RELATÓRIO /19

Sustentabilidade

Cia.Hering

NOSSO PROPÓSITO

Facilitar escolhas, descomplicar a vida.

NOSSO MANIFESTO

A Cia. Hering tem alma. Não somos e nem queremos ser apenas mais uma empresa. Há 140 anos, enxergamos a vida de um jeito mais leve, humano e descomplicado. Acredite: **isso nunca sai de moda.**

Com paixão e coragem, nos reinventamos para criar ícones atemporais que entregam qualidade com simplicidade e autenticidade. É com orgulho da nossa história e espírito empreendedor, que evoluímos juntos e geramos valor, dia após dia.

Bem-Vindo ao 8º Relatório Anual da Cia. Hering, edição que marca nosso aniversário de 140 anos, completados em 2020!

Para celebrar a ocasião especial, os capítulos desta publicação são nomeados por nossos valores, renovados em um importante processo de revisão estratégica de cultura da Companhia em 2019.

Com isso, queremos compartilhar com você como cada passo do negócio está conectado com os valores que orientam nossa estratégia.

Convidamos você a explorar essas páginas e descobrir como estamos construindo o amanhã e perdurando nossa relevância no futuro.

SUMÁRIO

NOSSOS 140 ANOS P. 04

INTRODUÇÃO
Mensagem da administração P. 08
Sobre o relatório P. 10

10
FAZER ACONTECER
Cia. Hering P. 13
Panorama 2019 P. 16
Governança Corporativa P.17

27
PAIXÃO PELA CAUSA
Nossas Marcas P. 22
Nossos Consumidores P. 32

38
GERAR VALOR
Desempenho P. 36
Gestão de Riscos P. 39
Atuação Ética P. 40
Ecoeficiência P. 42
Desenvolvimento Social P. 52

79
CONSTRUIR JUNTOS
Colaboradores P. 56
Franqueados P. 66
Clientes Multimarcas P. 68
Fornecedores P. 69

92
ESPÍRITO EMPREENDEDOR
Conexão P. 76
Inovação e Tecnologia P. 78

SAIBA MAIS
Sumário de Conteúdo GRI P. 81
Mapa de capitais P. 87
Créditos P. 88

NOSSOS 140 ANOS

LEGENDA
responsabilidade ambiental
responsabilidade social
vanguarda e inovação tecnológica
relacionamentos

O investimento social na vida de nossos colaboradores já fazia parte do DNA da Companhia. Hoje, 85 anos depois, a Fundação Hermann Hering ainda colabora com milhares de pessoas e potencializa nosso impacto positivo na sociedade (página 52).

Hermann Hering chega da Alemanha em Blumenau (SC).

Camisetas costuradas por filhas de Hermann, conquistam medalha de prata em exposição industrial. Desde então, a qualidade dos produtos da empresa já era diferenciada. No ano também são adquiridos o segundo e terceiro teares e realizadas as **primeiras contratações de mão-de-obra.**

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

1878

1880

Hermann reúne toda a família em Blumenau e junto com o irmão Bruno **fundam a Trikotwaren Fabrik Gebrüder Hering,** recriação da Gebrüder Hering, de 1860, que mantinham em sociedade na Alemanha.

1882

1905

Bruno é o idealizador e responsável pelo reflorestamento dos arredores de onde hoje é Matriz da Cia. Hering. Em 1906, este esforço foi reconhecido com o título de Pioneiro no Reflorestamento no Brasil.

A preocupação com o meio ambiente (página 42) sempre esteve presente em nossas atitudes! Ainda hoje, mantemos uma floresta preservada na localização de nossa Matriz, que abrange 4,2 milhões de metros quadrados florestados.

1935

1941

Neste ano, foi inaugurado o primeiro refeitório da Companhia, que seria seguido pela introdução de: seguro de vida coletivo (1943), Cooperativa de Consumo (1944), a creche Hedy Hering e ambulatório médico (1945), a Cooperativa de Crédito (1951) e a criação de uma escola primária (1960). Somos **pioneiros no cuidado com os colaboradores,** antes mesmo das leis trabalhistas.

Nossas pessoas são os fios que tecem a malha da nossa história de sucesso e os pilares de criação de nosso futuro. por isso a Cia. Hering investe em gerar valor e desenvolvimento para seus colaboradores (página 56).

NOSSOS 140 ANOS

LEGENDA
responsabilidade ambiental
responsabilidade social
vanguarda e inovação tecnológica
relacionamentos

1950

Abertura de capital da empresa, conquistando em 1966 o Certificado de Sociedade de Capital Aberto. Na mesma década, a Companhia inicia suas exportações.

Cuidamos do nosso relacionamento com acionistas há 55 anos. Não é à toa que estamos acostumados a trabalhar com transparência e com compromisso com resultados, guiados pelas melhores práticas de governança (página 17).

1964

Instalação de equipamentos para o tratamento químico da água.

Dois anos depois de um programa de reorganização, modernização e ampliação que transformou a Cia. em uma das maiores malharias da América Latina, a Cia. Hering participou da criação do CETIL (Centro Eletrônico da Indústria Têxtil) em conjunto com outras empresas têxteis. 3 anos mais tarde, em 1972, criamos nosso primeiro Centro de Processamento de Dados (CPD) e adquirimos o primeiro computador, permitindo a modernização da produção.

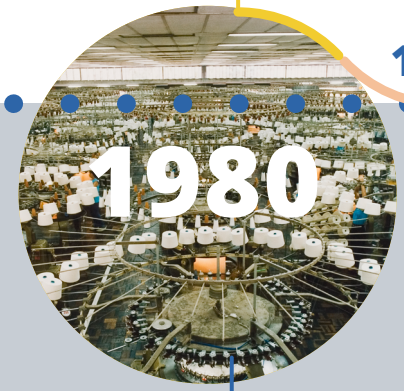
1969

Marco do **início da produção da marca PUC**.

Depois de 40 anos fazendo arte, em 2019 a PUC foi relançada (página 27) com uma relação ainda mais sinérgica entre o coletivo, a moda, o lúdico e a família, trazendo também maior preocupação com a responsabilidade ambiental.

A inovação (página 78) e participação em iniciativas transformadoras visando encontrar sempre as melhores soluções e oportunidades também estão na nossa essência, porque queremos entregar sempre o melhor para todos os públicos com que nos relacionamos.

1980



Nesta década, foi inaugurado um moderno sistema de tratamento de água na Unidade Itororó.

1983

Ampliação da Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) na Unidade Itororó.

A Companhia comemora 100 anos de criação.

Passamos por muitas conquistas e desafios na história do país e do mundo e a Cia. mostrou resiliência, reforçando a capacidade de se reinventar e adaptar. Esta perpetuidade vem das nossas pessoas e dos aprendizados, de nos mantermos na vanguarda e fora da zona de conforto.

NOSSOS 140 ANOS

LEGENDA
responsabilidade ambiental
responsabilidade social
vanguarda e inovação tecnológica
relacionamentos

Há quase 30 anos demos início ao relacionamento com nossos franqueados (página 66), hoje fundamentais para o sucesso de nossa rede e motivo de a Cia. Hering ser a maior rede de franquias de vestuário do país.

1990

É lançada a Hering World, a camiseta universal. Ela está completando 30 anos e já foi exportada para mais de 40 países.

1992

Lançamento do Tele serviços, ampliando a comunicação direta com o consumidor, seguido da criação do SAC em 1995, com atendimento telefônico, caixa postal e, mais tarde, endereço eletrônico.

1993

Abertura da Hering Family Store, loja própria que antecedeu o formato de franquias.

Lançamento de uma camiseta 100% natural. A peça era amaciada com cera de abelha e seu tingimento era realizado a partir de raízes e frutas.

Continuamos traduzindo nosso compromisso com a ecoeficiência e respeito ao meio ambiente através de produtos e processos menos impactantes (página 45).

1995

Início da parceria Hering e IBCC "O Câncer de Mama no Alvo da Moda".

1997

A Cia. Hering foi a 1° indústria têxtil do Brasil a conquistar a certificação ISO 14.001 (gestão ambiental).

1998

A Hering Kids, lançada como linha da Hering na década de 90, passa a ser uma marca independente.

Início da comercialização da marca Dzarm. Ocorre também a inauguração da primeira loja no novo conceito Hering Store. Lançamento da primeira loja no formato ***e-commerce***, três anos depois de ter começado a operar com nosso primeiro endereço eletrônico.

Nossa preocupação com a melhor experiência de compra sempre existiu: se no começo Bruno Hering realizava as vendas de porta em porta, hoje contamos com experiência aperfeiçoada em diferentes canais de venda: varejo multimarcas, lojas monomarca, *e-commerce* e o *omnicanal* (página 76).

2005

2007

As ações ordinárias da Cia. Hering passam a ser negociadas no Novo Mercado sob o código HGTX3, depois de um período de reestruturação financeira e das nossas operações entre 2000 e 2006, passo decisivo para um novo ciclo de crescimento.

NOSSOS 140 ANOS

Consolidamos mais um movimento de renovação. A omnicanalidade se estabeleceu com robustez, conectando nossas lojas e nossos públicos de forma mais ágil e gerando fidelidade. Fortalecemos nossa estratégia de sustentabilidade e construímos processos visando a ecoeficiência e a responsabilidade socioambiental.

Em nosso aniversário de 130 anos, a Cia. é eleita a Empresa do Ano pelo anuário Melhores e Maiores da revista Exame.
É inaugurado o Museu Hering.

2015

Entre 2013 e nosso aniversário de 135 anos em 2015, aprimoramos a gestão de nossas marcas, renovando nossa estrutura de equipes e nos reposicionando no mercado. Reinventar-se sempre! Essa é uma das nossas paixões.

Estamos constantemente nos recriando e vivendo novos ciclos, porque sabemos que só assim a Cia. Hering se manterá entregando o melhor produto, aquele que nossos consumidores e clientes querem.

2020

140 ANOS! A DATA NOS TRAZ INSPIRAÇÃO E CONFIANÇA.

Olhamos para a memória da Companhia e de todos que construíram essa história com muito orgulho. E fazemos isso com a clareza de que todos os ciclos de aprendizados que vivemos fortalecem o nosso repertório para conquistar os próximos 140 anos. Ao longo dos anos, nos reinventamos e construímos em conjunto uma cultura sólida, que nos posiciona em 2020 com coragem para transformar desafios em prosperidade. Seguiremos continuamente empoderando nossas pessoas, aprimorando nossos processos e buscando a excelência em nossa atuação e em todos os nossos relacionamentos.

A Cia. inicia um novo ciclo, para se tornar uma Companhia cada vez mais *data driven*, alinhada não só às demandas do presente, mas também à visão de futuro, antecipando transformações. Somos uma Companhia com a experiência de 140 anos conectada ao tempo atual e ao futuro, que cultiva o espírito empreendedor, concretiza seu propósito através de seus negócios e tem consciência do seu papel transformador para o mundo. Seguimos seguros de estar no caminho certo para construir, juntos, uma Cia. Hering cada vez melhor.

INTRODUÇÃO

Mensagem da Administração

Chegamos ao nosso aniversário de 140 anos. 2019 não apenas antecipou este marco temporal, como concretizou com coerência nossa história: tecemos essa narrativa de transformação desde 1880 através do pioneirismo, nos mantendo fora da zona de conforto e nos adaptando, e nesse ano não foi diferente. **Nos reinventamos mais uma vez**, direcionando nossos esforços para a estratégia de um novo ciclo de crescimento.

Essa transformação se desdobrou na gestão, na matriz de produtos, na estratégia de sustentabilidade, na manutenção da eficiência operacional, na experiência do consumidor, em nossos investimentos, no engajamento e fortalecimento de nosso ecossistema e em nossos relacionamentos. Assim, 2019 trouxe um olhar atento às principais frentes de negócios da Cia.

Como organização em rede, tonificamos nossas relações com os principais *stakeholders* do nosso negócio. Investimos em capacitar, desenvolver e fortalecer nossos colaboradores e parceiros, **fomentando o empreendedorismo**, intrínseco à história da Companhia e transversal às diretrizes estratégicas.

Em linha com os avanços já conquistados no ano anterior, neste período a **Transformação Digital** se consolidou de forma robusta na estrutura da Companhia. Estabelecemos a área de *Customer Relationship Management (CRM)* com solidez, permitindo a estruturação da base de dados que conta com mais de 8 milhões de consumidores cadastrados. A partir disto, definimos os pilares para entender e nos relacionar de forma inteligente e automatizada com nossos consumidores e clientes, instrumentalizados por ferramentas como a Inteligência Artificial e *Analytics.* Consequentemente, atingimos a maior nota no indicador *Net Promoter Score (NPS)* desde o início de sua aferição.

A omnicanalidade se consolidou em nosso ecossistema, fomentando sua integração e permeando nossos relacionamentos com maior agilidade e eficiência. Além disso, oferecemos novos modelos e experiência de compra em nossos canais para atender às demandas, sempre atentos à jornada do consumidor. A integração dos canais garante uma melhor experiência de compra, gerando também fidelização às nossas marcas. Ainda sobre o foco no consumidor, atingimos a marca de 101 lojas reformadas em 2019.

Fortalecemos nossas marcas, atuando na renovação de posicionamentos e em iniciativas de ativação comercial, investindo de forma eficiente em *marketing*. A marca Hering seguiu com as lojas no modelo Hering Experience e Basic Shop, além das novidades como Pop Hering e Mega Store. Valorizamos nosso estilo proprietário, reforçando a autenticidade presente em nosso DNA casual.

As marcas infantis seguiram a linha leve e colorida de suas essências, trazendo ativações baseadas nos vínculos familiares. A PUC, completando 40 anos em 2019, foi relançada com um novo propósito conectado à arte, sobre os pilares do coletivo, família, lúdico e da responsabilidade ambiental. A DZARM, por sua vez, contou com ações de fortalecimento da marca, agora com uma forte tendência de *jeanswear*, inspirada na moda mundial para entregar produtos descomplicados à mulher urbana.

Em 2019, nossa receita bruta totalizou R$ 1,82 bilhão, um crescimento de 0,5% em relação a 2018. Tivemos crescimento de vendas em todos os trimestres, exceto o quarto em função da performance de dezembro, que trouxe uma "ressaca" de vendas após a *Black Friday* com recorde histórico de vendas. O indicador de vendas mesmas lojas *(Same Store Sales – SSS)* atingiu 2,3% na rede. Esse movimento reitera a construção contínua da Companhia de um ciclo de crescimento sustentável.

Somos a maior rede de franquias de vestuário do Brasil e reforçamos o compromisso em manter nossa rede saudável e nossos franqueados e clientes multimarcas satisfeitos. Trabalhamos em diversas frentes para isto, incentivamos o empreendedorismo na cadeia de valor e investimos em capacitações, treinamentos e eventos, além de melhorar a usabilidade do nosso canal de relacionamento digital, o Portal Conecta, lançado em 2018.

