. A ação foi reverberada com conteúdo nas redes sociais, gerando uma participação engajada do público da marca.

PARCERIA DE ESTILO

A parceria de cocriação entre Hering e **À La Garçonne**, com coleção exclusiva assinada pelo estilista Alexandre Herchcovitch, chegou também às lojas físicas da marca. Os 25 modelos desenvolvidos com estampas icônicas puderam ser adquiridos tanto pelo *e-commerce* quanto em pontos de venda selecionados nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro.

POESIA NA CAMISETA

Abraço, afeto, amor, cafuné e coração. Essas palavras cheias de emoção e significado foram a inspiração para João Doederlein, o **@Akapoeta** do Instagram, escrever cinco poemas românticos impressos nas *t-shirts Hering* branca e preta. Foi assim que a marca celebrou, com seus consumidores, o Dia dos Namorados.

NO CLIMA DA COPA

A Hering entrou em campo junto com os brasileiros para torcer pela Seleção Brasileira na Copa do Mundo da Rússia. A marca aproximou-se do público jovem marcando presença em dois eventos que reuniram artistas e celebridades nos dias de jogos: **“Ginga – Quem tem, vai!”**, no Clube Pinheiros de São Paulo, e **“Arena Morro da Urca”**, em um dos mais belos cartões postais do Rio de Janeiro.



básico

JEANS DE PERSONALIDADES

Influenciadoras digitais de peso se uniram à Hering para criar uma coleção assinada de jeans. Raissa Santana, Vic Ceridono, Bruna Unzueta e Jade Seba foram além do mundo digital e imprimiram seu *lifestyle* nas peças disponibilizadas nas lojas físicas.

25 ANOS DE NO ALVO DA MODA

A estilista Patricia Bonaldi desenvolveu e assinou uma coleção especial para os 25 anos da campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”. A parceria entre a Hering e IBCC (Instituto Brasileiro de Controle do Câncer) foi revisitada e trouxe as estampas marcantes de arara da PatBo, representando a liberdade e o autoconhecimento. Para dar mais visibilidade à campanha, Preta Gil, Sabrina Sato e Fernanda Motta vestiram a camisa da causa, com suas fotos estampadas em todas as vitrines Hering e nas veiculações de mídia da marca. Por meio da venda de peças da campanha, em 2018, foram revertido R\$ 88 mil para o IBCC.

HERING EXPERIENCE

Inauguramos, no Morumbi Shopping, na cidade de São Paulo, a loja conceito Hering Experience. O novo formato trouxe muito mais tecnologia e inovação para transformar a experiência de compra dos nossos consumidores. Saiba mais sobre essa iniciativa na página 20.

É ASSIM QUE EU VOU

Um time jovem de cantores brasileiros – Luan Santana, Ludmilla, Cleo e Luisa Sonza – foi escolhido para estrelar a campanha “É assim que eu vou”, que celebra a diversidade de estilos e a liberdade de escolha de cada um. A ação se conecta à memorável campanha “Com que roupa?”, que a Hering criou em 1997 reverenciando a composição de Noel Rosa.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)

UM NOVO CONCEITO

Inauguramos a franquia Hering Basic Shop no Recreio Shopping, no Rio de Janeiro. O novo formato de loja tem um sortimento composto exclusivamente por itens básicos de alto giro, com abastecimento inteligente e automático de 100% dos produtos. Com metragens menores, mobiliários simplificados e estoques baixos, o modelo é ideal para a expansão da rede por meio de lojas próprias e, principalmente, franquias.

PAIS, MÃES E FILHOS

Os atores Juliana Paes e Malvino Salvador foram as duas celebridades que estrelaram as campanhas de Dia das Mães e Dia dos Pais, respectivamente, da Hering. Foi a primeira vez que os dois artistas foram clicados ao lado de seus filhos, em um clima de descontração e espontaneidade.

DZARM

A DZARM acompanha o ritmo contemporâneo urbano da mulher que não tem tempo a perder e marca presença por onde passa. Atuamos por meio de uma plataforma multicanal com um portfólio completo e versátil para todas as ocasiões, traduzindo as últimas tendências do *lifestyle* cosmopolita. Tudo isso, com ótima relação custo-benefício, conveniência e informação de moda.

A DZARM é conectada com a mulher moderna, sem tempo para esperar o que quer conquistar. Antenada com o mundo digital, a marca inovou na forma de atender e de se comunicar com as consumidoras. Conheça os destaques.

DZARM NOW

EM 2018, A MARCA ESTREOU A DZARM NOW, UMA PLATAFORMA DE ATENDIMENTO QUE ENTENDE E ATENDE AS NECESSIDADES DAS CONSUMIDORAS. COM UMA ESTRATÉGIA MULTICANAL, O SERVIÇO FOI LANÇADO EM UM EVENTO ESPECIAL COM A PARTICIPAÇÃO DE CELEBRIDADES E INFLUENCIADORAS DIGITAIS.



- **DZARM em Casa:**

a consumidora escolhe o look que mais combina com a ocasião e solicita o serviço de curadoria. A equipe da DZARM prepara uma mala com opções e combinações para o perfil e o *lifestyle* e envia para o local informado pela consumidora, sem custo adicional. Depois, as peças são retiradas, com a cobrança exclusiva do que foi comprado.

- **DZARM Entrega Super**

Expressa: a DZARM entrega em até 3 horas as compras realizadas pela *webstore* da marca. O serviço atende as consumidoras que valorizam a agilidade e a qualidade no atendimento em meio à rotina agitada da cidade de São Paulo.

- **Pick Up in Store:**

nessa modalidade, as consumidoras fazem as compras pela *webstore* e retiram os produtos escolhidos em uma das lojas da marca. Basta selecionar essa opção ao finalizar o pedido no *e-commerce*.



INFLUENCIADORAS DIGITAIS

A parceria com as influenciadoras digitais de moda manteve-se como uma estratégia importante para a DZARM. A marca levou as blogueiras para eventos como o **Carnaval de Rua** nas principais capitais do país e também marcou presença no **Lollapalooza**, um dos eventos de música mais importantes do calendário nacional.

NOSSAS MULHERES

As mulheres que fazem parte da equipe DZARM foram convidadas a participar de ações de divulgação da marca em 2018. Nossas colaboradoras estrelaram vídeos das campanhas do Dia das Mães e do Dia Internacional da Mulher.

CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶



FAZEMOS ROUPAS PARA AS CRIANÇAS SE DESCOBRIREM. NOSSAS COLEÇÕES FAVORECEM A INFÂNCIA PLENA E SAUDÁVEL COM CONFORTO, FLEXIBILIDADE PARA ACOMPANHAR OS MOVIMENTOS, ADEQUADAS PARA BRINCAR E FAZER PARTE DA ROTINA DA CRIANÇA. O QUE A GENTE QUER É INFÂNCIA BEM VIVIDA, AMPLA, RICA EM DESCOBERTAS E APRENDIZADOS.

12

Liberdade para brincar e explorar cada momento da infância. Veja as ações da Hering Kids para **incentivar a descoberta** desde os primeiros passos.

CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶



JUNTOS SOMOS +

A coleção de outono, com o tema “Juntos Somos +” da Hering Kids celebrou a **diversidade cultural**. As peças da meia estação vieram com cores vibrantes e elementos da cultura de outros países, como o Peru, o Japão e a África do Sul.

ME & MINI ME

Em comemoração ao Dia das Mães, a Hering Kids levou para as lojas a coleção “Me – Mini Me”. De forma lúdica, as peças **vestiram** pais e filhos(as) com as mesmas cores e estampas.

JEANS PARA BRINCAR

A Hering Kids lançou uma linha de produtos e uma campanha para divulgar o Play Jeans, roupas confeccionadas com uma malha confortável e que protege as crianças em todas as brincadeiras. Além das roupas, a campanha também promoveu o **incentivo à leitura**.

Ao comprar roupas do Play Jeans, os pequenos ganhavam um mês de assinatura do Leiturinha, um dos maiores clubes de leitura virtual do Brasil. Quando os pais renovavam a parceria, a marca doava um kit de leitura para uma instituição associada à Fundação Abrinq.

MANUAL DO BRINCAR

Pelo quarto ano, a Hering Kids lançou o “Manual do Brincar”, livro que reúne uma coletânea de atividades para incentivar a brincadeira e a criatividade como pilares do desenvolvimento infantil. Na campanha de 2018, a marca se uniu à Turma da Mônica, personagens do cartunista Maurício de Souza, resgatando a linguagem dos quadrinhos.

DIA DAS CRIANÇAS

Para celebrar o Dia das Crianças, a Hering Kids fez uma parceria com o Cartoon Networks e lançou uma coleção especial, com modelos que trouxeram os universos dos personagens Bem 10 e Meninas Superpoderosas. Um dos destaques foram os pijamas feitos com tecidos refletivos, que brilham no escuro.

SNOOPY E SUA TURMA

Sucesso entre adultos e crianças, Charlie Brown e seu beagle Snoopy, além de outros personagens criados pelo cartunista Charles Schulz, estamparam a coleção de Natal da Hering Kids. A ação foi incrementada com iniciativas especiais, como a presença dos personagens para tirar fotos com a criançada nas lojas.

COLEÇÃO MY FIRST

A Hering Kids lançou o My First Hering Kids, o primeiro básico do bebê. As peças foram personalizadas com a letra inicial do nome do bebê, dando um toque especial à primeira roupa.





A PUC é uma marca vibrante, envolvente e alegre, que sempre acompanha as tendências, as mudanças de comportamento e as novidades do mundo.

Acreditamos que a roupa infantil deve intensificar as cores da infância, deixando essa fase ainda mais radiante.

Com 40 anos de tradição e qualidade reconhecidas, a PUC traz produtos com alta percepção de valor e que compõem todo o guarda-roupa da criança.

PUC LAB É UMA PLATAFORMA QUE DESTACA O TRABALHO DE ARTISTAS, DESIGNERS, ESTILISTAS E MARCAS OU NOVAS CATEGORIAS QUE AJUDAM A CONSTRUIR A NOSSA MARCA! COM AS PARCERIAS REALIZADAS COM ARTISTAS E ESTILISTAS RECONHECIDOS, ALGUNS DOS COLABS DE 2018 FORAM:



ESTAMPAS COLORIDAS

A PUC e a estilista **Isabela Capeto** fizeram uma parceria, dentro do projeto PUC Lab, para criar uma **coleção vibrante** e com estampas diferentes para as crianças. A coleção também contou com acessórios e **looks** especiais, em versão adulta, para as mães poderem combinar os estilos.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)

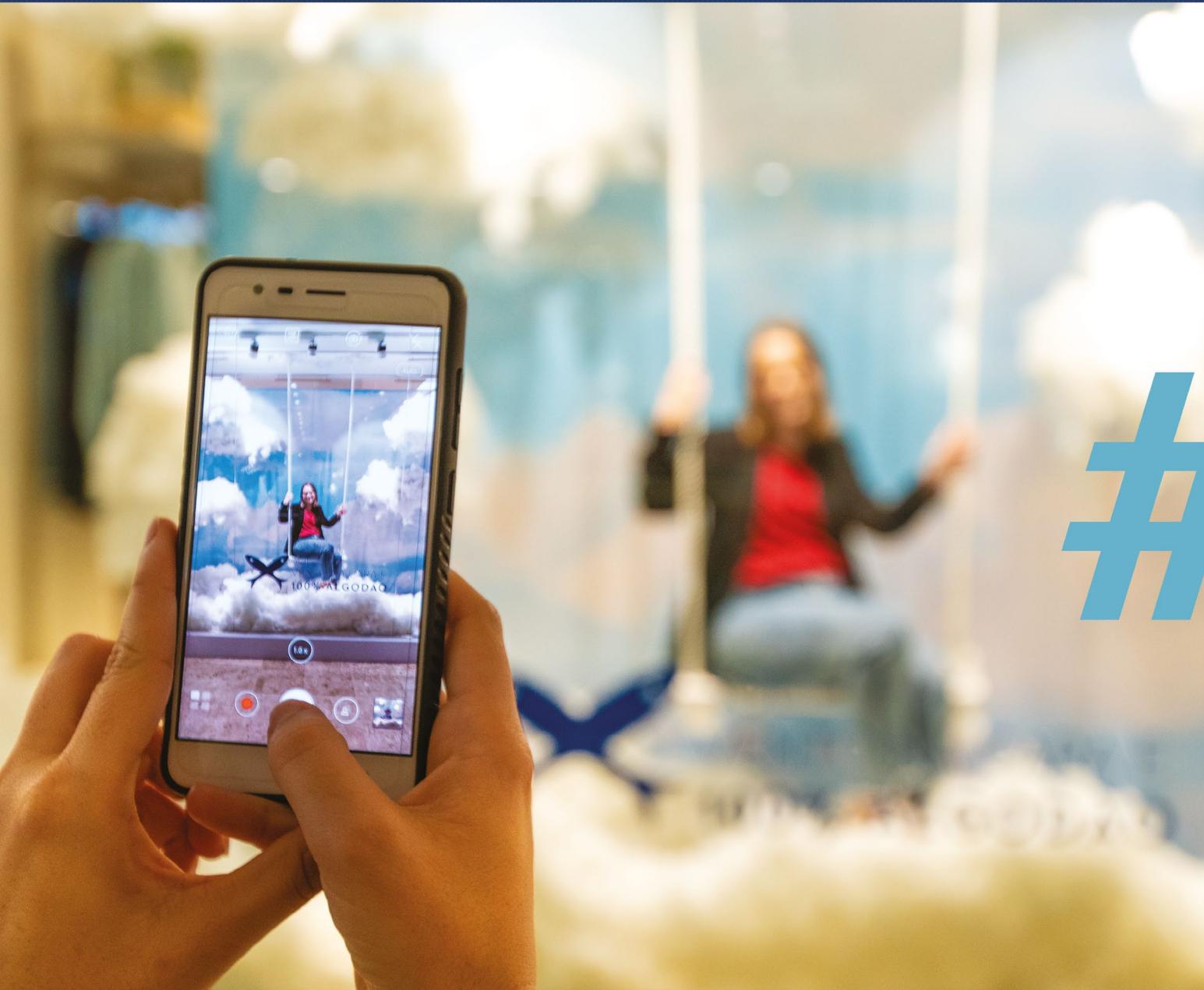
FESTA DO PIJAMA

Outra parceria de criação da PUC foi protagonizada pela ilustradora Ana Strumpf, inspirada no tema **“Festa do Pijama na Floresta”**. A artista carioca desenvolveu ilustrações coloridas de libélulas, sapos e cobras, combinados com elementos gráficos, para a roupa de dormir da criança. A coleção também ganhou acessórios, como sacos de dormir, cabaninhas e até bandana para os pets.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)

VERÃO AMAZÔNICO

A estilista Lenny Niemeyer foi convidada para criar uma coleção cápsula inspirada na **Amazônia Marítima** para a PUC. A estamparia trouxe referências da fauna e da flora locais, da gastronomia e da música regional, como o ritmo carimbó.



#CO
#NE
#XÃO



100 %

das lojas próprias
integradas ao
omnichannel

300

startups inscritas para
apresentar projetos de
inovação em 2 Pitch Days

Lançamento do Portal

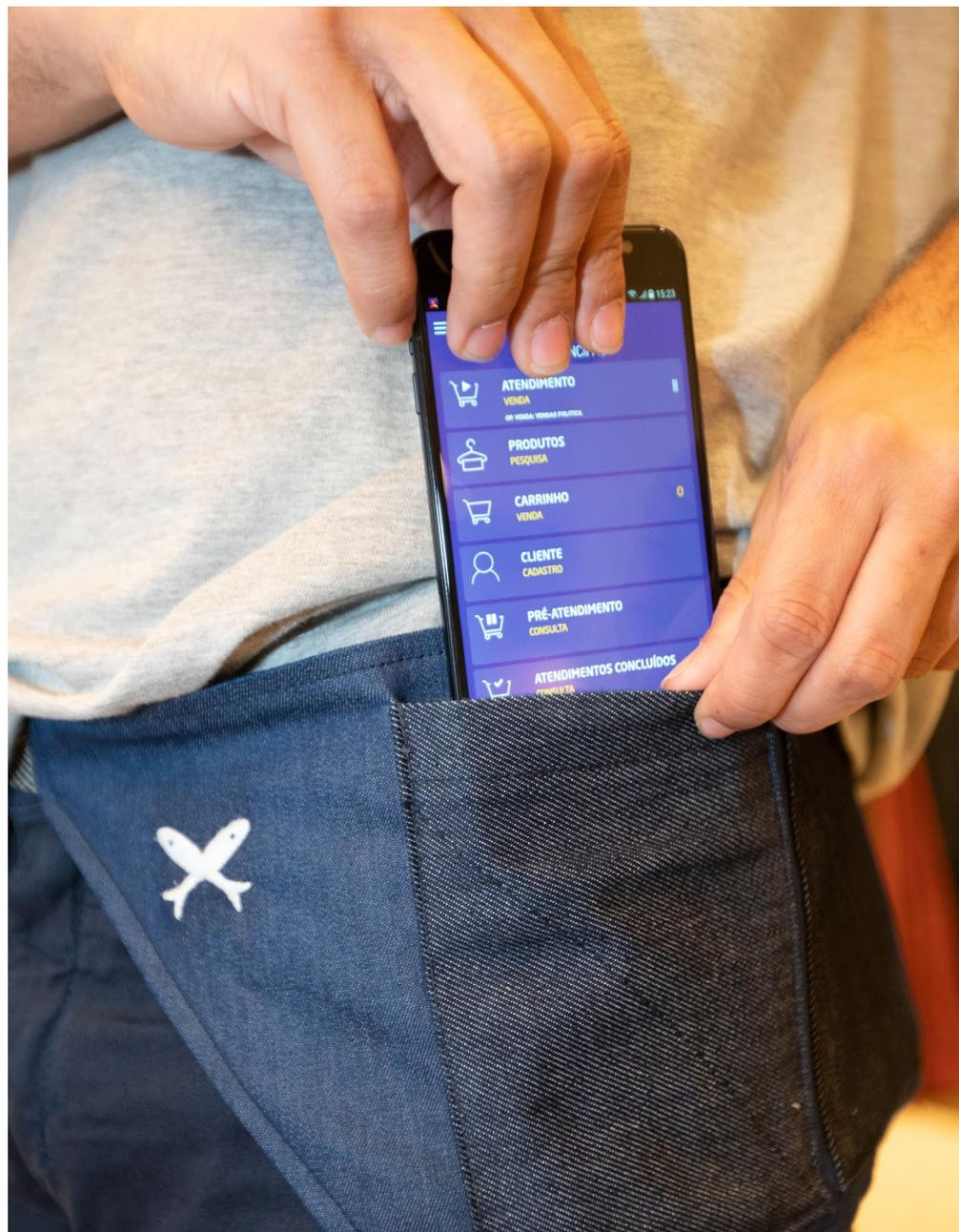
CONECTA

canal B2B de relacionamento
com franquias e multimarcas

Inauguração da loja Hering

EXPERIENCE

uma experiência transformadora de compra



OMNICHANNEL: NOSSAS MARCAS SEMPRE PRESENTES

A internet e o mundo digital mudaram a vida das pessoas e também a forma como atendemos nossos consumidores. Para oferecer a melhor experiência de compra estruturamos nossa plataforma de omnichannel, que integra o e-commerce e lojas físicas. A primeira fase foi finalizada em 2018, com a integração de todas as lojas próprias.