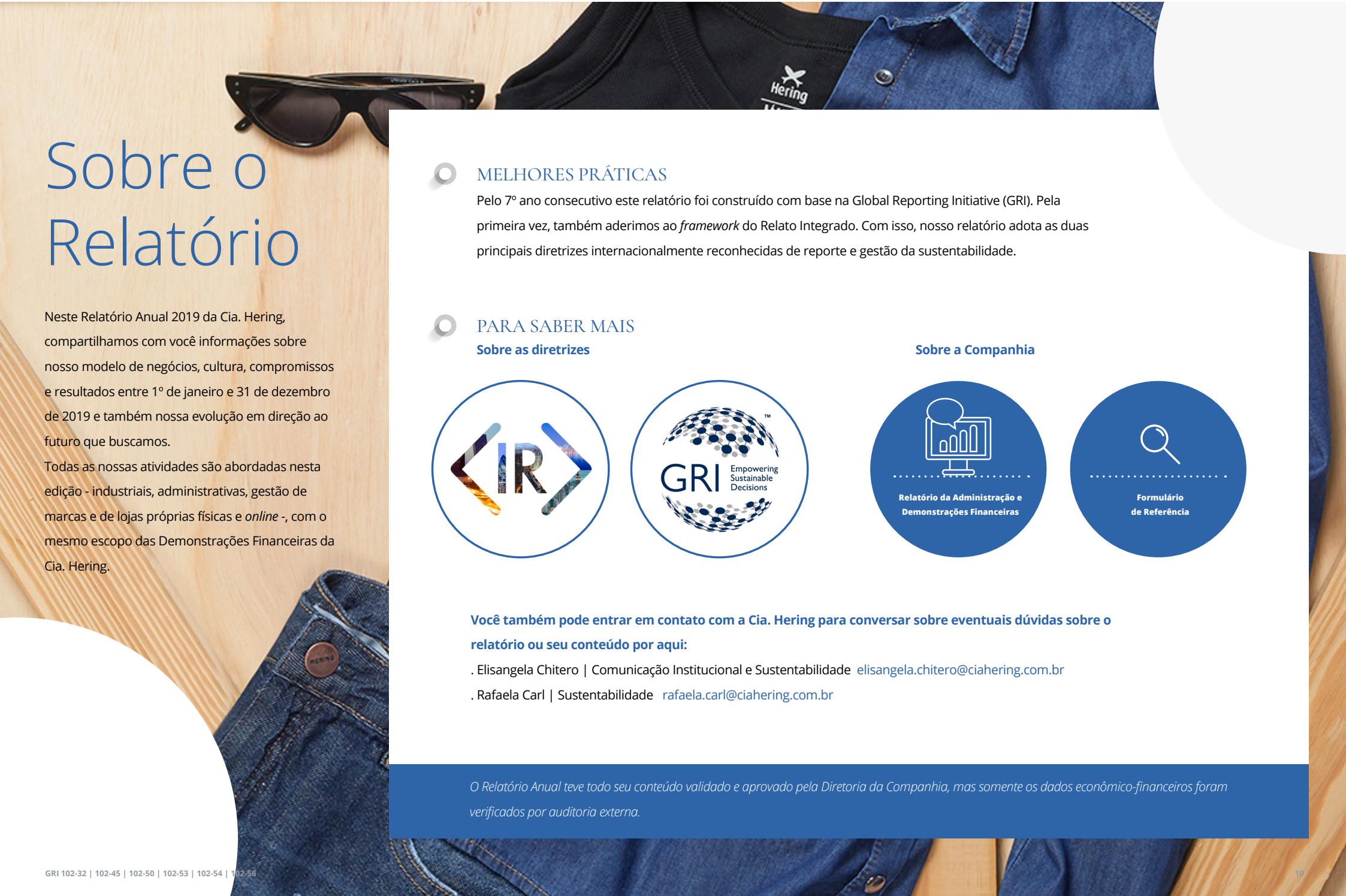
Mensuramos os resultados deste trabalho através da Pesquisa de Satisfação dos Franqueados, realizada anualmente pelo Instituto da Qualidade, que trouxe o maior índice de satisfação desde o início de sua aferição.

Ao mesmo tempo, nos aproximamos dos clientes multimarcas, compreendendo cada vez melhor suas necessidades, utilizando o suporte de campo efetivo para estabelecer um ciclo virtuoso neste canal.

Nos reinventamos enquanto nos mantemos fiéis aos valores e princípios intrínsecos à Cia. Hering. Dentre eles, cuidamos das nossas pessoas. Intensificamos o projeto de cultura organizacional para engajar nossos colaboradores, responsáveis pelas conquistas que garantimos nestes 140 anos. Olhamos para o passado e entendemos quem somos hoje para construir o amanhã.

Temos confiança nas pessoas e em nosso negócio, e estamos seguros das escolhas estratégicas tomadas e da nossa jornada até aqui. Seguimos convictos de nossa capacidade de execução e com a crença na construção de um futuro próspero, para a Cia. Hering e para toda nossa cadeia de valor.

Fabio Hering
Presidente



Sobre o Relatório

Neste Relatório Anual 2019 da Cia. Hering, compartilhamos com você informações sobre nosso modelo de negócios, cultura, compromissos e resultados entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019 e também nossa evolução em direção ao futuro que buscamos.

Todas as nossas atividades são abordadas nesta edição - industriais, administrativas, gestão de marcas e de lojas próprias físicas e *online* -, com o mesmo escopo das Demonstrações Financeiras da Cia. Hering.

MELHORES PRÁTICAS

Pelo 7º ano consecutivo este relatório foi construído com base na Global Reporting Initiative (GRI). Pela primeira vez, também aderimos ao *framework* do Relato Integrado. Com isso, nosso relatório adota as duas principais diretrizes internacionalmente reconhecidas de reporte e gestão da sustentabilidade.

PARA SABER MAIS

Sobre as diretrizes

Sobre a Companhia

Relatório da Administração e Demonstrações Financeiras

Formulário de Referência

Você também pode entrar em contato com a Cia. Hering para conversar sobre eventuais dúvidas sobre o relatório ou seu conteúdo por aqui:

. Elisangela Chitero | Comunicação Institucional e Sustentabilidade elisangela.chitero@ciahering.com.br

. Rafaela Carl | Sustentabilidade rafaela.carl@ciahering.com.br

O Relatório Anual teve todo seu conteúdo validado e aprovado pela Diretoria da Companhia, mas somente os dados econômico-financeiros foram verificados por auditoria externa.

COMO NAVEGAR

Indicadores GRI

Ao longo do relatório, o símbolo GRI XXX-X aparece junto aos títulos ou subtítulos dos capítulos em que o indicador é reportado. Também é possível encontrar uma lista completa dos indicadores no índice remissivo de conteúdo GRI, na página 81, com a explicação de cada um e a página onde achá-lo.

Relato Integrado [CAPITAIS]

O mapa de capitais na página 87 informa em quais páginas encontrar o conteúdo correspondente a cada um dos capitais do Relato Integrado. No início de cada capítulo também sinalizamos quais os capitais abordados ali com os seguintes ícones:

NATURAL

HUMANO

FINANCEIRO

SOCIAL & RELACIONAMENTO

MANUFATURADO

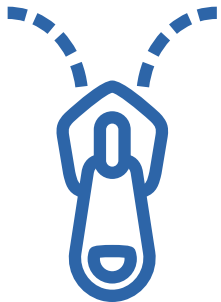
INTELECTUAL

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável [ODS]

Também reforçamos o compromisso da Companhia com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). Para explicar a relação entre eles e nossos negócios de forma clara, no início dos capítulos também sinalizamos quais os ODS que têm relação com o conteúdo.

Clique aqui e saiba mais sobre os ODS.

Boa leitura!



Fazer Acontecer

Nossa história de sucesso é explicada pela dedicação da nossa gente. Todos os dias, erguemos as mangas para fazer acontecer. Temos orgulho do que já conquistamos, mas podemos ir além. Nos reinventamos sempre para ampliar e perdurar nossa relevância no futuro.

8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

MANUFATURADO

HUMANO

SOCIAL & RELACIONAMENTO

Cia. Hering

Companhia brasileira, líder no varejo de vestuário, fundada em Blumenau (SC) em 1880, atua em três frentes de negócio:

GESTÃO DE MARCAS | 4 marcas fortes

*1,3% das vendas correspondem a itens de segunda linha e sobras.

HERING
585 lojas no Brasil (Hering Store e Basic Shop)
19 no exterior (Paraguai, Uruguai e Bolívia)

HERINGKIDS
98 lojas no Brasil
1 no exterior (Paraguai)

89,4% das vendas

Marcas casuais, democráticas, para todos os públicos e idades.

PUC
24 lojas no Brasil

5,0% das vendas — Marca infantil para o público A/B

4,3% das vendas — Marca para mulheres jovens do público A/B

DZARM
1 loja no Brasil

GESTÃO DE CANAIS

Estrutura de lojas

741 lojas físicas em todas as regiões do Brasil e em 3 países (Paraguai, Uruguai e Bolívia)

- 40% — 10 mil lojas multimarcas
- 35% — 661 franquias
- 21% — 80 lojas próprias, incluindo 13 outlets
- 4% — 5 *webstores*

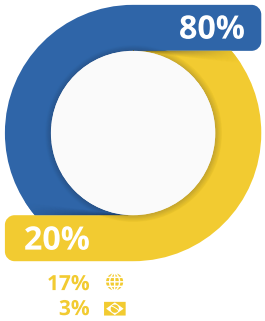
Centros de Distribuição

GO Anápolis — 80%

Capacidade estocagem e distribuição

SC Blumenau — 20%

GESTÃO DE PRODUÇÃO | Modelo Híbrido



Produção própria com apoio de confecções locais

Compra de produtos acabados
17%
3%

6 unidades de produção*

SC
Blumenau
Ud. de Itororó
Ud. do Bom Retiro

GO
Goianésia
Paraúna
São Luís de Montes Belos

RN
Parnamirim

*Em 2019, como parte do processo de revisão do parque fabril, ocorreu o fechamento das plantas fabris Encano, Daia e Santa Helena. O processo produtivo foi migrado para outras plantas, como a de São Luís de Montes Belos (GO), gerando ganhos de eficiência operacional.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Nossos 140 anos de história demonstram nossa capacidade de desenvolvimento sustentável, buscando sempre reduzir os riscos e impactos negativos e, assim, construir relações geradoras de valor com nossos públicos e em relação aos recursos naturais essenciais ao negócio.

Esse cuidado, porém, precisa ser contínuo, a cada dia, em todas as áreas, nas diferentes tomadas de decisão. Por isso, contamos com uma estratégia de sustentabilidade que orienta nossas prioridades dos próximos anos para a construção de um negócio cada vez mais sustentável.

Essa estratégia foi construída a partir de um importante processo[1] de diálogo com nossos diferentes públicos de relacionamento e com a alta gestão da Companhia, realizado em 2016, de modo que estivesse alinhada e integrada aos planos e modelo de negócio.

Em 2019, buscando acelerar a disseminação da cultura de sustentabilidade e em linha com nosso novo ciclo de crescimento e a renovação de nosso propósito e valores empresariais, criamos uma nova narrativa para as diretrizes estratégicas de sustentabilidade.

Assim, envolvendo colaboradores e a Fundação Hermann Hering e considerando objetivos do negócio, as tendências do mercado, o comportamento de consumo, revisamos as prioridades de nossa estratégia de sustentabilidade, apresentada a seguir.

As informações relatadas ao longo dos próximos capítulos mostram como estamos trilhando o caminho para alcançar esses objetivos prioritários para o desenvolvimento sustentável.

[1] Saiba mais na página 77 do nosso Relatório Anual 2018.

GRI 102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47 | 102-49 | 103-1

PILARES ESTRATÉGICOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

"Atuar com transparência, influenciando boas práticas na cadeia de valor, fortalecer a circularidade dos produtos que entregamos ao consumidor e construir relações de confiança com toda rede, baseadas no respeito à diversidade"

Cadeia de Valor

Atuar como "influenciadores da rede", construir relações transparentes e em conformidade com boas práticas socioambientais.

Meio Ambiente

Fazer escolhas que sempre sejam pautadas pela ecoeficiência e que promovam a economia circular.

Diversidade

Promover um ambiente de inclusão, de respeito e valorização das diversas pessoas que fazem parte da nossa rede.

Habilitador

EDUCAÇÃO PARA SUSTENTABILIDADE
Despertar a consciência nas nossas pessoas e engajar para sustentabilidade

Panorama de 2019

EM 2019 COMPLETAMOS:

139 anos
de história, rumo aos 140!

26 anos
desde a abertura da 1ª loja, a Hering Family Store

55 anos
de capital aberto
(COM 162.533.937 AÇÕES HGTX3 NO NOVO MERCADO DA B3)

R$ 237,8 milhões em remuneração direta aos colaboradores
R$ 866 milhões em negócios com a cadeia de suprimento
8.439 empregos gerados pelas confecções

Nossas bases em 2019

5.353 colaboradores (pág. 56)
3.649 fornecedores (pág. 69)
R$ 5,5 bilhões de valor de mercado
R$ 1,8 bilhão de receita
Estrutura de lojas, centros de distribuição e unidades de negócio(pág. 13)
236 franqueados (pág. 66)
10 mil clientes multimarcas (pág. 68)

OMNICANALIDADE
91% da rede integrada, considerando lojas próprias e franquias

ECOEFICIÊNCIA
38,9 toneladas de malha ressignificadas
89% da matriz energética de energia renováve
Redução de até **40%** no consumo de água nos processos de tingimento (pág. 45)

R$ 1,8 milhão
de investimento social privado destinado ao desenvolvimento social pela Fundação Hermann Hering

R$ 188,7 milhões em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para desenvolvimento do País
R$ 81,7 milhões em juros sobre o capital próprio pagos aos acionistas
17,4% de valorização de HGTX3 em 2019

Governança Corporativa

Boas Práticas

Com capital aberto há 55 anos, nossas ações são listadas no Novo Mercado há mais de 10 anos, segmento diferenciado da B3 destinado à negociação de ações de empresas que adotam, voluntariamente, práticas de governança corporativa adicionais às que são exigidas pela legislação brasileira.

Ingressamos no Novo Mercado da B3 em 2007, quando também passamos a integrar a carteira do Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC). Para nós, atingir e manter altos padrões de governança corporativa é a base do "Fazer Acontecer" da Cia. Hering, essencial para garantir a perenidade da geração de valor e do crescimento dos negócios. Por isso, conduzimos o negócio comprometidos com a transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade.

GRI 102-18

DIFERENCIAIS DE GOVERNANÇA

Apresentamos a seguir as principais práticas diferenciadas de governança adotadas pela Cia. Hering para proteger os interesses de todos os nossos acionistas garantindo a conduta do negócio de maneira ética e geradora de valor:

• Capital sem ações preferenciais, composto exclusivamente por ações ordinárias, ou seja, todos os acionistas têm direito a voto;

• No caso de alienação do controle (mudança no acionista que detém mais da metade do capital da Companhia), todos os acionistas têm direito a vender suas ações pelo mesmo preço das ações detidas pelo controlador (*tag along* de 100%);

• Existência de área de Auditoria Interna, área de *Compliance* e de Comitê de Auditoria Estatutário, garantindo a conformidade e a eficácia dos controles internos;

• Conselho de administração com 72% de membros independentes (5 de 7), acima dos 20% exigidos pelo Novo Mercado, com mandato unificado de, no máximo, dois anos, e eleição em Assembleia Geral, garantindo a eficácia do órgão na condução estratégica do negócio;

• *Free float* de 78,58%, acima do mínimo de 25% exigidos pelo Novo Mercado;

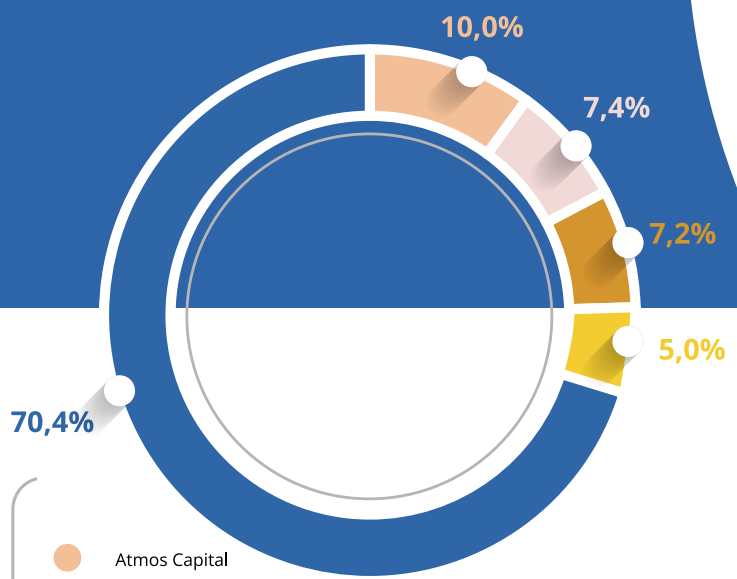
• Estruturação e divulgação de processo de avaliação do Conselho de Administração, de seus comitês e da diretoria;

• Repertório sólido de políticas corporativas, que institucionalizam nossos compromissos e fortalecem a transparência e os valores em nossa gestão:

- **Código de Conduta e Código de Conduta de Fornecedores**
- **Estatuto Social**
- **Regimentos Internos do Conselho de Administração e de seus Comitês**
- **Plano de Incentivos atrelado a Ações**
- **Plano de Opção de Compra de Ações**
- **Política de Divulgação de Atos e Fatos Relevantes**
- **As demais políticas estão em construção e se encontrarão disponíveis em nosso site de Relações com Investidores.**

Estrutura e Administração

ESTRUTURA DE CAPITAL



ASSEMBLEIA DE ACIONISTAS

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Ivo Hering Presidente
Fabio Hering Conselheiro
Andrea Oliveira Mota Baril Conselheira Independente
Claudia Worms Sciama Conselheira Independente
Fábio Colletti Barbosa Conselheiro Independente
Celso Luis Lodduca Conselheiro Independente
Patrick Charles Morin Junior Conselheiro Independente

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Fabio Hering Diretor Presidente
Marciel Eder Costa Diretor Administrativo
Rafael Bossolani Diretor Financeiro e DRI
Thiago Hering Diretor Executivo de Negócio
Marcelo Toledo Diretor Industrial
Moacyr José Matheussi Diretor de Suprimentos

COMITÊ DE ESTRATÉGIA

Assessora na elaboração do Plano Estratégico, emite pareceres e recomendações sobre as diretrizes estratégicas, revisar oportunidades de investimentos e conduz discussões sobre orçamentos.

COMITÊ DE GESTÃO DE PESSOAS

Propõe o modelo de estrutura organizacional e monitora/aconselha atração, recrutamento, retenção de talentos, capacitação e processos de saída. Também recomenda ao Conselho de Administração questões relacionadas à remuneração, incentivos, indenização e benefícios para os Diretores.

COMITÊ DE AUDITORIA ESTATUTÁRIO

Opina sobre serviços de auditoria independente, avalia as informações trimestrais, acompanha as atividades da Auditoria Interna e de Controles Internos, monitora as exposições de risco, e recebe e trata casos de descumprimento de dispositivos legais e normativos.

Em 2019, demos continuidade à revisão da nossa estrutura organizacional, iniciada em 2018 quando redefinimos a gestão da área de negócios e implementamos a Diretoria de Transformação Digital, o que gerou resultados neste processo na Companhia desde então (página 75). Seguimos revisando a gestão, mantendo o alinhamento com estratégia e o foco na experiência do consumidor.

A Diretoria Executiva passa pelo processo de avaliação de desempenho de toda a organização, baseada nos valores da Cia. Hering. É aplicada a metodologia 360º (auto avaliação, gestor, pares, equipe e rede de relacionamento), com performance calibrada em dois eixos: Comportamentos e Metas (indicadores corporativos e do negócio). O resultado orienta planos de desenvolvimento de liderança, acompanhados pela área de Gestão de Pessoas ao longo do ano. O Presidente também é avaliado anualmente, em processo distinto, por membros do Conselho de Administração, que trazem a perspectiva do que é esperado do CEO da Companhia.

Em 2019, o Conselho de Administração também passou por processo de avaliação, realizado através da avaliação entre os(as) conselheiros(as), seguindo o modelo de avaliação de pares, avaliação de todos os conselheiros pelo presidente do Conselho, e avaliação do presidente do Conselho pelos demais conselheiros. Foram avaliados comportamentos relevantes para condução e tomada de decisões nas agendas do grupo.

O Conselho de Administração recebe remuneração mensal em valor fixo, que pode conter benefícios de acordo com as práticas de mercado. Já a Diretoria é remunerada de maneira mista, com componentes fixos e variáveis atrelados a indicadores de desempenho, além dos benefícios. O objetivo desta política de remuneração é criar incentivos com métricas de desempenho, alinhados a interesse das partes em curto, médio e longo prazo.

Em 2019, o Conselho de Administração encerrou o ano com 96,83% de frequência nas reuniões.

Paixão pela Causa

Somos apaixonados pelo que fazemos. Com autonomia e entusiasmo, transformamos desafios em oportunidades. Sabemos que até as pequenas coisas do dia a dia do trabalho fazem parte de algo maior, que se conecta com nossa verdade. Por isso, operamos na nossa melhor versão, com orgulho em honrar os novos capítulos da história da Companhia.

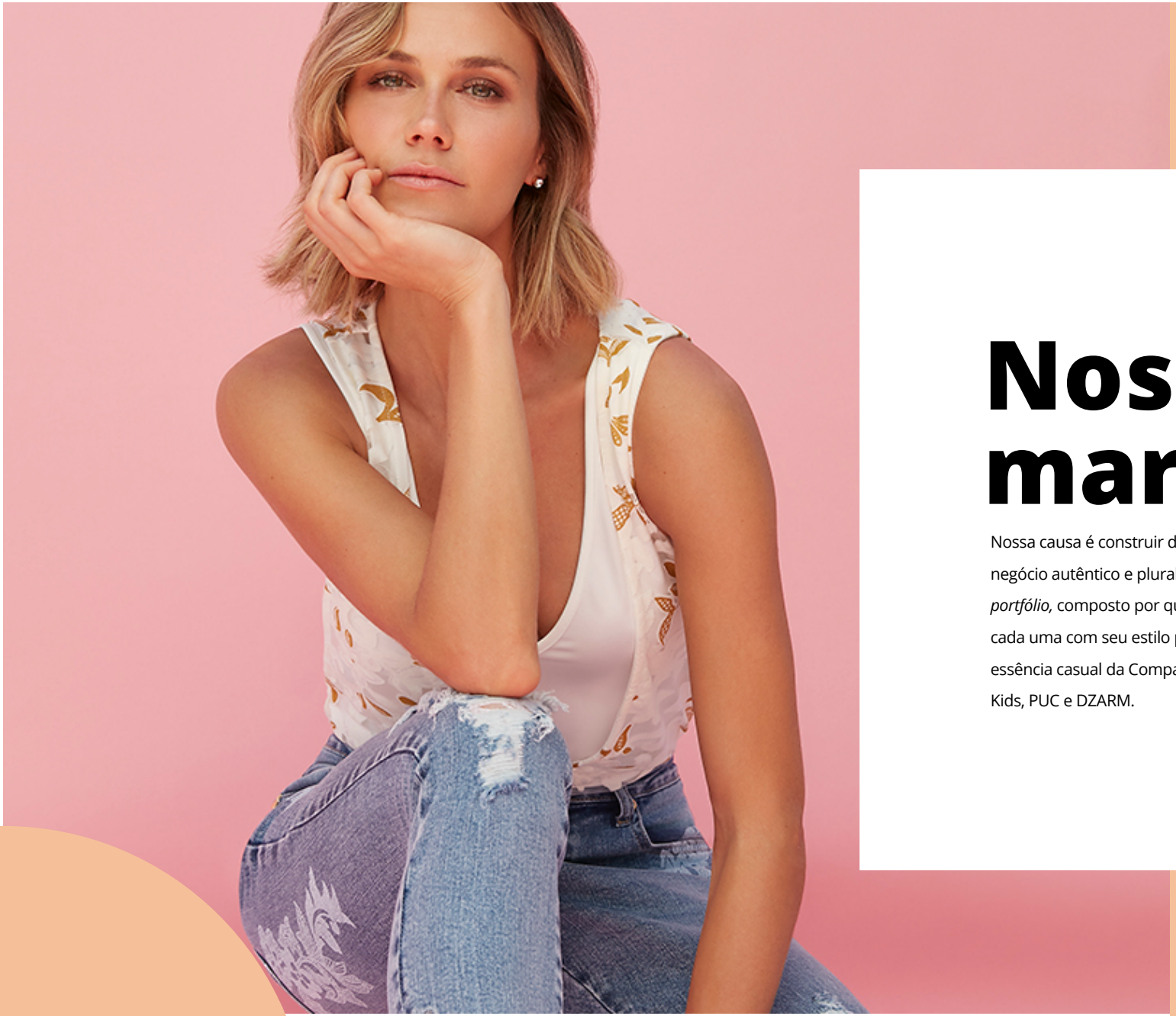
9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

FINANCEIRO

MANUFATURADO

SOCIAL & RELACIONAMENTO



Nossas marcas

Nossa causa é construir diariamente um negócio autêntico e plural, por meio de nosso *portfólio,* composto por quatro marcas fortes, cada uma com seu estilo próprio baseado na essência casual da Companhia: Hering, Hering Kids, PUC e DZARM.

HERING

hering.com.br

A Hering é uma marca democrática, voltada tanto para o público masculino quanto para o feminino. Já reconhecida por isso, apresenta um estilo autêntico, casual, descontraído e confortável: um estilo descomplicado, que permite que o essencial se manifeste. Seu posicionamento versátil a torna uma marca aceita por todas as faixas etárias e classes sociais.

Em 2019, intensificamos a agenda de posicionamento e reforçamos aquilo que a diferencia: o estilo proprietário, evidenciando o básico com autenticidade e resgatando a essência e *core business* da marca. Ser casual nunca sai de moda, e disso a Hering entende.

Com uma nova estratégia de comunicação, destacamos ativações comerciais diversas e aderentes à nossa proposta e ao nosso público alvo. Em parceria com a Disney, lançamos uma coleção exclusiva do filme "O Rei Leão" e patrocinamos sua pré-estreia. Lançamos também a campanha de *jeans* com um *portfólio* democrático, atendendo a todos os corpos, além da linha de *jeans* sustentáveis (página 49). E pela primeira vez, a marca Hering marcou presença no evento CCXP 2019, o maior evento de cultura POP do mundo.

Parte do novo planejamento estratégico está em explorar novos formatos e categorias, expandindo o alcance de nossas marcas. Em setembro, a Hering lançou a linha *pets*, comercializada em lojas selecionadas e na *web*. A coleção **BasiCÃO** fez sucesso com o público e evidenciou o potencial de expansão da marca em novas categorias de produtos.

No último ano também evoluímos uma parceria com a Pantys, revendendo os seus produtos em lojas físicas e e-commerce da Hering. A marca propõe a substituição de absorventes descartáveis por calcinhas absorventes duráveis, contribuindo para redução de lixo, o que combina com as nossas crenças e compromissos com a ecoeficiência (saiba mais na página 42).

Este ano, conquistamos o prêmio **Melhores Franquias do Brasil** 2019, promovido pela Pequenas Empresas & Grandes Negócios, com cotação máxima de cinco estrelas.

A marca recebeu também o selo RA 1000 do Reclame Aqui, que representa a excelência no atendimento para lojas físicas e virtuais!

No Prêmio ABF, o Selo de Excelência em *Franchising* foi conquistado por três das nossas marcas: Hering, Hering Kids e PUC, pela 14ª, 2ª e 16ª vez, respectivamente.

Estamos satisfeitos com nossas conquistas e com o reconhecimento que comprova nosso percurso na direção certa. Mais uma vez, estamos confiantes com o posicionamento de nossas marcas e tranquilos para os desafios e conquistas que 2020 trará.

- **585** lojas no Brasil
- **19** lojas no exterior
- **Presente no canal multimarcas e *e-commerce***
- **1,3 bilhão** de receita (nacional)

HERINGKIDS

heringkids.com.br

A Hering Kids é como seu público alvo, leve e alegre. A marca traz em sua essência o conforto e a qualidade que as crianças precisam para brincar sem preocupação, com a liberdade que precisam para se descobrir. Seus produtos combinam estilo e bem-estar, colaborando para a vivência de uma infância plena e saudável.

A marca, que assume o movimento como sua bandeira, é um convite para fazer diferente e criar um mundo colaborativo e melhor. Em 2019, realizamos eventos para engajamento do nosso público, como um *meet & greet* com influenciadores em uma loja Hering Kids, e um fim de semana especial no parque para as crianças e suas famílias, inspirado na coleção com tendências do esporte e pegada urbana.

Também fizemos parceria com a marca de brinquedos Estrela, fazendo uma ponte entre gerações e resgatando memórias para pais e mães que se divertiam com os brinquedos da marca. Além de realizar uma experiência instalando brinquedos gigantes em lugares inusitados, as famílias que fizessem compras na marca levavam para casa um brinquedo original da Estrela, à sua escolha.

O ano reforçou a importância de alcançar novos públicos, e estamos investindo no nosso projeto de internacionalização da marca, assim como para a marca Hering.