Uma das principais vantagens do omnichannel é a conveniência ao consumidor, por permitir que ele compre e retire o produto onde e como preferir. Por exemplo, caso o consumidor esteja em uma de nossas lojas físicas e não encontre a peça na cor ou no tamanho desejado, as equipes de vendas da loja podem auxiliá-lo na compra do produto disponível no estoque do e-commerce ou em outra loja física, permitindo que ele decida como preferir receber ou retirar a peça.

AINDA EM 2018, EM PROJETO PILOTO, INICIAMOS A IMPLEMENTAÇÃO DO OMNICHANNEL EM 7 LOJAS FRANQUEADAS. A PARTIR DOS RESULTADOS OBTIDOS, DEFINIMOS A META DE INTEGRAR TODAS AS FRANQUIAS ATÉ O FINAL DE 2019, INICIANDO PELOS ESTADOS SP, DF, RJ E RS. SERÃO PRATICAMENTE 3 LOJAS FRANQUEADAS CAPACITADAS E INTEGRADAS A CADA DIA. AO FINAL DA IMPLEMENTAÇÃO NO CANAL DE FRANQUIAS, FAREMOS UM PROJETO PILOTO NO CANAL MULTIMARCAS, COM OS CLIENTES DO VAREJO QUALIFICADO.



O OMNICHANNEL CONECTA NOSSOS CONSUMIDORES A TODAS AS POSSIBILIDADES DE COMPRA:

- **Pick up store:** o consumidor faz o pedido em qualquer canal de vendas (loja física ou e-commerce) e retira em uma loja física.
- **Showrooming:** na loja física, caso não haja disponibilidade do modelo em estoque, o consumidor pode comprar via sistema, com o apoio do vendedor na loja, e receber o item selecionado em casa, enviado do e-commerce ou de outra loja.
- **Ship from store:** o pedido feito pelo e-commerce ou em loja física por meio de um sistema, é entregue por uma loja mais próxima do consumidor, reduzindo o prazo de entrega.
- **Ship to store:** o consumidor compra em qualquer canal e retira em qualquer loja física.
- **Multi fulfillment:** integração entre todas as modalidades em uma única compra, permitindo que o pedido seja dividido em partes e entregue ao cliente de forma customizada, de acordo com as suas necessidades e preferências.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL



As novas tecnologias digitais, presentes no dia a dia da sociedade, estão mudando a maneira como trabalhamos e buscamos aperfeiçoar a **relação com nossos consumidores**, em toda a jornada da compra. A transformação digital é mais um capítulo em nossa história, na qual já nos reinventamos

tantas vezes para estarmos sempre perto e presentes de quem veste a vida com nossas marcas. Em 2018, com o objetivo de otimizar nossa gestão sobre o tema, criamos uma diretoria para gerenciar nossos processos em parceria com a área de tecnologia da informação.

CONECTA: ACESSIBILIDADE E AGILIDADE AO NEGÓCIO

O Portal Conecta, lançado em 2018, é um novo **canal de relacionamento B2B** criado para agilizar o atendimento aos clientes (franquias e multimarcas) na comercialização das coleções. Por meio da plataforma digital, os lojistas e representantes têm acesso a catálogos virtuais, consulta de pedidos, relatório de dados e outras ferramentas que ajudam na gestão do negócio.

A FERRAMENTA DE B2B ESTÁ DISPONÍVEL PARA TODOS OS FRANQUEADOS DESDE O ANO PASSADO. O OBJETIVO É AMPLIAR O ACESSO DE CLIENTES DO CANAL MULTIMARCAS EM 2019, VIABILIZANDO A COMPRA DE COLEÇÕES NOVAS, REPOSIÇÃO DE ESTOQUES E O ABASTECIMENTO DA REDE EM TODO O BRASIL.

Com o Portal Conecta, vamos **aprimorar o time to market** de nossas coleções e estar mais próximos dos canais de vendas e parceiros comerciais. A digitalização do atendimento ajudará nossos representantes, por exemplo, a conhecer melhor seus clientes e a ter uma atuação cada vez mais consultiva.

CONEXÃO COM *STARTUPS*

A aproximação e a formação de parcerias com *startups* de tecnologia são maneiras de acelerar a transformação digital no nosso negócio e, ao mesmo tempo, apoiar e fortalecer o empreendedorismo. Em 2018, com a parceria da StartSe, que apoia a conexão entre empresas e empreendedores, realizamos dois Pitch Days, eventos em que *startups* selecionadas são convidadas a apresentar suas soluções para desafios do nosso modelo de negócio.

Com mais de 300 inscritos, a iniciativa selecionou 20 *startups* finalistas. Após a avaliação de uma banca da Cia. Hering, 4 empresas foram escolhidas para desenvolver suas soluções em formato de parceria.



PARA AUMENTAR A CONEXÃO COM ESSE ECOSISTEMA, TAMBÉM APOIAMOS O PROJETO *STARTUP WEEKEND*, EM BLUMENAU (SC). O EVENTO, REALIZADO EM MAIS DE 100 PAÍSES, REÚNE EMPREENDEDORES, DESENVOLVEDORES, DESIGNERS E ENTUSIASTAS PARA COMPARTILHAR IDEIAS, FORMAR EQUIPES E CRIAR *STARTUPS*.



Nossos colaboradores também marcaram presença na Expedição FAE, evento no formato *hackathon* realizado com os alunos do Centro Universitário FAE, de Curitiba (PR). O desafio de inovar para melhorar a experiência de compra dos consumidores foi lançado aos participantes, que formaram equipes de trabalho para soltar a criatividade e gerar novas ideias.

HERING EXPERIENCE: UM NOVO JEITO DE COMPRAR

A abertura da loja Hering Experience, no Shopping Morumbi (São Paulo), representa um marco na maneira como as novas tecnologias podem mudar e melhorar a experiência de compra. Incorporando soluções desenvolvidas em parceria com as *startups*, o espaço transforma a forma como nos relacionamos com nossos consumidores.

Inaugurada em outubro de 2018, a Hering Experience coloca o consumidor como protagonista do processo de compra. Desde a vitrine instagramável, que o convida a tirar uma foto, até os provadores, equipados com monitores *touchs screens*, que agilizam a escolha das roupas, a tecnologia é uma plataforma para tornar a experiência e a visita à loja um momento único e especial.



A LOJA É EQUIPADA COM SENSORES QUE IDENTIFICAM PADRÕES DE COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES E APOIAM AS EQUIPES DE VENDAS. COM AS TELAS *TOUCH SCREEN* NOS PROVADORES É POSSÍVEL SOLICITAR OUTROS TAMANHOS E CORES DAS PEÇAS QUE ESTÃO SENDO PROVADAS. O ESTOQUE UTILIZA TECNOLOGIA *RFID* PARA IDENTIFICAR A DISPONIBILIDADE DE PRODUTOS EM TEMPO REAL, APOIANDO NA REPOSIÇÃO. A LOJA TAMBÉM POSSUI TECNOLOGIA DE ESPELHO INTELIGENTE, QUE AJUDA OS CONSUMIDORES A CONHECEREM OS PRODUTOS DA COLEÇÃO.

Modulares, as soluções implementadas na Hering Experience serão multiplicadas para nossa rede, de acordo com as oportunidades identificadas.

ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR

Com o SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor), abrimos um canal de comunicação direta com o consumidor, em que identificamos as principais oportunidades para tornar cada vez melhor a sua experiência com as nossas marcas. Estamos ampliando a matriz de atendimento para plataformas digitais e elevando a interação com smartphones. Continuamos a evolução da Hérica, nossa atendente virtual que, com o uso de inteligência artificial, soluciona dúvidas dos consumidores e já realiza 30% dos atendimentos que chegam até ela.

Atender com excelência faz parte do nosso propósito. Por isso, além dos indicadores que avaliam tempo de espera, número de chamadas e outros aspectos importantes, nosso SAC passou a contar em 2019 com o Encantômetro. Esse indicador monitora os elogios recebidos de nossos consumidores e as atitudes de nossos atendentes que geraram esse encantamento.

Dessa forma, queremos estimular as ações diferenciadas no atendimento do consumidor.

EXPERIÊNCIAS QUE NOS CONECTAM COM NOSSOS CONSUMIDORES

Nascida na Paraíba, a Dona Mira recebeu uma visita especial da Cia. Hering em 2018. Perto de completar 100 anos, a avó criou um pano de prato especial, com as etiquetas das básicas da Hering que os netos usavam na praia, durante as férias.

Essa história de carinho chegou a nós pelo SAC. Para retribuir, fomos até a casa da Dona Mira para conhecer ela e sua família de perto.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)





#GENTE



6.319

colaboradores

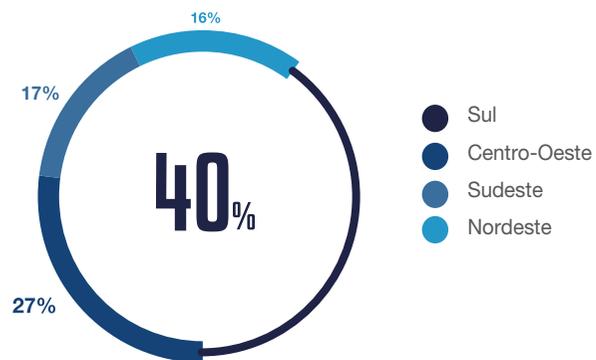
33,4%

homens

66,6%

mulheres

Distribuição dos colaboradores por região



59,10%

de aproveitamento interno de pessoas. São colaboradores que mudaram de área ou passaram a atuar em uma nova posição em 2018.

54,63%

das posições de gestão ocupadas por mulheres.



VALORIZAR E RECONHECER AS PESSOAS

São as pessoas que trabalham na Cia. Hering que materializam nosso propósito de Vestir a Vida dos consumidores de nossas marcas e de todos os outros públicos que fazem parte da nossa rede. A maneira como fazemos isso acontecer é o nosso “jeito de ser”.

A cada ano, por meio do nosso modelo de gestão de pessoas, buscamos fortalecer a cultura organizacional e os comportamentos a serem praticados em tudo o que fazemos. Para isso, investimos no desenvolvimento das competências individuais dos colaboradores, e também reconhecemos os talentos profissionais que atuam com a gente.

O alinhamento da nossa equipe às competências e aos valores impulsiona a conquista de resultados positivos em todas as frentes do negócio. O empreendedorismo individual e o aprimoramento profissional levam a inovações e melhorias de processo que têm como objetivo principal colocar o consumidor no centro de nossas decisões.

NOSSO JEITO DE SER



- Empreendedorismo
- Conexão com o consumidor
- Respeito genuíno pelas pessoas
- Qualidade e excelência
- Orgulho
- Clima casual

NOSSAS COMPETÊNCIAS



Essenciais

- Senso de dono
- Colaboração
- Fazer acontecer
- Foco no cliente e no consumidor

Específicas da liderança

- Liderança
- Gestão de Performance
- Atuação estratégica
- Inovação

PARA FORTALECER NOSSO JEITO DE SER, ESTIMULAMOS UM AMBIENTE DE TRABALHO DE RESPEITO E EQUIDADE, EM LINHA COM A LEGISLAÇÃO VIGENTE, OBSERVANDO ASPECTOS RELACIONADOS, POR EXEMPLO, A CONTRATO E JORNADA DE TRABALHO, DIREITO A LICENÇAS MATERNIDADE E PATERNIDADE, REMUNERAÇÃO ADEQUADA E JUSTA, FÉRIAS E DESCANSO. NOSSAS POLÍTICAS E PRÁTICAS INTERNAS GARANTEM O CUMPRIMENTO DAS LEIS, ESTÃO ALINHADAS À NOSSA ESTRATÉGIA DE GESTÃO DE PESSOAS E PRESERVAM A INTEGRIDADE DAS PESSOAS QUE ATUAM COM A GENTE.



COLABORADORES DA CIA. HERING

Em nossa companhia, trabalham mais de 6,3 mil pessoas, distribuídas pelas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste. Aproximadamente 98% desses colaboradores têm contratos de trabalho permanente e quase 67% são mulheres.



25

Relatório Anual

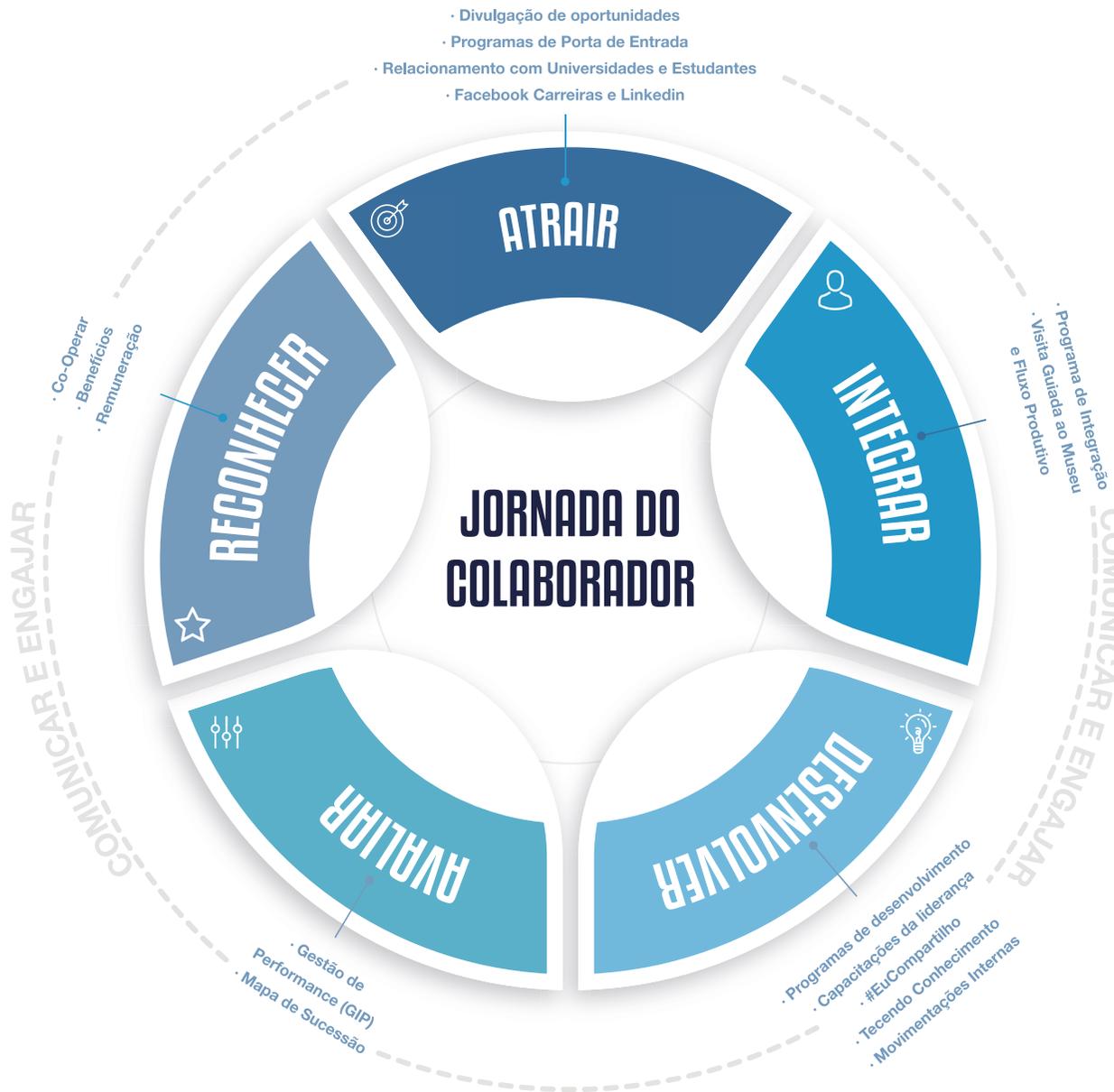
NÚMERO DE EMPREGADOS POR CONTRATO DE TRABALHO	2018		2017		2016	
	PERMANENTE	TEMPORÁRIO	PERMANENTE	TEMPORÁRIO	PERMANENTE	TEMPORÁRIO
Por gênero						
Homens	2.066	44	2.207	68	2.029	87
Mulheres	4.123	86	5.084	161	5.405	227
Total	6.189	130	7.291	229	7.434	314
Por região						
Centro-Oeste	1.759	2	2.487	4	2.757	4
Nordeste	909	6	1.164	10	1.196	12
Sudeste	995	92	977	182	895	217
Sul	2.526	30	2.663	33	2.586	81
Total	6.189	130	7.291	229	7.434	314

NÚMERO DE COLABORADORES COM CONTRATO PERMANENTE POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO	2018		2017		2016	
	INTEGRAL	MEIO PERÍODO	INTEGRAL	MEIO PERÍODO	INTEGRAL	MEIO PERÍODO
Por gênero						
Homens	2.041	69	2.133	142	2.102	14
Mulheres	4.113	96	5.089	156	5.609	23
Total	6.154	165	7.222	298	7.711	37

*Meio período = jovens aprendizes.

AQUI, DESENVOLVEMOS NOSSAS PESSOAS

Sabemos que cada profissional tem as suas motivações, planos de carreira e talentos. Nosso modelo de gestão é estruturado para conectar a pessoa certa, no lugar certo e no tempo certo, alinhado à cultura e aos objetivos estratégicos da companhia.



Atrair talentos

Na Cia. Hering, promovemos oportunidades para novos profissionais com potencial e com interesse em se desenvolver e vestir a vida junto com a gente. Em 2018 concluímos a primeira turma de trainees, no Programa Jovens Empreendedores. A segunda turma, selecionada em 2018, iniciou as atividades em janeiro de 2019, com um ciclo de 18 meses de imersão e capacitação para que esses jovens possam ocupar posições de liderança na companhia.

NOSSO PROGRAMA DE ESTÁGIO FOI REFORMULADO E AMPLIADO NO ÚLTIMO ANO, COM OPORTUNIDADES EM ÁREAS COMO TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, SUPPLY CHAIN E INDÚSTRIA. TAMBÉM REVISAMOS AS AÇÕES DE CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA DE ESTÁGIO.