- **98** lojas no Brasil
- **1** loja no exterior
- **Presente no canal multimarcas e *e-commerce***
- **237 milhões** de receita (nacional)

puc.com.br

Nas últimas quatro décadas, a PUC conquistou espaço com o seu jeito vibrante, cheio de energia, com roupas coloridas, ricas em estampas, cheias de novidades sempre. Uma marca que constantemente renova suas inspirações, mas mantém as principais características do seu DNA: a qualidade e a diversão. No seu aniversário de 40 anos, aprimoramos a estratégia da PUC, com um *rebranding* total, fruto de um projeto longo que revisou os pilares da marca. Transformamos tudo, a concepção do logo, seu projeto, posicionamento de *branding* e toda a linha de produtos.
Foi um ano agitado para a PUC, e estamos satisfeitos com o resultado de tanto trabalho.
Apresentamos uma marca ancorada na arte, mais ligada à criatividade do universo das crianças e bebês. Fundamentado na responsabilidade socioambiental, na família e no colaborativo, o novo posicionamento trouxe também a inauguração de duas novas lojas no modelo PUC & Friends, sendo uma dela no formato *flagship,* com um ambiente totalmente *open front*, sem vitrines e com muita interatividade. As PUC & Friends são lojas próprias que oferecem também produtos de parceiros para o consumidor.

Essa carinha é muito mais que um sorriso. É um **CO**nceito. A nova PUC é **CO**lorida, **CO**laborativa, **CO**letiva e **CO**nsciente.

- **24** lojas no Brasil
- **Presente no canal multimarcas e *e-commerce***
- **87,9 milhões** de receita (nacional)

DZARM

dzarm.com.br

A DZARM é uma marca que acredita na expressão das mulheres de um jeito único, que marca presença por onde passa. A DZARM acompanha a mulher urbana em todos os momentos. Traduz as tendências da moda mundial de maneira descomplicada. Em 2019, a marca também passou por um processo intenso de ressignificação, adequamos seu posicionamento e estratégia para alinhá-los ao que a Companhia está fomentando internamente: o foco no essencial. Para a DZARM, isso significou se concentrar no *jeanswear*, unindo as tendências internacionais ao DNA casual de todas as nossas marcas.

O ano deixou em evidência a importância do digital. Consolidamos a plataforma criada em 2018, a DZARM *Now*, que atende às nossas consumidoras oferecendo multicanalidade, entrega super expressa nas localidades próximas a loja própria e curadoria em casa. Entre as marcas geridas pela Companhia, a DZARM é a que possui maior porcentagem de vendas realizadas através do *omnicommerce* em relação às vendas feitas diretamente em ponto físico (loja própria). Estes dados são importantes para a estratégia da marca, que busca fortalecer continuamente a experiência de compra do seu consumidor.

Alinhados à estratégia de comunicação, promovemos ações de fortalecimento da marca com o lançamento de coleções alternativas e cápsulas exclusivas. Também investimos em patrocínios estratégicos, como no *show* da dupla Sandy & Júnior, amplamente divulgado nas mídias, além de campanhas e ativações com *influencers* e artistas.

- **1** loja no Brasil
- **Presente no canal multimarcas e *e-commerce***
- **75,9 milhões** de receita (nacional)

COLABS

Em 2019, lançamos diversas coleções em colaboração com marcas que têm tudo a ver com as nossas. A Hering figurou em parcerias como com a **Guaraná Antarctica**, reforçando a tropicalidade e o básico que é original do Brasil; com a **Disney**; com a **ALG**, com inspiração no *streetwear* e muito *jeans*, exaltando um caráter urbano e democrático com peças de maioria *genderless* – vestem tanto o feminino quanto o masculino –; além da *collab* com **Camila Coutinho**. Já a **DZARM** lançou uma coleção *special denim* em colaboração com **Isis Valverde**, que entregou o melhor da parceria em peças leves e descomplicadas nas versões *comfy*, *jeans original* e *premium*. No ano também participamos da plataforma **Meu Corpo é Real**, através de uma parceria da marca Hering com o Fashion Day Inclusivo. A edição de 2019 teve como objetivo promover a inclusão da pessoa com deficiência visual, através de espaços de discussão, vivência e aprendizados.

Nossos consumidores

O consumidor está no centro das nossas escolhas e decisões de negócio, é quem move a nossa paixão. Há 140 anos, como organização multimarcas com modelo de negócios híbrido, atuamos para promover a melhor experiência ao consumidor. Nosso objetivo é produzir e entregar ao consumidor o que ele quer, do jeito que ele quer, quando e onde ele quiser. Nosso propósito é descomplicar a vida através das soluções que oferecemos. Com um cenário de transformação constante nas tecnologias e relações de consumo, passamos a fazer novas perguntas, buscar soluções diferentes das que já oferecíamos, o que nos levou a ganhos na experiência do consumidor.

RELACIONAMENTO

Estruturamos e consolidamos a área de *Customer Relationship Management* (CRM) na Companhia, voltada especificamente para entender cada vez mais comportamentos e demandas que impactam o relacionamento dos consumidores com as marcas da Cia. Hering. Isto nos permite realizar análises, como de frequência de compra e fidelidade, que contribuem para a comunicação de marca e estratégias de produto mais assertivas. Nosso foco tem sido em ampliar a cultura de utilização desses dados dentro da Cia. para nos apoiarem na tomada de decisões, por exemplo no desenho de campanhas de forma mais personalizada.

NOVAS LOJAS E FORMATOS

Reformamos mais de 100 lojas, entre próprias e franquias, melhorando a experiência dos consumidores em nossos espaços.

Em 2019 ampliamos os formatos. Além da remodelada PUC & Friends, seguimos com o formato Hering Experience com novas aberturas de lojas, totalizando 6 neste formato, que conta com novos *designs*, espaços, ferramentas e tecnologia para transformar a experiência do consumidor.

Também lançamos 2 quiosques Pop Hering e ampliamos o número de lojas no formato Basic Shop para 8, a primeira conta com *mix* exclusivo, com *portfólio* focado em camisetas estampadas e outros produtos, abordando a cultura popular; enquanto a segunda trabalha com produtos de alta tiragem.

Esse também foi o ano em que lançamos nossa Mega Store, que reúne todas as linhas da marca Hering em um só lugar. Com o objetivo de facilitar e unificar a jornada do consumidor e melhorar sua experiência, abrimos este novo ponto de vendas em São Caetano, com um *portfólio* de produtos Hering, Hering Kids e produtos de outras marcas que tenham sinergia com os nossos.

Estamos nos fortalecendo todos os dias, caminhando para uma direção *data driven* que seja também focada nas pessoas da nossa rede. Em 2019 fortalecemos nosso omnicommerce (saiba mais sobre isso na página 76) e passamos o período consolidando a omnicanalidade de nossas marcas e lojas. Esta integração complementa os serviços que oferecemos aos clientes, facilitando suas operações, mas também descomplica a experiência de compra do consumidor, que tem acesso a todos os produtos de nossas marcas em qualquer lugar ou dispositivo. Isto reforça que estamos no caminho certo, entregando com praticidade e de forma simples tudo o que nossos consumidores buscam das marcas da Cia. Hering.

GRI 416-1

Para garantir a melhor entrega e segurança dos nossos consumidores, testamos **100%** dos produtos produzidos internamente na Cia. Hering, com rigoroso processo de qualidade interno, além de analisar todos os materiais adquiridos (matérias-primas e químicos), antes mesmo de entrarem em nossas fábricas.

As matérias-primas são avaliadas de acordo com as premissas da norma OEKO-TEX, referência internacional na análise de insumos e produtos da cadeia têxtil. Dentre os principais testes realizados estão checagens quanto a possíveis contaminações por inseticidas em fios naturais, a presença de elementos ou metais pesados nos corantes e pigmentos e a adequação dos níveis de formol em insumos auxiliares de tinturaria e estamparia. Se identificada qualquer não conformidade, a matéria-prima é reprovada e automaticamente vetada para uso em nossos processos.

Gerar Valor

Sabemos que a construção de um legado é feita ao investir no futuro com ações no presente. Temos foco no resultado e entendemos que o lucro é o propulsor de mudanças positivas. Agimos em rede para que todos saiam ganhando – as pessoas, a sociedade e o planeta – buscando soluções inteligentes, humanas e sustentáveis que simplifiquem processos e agreguem valor ao negócio.

NATURAL | FINANCEIRO | MANUFATURADO | HUMANO | SOCIAL & RELACIONAMENTO | INTELECTUAL

Desempenho

2019 trouxe um novo ciclo de crescimento, concretizado em nossas principais frentes estratégicas, com um objetivo claro: entender e nos relacionar da melhor forma com nossos públicos de relacionamento. Evoluímos neste sentido através de ações relacionadas a uma melhor experiência de compra, inovação na nossa matriz de produtos, busca contínua pela eficiência operacional, intensificação dos investimentos para ampliar o desejo de compra de produtos das nossas marcas, além do engajamento e fortalecimento dos negócios pela transformação cultural e digital.

Estas ações se desdobraram em diversas frentes do negócio. Seguimos engajados na melhoria da operação da rede de lojas, continuamos focados nas alavancas de fortalecimento de nossas marcas. Na indústria, buscamos maior eficiência e simplificação nos processos produtivos, reduzindo *time to market* e custo, repensando nossa malha logística e a cadeia de distribuição.

Promovemos uma reestruturação da área financeira, em que a área figurou como *business partner* do negócio, auxiliando na condução de estratégias para atingir as metas, desde o estabelecimento de métricas até planos de ação. Isto garantiu sinergia às operações e à Companhia como um todo.

A partir das nossa bases transversais – a eficiência operacional e a gestão de pessoas eficiente, com um time alinhado e engajado – nos estruturamos em três pilares de avanço da gestão e disciplina financeira: a identificação de riscos e oportunidades financeiras com tomada de decisão e ação para reação de forma rápida, trazendo sempre a visão de futuro; o controle do negócio de forma previsível, garantindo que não haja surpresas e que estamos alinhados à expectativa de conformidade nas políticas e processos, com contabilidade resguardada; e a gestão de caixa, com o foco na geração de caixa.

O efeito dessas iniciativas apareceu em nossos resultados de 2019, que você confere a seguir nos principais indicadores.

A margem bruta continuou crescendo e tivemos valorização de 17,4% na ação, em relação a 2018, com aumento significativo em nosso valor de mercado. Nossa gestão financeira tem superado os desafios dados pelo cenário macroeconômico, com o ROIC se expandindo. Temos flexibilidade para conduzir nossas decisões e mantemos a rentabilidade do nosso negócio.

Estamos seguros de nossas escolhas estratégicas, convictos de nossa capacidade de execução e confiantes na construção de um futuro próspero para a Companhia.

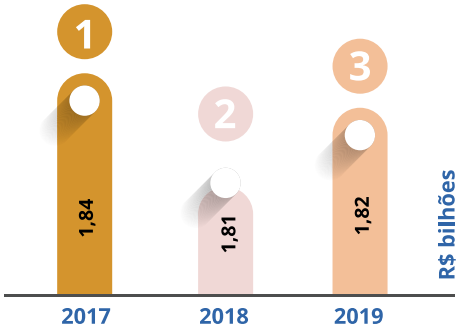
FUTURO PRÓSPERO

Além de toda transformação e melhoria na prática, também estamos construindo processos para estabelecer um ambiente favorável para continuarmos crescendo. Conduzimos o planejamento estratégico em conjunto com o Conselho de Administração, estabelecendo uma visão e missão única para toda a Companhia.

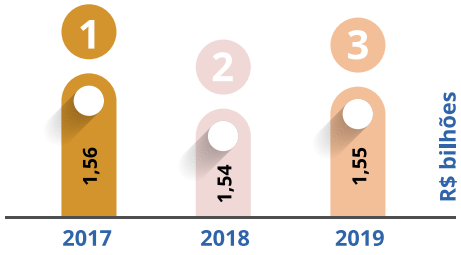
FINANCEIRO

Confira os destaques de nosso desempenho financeiro:

Receita Bruta



Receita Líquida



LUCRO BRUTO R$ 678 milhões

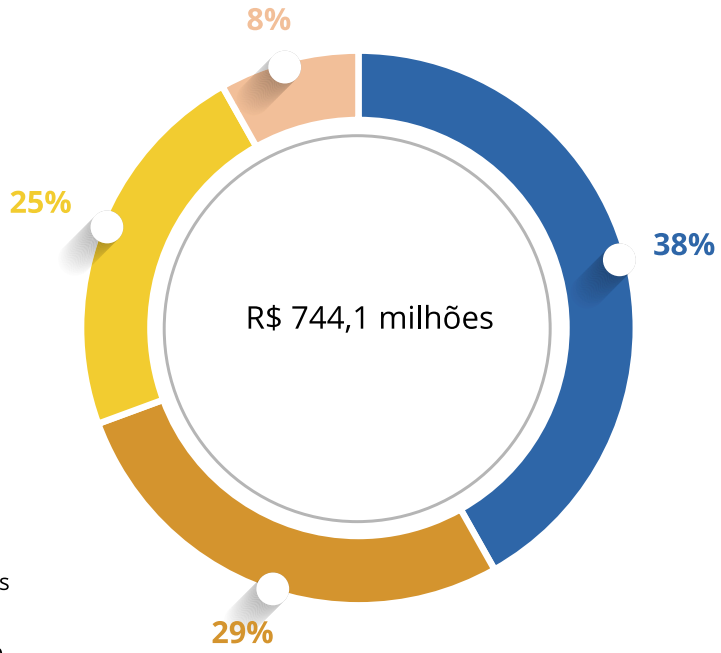
LUCRO LÍQUIDO R$ 214 milhões

EBITDA 264 milhões

ROIC: 19,5%

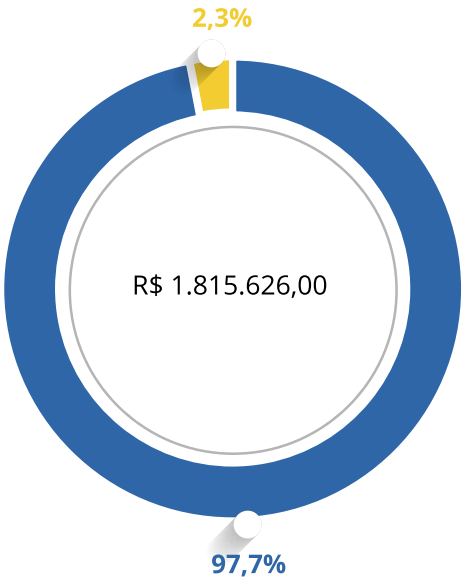
SSS: 2,3%

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO



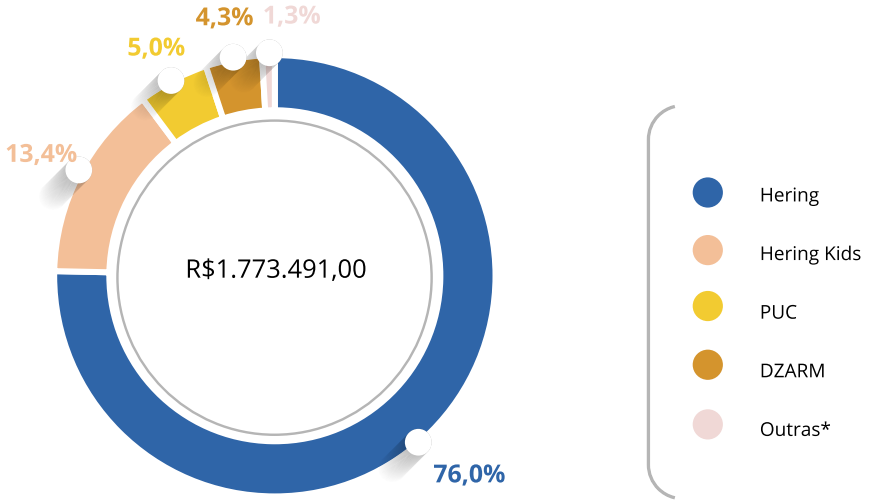
OPERACIONAL

RECEITA BRUTA TOTAL (mil)

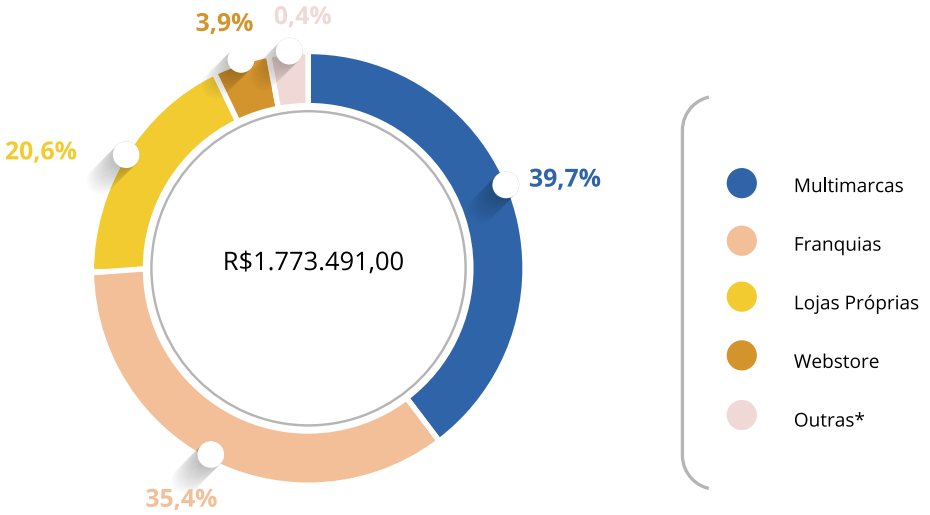


Conheça nossos resultados detalhados no nosso **Relatório de Administração**.

RECEITA BRUTA DE MERCADO INTERNO (mil)



PARTICIPAÇÃO NO MERCADO INTERNO (mil)



*Outras: se refere a itens de segunda linha e sobras

Gestão de riscos

A Companhia possui Política de Gestão de Riscos Financeiros e Política de Gestão de Caixa aprovadas pela Diretoria e apresentadas ao Conselho de Administração e gerencia riscos através de uma estrutura organizacional que envolve as áreas de Auditoria Interna, *Compliance*, Jurídico, Financeiro, Diretoria e Conselho de Administração.

A política de gerenciamento de risco determina a estrutura organizacional da Gestão de Riscos Financeiros, os papéis e responsabilidades dos órgãos, os limites e alçadas, e lista as condições para uso dos derivativos. Outro documento está em fase de aprovação, no qual ampliamos os conceitos e diretrizes gerais do processo de gestão de riscos da Cia. Hering, identificando, avaliando e monitorando de forma eficiente todos os riscos conhecidos e inerentes ao modelo de negócios.

A Política de Gestão de Caixa, por sua vez, define as diretrizes da Gestão de Caixa da Cia. Hering, estabelece a estrutura organizacional, os papéis e responsabilidades deste grupo, os objetivos e o *compliance* a ser respeitado.

A Companhia busca proteção contra riscos de crédito, riscos de taxa de juros, riscos de preço e riscos de taxa de câmbio. Mensalmente, recebemos relatório de consultoria externa que monitora o enquadramento de indicadores à Política de Gestão de Riscos Financeiros e alguns indicadores adicionais.

Para mitigar o **risco de crédito** são analisadas a situação financeira e patrimonial dos clientes, administrando o risco de crédito através de um programa de qualificação e concessão de crédito bastante rigoroso.

Com relação ao **risco de taxa de juros**, buscamos diversificar a captação de recursos, monitorando a exposição dos instrumentos financeiros do balanço a cada índice de taxa de juros.

Na gestão de **riscos de preço,** a Companhia segue regularmente a evolução dos preços das principais matérias-primas e gerencia os estoques.

Quanto ao **risco de taxa de câmbio**, são avaliadas constantemente a exposição de ativos/passivos e importação/exportação às diferentes moedas, além da necessidade de contratação de operações de proteção para mitigar esses riscos.

Atuação Ética

Atuar de maneira ética e idônea não é só uma escolha na Cia. Hering, mas um compromisso. Aqui, prezamos a honestidade, o respeito e as relações transparentes, características intrínsecas ao nosso modelo de negócios e nossos valores. Institucionalizamos este compromisso através das diretrizes estabelecidas no Código de Conduta e no Código de Conduta de Fornecedores, além da disponibilização em tempo integral de um Canal de Ética.

ENGAJAMENTO

O Código de Conduta, aprovado em agosto de 2018, é divulgado a todos os colaboradores por meio de *workshops*, curso na plataforma *online* de **ensino a distância**, além de outras ativações. Todos os novos colaboradores também têm acesso ao Código de Conduta e ao Canal de Ética desde seu primeiro dia de trabalho na Companhia.

Em 2019, foram desenvolvidos ações e bate papos sobre o tema, além do evento *Compliance Week*, semana na qual a integridade empresarial foi abordada junto a temáticas como governança, riscos, *compliance,* dentre outras. Promovemos também o Café com *Compliance*, atividade que ocorreu em todas as unidades administrativas e industriais para divulgar e fortalecer o Canal de Ética e Código de Conduta, com discussões sobre a dinâmica e importância do Comitê de Ética.

Para engajar também nossos fornecedores aos valores e padrões de ética da Companhia e promover e garantir sua adequação, também realizamos no ano Encontros com Fornecedores com objetivo de realizar alinhamentos sobre temas como *Compliance,* Qualidade e Confecção.

Em 2019, não foi identificado risco significativo na operação de confecção nas regiões Sul, Centro-Oeste e Nordeste. Foi avaliado 100% dessa rede, por meio de auditorias próprias e auditorias de ABVTEX, nas quais observou-se critérios como saúde e segurança do trabalho, documentação, trabalho infantil, abuso e assédio, horas trabalhadas, discriminação, entre outros.

CANAL DE DENÚNCIAS

O Canal de Ética permite a todos os nossos públicos o registro de denúncias, sugestões e dúvidas, por meio de ligação telefônica, site ou aplicativo. Ele está à disposição 24 horas por dia todos os dias do ano e conta com profissionais treinados e capacitados.

Desde maio de 2018, a plataforma independente Contato Seguro é quem recebe os relatos, garantindo o sigilo, confidencialidade e proteção aos denunciantes contra represálias.

A gestão dos relatos recebidos pelo Canal de Ética é feita pelo Comitê de Ética e seus subcomitês, representados por diversos profissionais da organização (Diretores, Gerentes, Coordenadores e Analistas), que possuem a *expertise* adequada para melhor tratativa dos relatos recebidos.

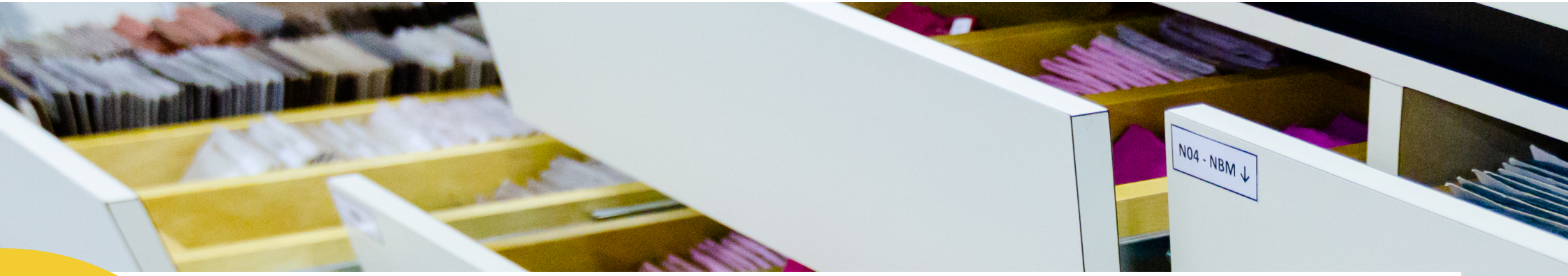
UM COMPROMISSO COM TODOS

A sociedade, de maneira geral, e todos os públicos que se relacionam com a Companhia têm acesso ao Código de Conduta, ao Código de Conduta de Fornecedores e ao Canal de Ética (também por telefone: 0800 601 8606).

MONITORAMENTO

GRI 205-1

Nossa auditoria interna e *compliance* monitoram a adequação das operações próprias e de fornecedores aos critérios e diretrizes de ética estabelecidos nos códigos. Assim, garantimos o alinhamento aos valores da Cia. Hering e minimizamos a exposição da Companhia e da rede a riscos de corrupção ou não conformidade com a legislação. Em 2019, não foram identificados riscos significativos.



Ecoeficiência

Sabemos da importância em fortalecer o olhar para questões de eficiência e de preservação dos recursos naturais. Em nossa agenda de sustentabilidade, a ecoeficiência é um aspecto relevante para os nossos resultados e para a longevidade da Cia. Hering, e estamos engajados em ser uma Companhia que busca sempre novas formas de reduzir e eliminar impactos negativos relacionados à cadeia da moda, como a poluição da água e o descarte de resíduos. Fazemos isso através de práticas pautadas na redução do consumo de água, na otimização e circularidade das matérias-primas, dentre outros temas relevantes para a indústria têxtil.

Gestão

TOMADA DE DECISÃO

Antes de implementar qualquer operação ou adquirir equipamentos, realizamos estudos e projetos para analisar os impactos ambientais, de eficiência e *payback*, e mapear os possíveis riscos atrelados. Após sua implementação, os projetos são acompanhados através da geração de bancos de dados de eficiência.
Com esse olhar, desenvolvemos iniciativas com tecnologias e produtos com menor impacto ambiental e compartilhamos a agenda de gestão ambiental com diversos atores do negócio, para que este seja um tema transversal a toda operação.

ESTRUTURA

Contamos com uma Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE), que monitora e delibera quanto a impactos ambientais de todas as unidades da Cia. Hering, considerando consumo de combustíveis, consumo de água, geração de resíduos e efluentes e consumo de energia. Com o olhar totalmente voltado para estas questões, a Comissão dá aos novos projetos o âmbito da responsabilidade ambiental, além da qualidade técnica e da eficiência financeira.
Em 2019 definimos um segundo grupo de trabalho, composto pela área de meio ambiente, *compliance* e sustentabilidade. Também com foco em temas ambientais, o grupo objetiva a ampliação do olhar para a cadeia de fornecedores e operações de loja, além de discutir aspectos relevantes para fortalecer a cultura da responsabilidade ambiental na Cia. Hering.
Como parte de nossa estratégia de sustentabilidade, definimos objetivos do tema com metas específicas. Estes objetivos são relacionados principalmente a consumo de água, emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) e oferta de produtos mais sustentáveis, envolvendo desde aspectos relacionados a matéria-prima, até aspectos como embalagem de transporte e reciclagem dos produtos pós consumo. As metas, em construção para 2020, serão transversais à atuação da Companhia, de responsabilidade de diversas áreas, como meio ambiente, áreas industriais e relacionadas ao desenvolvimento de produtos.

TIME ENGAJADO

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

A educação para o tema faz parte das prioridades de nossa estratégia de sustentabilidade. Entendemos esta atuação como uma alavanca para impulsionar os outros temas prioritários para a Cia. Hering. Desenvolvemos uma agenda anual de educação ambiental, cujo objetivo é empoderar colaboradores a respeito de seu papel neste tema dentro da organização e em sua comunidade. A partir destas ações ampliamos o repertório conceitual nos times, promovendo conexões com pesquisas, debates e exemplos de outros negócios ou iniciativas que se destacam no tema. Queremos desenvolver nos 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. Por isso, em junho de 2019 celebramos o mês do meio ambiente promovendo ações em conjunto com a Fundação Hermann Hering (página 52). Esta iniciativa trouxe momentos de aprendizado e de trocas importantes para nossos colaboradores, contando com apoio de diversos parceiros especializados na temática.

Outras iniciativas importantes para promover o diálogo sobre temas ambientais aconteceram durante o ano. No dia da água, em março, tivemos a simbólica despedida do copo plástico de áreas de café. Em outubro, no dia do Consumo Consciente, contamos com uma programação de conscientização sobre descarte e reciclagem de lixo, desperdício de alimentos e outros conteúdos sobre comportamento de consumo consciente, além de pontos de coleta de lixo eletrônico nas unidades da Cia. e Museu Hering, para colaboradores e comunidade.

MONITORAMENTO

GRI 102-11

Adotamos o princípio da precaução e contamos com a atuação de monitoramento dos times de Saúde, Segurança do Trabalho e Meio Ambiente, visando ter maior controle e procedimentos seguros nas operações.

Atuamos no monitoramento legal e acompanhamento próximo das lavanderias que realizam o beneficiamento das peças de *jeans* produzidas nas nossas unidades e implementamos em 2020 um plano para realizar o mapeamento dos impactos ambientais de nossa cadeia de suprimento para fomentar boas práticas, agindo na construção de mecanismos que geram não só a compensação, mas a redução de qualquer impacto negativo.

Processos com menor impacto

Em 2019, desenvolvemos diversas iniciativas para redução do impacto ambiental de nosso processo produtivo, focando na redução no uso de químicos e do consumo de água, além de minimizar os resíduos gerados, investindo na circularidade de nossos produtos. Desenvolvemos a **Cor NKU**, que traz redução de 40% no consumo de água porque não passa por processo de tingimento. Com ela, a malha crua é tratada utilizando produtos com menor impacto ambiental, como amaciante a base de casca de arroz e sem substâncias prejudiciais ao meio ambiente em sua composição química.

Também contamos com novo processo de **ensaboamento** – momento durante o tingimento no qual a malha tem o excesso de corante retirado – para todas as peças de malha produzidas na unidade de Itororó, com maior economia de energia, redução de tempo em 21%, queda de 37% na temperatura necessária e consumo de água menor em 56%.

Revisitamos a **preparação**, processo que vem antes do tingimento da malha e "prepara" a malha para ser tingida. Aprimoramos esse procedimento, excluindo algumas etapas, conseguindo uma redução de 56% no consumo de água nesta etapa. Já para o **tingimento**, investimos na aquisição de novas máquinas que agregaram ao processo cerca de 40% de redução no consumo de água, 50% menos uso de produtos químicos e diminuição de cerca de 25% no tempo para o tingimento. Ao todo, já contamos com 5 dessas novas máquinas, com mais 2 previstas para 2020.