Investimos em **tecnologias nos processos de gestão de pessoas**. Testamos, por exemplo, a implementação de uma plataforma de inteligência artificial para o processo de recrutamento e, em 2019, utilizaremos essa ferramenta para a seleção de novos colaboradores da área comercial. Uma das principais vantagens dessa solução é o aumento da capilaridade nas redes sociais para a identificação de potenciais candidatos. No projeto piloto que realizamos, houve uma redução média de 12 dias no processo seletivo.



Acolher as pessoas

O respeito genuíno pelas pessoas é um dos comportamentos que fazem parte do Nosso Jeito de Ser e começa a ser praticado desde o primeiro momento. Todos os nossos colaboradores têm acesso ao Código de Conduta e ao Canal de Ética desde o primeiro dia. Assim, promovemos uma atuação ética, em linha com os valores da organização. Leia mais sobre esse tema na página 73. O respeito à diversidade faz parte da maneira como **acolhemos as pessoas**. Na Cia. Hering queremos estimular uma cultura da inclusão e respeito às diversas pessoas que somos. Valorizar a diversidade que já temos, e também abrir cada vez mais espaço para esse tema na organização.

Para fortalecer esse tema, reestruturamos o Programa Plurais, que trabalha a importância da valorização das diferenças e os benefícios da pluralidade no ambiente de trabalho.

O foco de atuação do Programa Plurais em 2018 foi a inclusão de pessoas com deficiência. Reforçamos nas divulgações de oportunidades o convite às pessoas com deficiência para vestirem a vida com a gente, por meio dos nossos canais internos, redes sociais, nas instituições, em jornais locais e na nossa página www.infojobs.com.br/ciahering.



Para estimular o movimento de **inclusão e equidade de pessoas com deficiência**, promovemos agendas na organização para discutir o tema, disponibilizamos aulas de Libras (Língua Brasileira de Sinais) e investimos em adaptações de estruturas e espaços. Também convidamos quem já está com a gente para compartilhar um pouco da sua história, desafios e sonhos. Porque acreditamos que para construir um ambiente mais diverso e uma companhia cada vez mais plural, é importante entender melhor a diversidade de cada um.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ►](#)



O TEMA TAMBÉM GANHOU ESPAÇO COM JOVENS APRENDIZES E ESTAGIÁRIOS EM UM ENCONTRO PARA DISCUTIR O DESAFIO DE **TORNAR A ORGANIZAÇÃO CADA VEZ MAIS DIVERSA E INCLUSIVA**. NA INICIATIVA, CHAMADA DE INNOVATION CAMP E CONDUZIDA EM PARCERIA COM A JUNIOR ACHIEVEMENT OS PARTICIPANTES MERGULHARAM NO TEMA POR MEIO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS COM FERRAMENTAS DE *DESIGN THINKING*.



Desenvolver Competências

Nosso modelo de gestão tem como objetivo a **formação de líderes** que desenvolvam e pratiquem as competências estratégicas essenciais para a condução dos negócios e das pessoas que atuam na companhia. Em 2018, os projetos e investimentos em educação continuaram focados na capacitação desse público, tendo como pano de fundo a transformação digital, a reestruturação organizacional da companhia e o novo planejamento estratégico para promover o crescimento dos negócios. Assim, fortalecemos em nossa liderança a capacidade de gestão de negócios, a gestão de pessoas e a inovação.

O programa desenvolvido em parceria com o Insper (Instituto de Ensino Superior de São Paulo) foi concluído com sete módulos que reforçam a competência de atuação estratégica. Foram 80 horas de capacitação sobre disciplinas multifuncionais – economia, estratégia, finanças, varejo, branding e digital. No total, 27 líderes concluíram a formação.

INOVAÇÃO FOI O TEMA DO ENCONTRO AÇÕES EM REDE, QUE REUNIU OS DIRETORES E GERENTES DA CIA. HERING. O ENCONTRO TEVE A PROPOSTA DE APRESENTAR NOVAS FERRAMENTAS E METODOLOGIAS PARA BUSCA E SOLUÇÃO DE DESAFIOS DA GESTÃO DE NOSSAS MARCAS E CANAIS. TAMBÉM DISCUTIMOS O TEMA COM NOSSOS COORDENADORES E EQUIPES DE DESENVOLVIMENTO DAS MARCAS EM TREINAMENTOS DE DESIGN THINKING E TEAM BUILDING.

Conectamos ainda mais nosso time de gerentes e coordenadores com o tema **gestão de pessoas**, por meio de treinamentos que detalham a jornada do colaborador e reforçam o papel do “líder coach”, com ferramentas para fomentar o desenvolvimento de suas equipes. Para nossas lideranças das unidades industriais, realizamos agendas específicas para trabalhar as nossas competências e outros temas importantes no desenvolvimento desse time de líderes, como *feedback*, relacionamento interpessoal, comunicação e carreira.

O programa #EuCompartilho promove um espaço para compartilhar experiências, com o objetivo de apoiar os colaboradores que não realizam gestão de equipes (Contribuidores Individuais) no desenvolvimento de competências importantes para o nosso modelo de negócio. O formato colaborativo, em que os colaboradores se inscrevem para conduzir o encontro, bem como para participar da agenda, estimula a troca de conhecimento entre os participantes.



A tecnologia também impulsiona o desenvolvimento das pessoas que trabalham na Cia. Hering. Em 2018, nossa plataforma de treinamentos on-line Tecendo Conhecimento foi ampliada com a implementação de um aplicativo, que permite a realização dos

cursos de forma remota e pelo celular. A plataforma, com conteúdos vinculados às competências organizacionais e à gestão do negócio, está disponível para colaboradores das áreas administrativas e, em 2018, recebeu cerca de 14,5 mil acessos desse público.

O TECENDO CONHECIMENTO É UMA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO QUE POSSUÍMOS PARA AMPLIAR A APRENDIZAGEM E PROMOVER O DESENVOLVIMENTO DE TODA A NOSSA REDE. SAIBA MAIS SOBRE O ASSUNTO NA PÁGINA 38.

Evolução do GIP

O GIP (Gestão Integrada de Performance) é um importante processo que contribui para o desenvolvimento das nossas pessoas, fortalecendo a prática das nossas competências e valores organizacionais. Nas áreas administrativas, o processo se dá com avaliações de desempenho 360°, somadas a *feedbacks* e planos de desenvolvimento realizados com o gestor. Nas áreas industriais e de distribuição, demos continuidade ao modelo desenhado em 2017, no qual os líderes operacionais aplicam um formulário de avaliação e conduzem conversas de *feedback* com os colaboradores. A capacitação dessas lideranças para a realização desse processo atingiu 100% do público elegível.

NOS ÚLTIMOS ANOS, TEMOS APRIMORADO ESSE PROGRAMA, BUSCANDO DAR MAIS OBJETIVIDADE ÀS AVALIAÇÕES, SIMPLIFICAR O PROCESSO E CONECTAR OS RESULTADOS AO MAPEAMENTO DE SUCESSÃO. EM 2018, MAIS DE 4,7 MIL COLABORADORES TIVERAM SUA PERFORMANCE AVALIADA PELO GIP, O QUE REPRESENTA 75% DO TOTAL DE PESSOAS QUE TRABALHAM NA CIA. HERING.

PLANEJAMENTO DA SUCESSÃO

Conectar a pessoa certa, no lugar certo e no tempo certo significa também reconhecer nossos talentos. Em 2018, fortalecemos os processos para identificar os colaboradores que têm potencial para serem líderes na Cia. Hering e concluímos um mapa de sucessão das posições de liderança. No ano anterior, esse trabalho já havia sido concluído para a diretoria e gerência. A valorização das pessoas é materializada com o aproveitamento interno dos colaboradores nas oportunidades em diferentes áreas da Cia. Hering.





a gente se conecta

PARA CONECTAR CADA VEZ MAIS Nossos colaboradores e compartilhar informações sobre o nosso negócio, promovemos diversas ações e programas, e também contamos com canais e ferramentas de comunicação, como intranet, murais digitais e agentes de comunicação (grupo de colaboradores voluntários que auxilia na disseminação de informações em suas unidades e áreas).

CAFÉ COM GERENTE E DIRETOR

Para aproximar os líderes de suas equipes e fortalecer a visão estratégica, incentivamos os encontros Café com Gerente, nas áreas industriais, e Café com Diretor, nas áreas administrativas. Em 2018, foram realizados 21 encontros.

VAREJÁR

Para colocar o consumidor no centro de nossa estratégia, nada melhor que vivenciar o dia a dia da operação da loja. Com o VareJÁr, nossos colaboradores visitam a rede e se engajam na busca por inovações que aprimorem a experiência de compra.

EMPRESA DOCE LAR

Em outubro, no mês da criança, nossas unidades abrem as portas para receber os filhos dos

colaboradores e viver um dia com brincadeiras e atividades educativas. É assim que a gente se aproxima das famílias de quem veste a vida com a gente todos os dias.

NAS REDES SOCIAIS

Lançamos em 2018 a página Cia. Hering Carreiras no Facebook, na qual divulgamos informações, oportunidades de vagas e atividades internas para o desenvolvimento dos colaboradores. Além desse canal, a companhia está presente no LinkedIn e tem mais de 172 mil seguidores no perfil institucional.

#DIADABÁSICA

Todos os anos comemoramos o aniversário da Cia. Hering em grande estilo! Para marcar a data, convidamos os colaboradores para vestirem a básica branca, ícone da nossa história, e celebrar mais um ano da companhia.

Cuidar das pessoas

Saúde e segurança são assuntos que a gente nunca deixa de lado. O cuidado com as pessoas que trabalham em nossas unidades faz parte do **nosso jeito de vestir a vida**, seguindo nossos princípios de saúde e segurança ocupacional.

Nossos princípios são: garantir um ambiente de trabalho seguro e saudável, treinar e capacitar, cumprir as políticas e normas de segurança, valorizar o comportamento seguro, comunicar, informar e agir.

Contamos com Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs), cujos membros são eleitos pelos colaboradores e designados pela empresa. Cabe às CIPAs acompanhar a implementação de iniciativas de segurança do trabalho na organização.



A SIPAT (SEMANA INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES DE TRABALHO) É UM MOMENTO ESPECIAL EM QUE O TEMA SEGURANÇA FICA AINDA MAIS EM DESTAQUE NA COMPANHIA. EM 2018, A SIPAT DESTACOU A IMPORTÂNCIA DOS BONS EXEMPLOS, REFORÇANDO O PAPEL DA LIDERANÇA NA AVALIAÇÃO DOS RISCOS E **ENGAJAMENTO DAS EQUIPES NO TEMA.**

Outro evento de destaque é a Semana da Saúde. Na edição de 2018, atividade física e alimentação foram os temas das palestras e dinâmicas que agitaram as unidades.

COM TODAS AS INICIATIVAS E INVESTIMENTOS EM SAÚDE E SEGURANÇA DO COLABORADOR, REGISTRAMOS EVOLUÇÕES NOS NOSSO ÍNDICE DE SEGURANÇA E REDUZIMOS A TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES.

Índice de segurança (quanto menor, melhor)



Taxa de frequência de acidentes

Número de acidentes a cada 200 mil horas-homem trabalhadas



MAMÃE A BORDO

COM DUAS EDIÇÕES ANUAIS, O PROGRAMA MAMÃE A BORDO ENVOLVE AS MAMÃES GESTANTES E OS PAPAIS DA CIA. HERING EM ENCONTROS PARA TROCA DE EXPERIÊNCIAS E INFORMAÇÕES SOBRE O CUIDADO COM OS RECÉM-NASCIDOS. EM 2018, FORAM CERCA DE 130 PARTICIPANTES.



EMPREENDEDORISMO





2,9 mil
 fornecedores de *sourcing*,
 confecções, matéria-prima,
 insumos e prestação de serviços.

100%
 dos fornecedores
 de *sourcing* nacional
 certificados pela ABVTEX.

8.184
 empregos gerados pelas
 confecções.

243
 parceiros franqueados
 em 674 franquias.

6.845
 empregos gerados pelas
 franquias*.

55 mil
 acessos ao Tecendo Conhecimento,
 plataforma de educação e capacitação
 com cursos e treinamentos *on-line*.

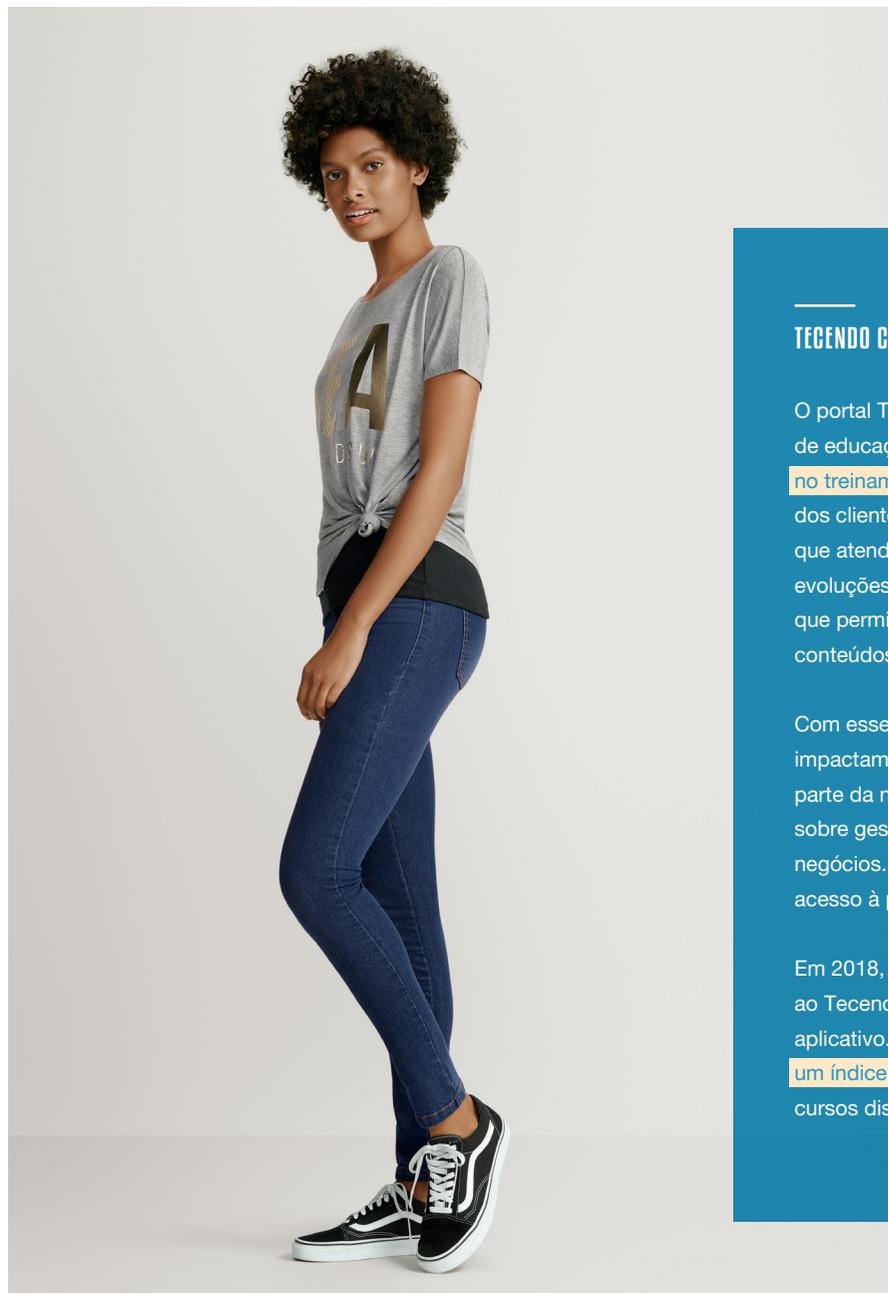
R\$ 1,8 milhão
 investidos pela Fundação Hering
 em ações para impulsionar o
 empreendedorismo.

*estimativa com base na média de colaboradores empregados por loja

SOMOS EMPREENDEDORES POR NATUREZA

Empreender, gerar e compartilhar valor. Tudo isso está em nosso DNA casual. Nosso modelo de negócio é sustentado por uma grande rede de fornecedores, franqueados, clientes do canal multimarcas e representantes comerciais, e temos a ética e a transparência como base das relações que construímos com esses parceiros.

COM A ATUAÇÃO DA FUNDAÇÃO HERING, QUE CONDUZ O NOSSO INVESTIMENTO SOCIAL, TAMBÉM FORTALECEMOS A CULTURA EMPREENDEDORA NAS COMUNIDADES EM QUE ATUAMOS, CONTRIBUINDO PARA DESENVOLVER CIDADÃOS PROTAGONISTAS DAS SUAS HISTÓRIAS.



TECENDO CONHECIMENTO

O portal Tecendo Conhecimento, nossa plataforma de educação on-line, é uma importante ferramenta no treinamento de franqueados e de suas equipes, dos clientes multimarcas e dos representantes que atendem esses lojistas. Uma das principais evoluções em 2018 foi o lançamento do aplicativo que permite o acesso às informações e aos conteúdos da plataforma pelos smartphones.

Com esse modelo de EAD (Ensino a Distância), impactamos positivamente as pessoas que fazem parte da nossa rede, ampliando o conhecimento sobre gestão e o repertório sobre os nossos negócios. Nossos colaboradores também têm acesso à plataforma para o seu desenvolvimento.

Em 2018, mais de 2,1 mil usuários se conectaram ao Tecendo Conhecimento pela internet e pelo aplicativo. No total, foram mais de 55,6 mil acessos e um índice de satisfação de 95% com os conteúdos e cursos disponibilizados.

EXCELÊNCIA E INTEGRIDADE DOS FORNECEDORES

Nosso modelo de negócio híbrido, que envolve produção própria, contratação de confecções para a realização de etapas do processo produtivo e *sourcing*, abre oportunidades para que empreendedores de diferentes setores da economia possam vestir a vida junto com a gente. No último ano, fizemos negócios com cerca de 2,9 mil fornecedores, com um gasto total da ordem de R\$ 1 bilhão.

Nossos fornecedores são classificados em três grandes categorias. A gestão desse relacionamento é realizada dentro do programa Moda Sustentável, que envolve representantes de diversas áreas em comitê para avaliar e definir ações para gestão e evolução da rede de parceiros. Algumas ações desenvolvidas por esse comitê multidisciplinar abrangem todas as empresas parceiras, outras são específicas para os parceiros de *sourcing* ou confecções que realizam etapas do nosso processo produtivo, conforme riscos mapeados.