No procedimento em que são misturadas e criadas as cores que serão usadas na estamparia, por exemplo, concretizamos importantes avanços. A **cozinha de cores** que antes era manual agora está automatizada, o que garante maior assertividade no volume e na cor, ou seja, gerando menos resíduos – sobras eventuais da produção de um volume a mais ou equivocado. Com isso, contamos com menos efluentes para tratamento e menos lodo proveniente deles. Além disso, a automação fortalece as frentes de segurança, reduzindo o contato direto dos colaboradores com corantes e químicos, comparado ao que acontece no processo manual.

Com um processo minucioso de análise, atualizamos nossas receitas para preparação de tintas para estamparia a quadros – processo manual distinto da cozinha de cores mencionada acima, utilizada para estamparia rotativa e tingimento, reduzindo assim em 5% as sobras que seriam descartadas. Investimos em melhorias no armazenamento das tintas prontas, garantindo durabilidade e redução de resíduos. Além disso, os solventes utilizados na produção passaram a ser separados dos efluentes, seguindo para uma destinação mais apropriada. Os solventes também passaram a ser aproveitados mais vezes através da sua mistura com solvente novo, reduzindo nossa demanda por químicos.

Mantivemos nosso sistema para corte de peças que garante o melhor encaixe e aproveitamento de malha e tecido, gerando menos resíduos. No fim do ano de 2019, adquirimos máquinas que, além de utilizar o sistema de encaixe, têm consumo de energia cerca de 65% menor que as demais. Os resultados serão visíveis em 2020.

89% da nossa matriz energética é proveniente de energia renovável, captada de Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs), consideradas fontes de energia limpa. Com esta captação, abastecemos 6 unidades da Cia. Hering e deixamos de emitir 2.256 toneladas de CO_2 em 2019.

Outra melhoria, implementada no fim 2019 e que trará mais ecoeficiência para o processo produtivo, foi o projeto de reaproveitamento dos efluentes que saem aquecidos dos processos de tingimento como fonte de calor para a água que entra no mesmo processo, através de trocadores de calor. Esta mudança reduz a demanda por outros combustíveis, que seriam necessários para o aquecimento da água usada. Com investimentos de R$ 900.000,00, este projeto trará ganhos significativos na redução de consumo de energia em 2020.

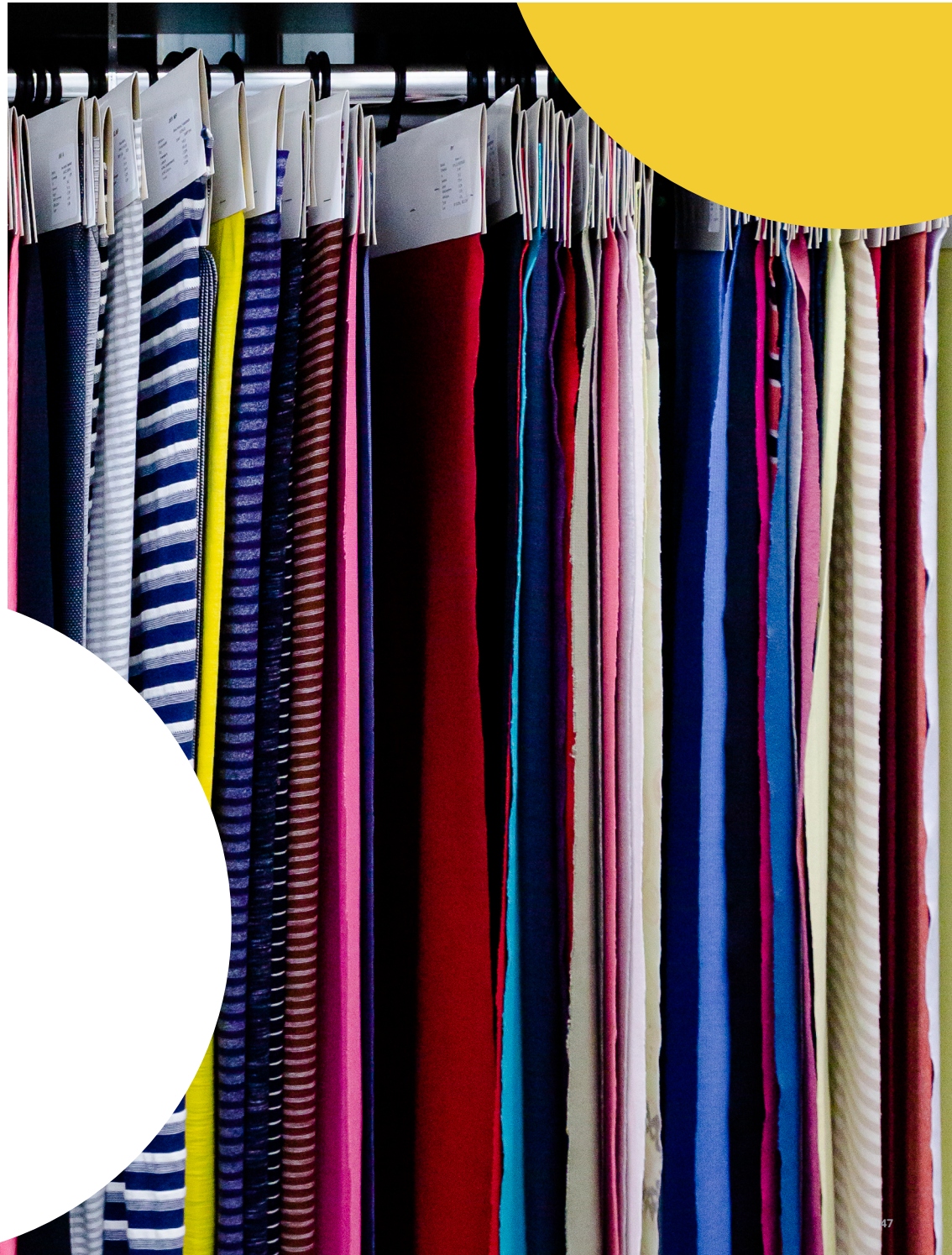
Redução de Resíduos e Circularidade

Estamos atentos a oportunidades de redução da geração, reaproveitamento e reciclagem de resíduos, promovendo e fortalecendo a circularidade de nossos produtos, orientados pelo PGRS (Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos).

Em 2019, fortalecemos essas práticas através da reintegração de sobras de malhas, tecido e insumos para o desenvolvimento de novos produtos e da venda dessas sobras para parceiros locais, fomentando o empreendedorismo e potencializando a utilização de matérias-primas já transformadas.

Realizamos ajustes no processo de destinação de peças para ampliar a vida útil de produtos usados, com defeitos ou devolvidos em processos de trocas do consumidor, fomentando a sua circularidade. Por meio de uma parceria importante com um cliente multimarca, peças com defeitos são recebidas, separadas e consertadas pelo parceiro e seguem para as lojas do varejista. Só em 2019, cerca de 20 mil peças seguiram este fluxo.

Além disso, realizamos várias doações, muitas delas para instituições de ensino como cursos de moda, ou ONGs que atuam na inclusão de pessoas com deficiência, somando 28,5 mil peças doadas.



Em 2019, 38,9 toneladas de malhas e tecidos e 230 mil metros de tecido foram ressignificados em novos produtos.

Seguimos com o processo de reaproveitamento de sobras conduzido por uma equipe específica, responsável pela criação de novos produtos da marca Hering para o canal de lojas no formato *Outlet*. Os itens são desenvolvidos a partir de tecidos, malhas e insumos de coleções passadas disponíveis no nosso estoque, ressignificados em novas peças, modelagens e combinações. Além deste processo, também incorporamos a prática do reaproveitamento na atuação de equipes responsáveis pelo *start* da produção e compra de matéria-prima e insumos, o que economizou 134 toneladas de sobra de malha, reintegradas aos processos de produção.

Evoluímos na redução de geração de resíduos de plástico e papelão, fazendo escolhas que contribuam para a rede, o negócio e o meio ambiente. Atuamos na padronização do tamanho das embalagens de papelão que recebemos de fornecedores, para reaproveitar as caixas nas movimentações internas nos Centros de Distribuição da Cia., aumentando assim a vida útil das caixas e reduzindo seu desperdício.

Outra frente importante para redução de resíduos foi a alteração nas embalagens, em que os produtos passam a ser embalados sem o reforço de papelão, conhecido como "alma". Esta mudança reduz em cerca de 400 toneladas o volume de resíduos de papelão por ano. Esta evolução nos levou a outra alteração na forma de dobrar as peças – que passam a ser dobradas mais vezes para manter a rigidez – e consequentemente no tamanho das embalagens necessárias para armazenar, proteger e transportar os produtos.

Em 2019, foi aplicado modelo de compensação, através da EuReciclo, para o volume de resíduos gerado a partir de: embalagens para transporte e armazenamento, de papelão ou plástico, além do reforço de papelão, conforme previsto na Política Nacional de Resíduos Sólidos. Este modelo promove o investimento em cooperativas para potencializar processos de reciclagem destes resíduos no país.

Seguimos evoluindo neste tema, buscando sempre novas oportunidades de melhoria da ecoeficiência. Além disso, também apoiamos o projeto Retrama da Fundação Hermann Hering (saiba mais na página 52), que nos últimos 2 anos ressignificou 1,1 tonelada de resíduos têxteis, em sua maioria da Cia. Hering. O projeto pensa e elabora novos produtos a partir destes resíduos e conecta cooperativas no processo de confecção.

Produtos menos impactantes

Buscamos desenvolver coleções e produtos com insumos e matérias-primas sustentáveis, como malhas com poliéster PET (de garrafas de plástico), malhas com fios orgânicos, e malhas recicladas, provenientes de fios desfibrados de resíduo têxtil e aparas.

Em 2019, por exemplo lançamos o *jeans* mais sustentável na marca Hering, elaborado com algodão reciclado e menor utilização de água e químicos durante o processo de tingimento.

Na marca PUC, a linha Malha Amiga oferece produtos que utilizam a Cor NKU, mencionada anteriormente, que alcança redução de 40% no consumo de água no processo produtivo.

BODY SIZE

Há mais de 30 anos*, produzimos camisetas com malhas Body Size, um modelo de produção com uma linha de equipamentos especialmente projetados. Assim, da malharia à confecção, as peças passam por todas as fases de produção com o melhor aproveitamento de matéria prima, reduzindo sobras e desperdícios.

Na prática, as malhas Body Size já são produzidas com a modelagem da camiseta, ou seja, não têm aquela costura lateral que une a frente e o verso de uma camiseta tradicional. Com isso, ela gera 33% menos sobra de tecido no processo de corte.

Nas três décadas desse modelo, já reduzimos uma grande pegada ambiental com as camisetas body size:

Evitamos o consumo de 857,5 mil m³ de água

Deixamos de gerar 5.304 ton de Co_2

Economizamos vapor e energia elétrica equivalentes a 37.877 árvores

Evitamos o descarte de 6,2 mil toneladas de sobra de corte de tecido

**data do primeiro registro de dados do maquinário Body Size em nossos sistemas.*

Gestão da Água

Temos consciência do impacto da industrial têxtil no consumo de água e descarte de efluentes, por isso mantemos uma gestão rigorosa de nossos processos envolvendo este recurso.

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.

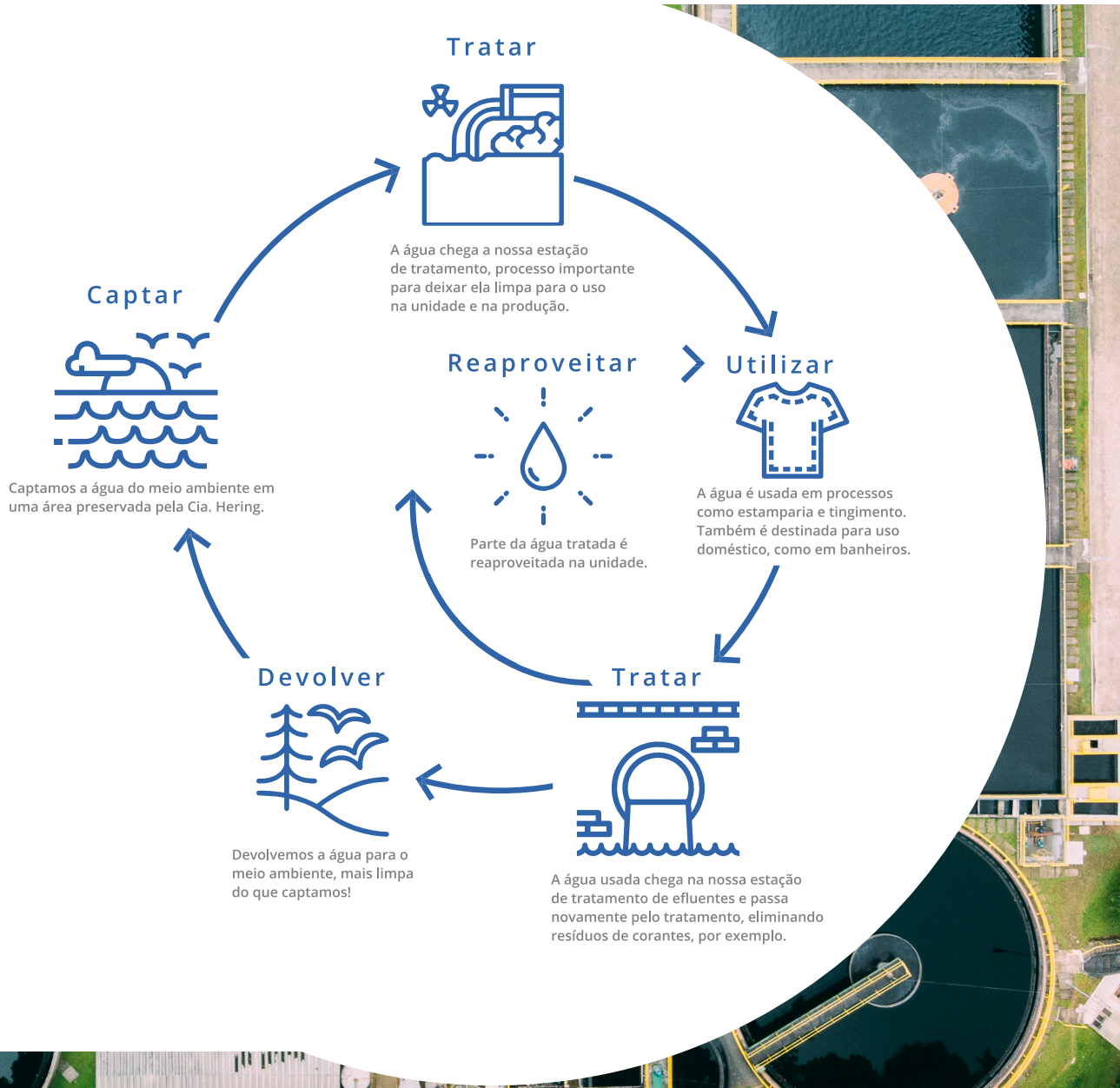
Como a maioria destes processos estão na unidade industrial de Itororó, em Blumenau (SC), equivalendo a 86% do nosso consumo total de água, boa parte das ações de gestão ambiental estão direcionados a esta unidade. Na Itororó, a central de captação está instalada no rio Ribeirão do Gato, que passa por uma área que pertence à Companhia, com 250 mil m² de área preservada. Além da Itororó, a unidade de São Luís de Montes Belos (GO) é a única a produzir efluentes industriais, que também passam por processos de tratamento.