NÚMERO DE FORNECEDORES ATIVOS	2018	2017	2016
Confecções	381	446	444
<i>Sourcing</i> nacional	46	71	79
<i>Sourcing</i> Internacional	61	100	102
Insumos, matérias-primas e prestação de serviços	2.408	3.021	Cerca de 850

PROGRAMA MODA SUSTENTÁVEL NA CADEIA DE FORNECEDORES

CATEGORIAS DE FORNECEDORES



INSUMOS, MATÉRIAS-PRIMAS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:

fabricantes de materiais que utilizamos em nossas coleções ou insumos industriais. Inclui os prestadores de serviços que realizam a logística ou atuam em projetos administrativos e operacionais.



CONFECÇÕES:

fornecedores que realizam etapas do processo produtivo, como costura, bordado e embalagem, considerados de pequeno porte. Essas empresas estão próximas às nossas unidades produtivas.



SOURCING:

parceiros localizados no Brasil e no exterior, que fornecem produtos prontos para complementar as coleções. Com esses parceiros, ampliamos nosso mix de acessórios, calçados e outras peças.

AÇÕES DE RELACIONAMENTO

Formalização dos compromissos e condutas éticas esperadas dos fornecedores

na relação com a Cia. Hering e na gestão de seus negócios. Por meio dos contratos e do Código de Conduta dos Fornecedores, reforçamos a ética e a integridade em nossa rede.

Comunicação de dúvidas, sugestões e relatos de situações de não conformidade

com o Código de Conduta e os valores corporativos. Também temos disponível um Canal de Ética externo, que garante ao relatante o anonimato, para o recebimento desse tipo de questionamento. Saiba mais sobre o canal na página 74.

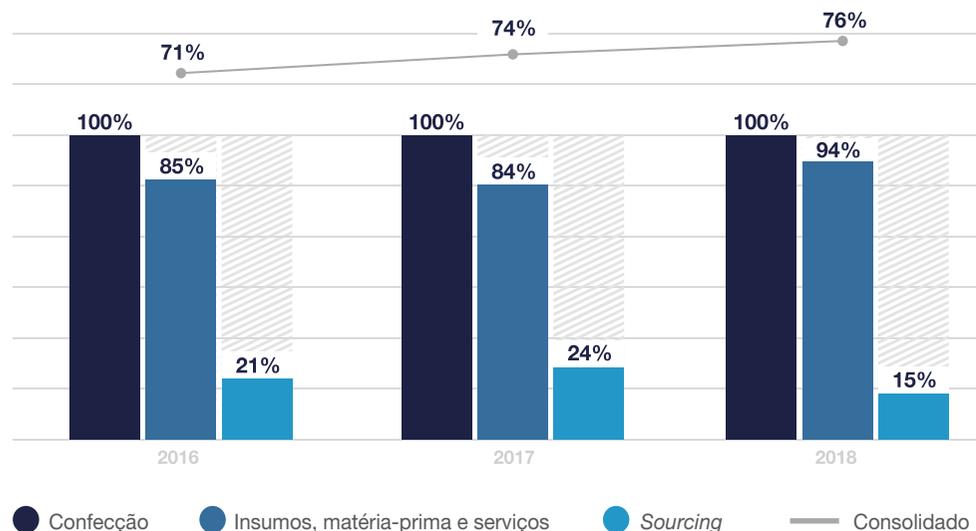
Monitoramento das condições de trabalho

e conformidade dos fornecedores por meio de auditorias presenciais com equipes próprias em confecções e da exigência de certificações reconhecidas no Brasil e no exterior, como a da ABVTEX, para fornecedores de *sourcing*.

Desenvolvimento e capacitação dos fornecedores

por meio de ações de relacionamento, como o Prêmio Abra e programas da Fundação Hering ou de outras instituições parceiras. Nessa frente, focada para nossos parceiros do grupo confecções, buscamos incentivar o empreendedorismo e promover a qualificação da gestão, valorizando as boas práticas dos nossos parceiros.

Percentual de gastos com fornecedores locais



POR MEIO DOS NOSSOS PILARES DE ATUAÇÃO COM A CADEIA DE FORNECEDORES, REFORÇAMOS NOSSOS VALORES E POLÍTICAS, ESTIMULANDO OS NOSSOS PARCEIROS A EMPREENDER EM NEGÓCIOS QUE RESPEITEM OS SEUS COLABORADORES E O MEIO AMBIENTE. ESTAR EM LINHA COM A LEGISLAÇÃO VIGENTE É UMA PREMISSA BÁSICA PARA CONSTRUIR RELAÇÕES DE CONFIANÇA COM ESSA REDE, POR ISSO BUSCAMOS PARCEIROS QUE ATUEM DE MANEIRA JUSTA E CORRETA EM RELAÇÃO A CONTRATOS E JORNADAS DE TRABALHO, CONTRATAÇÃO DE IMIGRANTES, DIREITO A LICENÇAS MATERNIDADE E PATERNIDADE, REMUNERAÇÃO, FÉRIAS E DESCANSO, CONSOLIDANDO TAMBÉM O COMPROMISSO DA REDE DE GERAR VALOR DE MANEIRA ÉTICA, NA COMUNIDADE ONDE ESTÁ PRESENTE.



O programa Moda Sustentável proporciona uma evolução contínua do nosso modelo de gestão e de avaliação de impactos na cadeia de fornecimento. Em 2018, aprimoramos nossa matriz de riscos que aprimora nossa capacidade de identificar os grupos de fornecedores sobre os quais devemos concentrar nossos esforços de monitoramento e acompanhamento.

PARA FAZER ESSE MAPEAMENTO, CONSIDERAMOS DIVERSOS ASPECTOS QUE IMPACTAM NA SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO, COMO O VOLUME DE COMPRAS REALIZADO NO ANO, A REPRESENTATIVIDADE NA REDE, A COMPLEXIDADE NA GESTÃO DE MONITORAMENTO E A AVALIAÇÃO DA SAÚDE FINANCEIRA DAS EMPRESAS. O CRUZAMENTO DESSAS E DE OUTRAS INFORMAÇÕES, COM BASE NA PERCEPÇÃO DE NOSSOS GESTORES, RESULTOU NO GRAU DE RISCO DOS GRUPOS DE FORNECEDORES.

Com base nessa matriz, afinamos a percepção dos riscos que podem impactar nossa rede e dos tipos de fornecedores com quem devemos atuar de maneira mais próxima. Para alguns deles, como confecções e *sourcing*, já tínhamos práticas estabelecidas e consolidadas. Para outros, como fabricantes de químicos, tecidos e fios, iniciaremos em 2019 um modelo de avaliação e monitoramento específico.

Confecções

Responsáveis pela realização de etapas do processo produtivo de nossas coleções, as confecções atuam próximas às unidades próprias e promovem impactos econômicos positivos em seu entorno, gerando cerca de 8,2 mil empregos.

NA RELAÇÃO QUE ESTABELECEMOS, ALÉM DA QUALIDADE E DA AGILIDADE NOS SERVIÇOS, FORTALECEMOS AS BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO DE NEGÓCIO, SUSTENTABILIDADE E DE CONFORMIDADE COM A LEGISLAÇÃO. TEMOS UM MODELO DE MONITORAMENTO DAS CONFECÇÕES QUE INCLUI AUDITORIAS REGULARES, MITIGANDO OS RISCOS DE OCORRÊNCIA DE TRABALHO INFANTIL OU FORÇADO, E AVALIAÇÕES DOCUMENTAIS.

Os dois indicadores principais que acompanhamos são:

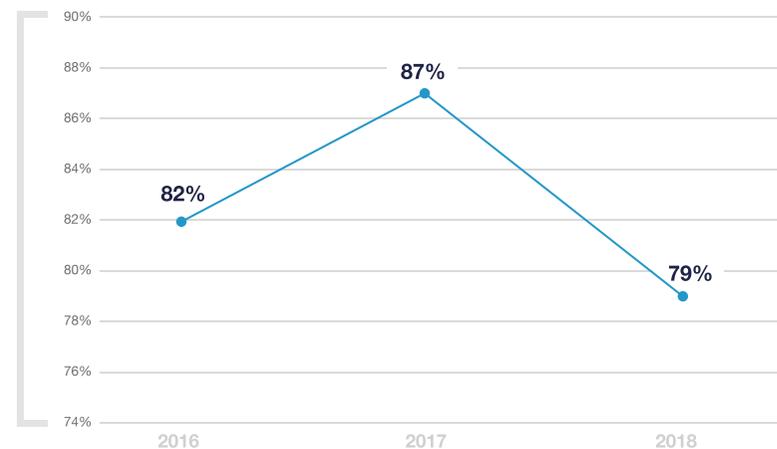
- Giro da Cadeia: representa a frequência média por ano de auditorias próprias realizadas em toda a base de fornecedores do tipo confecções, para a realização de avaliações socioambientais. Também consideramos as inspeções pontuais em alguns fornecedores nacionais de *sourcing*. Nessas auditorias, 100% não anunciadas, são avaliados aspectos sociais, relacionados a leis trabalhistas, normas de saúde e segurança, além de verificações documentais de licenças e questões ambientais. Caso seja identificada alguma evidência de trabalho infantil, forçado ou análogo a escravo, o parceiro é imediatamente reprovado e tem seu contrato rescindido. As auditorias, com os mesmos critérios, também são realizadas sempre que contratamos um novo fornecedor. Apenas com a aprovação nesse processo é que o fornecedor passa a fazer parte da nossa base de parceiros.

- Índice de Regularização de Terceiros: monitora, mensalmente, o cumprimento das obrigações trabalhistas das confecções. Os documentos comprobatórios são enviados à Cia. Hering para confirmação.

Giro da cadeia (média de auditorias por fornecedor de *sourcing* e confecções)



Índice de regulação de terceiros - confecções (novembro/17 a outubro/18)





Além da conformidade, incentivamos a melhoria contínua das confecções de costura por meio do **Prêmio Abra**, uma **ação de reconhecimento** pela implementação das melhores práticas de qualidade, *compliance* e gestão do negócio. Em 2018, 326 confecções participaram da iniciativa.

MAIS DO QUE SER OURO, PRATA OU BRONZE, A PREMIAÇÃO ABRA SIGNIFICA VALORIZAR HISTÓRIAS DE SUCESSO, CONSTRUÍDAS COM EMPREENDEDORISMO, COMPLIANCE, COMPROMETIMENTO COM A QUALIDADE, RESPEITO AS PESSOAS E AO MEIO AMBIENTE. PARA A CIA. HERING, AS MEDALHAS DO PRÊMIO ABRA REPRESENTAM UMA CADEIA DE FORNECEDORES ENGAJADA COM A GENTE E QUE CONTRIBUI PARA FORTALECER A NOSSA RELAÇÃO DE CONFIANÇA COM O CONSUMIDOR.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)

 **45**
ouro

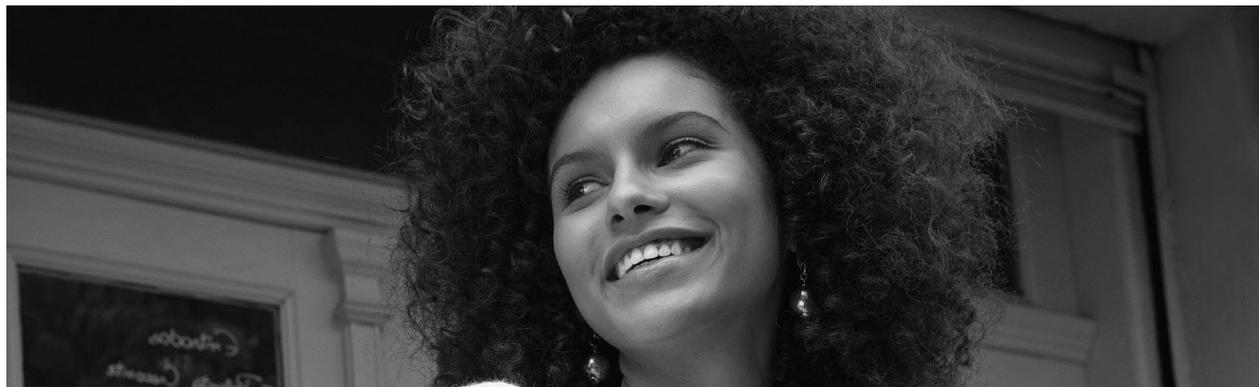
 **180**
prata

 **435**
bronze

660 medalhas foram entregues em 2018



QUALIFICAÇÃO PARA A GESTÃO DO
NEGÓCIO NAS CONFECÇÕES



A Fundação Hering, por meio do programa Encadeamento Produtivo, realizado em parceria com o Sebrae Nacional, fortalece o empreendedorismo nas confecções que atuam em nossa rede. Com uma metodologia que tem o objetivo de desenvolver pequenos negócios, a iniciativa proporciona a qualificação dos fornecedores para melhorar a produtividade, qualidade e gestão sustentável.

No Encadeamento Produtivo, as confecções participam de palestras e *workshops*, além de receberem consultorias

presenciais. Com esse repertório, os parceiros desenvolvem planos de ação, que geram ganhos para as próprias empresas e elevam o nível de qualidade e de eficiência em nossa rede.

O programa foi realizado nos estados do Rio Grande do Norte, Goiás e Santa Catarina, e também foi aberto para pequenas empresas que não são fornecedores da Cia. Hering.

91 confecções participaram do programa Encadeamento Produtivo, que tem duração de 2 anos, para cada empresa.





Sourcing

Os fornecedores de *sourcing* com os quais trabalhamos estão localizados no Brasil e no exterior, com maior presença na Ásia. A parceria que construímos com essas empresas, além de garantir a qualidade dos produtos, tem o objetivo de conectar uma rede de parceiros alinhada aos nossos valores de respeito ao meio ambiente e às pessoas.

NO BRASIL, 100% DOS NOSSOS FORNECEDORES DE SOURCING SÃO CERTIFICADOS PELO PROGRAMA DA ABVTEX (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL). ESSA INICIATIVA, QUE REÚNE OS PRINCIPAIS VAREJISTAS DE MODA DO PAÍS, REALIZA AUDITORIAS LOCAIS PARA AVALIAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO E CONFORMIDADE LEGAIS. PONTUALMENTE, TAMBÉM AUDITAMOS ALGUMAS EMPRESAS COM AS QUAIS TRABALHAMOS, POR MEIO DA NOSSA EQUIPE DE COMPLIANCE.

Parte dos nossos fornecedores internacionais também é certificada por instituições com metodologia reconhecida - BSCI, WRAP, SMETA ou SA8000. Em 2018, o índice de empresas de *sourcing* com pelo menos um desses selos manteve-se em 31%. Em países como Bangladesh e Índia, 100% da nossa cadeia é certificada. Além das certificações, também validamos esses

parceiros com avaliações documentais. Embora busquemos atuar apenas com fornecedores internacionais que possuam uma dessas certificações, mantemos as relações comerciais mais antigas com as empresas que, mesmo sem aderir aos selos, demonstram compartilhar dos nossos valores e cumprem as leis locais.

Para aproximar nosso negócio com os fornecedores internacionais, atuamos com uma equipe sediada na cidade de Nanjing, na China. Esse time, além de buscar novos parceiros, conduzir negociações comerciais e avaliações de qualidade, tem um papel importante para conectar nossos parceiros com as nossas práticas, valores e jeito de fazer negócios.

Nas inspeções, além da qualidade dos produtos, também observamos se há algum tipo de não conformidade legal, como trabalho infantil ou forçado, imigrantes irregulares, aspectos relacionados a remuneração, jornada de trabalho, saúde e segurança. Caso seja identificado algum desalinhamento aos nossos valores corporativos, são desenvolvidos planos de ação para solucionar as questões identificadas. Com o apoio dessa equipe, 100% dos nossos fornecedores de *sourcing* internacional são mapeados e acompanhados presencialmente.

PARCERIA DE VALOR COM NOSSOS FRANQUEADOS

Somos a maior rede de franquias de vestuário do Brasil, com **654 lojas**, e também contamos com **20 franquias** na Bolívia, Paraguai e Uruguai. Por meio desses parceiros, conectamos cerca de **6,8 mil** colaboradores das franquias brasileiras e na América Latina.

527

franquias
Hering

36

franquias
PUC

90

franquias
Hering Kids

1

franquia Hering
Basic Shop

Apoiamos o desenvolvimento desses parceiros nas relações que construímos, em integrações e encontros, além de conteúdos e ações específicas para a qualificação da gestão de negócio. O encontro com franqueados nacionais da rede Hering Store em 2018, por exemplo, foi um evento importante para nos conectar cada vez mais.



PARA ESTIMULAR A GERAÇÃO DE VALOR, TAMBÉM APOIAMOS OS PARCEIROS COM AÇÕES CONTÍNUAS DE APERFEIÇOAMENTO DO MODELO DE GESTÃO E RELACIONAMENTO. APRIMORAMOS O MODELO DE ATENDIMENTO AO NOSSO FRANQUEADO, QUE PASSOU A CONTAR COM TRÊS PERFIS DE COLABORADORES: O ANALISTA DE CAMPO, O SUPERVISOR DE OPERAÇÕES E O CONSULTOR DE NEGÓCIOS, TODOS COM FUNÇÕES ESPECÍFICAS PARA ATENDER ÀS DIFERENTES DEMANDAS DESTE PÚBLICO. E CRIAMOS UMA ÁREA RESPONSÁVEL PELA RECOMENDAÇÃO DO SORTIMENTO DA REDE DE LOJAS, COM FOCO NAS CARACTERÍSTICAS CLIMÁTICAS DE CADA REGIÃO. TAMBÉM AJUSTAMOS NOSSA POLÍTICA COMERCIAL, CONTRIBUINDO PARA MELHORAR O ABASTECIMENTO E PERFORMANCE DAS LOJAS. AS INICIATIVAS IMPACTAM POSITIVAMENTE NO ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DOS FRANQUEADOS EM RELAÇÃO A ATUAÇÃO DA CIA. HERING COM ESTA REDE.

Em 2018, fortalecemos nossa relação com franqueados com a criação de três comitês (Operações, Inovação e Marca e Produto), formados por parceiros de todas as regiões do país que representam ou são indicados

por membros do Conselho de Franqueados e por membros da Cia. Hering especialistas nos temas propostos. Assim, podemos tomar decisões com visões muito mais regionalizadas e com constante *insight* da rede.

INAUGURAMOS A PRIMEIRA LOJA FRANQUEADA BASIC SHOP, NO SHOPPING RECREIO, NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. A BASIC SHOP É UM MODELO DE LOJA MENOR, COM SORTIMENTO DE PRODUTOS COMPOSTO EXCLUSIVAMENTE POR BÁSICOS, ITENS QUE JÁ SÃO CONHECIDOS PELOS NOSSOS CONSUMIDORES E COM BONS RESULTADOS DE VENDAS NA REDE HERING STORE. VAMOS FOMENTAR A AMPLIAÇÃO DE LOJAS NESSE FORMATO A PARTIR DO PRÓXIMO ANO. EM 2018, EM FASE DE TESTES, TAMBÉM INICIAMOS A INTEGRAÇÃO DE SETE LOJAS FRANQUEADAS AO PROJETO OMNICHANNEL (LEIA MAIS NA PÁGINA 17). A PREVISÃO É QUE TODAS AS FRANQUIAS ESTEJAM INSERIDAS ATÉ O FINAL DE 2019.



48



Reforma de lojas

Em 2018, iniciamos um novo ciclo de reformas das lojas, focado principalmente nas franquias. O projeto contempla alterações nas fachadas, melhora da iluminação, mais espaços para exposição de produtos e maior flexibilidade para ajustes no layout da loja.

Um total de 40 lojas franqueadas já foram reformadas no último ano. Entre os benefícios da reforma estão o crescimento do número de atendimentos e das vendas. Em razão da boa performance das lojas reformadas e com o objetivo de acelerar o processo de atualização dos pontos de vendas, revisitamos o modelo de execução das reformas, reduzindo substancialmente o custo por metro quadrado inicial e o período de fechamentos das lojas. O ciclo de reformas terá continuidade no ano de 2019.



Capacitação dos franqueados

O Programa de Desenvolvimento de Franqueados (PDF) chegou ao seu terceiro ano em 2018. A iniciativa aborda temas como gestão de pessoas e gestão de negócios em agendas presenciais e fortalece o nosso papel no desenvolvimento da nossa rede. Outros treinamentos presenciais para franqueados e suas equipes trabalharam temas como visual *merchandising*, produtos e atendimento e contaram com mais de 400 participações.

O PROGRAMA CIA. HERING DE PORTAS ABERTAS É UMA OPORTUNIDADE PARA QUE OS COLABORADORES DAS FRANQUIAS POSSAM CONHECER NOSSAS UNIDADES E SE CONECTAR AINDA MAIS ÀS NOSSAS MARCAS. EM 2018, OS PROFISSIONAIS QUE SE DESTACARAM VIAJARAM ATÉ BLUMENAU PARA PARTICIPAR DE UMA AGENDA DE INTEGRAÇÃO QUE ORGANIZAMOS, INCLUINDO VISITAS AO MUSEU HERING E ÀS UNIDADES INDUSTRIAIS ITORORÓ E BOM RETIRO, ALÉM DE ENCONTROS COM AS PESSOAS QUE TRABALHAM EM ALGUMAS ÁREAS DA COMPANHIA.

A iniciativa é realizada em parceria com os franqueados, que custeiam a viagem de seus colaboradores. Recebemos 64 funcionários, alguns deles com mais de 20 anos de atuação com as marcas da Cia. Hering.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS ▶](#)

MULTIMARCAS: PRESENÇA EM TODO O BRASIL

Nosso canal multimarcas é formado por cerca de 10 mil varejistas de moda, presentes em mais de 3 mil municípios de todas as regiões do Brasil. A capilaridade desse canal, complementando a atuação das franquias e lojas próprias, é estratégica para o nosso negócio.

Por meio do projeto Segmentação do Multimarcas, traçamos estratégias diferenciadas de atendimento e vendas adequadas para cada parceiro varejista. Nessa plataforma, os pontos de venda são classificados de acordo com seus segmentos e praças de atuação. Ao longo do ano, também desenvolvemos ações de engajamento, como a campanha “Verão Premiado”, com sorteio de smartphones e vouchers de compras nas nossas marcas, com foco nas equipes de vendas das lojas.

O **Varejo Qualificado**, que reúne os parceiros com mais de 80% do seu mix de produtos composto por itens das nossas marcas, é um **segmento de grande relevância dentro do canal**. Em 2018, aprimoramos nossa relação com esse público por meio de ativações comerciais, em linha com o calendário das nossas marcas, como as campanhas de Jeans, Dia das Mães, Dia dos Pais e “É Assim que Eu Vou”. Os clientes também receberam materiais que auxiliam na padronização e exposição das coleções nas lojas. Além disso, ampliamos



o acesso ao portal Tecendo Conhecimento para os clientes do Varejo Qualificado, com conteúdos que contribuem para melhorar a gestão de seus negócios. Saiba mais sobre a plataforma de treinamentos on-line na página 38.

Com o papel de conectar nossas marcas com os clientes varejistas, contamos com os representantes, parceiros importantes dessa rede. Esses profissionais auxiliam na divulgação das coleções lançadas e nas compras dos clientes multimarcas. Para esse público, realizamos duas edições do programa Cia. Hering de Portas Abertas e recebemos 41 pessoas para uma visita às nossas unidades em Blumenau. Uma oportunidade para conhecer mais sobre os nossos processos e nosso jeito de fazer negócios.

TECNOLOGIA PARA APROXIMAR O RELACIONAMENTO

O PORTAL CONECTA, LANÇADO EM 2018, É UMA IMPORTANTE INICIATIVA NO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES MULTIMARCAS. INCORPORANDO A TECNOLOGIA EM NOSSOS PROCESSOS, VAMOS AGILIZAR A VENDA DE COLEÇÕES, AS ENTREGAS E O ABASTECIMENTO DOS NOSSOS CLIENTES. A INTEGRAÇÃO DESSE CANAL À NOVA PLATAFORMA ESTÁ PREVISTA PARA OCORRER DE FORMA GRADUAL A PARTIR DE 2019. SAIBA MAIS NA PÁGINA 18.

EMPREENDEDORISMO NA COMUNIDADE

Nossa rede tem potencial para ir além das relações com os parceiros de negócio. Incentivar e fortalecer o empreendedorismo é também o objetivo da Fundação Hering, que gerencia o investimento social privado da Cia. Hering, viabilizando projetos que geram transformações e valor nas comunidades.

É assim que a Fundação faz acontecer



ATUANDO PELO EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL, USANDO A MODA COMO PLATAFORMA DE TRANSFORMAÇÃO



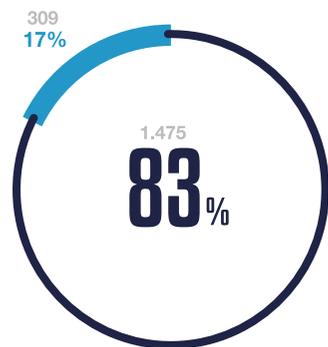
CAPACITANDO E TRANSFORMANDO PESSOAS PARA O MERCADO DE TRABALHO



FORTALECENDO NOSSA REDE COM UM OLHAR PARA OS NEGÓCIOS NA MODA

51

Investimento social da Cia. Hering em 2018 (R\$ mil)



- Recursos Próprios
- Recursos Incentivados



Trama Afetiva

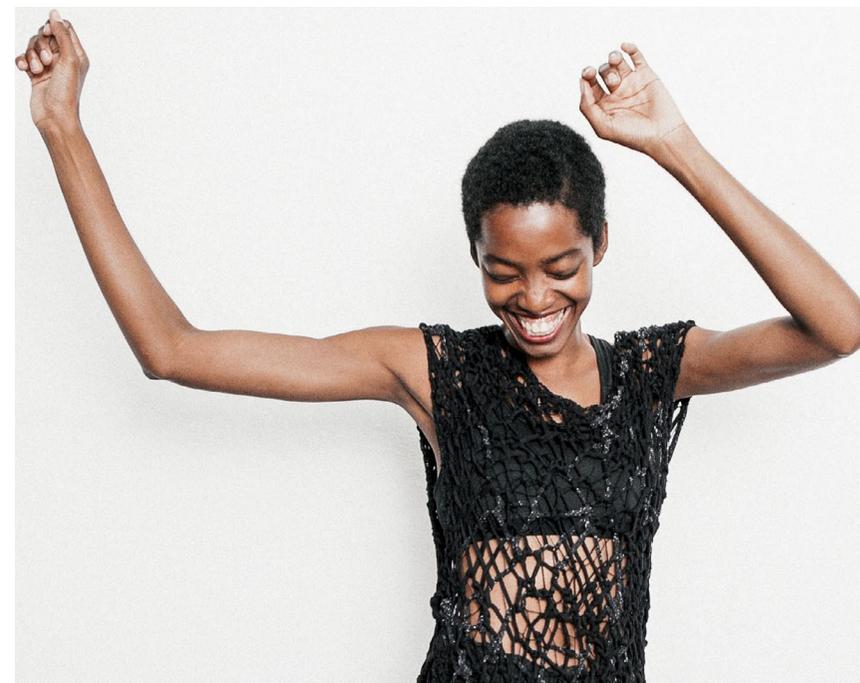
O projeto Trama Afetiva teve a sua segunda edição em 2018 e reuniu estudantes e profissionais com a proposta de **repensar o consumo**, nossa relação afetiva com a moda e os impactos ambientais e sociais das escolhas de compra que fazemos. Os “trameiros”, como foram batizados os participantes, contaram com palestras, imersões criativas e a construção colaborativa sob a tutoria de Jackson Araujo, Luca Predabon, Alexandre Herchcovitch, Marcelo Rosenbaum e Itiana Pasetti. O Trama também conectou os participantes com cooperativas, estilistas e outras iniciativas que contribuíram para o desafio criativo de ressignificar resíduos de malha da Cia. Hering.

Nessa segunda edição o resultado foi a coleção cápsula colaborativa **“NÓS”**, composta por 18 peças, entre roupas e objetos com modelagens pensadas para evitar o desperdício da matéria-prima. A continuidade do projeto acontece com o “Retrama”, uma nova coleção inspirada no design original das peças da primeira edição. Atualmente, a Fundação Hering, em parceria com uma cooperativa de Blumenau (SC), viabiliza a produção dessas peças, estimulando o empreendedorismo e a geração de renda para parceiros.

ALÉM DO TRABALHO DE IMERSÃO E CRIAÇÃO, O TRAMA VEM SE FORTALECENDO COMO PLATAFORMA EDUCATIVA, MARCANDO PRESENÇA EM EVENTOS COMO O BRASIL ECO FASHION WEEK. DAS VIVÊNCIAS E CONEXÕES DO TRAMA 2018, TAMBÉM NASCEU O LIVRO “ECONOMIA AFETIVA - UM OLHAR PARA O FUTURO”, UMA PUBLICAÇÃO QUE REÚNE TEXTOS, IMAGENS, PENSAMENTOS E RELATOS DOS DIRETORES CRIATIVOS, DESIGNERS TUTORES, COLABORADORES DA FHH E CIA. HERING, ALÉM DE PARTICIPANTES DA EDIÇÃO DO TRAMA AFETIVA 2018. [CLIQUE AQUI PARA CONFERIR A PUBLICAÇÃO NA ÍNTEGRA](#)

Os recursos para o projeto foram aportados pela Cia. Hering por meio da lei de incentivo.

[CLIQUE PARA CONFERIR MAIS](#) ▶



10
participantes

443
inscritos

+36 mil
visualizações
na web

839
pessoas presentes no
seminário de abertura
e na exposição final

100
horas de
prototipagem

177
horas de exposição
ao público

Arte de costurar

O projeto Arte de Costurar nasceu em parceria com o Senai GO, com o objetivo de **criar oportunidades por meio do aprendizado técnico da costura industrial**, ampliando o acesso ao mercado formal de trabalho, a geração de renda e o desenvolvimento das comunidades locais. Em 2018, o projeto foi realizado no município de São Luís dos Montes Belos (Goiás), em parceria com Senai GO e, além da capacitação em costura, incluiu a capacitação técnica em mecânico(a) de máquinas de costura. Nos últimos dois anos, o projeto teve **95** participantes, que completaram **1.640** horas de treinamentos.

OS RECURSOS PARA O PROJETO FORAM APORTADOS PELA CIA. HERING PELA LEI DE INCENTIVO FIA - FUNDO DA INFÂNCIA E DA ADOLESCÊNCIA.



Reciclar

DESENVOLVER JOVENS PARA EMPREENDER NA VIDA, NO TRABALHO E NA COMUNIDADE, EM SINTONIA COM UM MUNDO MELHOR! ESSA É A MISSÃO DO PROGRAMA RECICLAR, REALIZADO POR MEIO DA PARCERIA DA FHH COM O INSTITUTO RECICLAR, NO BAIRRO DO JAGUARÉ, NA CIDADE DE SÃO PAULO.

Com oficinas criativas, o programa propõe um espaço de discussão sobre temas e desafios da moda, relacionando a inclusão de pessoas, o olhar para o varejo, a sustentabilidade e o empreendedorismo social. Em 2018, 40 jovens entre 15 e 17 anos participaram das Oficinas Criativas de Soluções, com uma metodologia que convida o participante a assumir o papel de Designer de Desafios e, de forma colaborativa, entender problemas, ferramentas e desenhar soluções.

Projeto Mãos Solidárias

O empreendedorismo não tem idade e o Projeto Mãos Solidárias, apoiado pela Fundação Hering, comprova! A iniciativa foi realizada em parceria com o Senai em Morrinhos (GO), com recursos aportados pela Cia. Hering pela lei de incentivo ao Fundo do Idoso. No total, 75 pessoas com idade superior a 60 anos participaram do curso de Artesanato Têxtil, confeccionando biojóias com resíduo de malha. Além de conceitos de design e o visual merchandising, os idosos aprenderam a valorizar e precificar o seu trabalho criativo e participaram da Feira e Oportunidades da cidade. Mais do que produtos, o projeto propõe um espaço para repensar a destinação de resíduos da indústria têxtil, além de promover qualidade de vida e bem-estar da comunidade.



Programa de voluntariado

Gente que faz o bem, por aqui também tem! A.GENTE QUE FAZ é o nome do programa de voluntariado que engaja os colaboradores da Cia. Hering em ações nas comunidades locais. O programa nasceu com o objetivo de ser um canal para conectar colaboradores que querem fazer a diferença na sociedade, apoiando a movimentos e instituições.

OS GRUPOS FORMADOS EM CADA UNIDADE DA CIA. ELEGEM INSTITUIÇÕES PARA APOIAR, DEFINEM CALENDÁRIO DE AÇÕES E MOBILIZAM OUTROS COLABORADORES E A PRÓPRIA COMUNIDADE. EM 2018, O PROGRAMA CONTOU COM VOLUNTÁRIOS QUE SE DEDICARAM A DIFERENTES CAUSAS E AÇÕES, GERANDO IMPACTOS POSITIVOS, ALÉM DE PROMOVER INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PARA AS NOSSAS PESSOAS QUE PARTICIPARAM DO MOVIMENTO.



Inspirar e respirar moda

Além das ações da FHH, somos apoiadores do projeto SCMC (Santa Catarina Moda e Cultura) desde a sua fundação, em 2005. O SCMC atua como uma plataforma de inovação e conexão entre indústria, varejo, instituições de ensino, estudantes e comunidade, com o objetivo de propor um novo olhar para a moda e design em Santa Catarina. Nossa participação ocorre por meio de agendas temáticas, workshops, encontros de construção e reflexão sobre temas inerentes a moda e design.

POR MEIO DESSA PARCERIA, TAMBÉM IMPACTAMOS O DESENVOLVIMENTO DOS NOSSOS COLABORADORES, QUE TÊM ACESSO AOS CONTEÚDOS PROMOVIDOS PELO SCMC. TAMBÉM CONTRIBUÍMOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE ESTUDANTES DE MODA E DESIGN, BENEFICIADOS COM AS ATIVIDADES VIABILIZADAS PELO APOIO FINANCEIRO DAS EMPRESAS ASSOCIADAS.



#MEIO #AMBI #ENTE



1,6 milhão

de metros cúbicos
de efluentes tratados
em 2018

R\$ 1,7 milhão

investido, entre
2017 e 2018, para
automatizar a Estação
de Tratamento de
Efluentes

5%

de redução no
volume de água
captada

5

unidades utilizam
energia elétrica
comprada no
mercado livre



cuidar

GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS NATURAIS



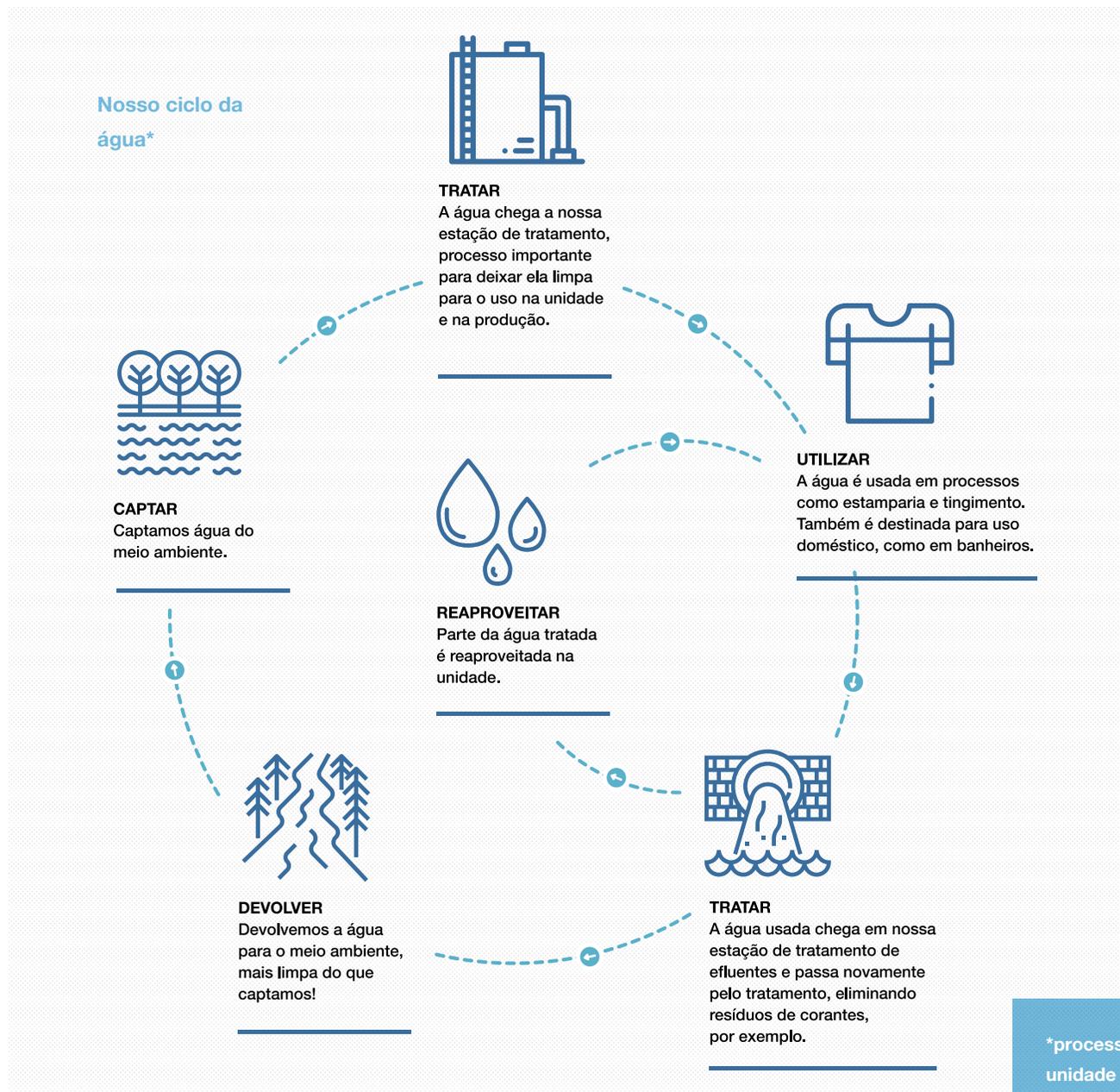
Com inovação, automação de equipamentos e melhorias em processos, reduzimos nosso consumo de água e de energia, mantivemos a alta qualidade dos efluentes e ampliamos nosso olhar para redução e descarte de resíduos.