Nas demais unidades, o esgoto sanitário é tratado por concessionárias locais, as empresas responsáveis pela rede de esgoto. Caso não haja tratamento de concessionária disponível, são utilizados por filtros e fossas da Cia. Hering.

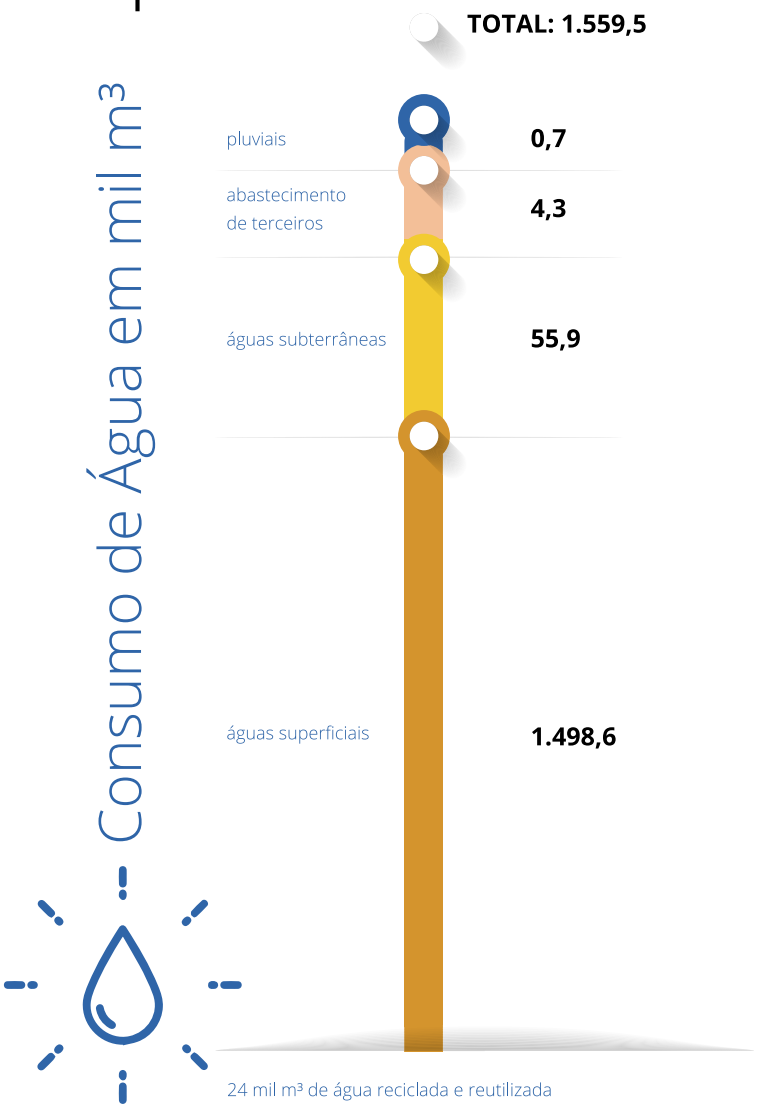
Na Itororó, concentramos a maioria dos investimentos para maximizar a eficiência, e contamos com uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) automatizada. A ETE foi modernizada, em projeto que se iniciou em 2018 e com conclusão em 2019, em linha com o conceito de indústria 4.0, garantindo menor consumo de químicos, mais eficiência e melhor qualidade do efluente lançado de volta ao rio.

Com os investimentos em tecnologias e melhorias nos processos produtivos, também reduzimos em 4% o volume de água consumida por tonelada de malha produzida na unidade de Itororó, comparando 2019 com o ano anterior.

CICLO DA ÁGUA NA UNIDADE ITORORÓ

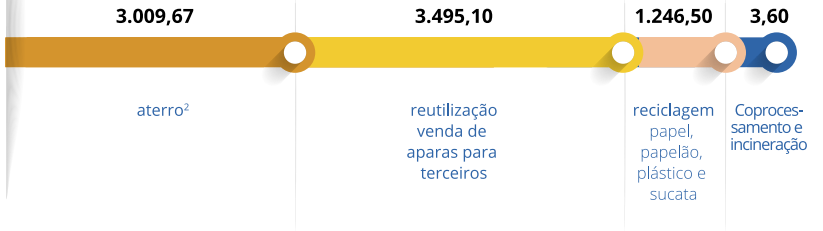


Indicadores de desempenho



DESCARTE DE EFLUENTES POR DESTINAÇÃO	*Mil m³*
ETE: curso d'água (rio)	**1.503,8**
Fossa séptica: aterro sanitário	**0,6**

DESCARTE DE RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS[1] em toneladas **7.754,87**



	CONSUMO DE ENERGIA em Gigajoules (GJ)
Biomassa	**293.719.352,2**
Gás Natural	**166.725.245,4**
Elétrica	**125.705.602,2**
GLP	**6.833.392,4**
Diesel	**3.795,3**

INTENSIDADE ENERGÉTICA[3] 0,969 kWh/peça

[1]Volume de resíduos perigosos em 2019: 7.135 unidades de lâmpadas, destinadas a um fornecedor que faz a devida descontaminação e reciclagem das mesmas; e 7,75 toneladas de baterias, destinadas à reciclagem.

[2]Do volume enviado para aterro, 80,24% é referente a resíduos gerados na estação de tratamento (o lodo). Já está no radar da Cia. a busca por soluções de reciclagem deste lodo.

[3]Considera a energia total consumida em todas as Unidades Fabris e na Matriz, dividida pelo número total de peças produzidas pela Cia. Hering no ano.

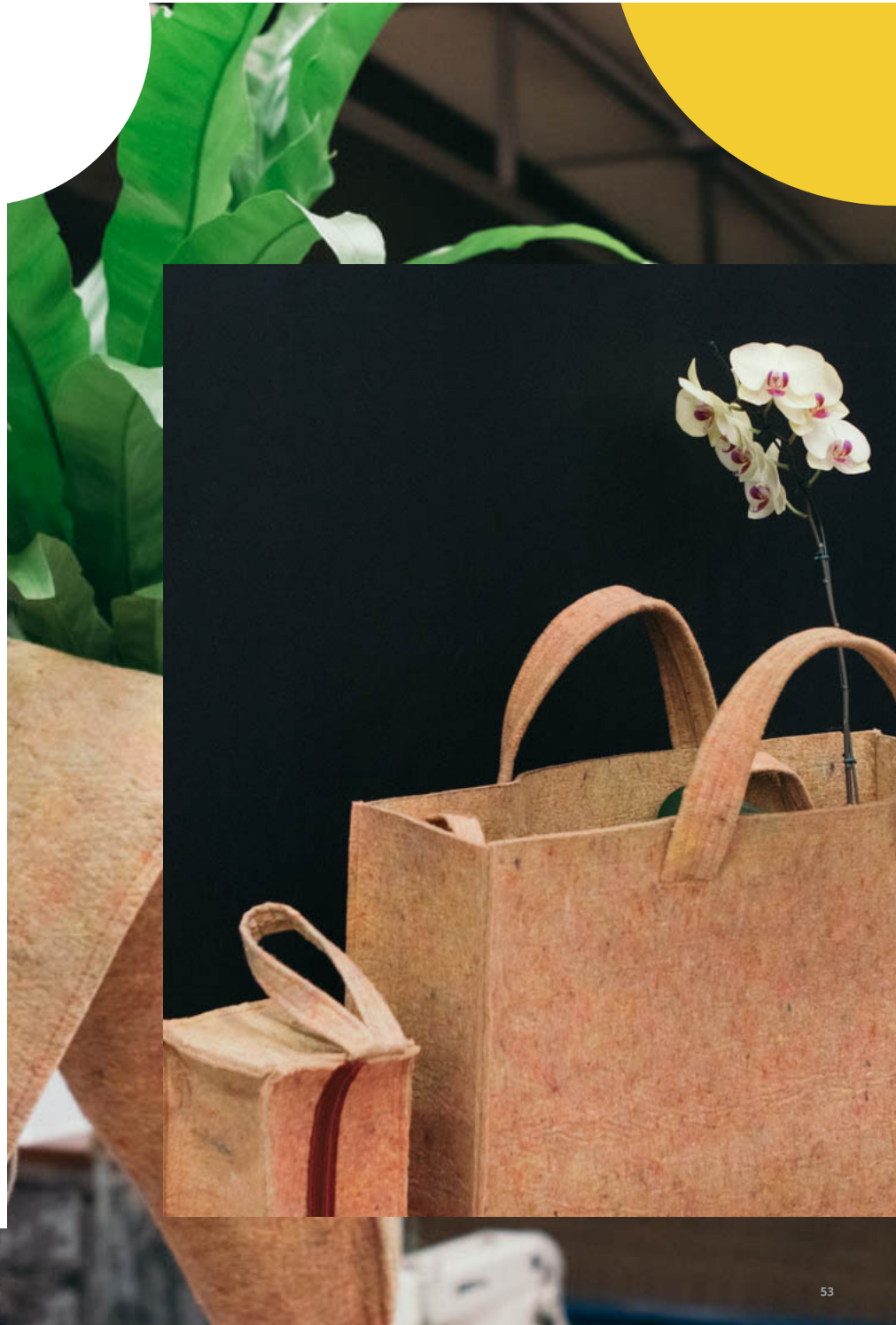
Desenvolvimento Social

Acreditamos na potência do fazer juntos e queremos contribuir para que o futuro da moda seja mais justo, sustentável e responsável. Trabalhamos pela construção de uma sociedade onde os novos profissionais utilizem seus talentos com protagonismo e vontade de buscar um novo jeito de fazer as coisas.

O trecho da página anterior é parte do manifesto da Fundação Hermann Hering, criada em 1935. Com o propósito **#modapronovomundo**, a Fundação contribui com a ativação sustentável do ecossistema da moda através de diversos projetos e investimentos, principalmente com a oferta de formação e da reflexão sobre a moda e o seu futuro. A Fundação conduz o investimento social da Cia. Hering e atua com parcerias nos estados de Santa Catarina, Rio Grande do Norte, São Paulo e Goiás, somando em 2019 ações em mais de 50 cidades. Os recursos da Fundação provêm da captação de incentivos fiscais de pessoas físicas e jurídicas e incentivos diretos da Cia. Hering e de outros parceiros. Em 2019, a Cia. Hering destinou R$ 1,8 milhões para a Fundação, sendo 16% provenientes de incentivos fiscais e 84% referentes a dividendos e aportes diretos.

A Fundação atua por meio de dois pilares de sustentação: *o estímulo ao empreendedorismo sustentável na moda* e a *preservação da memória e a valorização da cultura*. No primeiro pilar, a Fundação desenvolve e incentiva projetos, programas e ações que contribuam com a ativação do ecossistema da moda de forma conectada às Agendas Sustentáveis, prezando por processos colaborativos, reutilização de resíduos, valorização da diversidade e inovações relacionadas à economia circular. Exemplos destes projetos são o Trama Afetiva, Retrama, Encadeamento Produtivo, Oficinas Criativas de Soluções e parcerias firmadas com o SEBRAE, Instituto Reciclar, Museu da Pessoa e Junior Achievement.

Na frente de memória e cultura a Fundação mantém, em Blumenau (SC), o Centro de Memória Ingo Hering (CMIH), com mais de 40 mil itens inventariados, e o Museu Hering, que já recebeu mais de 158 mil visitantes. Com a vocação de salvaguardar e divulgar recortes da história da moda e da Cia. Hering, ambos mantêm serviços permanentes à comunidade. A cada dois anos, a Fundação Hermann Hering realiza o Seminário Interdisciplinar em Museologia (SIM), voltado para a geração de valor compartilhado para a cadeia de gestão museal e cultural e para o estímulo a políticas de transversalidade com a educação, turismo, bem-estar e desenvolvimento econômico. Estas ações são desenvolvidas através de parcerias firmadas com entidades públicas e privadas. A atuação da Fundação foi reconhecida em 2019 com o Prêmio de Modernização de Museus do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).



Com um olhar cada vez mais atento para o desenvolvimento sustentável do ecossistema da moda em nível nacional, a Fundação integra movimentos que promovem a discussão, a reflexão e o engajamento de diversos atores na construção de novos cenários e na redução das desigualdades do setor, como o Lab Moda Sustentável, Fashion Revolution e Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC).

Comprometida com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), a Fundação atua prioritariamente no desenvolvimento de projetos ligados aos seguintes objetivos:

Indicadores:

+ de 158 mil visitantes no Museu Hering *desde sua inauguração em 2010*

+ de 40 mil itens documentados, *no Centro de Memória Ingo Hering [CMIH]*

somente em 2019

+ de 2.500 pessoas impactadas *indiretamente pelas empresas participantes do projeto Encadeamento Produtivo em parceria com Sebrae Nacional*

+ 600 pessoas refletiram sobre moda *como instrumento de transformação social no Festival Trama Afetiva*

474 kg de resíduo têxtil ressignificados *em 2019, pelo projeto Retrama*

+ 3,2 mil horas *de consultorias e oficinas*

Saiba mais sobre os projetos e ações desenvolvidas pela Fundação Hermann Hering em:

www.fundacaohermannhering.org.br

Construir Juntos

Acreditamos na potência do coletivo, ao mesmo tempo que valorizamos a singularidade de cada indivíduo. Sabemos que a inovação só surge dentro de um time heterogêneo que trabalha com confiança, respeito, inclusão e integridade. Incentivamos e ajudamos uns aos outros para alcançar nossos objetivos.