A melhoria contínua no monitoramento de indicadores e a gestão corporativa por meio de uma Comissão Interna específica, a CICE, também contribuíram para evoluirmos cada vez mais na gestão ambiental e reforçar nosso compromisso com o respeito ao meio ambiente.

Em Blumenau (SC), onde está localizada nossa Matriz, mantemos uma floresta preservada que abrange 4,2 milhões de metros quadrados.

RESPONSABILIDADE COM A ÁGUA

O consumo e a poluição da água na indústria têxtil são temas importantes na nossa agenda de sustentabilidade. Processos como tinturaria e estamparia demandam total atenção não só pelo volume de água consumido, como também o seu tratamento e devolução ao meio ambiente. Em nossa unidade industrial de Itororó (Blumenau - SC) estão a maioria desses processos, o que representa 86% do consumo de água total da organização. Por isso, concentramos nessa unidade nossos maiores investimentos para redução de consumo e tratamento de água, com destaque para a ETE (Estação de Tratamento de Efluentes) e a substituição de equipamentos para tingimento das malhas.



*processo referente à unidade Itororó, que representa 86% do consumo de água da empresa.

A modernização do sistema de tratamento de efluentes, em linha com o conceito de indústria 4.0, garantiu menor consumo de químicos, mais eficiência nesse processo e melhor qualidade do efluente lançado de volta ao rio. Com um investimento total de cerca de R\$ 1,7 milhão em equipamentos e sistemas que automatizaram a instalação e asseguraram mais agilidade na tomada de decisão, reduzimos em mais de 61% o nível de turbidez e em 32% a intensidade de cor da água que devolvemos ao ribeirão da Velha.

Com os processos de osmose reversa e reuso, recuperamos água para reutilização na unidade, minimizando a captação de água nova do ribeirão do Gato. Em 2018, recuperamos 101 milhões de litros de água, equivalente a aproximadamente 7% de toda a água captada em Itororó. A unidade conta também com um sistema de captação de chuva, que no último ano gerou 400 mil litros de água, volume equivalente ao abastecimento médio de 5 casas com 3 moradores. Com essas práticas, não temos impacto significativo sobre os corpos d'água dos quais captamos água ou nos quais descartamos nossos efluentes.



O investimento em novas tecnologias na unidade Itororó também levou ao menor consumo de água e de químicos e à redução no tempo dos processos. Na média, os ganhos em relação à tecnologia tradicional variam entre 40% e 60% de redução no consumo de químicos e entre 25% e 40% de diminuição do tempo de duração do processo. A demanda por água também é 40% menor.

A escolha de produtos químicos diferenciados também trouxe impactos positivos no consumo de água e no tratamento de efluentes: reduzimos em 24% a quantidade de químicos necessários para chegar à qualidade desejada, promovendo a diminuição de 27% no consumo de água e 35% no tempo de duração do processo. Além disso, o efluente chega à ETE em condições melhores para o tratamento.

Em 2018, captamos 1,7 milhão de metros cúbicos de água, 5% menos do que em 2017. Desse total, 94% são coletados de represas e rios nas unidades Matriz, Bom Retiro e Itororó, em Blumenau (SC). O volume devolvido ao meio ambiente somou 1,6 milhão de metros cúbicos. Praticamente 100% desse volume passa pela Estação de Tratamento de Efluentes da Itororó, que conta com a tecnologia de ozônio no processo de limpeza da água. Essa tecnologia gera um volume de lodo, resíduo do processo de tratamento de água, cerca de 70% menor do que em um processo comum, sem ozônio.

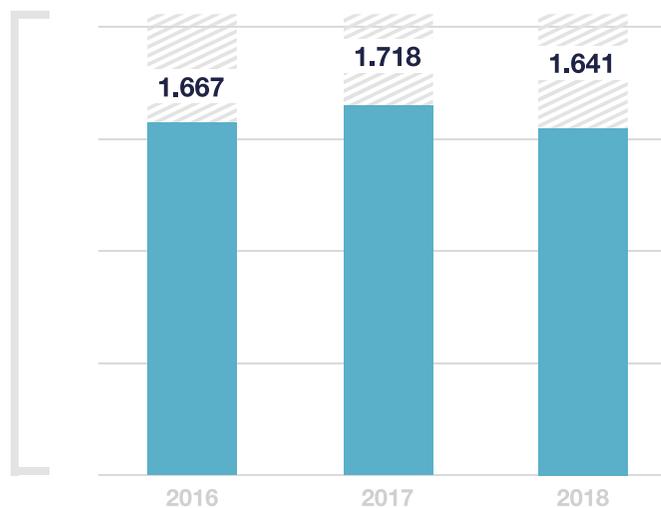
Captação de água por fonte (mil m³)



- Águas superficiais
- Águas subterrâneas
- Abastecimento de terceiros*

*Em 2018, iniciou-se a contabilização do abastecimento público, nas unidades Encano, DAIA, Paraúna, São Luís de Montes Belos e Goianésia.

Descarte de efluentes (mil m³)



GESTÃO DOS RESÍDUOS NO PROCESSO PRODUTIVO

O PGRS (Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos) é a ferramenta que utilizamos para monitorar e aprimorar a gestão dos resíduos gerados em nossas unidades.

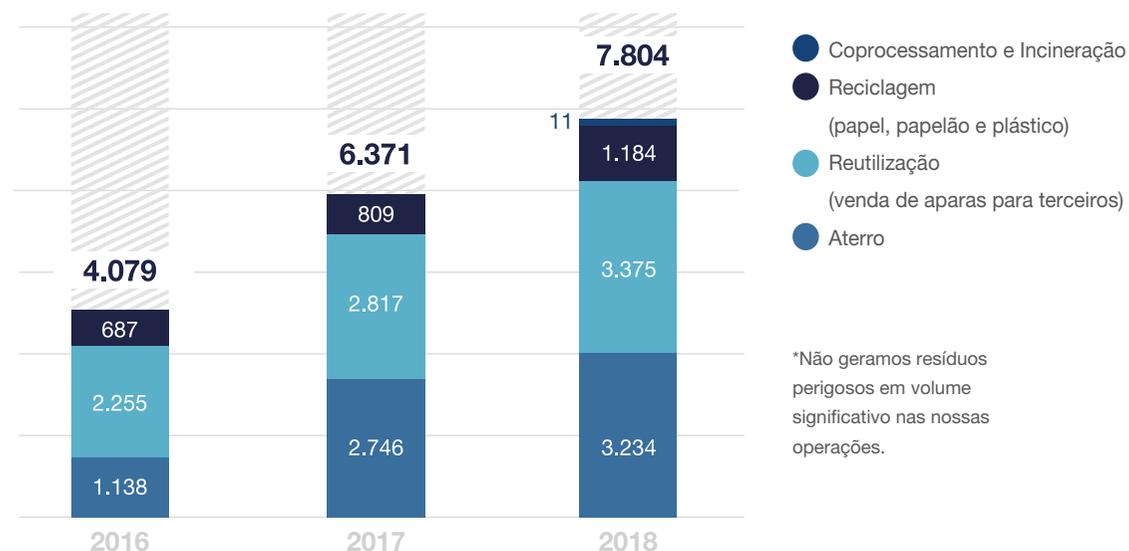
Além de pensar no descarte adequado, buscamos a constante redução do volume de resíduos nos nossos processos. Em linha com esse pensamento, mantemos um sistema para corte de peças que garante o melhor encaixe e aproveitamento de malha e tecido, gerando menos resíduos nesse processo. Iniciativas de treinamento e conscientização para colaboradores sobre destinação adequada de materiais também reforçam nosso posicionamento.

Nos últimos anos aprimoramos nosso monitoramento dos resíduos descartados, ampliando unidades e

fontes consideradas para a consolidação do indicador, o que impactou no crescimento do volume total contabilizado anualmente. Entre os métodos de descarte, priorizamos a reutilização ou a reciclagem, que respondem atualmente por 58% do volume total de resíduos.

ESTAMOS SEMPRE ATENTOS AO MERCADO, NA BUSCA POR NOVOS MÉTODOS PARA DIMINUIR A GERAÇÃO DE RESÍDUOS E IDENTIFICAR NOVAS DESTINAÇÕES, QUE CONTRIBUAM PARA MITIGAR IMPACTOS NEGATIVOS AO MEIO AMBIENTE E POTENCIALIZAR IMPACTOS POSITIVOS, COMO A GERAÇÃO DE RENDA E O EMPREENDEDORISMO A PARTIR DO PROCESSO DE “RESSIGNIFICAR O QUE NÃO SERVE MAIS”.

Resíduos não perigosos por método de descarte (toneladas)*



*Não geramos resíduos perigosos em volume significativo nas nossas operações.



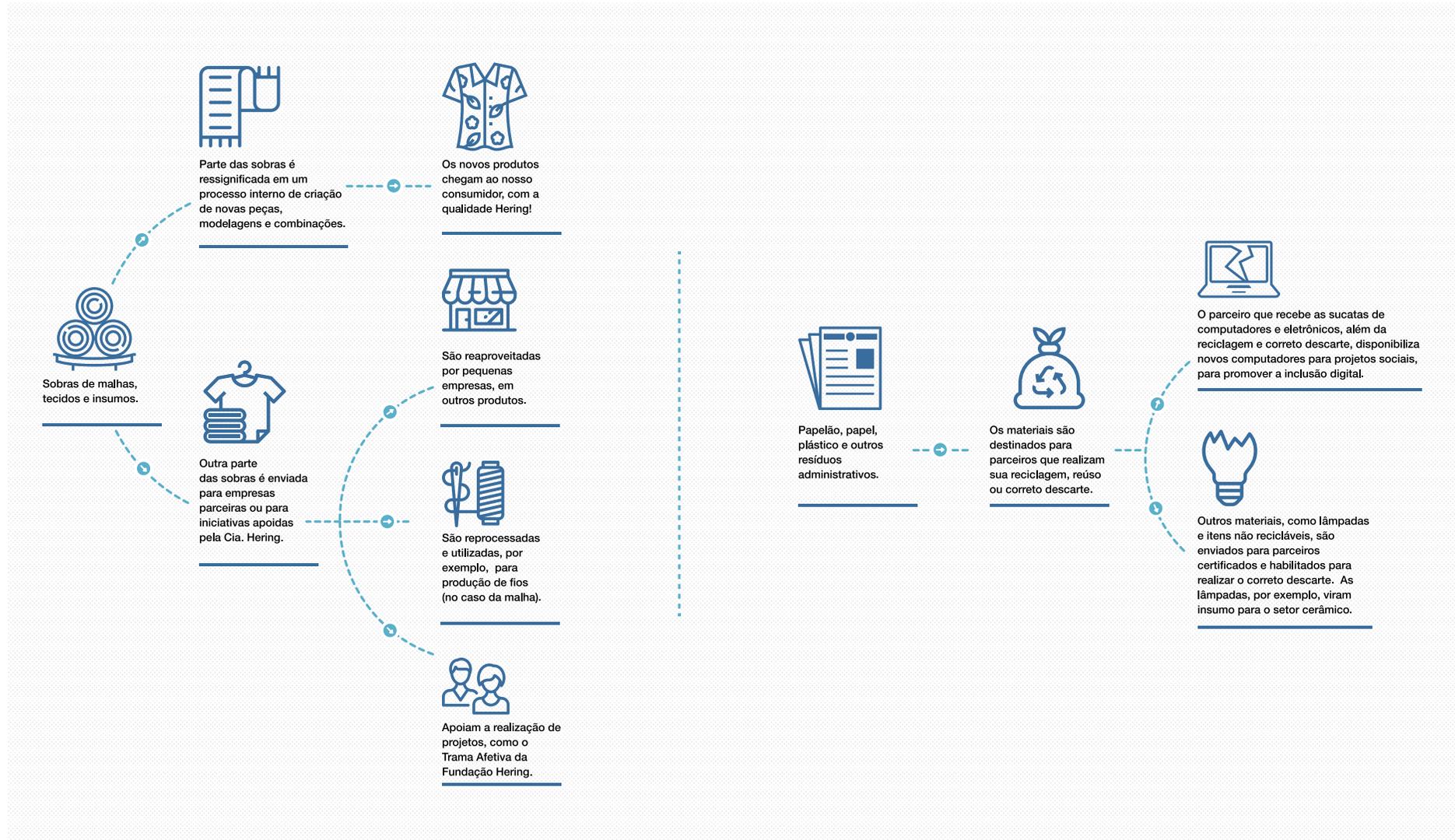


Malhas, tecidos e insumos

O melhor aproveitamento dos insumos, como botões e linhas, malhas e tecidos que usamos em nossas coleções é uma prioridade contínua. Em 2018, seguimos na gestão dos nossos estoques e no reaproveitamento de sobras no processo de desenvolvimento de produtos.

Uma iniciativa importante para fortalecer essa estratégia foi a definição de processos e equipe com foco no reaproveitamento de sobras para criação de novos produtos da marca Hering. Os itens são desenvolvidos apenas a partir de tecidos, malhas e insumos de coleções passadas, disponíveis no nosso estoque, ressignificados em novas peças, modelagens e combinações. Essa nova forma de trabalhar com as sobras, reduzindo desperdícios, chega aos nossos consumidores exclusivamente nas lojas do Espaço Hering de Outlet. Em 2018 ressignificamos mais de 42,3 toneladas de malha com esse processo.

PARA ONDE VÃO NOSSOS RESÍDUOS E SOBRAS.



ENERGIA PARA PRODUZIR

Eficiência e responsabilidade com o meio ambiente são premissas que orientam nossos investimentos na gestão da matriz energética que utilizamos em nossos processos industriais.

A utilização de PCHs (Pequenas Centrais Hidrelétricas) para o abastecimento do suprimento energético, iniciada em 2006 nas unidades Matriz, Bom Retiro e Itororó (SC), foi ampliada para o Centro de Distribuição em Anápolis (GO) e para a unidade Parnamirim (RN) no último ano. Nosso objetivo é, em 2019, integrar a unidade São Luís de Montes Belos (GO) a esse modelo de geração renovável de menor impacto ambiental, além de incluir na nossa matriz energética a energia fornecida por usinas eólicas.

82,53%

da energia elétrica que consumimos em nossas unidades é gerada em PCHs

AS PCHS SÃO CONSIDERADAS FONTES DE ENERGIA LIMPA, E, COM ESSE CONSUMO, DEIXAMOS DE EMITIR NO MEIO AMBIENTE 2.279,67 TONELADAS DE CO2.



Iniciativas que contribuíram para a eficiência energética:

- Substituição de lâmpadas convencionais por LED: 3.011 lâmpadas foram trocadas em nossas unidades em 2018.
- Modernização dos motores e automação da operação da ETE (Estação de Tratamento de Efluentes), reduzindo o consumo de energia



ORGANIZAÇÃO



10 mil

clientes multimarcas
(41,9% das vendas)

05

webstores
(2,8% das vendas)

674

franquias
(35,3% das vendas)

6,3 mil

colaboradores

87

lojas próprias, sendo
10 no modelo outlet.
(19,6% das vendas)

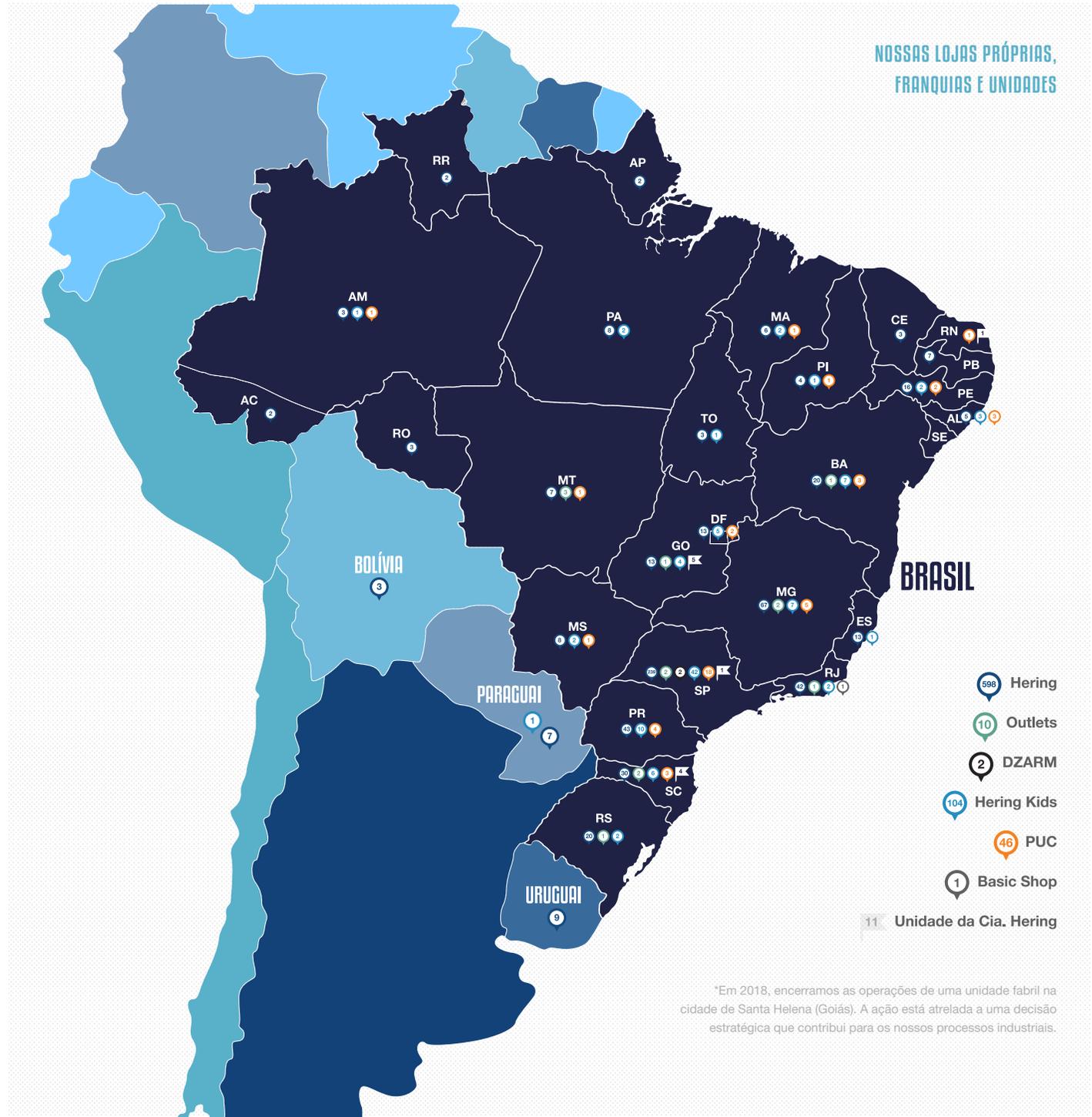


DNA CASUAL

Somos uma companhia que gera e compartilha valor com todos os *stakeholders* que fazem parte da nossa rede. Nossa organização multimarca, com produtos diferenciados, proporciona uma compra inteligente para o *lifestyle* casual. Em 138 anos de história, reinventamos nosso modelo de negócio para crescer e conectar empreendedores da indústria ao varejo.

NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS É ÚNICO E INTEGRA A DISTRIBUIÇÃO MULTICANAL COM ALTA CAPILARIDADE NO BRASIL E POTENCIAL PARA CRESCER NO EXTERIOR. SOMOS A MAIOR REDE DE FRANQUIAS DO VAREJO DE MODA NO PAÍS E CONTAMOS COM MAIS DE 10 MIL CLIENTES DO CANAL MULTIMARCAS QUE LEVAM NOSSAS COLEÇÕES PARA MAIS DE 3 MIL CIDADES.

O *supply chain* híbrido – combinando produção própria, contratação de confecções para a realização de etapas do processo produtivo e *sourcing* – garante flexibilidade e agilidade para atender a demanda. Com dois centros de distribuição, em Blumenau (SC) e Anápolis (GO), levamos o DNA casual das nossas marcas para vestir a vida de milhares de pessoas.



*Em 2018, encerramos as operações de uma unidade fabril na cidade de Santa Helena (Goiás). A ação está atrelada a uma decisão estratégica que contribuiu para os nossos processos industriais.



Prêmios e reconhecimentos

MELHORES FRANQUIAS DO BRASIL

A marca Hering ficou entre as Melhores Franquias do Brasil 2018, premiação promovida pela revista *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, em parceria com a Serasa Experian.

MELHORES E MAIORES

A Cia. Hering ocupou a terceira colocação entre os destaques do setor têxtil no prêmio Melhores e Maiores da *Exame*.

EMPRESA QUE MAIS RESPEITA O CONSUMIDOR

A revista *Consumidor Moderno* elegeu a Cia. Hering como a empresa de moda que mais respeita o consumidor.

EXCELÊNCIA EM FRANCHISING

As redes de franquias Hering Store, Hering Kids e PUC receberam o Selo de Excelência em Franchising, concedido pela Associação Brasileira de Franchising (ABF).

EMPRESAS COM MELHOR REPUTAÇÃO

A Cia. Hering ocupa a primeira colocação no ranking de empresas com melhor reputação do segmento de roupas e calçados do Brasil, promovido pela MERCO.

[Clique aqui](#) para conferir todos os prêmios.

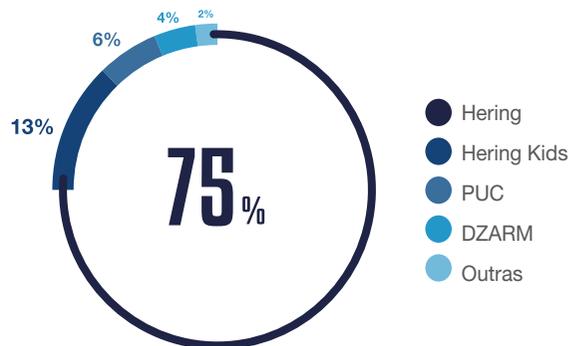
NOSSOS RESULTADOS EM 2018

O ano mostrou-se desafiador para todo o setor de moda, e nossos esforços para promover a melhor experiência de compra e a eficiência operacional em toda a rede foram fundamentais.

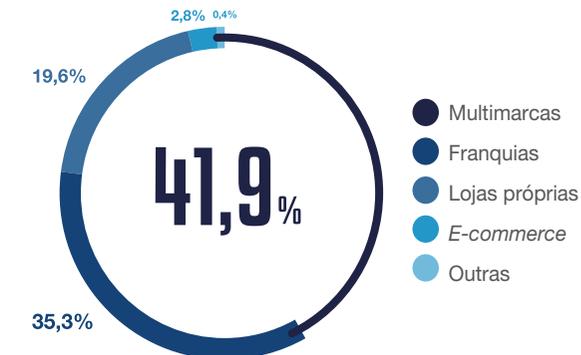
A disciplina na redução de custos e na busca pela excelência operacional permitiram alcançar um ganho de 0,2 ponto percentual na margem EBITDA, totalizando R\$ 259,6 milhões, compensando os efeitos negativos da diminuição das receitas e da margem bruta. A melhoria na gestão de estoques e o alongamento de prazos de pagamentos a fornecedores, por sua vez, contribuíram para a geração de caixa livre de R\$ 298,8 milhões, mais que o dobro dos R\$ 140,2 milhões do ano anterior. Encerramos o ano sem endividamento e com disponibilidade de R\$ 320,5 milhões em caixa e equivalentes de caixa. Distribuímos R\$ 150 milhões entre dividendos e juros sobre capital próprio, e atingimos 22,0% de ROIC, uma expansão de 1,1p.p.

A receita bruta foi de R\$ 1,8 bilhão, montante 1,9% menor na comparação anual, impactada principalmente no segundo trimestre pela greve dos caminhoneiros, pela redução no fluxo de consumidores nos dias de jogos do Brasil na Copa do Mundo e pelas temperaturas mais altas no inverno. O mercado interno foi responsável por 97% das vendas.

Distribuição da receita bruta no Brasil por marca

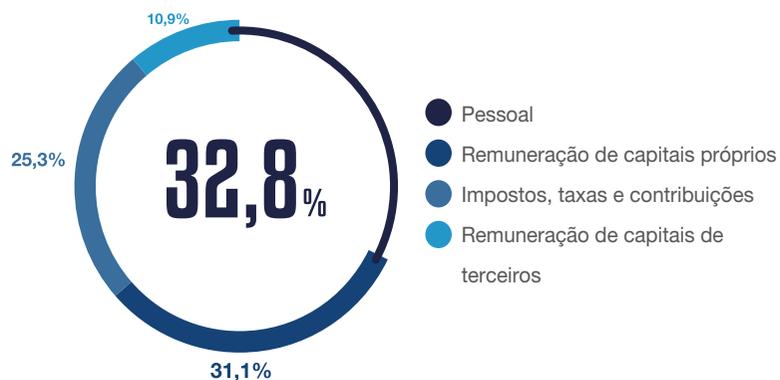


Distribuição da receita bruta no Brasil por canal

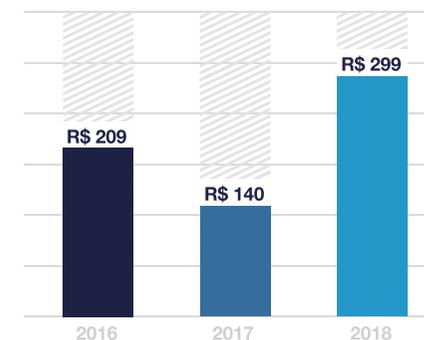


O valor adicionado em 2018 somou R\$ 771,3 milhões, uma diminuição de 7,3% na comparação anual, impactado pela redução nas receitas e no valor adicionado recebido em transferência. Na forma de salários, benefícios e FGTS, foram distribuídos R\$ 252,8 milhões.

Distribuição do valor adicionado



Geração de Caixa em milhões R\$



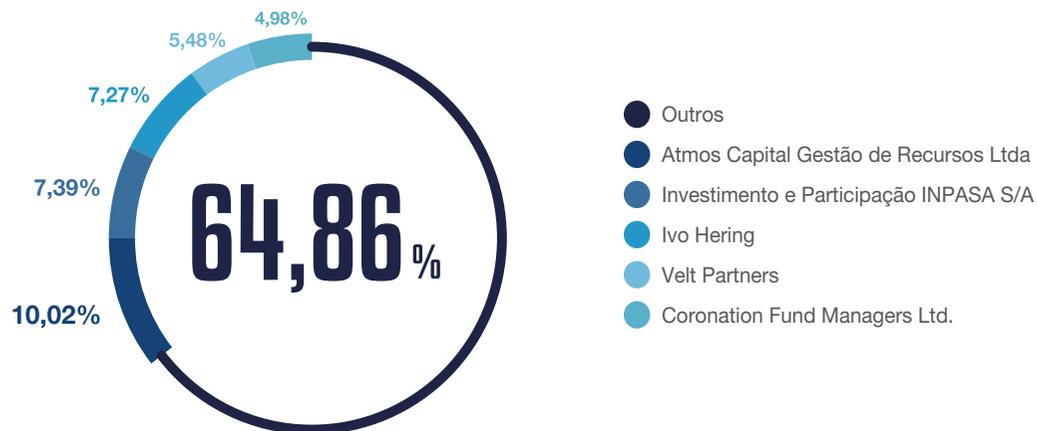
[Clique aqui para acessar nossas Demonstrações Financeiras.](#)

GOVERNANÇA

Com ações listadas no segmento Novo Mercado, da B3, nossa companhia adota as melhores práticas de governança corporativa para garantir a geração de valor e o crescimento dos negócios de forma alinhada aos valores e à cultura corporativa. A estrutura de governança corporativa que possuímos, apoiada pelo Código de Conduta, assegura o desenvolvimento das atividades com ética e respeito às pessoas.

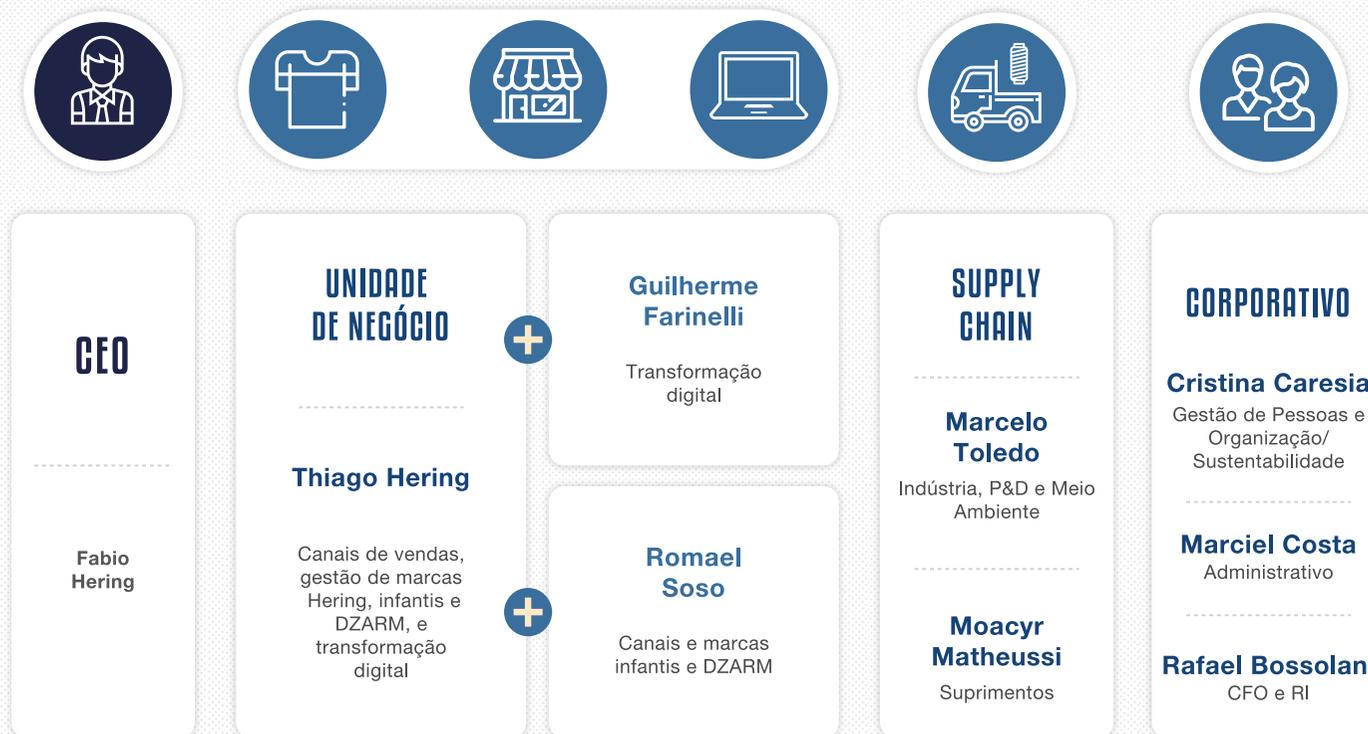
O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, RESPONSÁVEL PELA DEFINIÇÃO E APROVAÇÃO DAS DIRETRIZES ESTRATÉGICAS PARA A COMPANHIA, É FORMADO POR SETE MEMBROS, TODOS ELEITOS EM ASSEMBLEIA GERAL, INCLUSIVE O CEO DA CIA. HERING, QUE TAMBÉM INTEGRA O CONSELHO. TRÊS COMITÊS, SEM CARÁTER DELIBERATIVO, APOIAM O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO NA AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO E DOS TEMAS RELEVANTES PARA A GESTÃO DOS NEGÓCIOS. SÃO O COMITÊ DE GESTÃO DE PESSOAS, O COMITÊ DE FINANÇAS E O COMITÊ DE ESTRATÉGIA.

Composição Acionária*



Estrutura da alta gestão a partir de 2019

Em 2018, revisamos a estrutura organizacional da nossa Diretoria, definindo uma nova estrutura para a área de negócios, com o objetivo de evoluir a gestão das nossas marcas, e incluindo uma Diretoria de Transformação Digital, para acelerar esse processo na companhia. Em 2019, seguiremos com novos movimentos, alinhados com a nossa estratégia e o foco no consumidor, trazendo mais agilidade e sinergia no modelo de gestão. As principais mudanças em 2019 estarão relacionadas à estrutura de negócios, indústria e varejo multimarcas.



EDGAR DE OLIVEIRA FILHO - DIRETORIA INDUSTRIAL E RONALDO LOOS - DIRETORIA COMERCIAL ESTÃO EM PROCESSO DE TRANSIÇÃO.

Conduta ética

Nossa estrutura de governança suporta todos os processos e mecanismos que possuímos para a gestão de riscos que possam ter impacto sobre o nosso modelo de negócio e a capacidade de geração de valor da rede. Os principais fatores de risco são identificados e monitorados pelos gestores das áreas, mediante a implementação de planos de ação aprovados e revisados pela alta administração.

A ética e a transparência estão presentes em todas as nossas atividades e nas diretrizes que estabelecemos no Código de Conduta de Colaboradores e no Código de Conduta de Fornecedores. Por meio de auditorias internas e também em nossos fornecedores, monitoramos o alinhamento aos nossos valores e minimizamos a exposição da companhia e da nossa rede a riscos de corrupção ou de não conformidade com a legislação.



inspirar



PARA REFORÇAR ESSES PRINCÍPIOS, INVESTIMOS EM TREINAMENTOS E CAPACITAÇÕES CONTÍNUAS PARA NOSSOS COLABORADORES. UMA DAS INICIATIVAS É O COMPLIANCE WEEK, QUE EM 2018 TEVE COMO TEMA O RELANÇAMENTO DO CÓDIGO DE CONDUTA DE COLABORADORES, POR MEIO DE AGENDAS PRESENCIAIS E CURSO NO TECENDO CONHECIMENTO, NOSSA PLATAFORMA ON-LINE DE EDUCAÇÃO, PARA TODOS OS COLABORADORES DA ORGANIZAÇÃO.

Em 2018, também avançamos na estruturação de um novo canal para o recebimento de comunicações relacionadas a condutas que não estejam de acordo com nossos valores e políticas. Recebemos 108 manifestações, sendo 83 relacionadas a diretrizes estabelecidas no Código de Conduta de Fornecedores e no Código de Conduta de Colaboradores. O canal é gerenciado por empresa externa, a Contato Seguro, e garante a confidencialidade das informações, assim como o anonimato das pessoas que desejam preservar sua identidade. Após o recebimento pela empresa terceira, as manifestações são tratadas por comitês internos da Cia. Hering e, a partir da sua verificação, são definidos planos de ação, caso necessário.

0800 601 8606
contatoseguro.com.br/ciahering
Aplicativo “contato seguro”

HISTÓRIA

Nossa história mistura-se à da moda, da indústria têxtil e do Brasil. O pioneirismo dos irmãos Bruno e Hermann Hering, que criaram a “Gebrüder Hering” em 1880 na cidade de Blumenau (Santa Catarina), é um dos capítulos do movimento de industrialização e desenvolvimento do país. Desde então, nossas marcas e nossos negócios acompanharam várias gerações de brasileiros.

A memória da nossa companhia é preservada pela Fundação Hering, que mantém o Museu Hering, um dos principais pontos turísticos e de fomento à cultura em Blumenau (SC), e o Centro de Memória Ingo Hering, espaço que preserva documentos históricos e outros itens que ajudam a contar nossa trajetória.

Mais de **35 MIL** itens fazem parte do acervo do Centro de Memória.

O Museu Hering realiza exposições e recebe pessoas de todo o Brasil para conhecer

a trajetória da nossa companhia e de nossas marcas. Em 2018, o museu superou a marca de 138 mil visitantes desde a sua abertura, em 2010.

O MUSEU VAI ALÉM E CONECTA NOSSA HISTÓRIA COM A COMUNIDADE DE BLUMENAU. NO ÚLTIMO ANO, ABRIMOS AS PORTAS PARA RECEBER A GAROTADA EM JANEIRO E FAZER O “FÉRIAS NO MUSEU”, COM UMA PROGRAMAÇÃO VOLTADA PARA INCENTIVAR A CONEXÃO COM A PESQUISA E A HISTÓRIA E TRABALHOS CRIATIVOS A PARTIR DE RESÍDUOS. TAMBÉM PARTICIPAMOS DA “12ª PRIMAVERA DOS MUSEUS”, QUE TEVE COMO TEMÁTICA A VALORIZAÇÃO DA FUNÇÃO EDUCACIONAL EXERCIDA PELAS INSTITUIÇÕES DE PRESERVAÇÃO HISTÓRICA.

O Museu Hering recebeu **29,8 MIL** visitantes em 2018



NOSSA TRAJETÓRIA

O INÍCIO

1880



1935

FUNDAÇÃO

Em Blumenau (SC), os irmãos Hermann e Bruno Hering acreditaram em um sonho e criaram a Indústria Têxtil Companhia Hering, embrião da Cia. Hering que conhecemos hoje.

Pensando no bem-estar e desenvolvimento do colaborador e da comunidade, em homenagem ao centenário de Hermann, criamos a Fundação Hermann Hering.

DNA CASUAL

1964

Abrimos o capital da companhia e iniciamos as exportações. Nosso DNA casual extrapola fronteiras.



1979

PUC

Lançamos a marca infantil PUC. Começa nossa jornada de vestir a vida desde os primeiros passos.

FRANQUIAS

1993

Um ano de inovações e mudanças. Abrimos nossa primeira loja própria e lançamos a primeira loja no modelo de franquia: a Hering Family Store.

1998

DZARM

A marca DZARM entra no nosso portfólio e lançamos nossa primeira plataforma de *e-commerce*.

CRESCIMENTO

2000 A 2006

Passamos por uma reestruturação financeira e das nossas operações. Um passo decisivo para um novo ciclo de crescimento.



HERING KIDS

2010

Abrimos a primeira loja da Hering Kids, que se tornou uma marca independente em 2005.

2013 - 2015

135 ANOS

Reinventar-se sempre! Essa é uma das nossas paixões. Aprimoramos a gestão de nossas marcas com uma nova estrutura de equipes e com reposicionamento no mercado.

OMNICHANNEL

2018

A transformação digital dá o tom do futuro. Lançamos o *Omnichannel*, para integrar lojas físicas e *e-commerce*, e o Portal Conecta, uma nova forma de atender nossos clientes. Mergulhamos no mundo das *startups* e inauguramos a loja Hering Experience.



COMO FAZEMOS A GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

Buscamos todos os dias gerar valor para a companhia e para a nossa rede, tomar decisões que são boas para nós e também para o outro, preservar os recursos naturais e sempre respeitar as pessoas. Olhar a sustentabilidade de forma integrada ao modelo de negócios é fundamental nessa busca, pois só assim construímos de fato uma organização cada vez mais conectada com a sua rede e reconhecida por sua conduta e suas práticas de gestão eficientes, tanto do ponto de vista financeiro quanto em aspectos como água, energia e resíduos.

Nossa gestão da sustentabilidade está estruturada sobre temas materiais definidos em 2016 após um amplo processo de consulta aos públicos de relacionamento da companhia, e aprimorados ao longo da jornada dos últimos anos. O processo inicial de consulta contou com



pesquisa on-line com mais de 700 respondentes, entre fornecedores, franqueados, consumidores, colaboradores, representantes, varejistas multimarcas, acionistas e organizações não governamentais. Promovemos ainda um painel presencial com franqueados e consumidores e entrevistas individuais com os principais executivos da Cia. Hering.

Nesse primeiro momento, identificamos cinco temas materiais para os nossos negócios: Relação com o consumidor; Empreendedorismo e geração de riqueza; Atração e desenvolvimento de pessoas; Desenvolvimento da rede; e Gestão dos impactos ambientais.

DESDE ENTÃO, AVALIAMOS E ORGANIZAMOS NOSSAS PRÁTICAS, DISCUTIMOS FRENTES E INICIATIVAS EM COMITÊS, EVOLUÍMOS NOSSO ENTENDIMENTO SOBRE OS TEMAS, E APRENDEMOS QUE A JORNADA EM SUSTENTABILIDADE NÃO É ESTÁTICA, ESTÁ EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO, ACOMPANHANDO AS RÁPIDAS MUDANÇAS NO MUNDO.

Os cinco temas estão em constante evolução interna e são traduzidos em nossas prioridades para o desenvolvimento sustentável (saiba mais no quadro).



Prioridades da nossa jornada em sustentabilidade

Estimular o empreendedorismo sustentável e a geração de riquezas, compartilhando e promovendo boas práticas e desenvolvendo uma rede de parceiros forte.

Mobilizar e engajar pessoas para atitudes mais sustentáveis, desenvolvendo nos nossos colaboradores a capacidade de inovar e “criar” oportunidades de geração de riquezas para a organização e para a rede, com desenvolvimento social, ambiental

e econômico. Reduzir os impactos ambientais do nosso negócio, com uma gestão ambiental eficiente e responsável, por meio da inovação em produtos e processos.

Com uma atuação responsável com a rede, com nossos colaboradores e com o meio ambiente, fortalecemos uma relação de confiança com nosso consumidor, que está no centro das nossas decisões, entregando moda que transforma, compartilha valor, e acima de tudo, respeita as pessoas e o meio ambiente.





A prestação de contas dessa gestão de sustentabilidade ocorre por meio do nosso Relatório Anual, publicado de acordo com os Standards da GRI desde 2016. Para aprimorar continuamente esse documento e fortalecer a transparência dessa divulgação, mantemos um canal aberto para o recebimento de dúvidas, sugestões e comentários sobre o relatório em nosso site institucional, pelo menu “contato”.

NESTA EDIÇÃO, QUE ABRANGE O PERÍODO DE 1º DE JANEIRO A 31 DE DEZEMBRO DE 2018, APRESENTAMOS AS PRINCIPAIS REALIZAÇÕES E RESULTADOS DAS NOSSAS ATIVIDADES INDUSTRIAIS, ADMINISTRATIVAS E DE LOJAS PRÓPRIAS, COM O MESMO ESCOPO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA CIA. HERING. O CONTEÚDO DO RELATÓRIO FOI APROVADO POR NOSSA DIRETORIA, PORÉM SOMENTE OS DADOS ECONÔMICO-FINANCEIROS FORAM SUBMETIDOS À VERIFICAÇÃO EXTERNA.

Para conversar com a gente sobre o relatório ou sobre sustentabilidade na Cia. Hering:

Elisangela Chitero – Gerente de Sustentabilidade
elisangela.chitero@ciahering.com.br

Rafaela Carl – Analista de Sustentabilidade
rafaela.carl@ciahering.com.br



ANEXO GRI

102-13 | Estamos em contínuo diálogo com as entidades setoriais e de classe, que fortalecem e qualificam o debate de assuntos-chave para o setor têxtil e de moda. No contexto industrial, destacam-se a ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil) – com foco especial na sustentabilidade e gestão adequada de toda a cadeia de moda –, a ADIAL (Associação Pró-Desenvolvimento Industrial do Estado de Goiás) – voltada especialmente ao desenvolvimento econômico estadual e que consolida setores diversos – e a ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) – que trata de temas diversos e desafios para o setor, como novas tecnologias, oportunidades de negócios e aspectos sociais e ambientais. No contexto varejista, as duas principais organizações das quais participamos são o IDV (Instituto para Desenvolvimento do Varejo) e a ABF (Associação Brasileira de Franchising), que ampliam a troca de experiências nos seus respectivos âmbitos de atuação.

102-22 | Atualmente, cinco dos sete conselheiros da Cia. Hering são independentes. Em 2018, foram eleitas duas novas conselheiras, contribuindo para a diversidade de gênero nesse órgão da estrutura de governança. Os conselheiros possuem ampla experiência profissional e formação em áreas diversas, como administração, economia, direito e comunicação social, facilitando a deliberação de temas sob diferentes perspectivas. Para mais informações sobre a composição do Conselho de Administração, consulte a seção 12 do Formulário de Referência, disponível no site de relações com investidores da Cia. Hering.

102-33 | Nas reuniões ordinárias e extraordinárias, o Conselho de Administração delibera sobre todos os assuntos críticos pertinentes à estratégia e à visão de longo prazo da Cia. Em 2018, foram realizadas 10 reuniões, cujas atas estão publicamente disponíveis no site de relações com investidores, na seção Governança Corporativa.

102-41 | Acordos e convenções coletivas de trabalho abrangem 100% de nossos colaboradores.

102-48 | Não houve reapresentação de dados previamente divulgados.

102-54 | Este relatório foi preparado de acordo com os Standards da GRI: opção Essencial.

307-1 E 419-1 | Não houve nenhum auto de infração significativo no ano de 2018.

403-1 | Nem todas as unidades estão sujeitas à exigência de CIPAs, conforme previsto em lei, por isso o percentual de colaboradores representados por esses fóruns foi de 90% em 2018.

403 - 2 | Em 2018 não registramos nenhuma ocorrência de doenças ocupacionais ou fatalidades provenientes das atividades dos colaboradores da Cia. Hering.

TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES ENTRE EMPREGADOS	2018	2017	2016
por região			
Centro-Oeste	1,0	1,5	1,6
Nordeste	0,3	0,4	1,6
Sudeste	0,4	0,3	0,6
Sul	1,8	1,5	2,1
por gênero			
Homens	1,1	2,0	2,9
Mulheres	1,0	0,8	1,1
CONSOLIDADO	1,1	1,1	1,6
*Indicador calculado de acordo com a metodologia OHSAS 18001: número de acidentes reportáveis a cada 200 mil horas-homem trabalhadas.			

TAXA DE DIAS PERDIDOS ENTRE EMPREGADOS	2018	2017	2016
por região			
Centro-Oeste	0,1	7,5	14,2
Nordeste	0,0	10,9	6,1
Sudeste	1,8	2,6	0,6
Sul	7,8	6,0	7,9
por gênero			
Homens	1,6	14,0	21,3
Mulheres	3,8	3,8	4,5
CONSOLIDADO	3,1	6,8	9,1
*Indicador calculado de acordo com a metodologia OHSAS 18001: dias perdidos a cada 200 mil horas-homem trabalhadas.			

TAXA DE ABSENTEÍSMO ENTRE EMPREGADOS	2018	2017	2016
por região			
Centro-Oeste	3,4%	1,4%	1,9%
Nordeste	2,2%	0,3%	0,3%
Sudeste	2,1%	0,2%	0,2%
Sul	2,3%	0,7%	0,9%
por gênero			
Homens	0,7%	0,6%	0,6%
Mulheres	1,8%	2,1%	2,6%
CONSOLIDADO	2,6%	2,7%	3,3%
*Indicador calculado pelo total de horas de faltas, abonadas e de atestados, sobre o total de horas-homem disponíveis.			

416-1 | Para assegurar total segurança aos consumidores no uso de nossos produtos e evitar casos como alergias de pele aos nossos itens, testamos cuidadosamente todos os materiais adquiridos antes de entrarem em nossas fábricas, além de contarmos com um rigoroso sistema de qualidade dos processos internos. As matérias-primas são avaliadas de acordo com as premissas da norma OEKO-TEX, referência internacional para a análise de insumos e produtos na cadeia têxtil. Entre os principais testes realizados estão checagens sobre a possível contaminação por inseticidas em fios naturais, a presença de elementos alergênicos ou metais pesados (como o cromo) nos corantes e pigmentos e a adequação dos níveis de formol em insumos auxiliares de tinturaria e estamparia. Se identificamos qualquer não conformidade, as matérias-primas são devolvidas aos fornecedores e não entram em nosso processo produtivo.

308-1 E 414-1 | Todos os fornecedores de lavanderia, embalagens, *soucing* e para serviços de costura passam por processo de homologação antes de iniciar o fornecimento. Esse processo inclui auditorias para avaliar critérios socioambientais e de qualidade.

408-1 E 409-1 | Não foram identificadas em 2018 unidades ou fornecedores com risco significativo de ocorrência de trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo.

308-2 E 414-2 | Em 2018, 469 facções foram avaliadas em relação a riscos socioambientais por meio de nossos processos contínuos de auditoria da rede. Nessas auditorias, não foi identificado qualquer risco ou impacto ambiental significativo. Em relação aos aspectos sociais, que se concentram principalmente em questões trabalhistas, o número de facções com oportunidades de melhoria caiu de 365 para 330 na comparação anual, reduzindo nossa exposição a esse tipo de risco social em 11%. Para todos os casos foram definidos planos de ação em conjunto com as empresas contratadas. Em caso de não cumprimento das ações definidas, reavaliamos o plano de ação ou rescindimos o contrato com o fornecedor.

Sumário de conteúdo da GRI

GRI STANDARD	INDICADOR	PÁGINA	OMISSÕES
GRI 101 Fundamentos 2016			
Indicadores Gerais			
GRI 102 Indicadores gerais 2016	Perfil Organizacional		
	102-1 Nome da organização	68	-
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	6 e 7	-
	102-3 Localização da sede	68	-
	102-4 Localização das operações	68	-
	102-5 Natureza e propriedade jurídica	71	-
	102-6 Mercados atendidos	68	-
	102-7 Porte da organização	68 e 70	-
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	23 e 25	-
	102-9 Cadeia de suprimentos	39 e 40	-
	102-10 Mudanças significativas na organização e/ou sua cadeia de suprimentos	68	-
	102-11 Abordagem ou Princípio da Precaução	58	-
	102-12 Iniciativas externas	55	-
102-13 Participação em associações	80	-	

GRI 102 | Indicadores gerais 2016

Estratégia		
102-14 Declaração do mais alto executivo	3	-
102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades	73	-
Ética e Integridade		
102-16 Valores, princípios, padrões e normas de conduta	73	-
102-17 Mecanismos para orientações e queixas relacionadas a condutas éticas	74	-
Governança		
102-18 Estrutura de governança	71	-
102-22 Composição do mais alto órgão de governança e de seus comitês	80	-
102-24 Processo de nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	71	-
102-32 Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	79	-
102-33 Comunicação de preocupações críticas	80	-
Engajamento e Stakeholders		
102-40 Lista dos grupos de <i>stakeholders</i>	77	-
102-41 Acordos de negociação coletiva	80	-
102-42 Processo de identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	77	-
102-43 Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>	77	-
102-44 Principais tópicos e preocupações levantados pelos <i>stakeholders</i>	77, 78 e 79	-

Práticas de Relato			
GRI 102 Indicadores gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	79	-
	102-46 Processo de definição do conteúdo do relatório e limites dos temas materiais	77	-
	102-47 Lista de tópicos materiais	77 e 78	-
	102-48 Reapresentação de informações	80	-
	102-49 Mudanças no processo de relato	77 e 78	-
	102-50 Período relatado	79	-
	102-51 Data de publicação do relatório mais recente	79	-
	102-52 Ciclo de relato	79	-
	102-53 Ponto de contato para questões relacionadas ao relatório	79	-
	102-54 Declarações de reporte em acordo com o GRI Standards	80	-
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	83, 84, 85, 86 e 87	-
	102-56 Asseguração externa	79	-
	Tema material Empreendedorismo e geração de riqueza		
GRI 103 Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tema material e seus limites	70, 71, 73, 74 e 78	-
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	70, 71, 73 e 74	-
	103-3 Avaliação da forma de gestão	70, 71, 73 e 74	-
GRI 201 Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	70	-
GRI 205 Anticorrupção 2016	205-1 Operações submetidas a análises de risco de corrupção	74	-

Tema material Gestão e impactos ambientais			
GRI 103 Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tema material e seus limites	58, 59, 60, 60, 61, 62, 63, 64, 65 e 78	-
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	58, 59, 60, 60, 61, 62, 63, 64 e 65	-
	103-3 Avaliação da forma de gestão	58, 59, 60, 60, 61, 62, 63, 64 e 65	-
GRI 303 Água 2016	303-1 Captação de água por fonte	61	-
	303-2 Fontes de água afetadas significativamente pela captação da água	60	-
	303-3 Água reutilizada e/ou recirculada	60	-
GRI 306 Efluentes e resíduos 2016	306-1 Descarga de efluentes por qualidade e método de destinação	61	-
	306-2 Resíduos por tipo e método de destinação	62	-
GRI 307 Conformidade ambiental 2016	307-1 Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	81	-
Tema material Relação com o consumidor			
GRI 103 Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tema material e seus limites	17, 18, 19, 20, 21 e 78	-
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	17, 18, 19, 20 e 21	-
	103-3 Avaliação da forma de gestão	17, 18, 19, 20, 21 e 69	-
GRI 103 Forma de gestão 2016	416-1 Avaliação de produtos e serviços em relação a impactos em saúde e segurança	82	-
GRI 103 Forma de gestão 2016	419-1 Não conformidade com leis e regulamentos socioeconômicos	81	-
Tema material Atração e desenvolvimento de pessoas			
GRI 103 Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tema material e seus limites	24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 e 78	-
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 e 35	-
	103-3 Avaliação da forma de gestão	24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 e 69	-

GRI 403 Saúde e segurança ocupacional 2016	403-1 Representação dos trabalhadores em comitês formais e compartilhados (empregador-empregado) de saúde e segurança	34 e 81	A taxa de frequência de acidentes de terceiros não está disponível, pois depende da disponibilização de informações por parte das empresas contratadas. A Cia. Hering estuda alternativas para a apresentação desse dado em relatórios futuros.
	403-2 Tipos de lesões e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absenteísmo; e número de fatalidades	35 e 81	
GRI 404 Treinamento e educação 2016	404-3 Percentual de empregados com avaliações regulares de desempenho e carreira	32	-
Tema material Desenvolvimento da rede			
GRI 103 Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tema material e seus limites	38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55 e 78	-
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54 e 55	-
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55 e 69	-
GRI 203 Impactos econômicos indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	37, 43, 45 e 47	-
GRI 204 Práticas de compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	41	-
GRI 308 Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores cujo processo de seleção incluiu critérios ambientais	82	-
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de suprimentos e medidas tomadas em resposta	82	-
GRI 408 Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores em que há risco significativo de ocorrência de trabalho infantil	82	-
GRI 409 Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores em que há risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	82	-
GRI 413 Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento formal da comunidade, avaliação de impactos e/ou programas de desenvolvimento	51	-
GRI 414 Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores cujo processo de seleção incluiu critérios sociais	46 e 82	-
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de suprimentos e medidas tomadas em resposta	43, 44, 45, 46 e 82	-



CRÉDITOS

Coordenação

Equipe de Sustentabilidade

Consultoria GRI e Editorial

usina82

Projeto gráfico

Johnny Cipriani

Fotografia

Acervo Cia. Hering e Fundação Hering