3 SAÚDE E BEM-ESTAR | 4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE | 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO | 11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS | 12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

SOCIAL & RELACIONAMENTO | HUMANO | INTELECTUAL

Colaboradores

A Cia. Hering é uma Companhia que tem alma. E essa alma são as pessoas que se relacionam e prosperam junto, atuando em nossa cadeia de valor. Através da dedicação delas conquistamos 140 anos de excelência. Conheça no infográfico a seguir um pouco mais sobre as pessoas que erguem as mangas e fazem acontecer:

35,6%
1.905 homens

64,4%
3.448 mulheres
56% de mulheres na liderança

TIPO DE CONTRATO
1.854 permanente | 51 temporário

TIPO DE EMPREGO
1.816 integral | 89 meio período

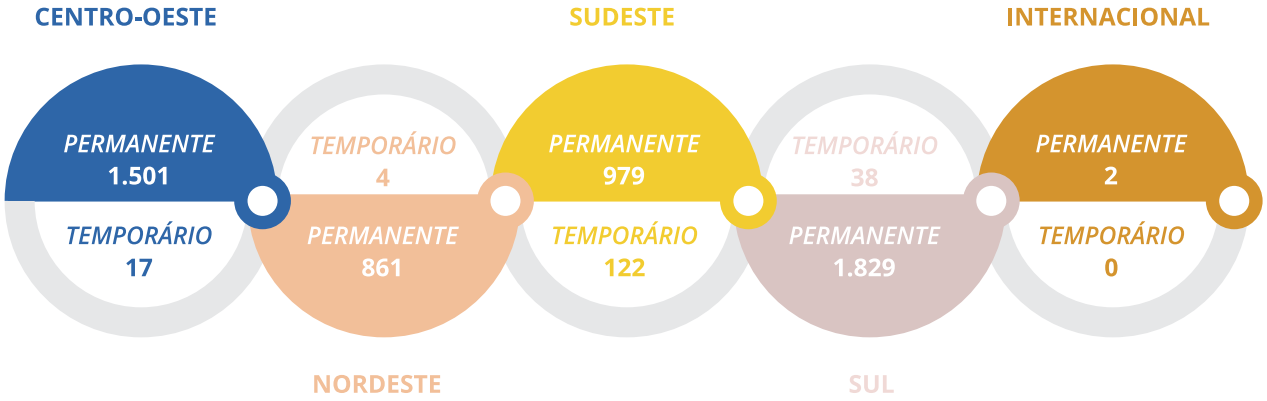
TIPO DE CONTRATO
3.318 permanente | 130 temporário

TIPO DE EMPREGO
3.339 integral | 109 meio período

5.353
COLABORADORES*

**Em 2019, encerramos as operações de uma unidade fabril na cidade de Indaial – SC e uma unidade fabril em Anápolis – GO. A ação, atrelada a decisões estratégicas que contribuem para os nossos processos industriais, impactam em uma variação no número de colaboradores em relação a 2018.*
Estes dados foram compilados através do sistema Sênior com a relação completa de cadastro dos colaboradores em 2019.

REGIÕES POR TIPO DE CONTRATO



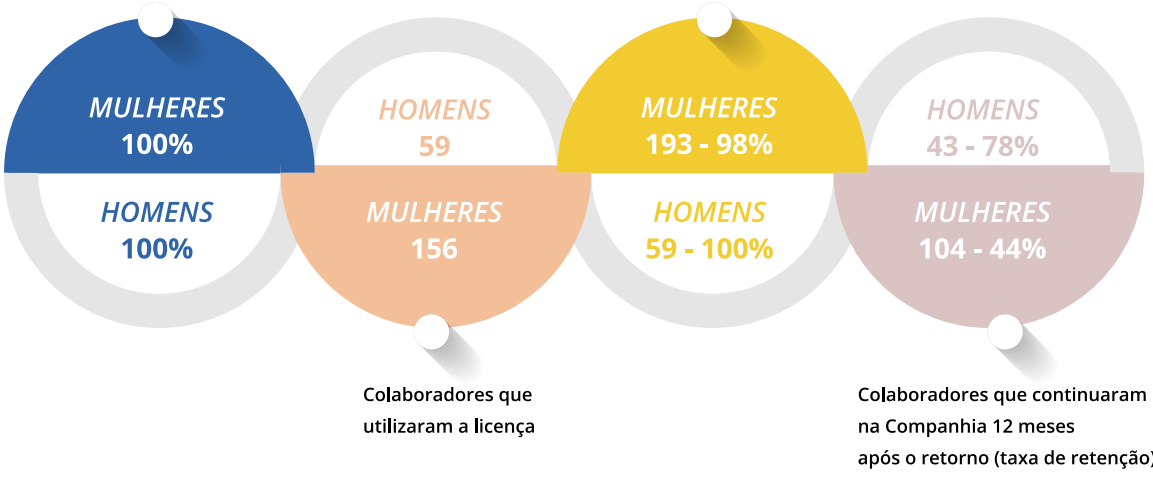
100% dos colaboradores da Cia. Hering são cobertos por acordos de negociação coletiva.

			centro-oeste	*nordeste*	*sul*	*sudeste*
contratações	1.643	1.032	748	160	733	1.034
taxa de contratações	48%	54%	49%	18%	39%	94%
desligados	888	595	544	72	414	453
taxa de rotatividade	24%	30%	33%	8%	18%	49%

	até 30 anos	*entre 30 e 50 anos*	*acima de 50 anos*
contratações	2.057	580	38
taxa de contratações	75,02%	26,33%	9,31%
desligados	968	469	46
taxa de rotatividade	40%	18%	0,8%

Cálculo das taxas: $\frac{\text{total de colaboradores desligados/contratados no período}}{\text{total de colaboradores no início do período}}$

LICENÇA PATERNIDADE E MATERNIDADE



Diversidade

Aqui, nós descomplicamos a vida.
Descomplicar é levar uma vida leve e autêntica com respeito, valorização e conexão com a essência de cada um. Em nossas relações, concretizamos o caráter autêntico da Companhia e, para que isso aconteça, é preciso que cada um de nossos colaboradores seja exatamente quem é.
Por isso, a Cia. Hering enxerga a diversidade como característica primordial para sua equipe, buscando na singularidade das nossas pessoas a multiplicidade essencial para a evolução da Companhia.

Acreditamos na potência do coletivo, e que esta potência só é efetiva quando as relações são baseadas em confiança, inclusão e integridade. Para nós, este ambiente inclusivo só é possível através de dinâmicas de trabalho acolhedoras e transparentes. É por isso que trabalhamos para fortalecer o coletivo através do jeito singular e único de cada um de nós.

Programa Plurais

O Programa Plurais, é uma ferramenta de fomento à diversidade dentro da Companhia, e em 2019 teve como foco a inclusão de pessoas com deficiências, com novas estratégias de contratação, investimentos e promoção do tema.
Além de buscar pessoas com deficiência para oportunidades na organização, também trabalhamos na sensibilização, promovendo diálogos sobre inclusão, formação em libras, rodas de conversas e entrevistas de acompanhamento com colaboradores, valorizando também a diversidade que já somos. Marcamos o dia Internacional da Pessoa com Deficiência, por exemplo, com conversas e um minidocumentário sobre a inclusão da pessoa com deficiência, para quebrar barreiras e mudar atitudes.
Em 2019, investimos R$ 500.000,00 em obras para ampliar a acessibilidade das nossas unidades e

R$ 60.000,00 em materiais de comunicação e ações de conscientização.
Estabelecemos metas e já percebemos o progresso no período: de janeiro de 2019 a dezembro, tivemos um aumento de 78% na representatividade de pessoas com deficiência na Cia. Hering. Ainda temos um longo caminho a percorrer, por isso continuaremos atuando neste sentido e reportando nossos avanços. O programa também foi *case* para discussões no encontro realizado na matriz em Blumenau, o “Diálogos Corporativos”, organizado pela ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos).
Em 2020, focaremos na evolução das discussões de outras frentes em diversidade, buscando construir de fato um ambiente cada vez mais plural e inclusivo.

Cultura

Nossa cultura organizacional estabelece a conexão entre nossos colaboradores. É ela que tangibiliza nossos valores e propósito, garantindo coerência ao sistema através de práticas identitárias e comportamentos essenciais para a evolução do negócio.

O alinhamento a esta cultura depende da conexão entre nossos colaboradores, motivo pelo qual buscamos manter uma comunicação aberta e simples, que favoreça o acesso a informações sobre o negócio, conquistas e novidades. Para isto, contamos com ações, programas, canais e ferramentas de comunicação internas, como a intranet, os murais digitais e os agentes de comunicação, colaboradores que se voluntariam para apoiar a comunicação em suas unidades e áreas.

Em 2019 realizamos um profundo projeto de revisão da cultura corporativa. Partimos de uma análise histórica, desde a origem da Companhia, e nos apropriamos dos elementos marcantes da nossa jornada para compreender os pilares de sustentação do negócio. Com o olhar voltado para o espírito da época e as demandas do momento, consolidamos uma narrativa para este novo ciclo da Cia. Hering.

O projeto de cultura foi o ponto alto do ano para a Companhia. A partir dele, fortalecemos nossas crenças e direcionamos a organização, baseados em 5 valores: fazer acontecer, paixão pela causa, gerar valor, construir juntos e espírito empreendedor. Através desse processo repensamos nosso propósito organizacional para trazer mais força a nossa essência e acelerar a nossa evolução estratégica. "Facilitar escolhas, descomplicar a vida" passa a ser o propósito que nos move, um objetivo que já era vivo em nossas decisões e, especialmente, na construção de relacionamento com nossos consumidores.

Também promovemos iniciativas de engajamento dos colaboradores para mantê-los conectados aos valores e propósitos da Companhia. Dentre as iniciativas de nossa estratégia de disseminação dos valores está a agenda com as lideranças para compartilhar o processo de cultura, com o objetivo de engajar e empoderar o time no tema. Também elaboramos o Jogo dos Valores, ação conduzida pela equipe de educação para divulgá-los e disseminá-los na Companhia de forma lúdica, inserindo no contexto dos colaboradores e demonstrando como eles se aplicam de forma prática no dia-a-dia da Cia. Hering.

Além disso, temos também ativações de comunicação, como o **novo *site* institucional**, o Dia da Cultura nas unidades, que contou com o lançamento de comunicação visual e o nosso novo vídeo institucional, disponível também no *site* da Cia. Hering.

Para os processos de avaliação de desempenho de 2020 os valores serão incorporados como as competências avaliadas em todos os colaboradores participantes. Isso significa que nossos colaboradores terão seu desempenho medido também com relação aos comportamentos que reforçam nossa Cultura. Estamos focados em propagar uma cultura cada vez mais autônoma, empoderando nossos colaboradores e fortalecendo relacionamentos horizontais.

AÇÕES EM REDE

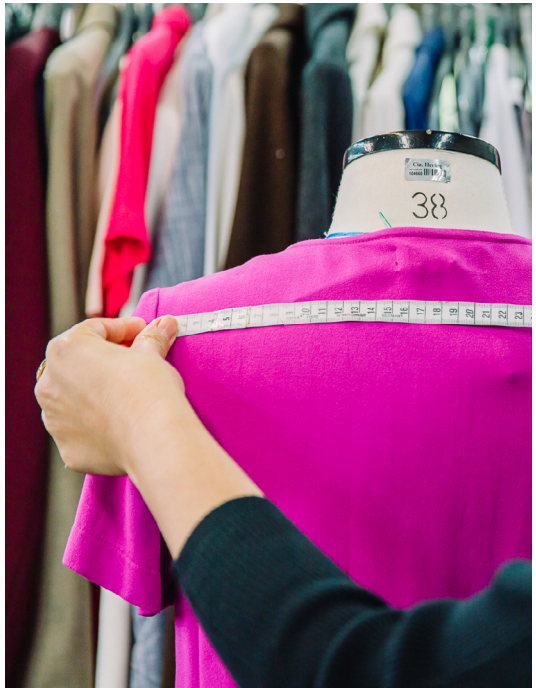
Nosso encontro anual de lideranças reuniu diretores e gerentes em torno do tema **Cultura, Propósito e Estratégia**. Os dois dias de imersão conceitual trouxeram debates e aprendizado sobre o papel das lideranças na Companhia.

DIA DA BÁSICA BRANCA

Em 2019, o dia da básica, no qual convidamos todos os nossos colaboradores a usarem suas básicas brancas Hering, foi realizado como uma comemoração da autenticidade e estilo de cada um, com tema “Minha Básica, Meu Estilo”. A ação, que já virou tradição anual, também celebra o aniversário da Cia. Hering.

Jornada do colaborador

Temos uma gestão dedicada a olhar para toda a **Jornada do Colaborador**, com o objetivo de cuidar da base de sustentação do nosso negócio e garantir que tenhamos aqui talentos empenhados em exercerem seus plenos potenciais, confiantes em oportunidades de desenvolvimento, que se sintam devidamente reconhecidos e que entendam sua importância na construção da nossa Companhia.



Atração

Divulgação de oportunidades, Programas de Estágio e Jovens Aprendizes, LinkedIn e site institucional.

Integração

Programa de Integração para todos os colaboradores

Desenvolvimento

Programas de desenvolvimento, capacitações para lideranças, #eucompartilho, plataforma online, desafios na área de atuação.

Performance

Gestão de Performance (GIP) e mapa de sucessão

Reconhecimento

Políticas de remuneração e benefícios, oportunidades de carreira

Conheça a seguir nossas principais iniciativas
em cada uma das etapas dessa jornada.

ATRAÇÃO

Atrair talentos compatíveis com nosso negócio é o primeiro passo da jornada. Para isso, contamos com diversas iniciativas focadas na busca por talentos e competências que se conectem à nossa estratégia e valores.

Um deles é o programa de Jovens Aprendizes, que conta com mais de 200 jovens atuando em lojas, indústria e administrativo na Companhia, fortalecendo nosso compromisso com o aprendizado e desenvolvimento.

O Programa de Estágio também é uma importante porta de entrada para diversas áreas da empresa. Através de acompanhamentos e agendas específicas, estruturamos uma jornada de desenvolvimento para nossos estagiários, investindo em novos talentos. Temos orgulho dos vários *cases* de liderança, inclusive na Diretoria, que começaram sua trajetória na Companhia pelo programa. O percentual de aproveitamento do programa em 2019 foi de 44%.

Além disso, contamos também com o Programa Jovens Empreendedores, programa de *trainee* que teve sua segunda edição em 2019. Com ele, trazemos para o negócio jovens empreendedores que se engajam no desenvolvimento de projetos estratégicos, buscando prepará-los para posições futuras de liderança.

INTEGRAÇÃO

Tão importante quanto atrair novos talentos é nos certificar de criar uma conexão entre cada colaborador e a Companhia. Para isso, todos os nossos talentos são envolvidos pela cultura da Companhia desde o início.

Em seu primeiro dia conosco, os colaboradores passam por uma integração geral, na qual conhecem mais sobre a Cia. Hering, nosso modelo de negócios, marcas, canais de vendas e principais números. Também fazem parte deste momento explicações a respeito dos benefícios e das regras de segurança, especialmente na indústria.

Ao longo dos primeiros meses, o colaborador também é convidado a participar do jogo “Modelo de Negócios”, que detalha nosso modelo de negócios, contribuindo para que os novos integrantes entendam as relações entre as áreas. É também uma oportunidade para fomentar o olhar para carreira dentro da Companhia, dando um panorama mais amplo sobre as oportunidades e caminhos a serem traçados internamente. A partir de 2020 os novos colaboradores também participarão de novas turmas do Jogo dos Valores, dinâmica aplicada na disseminação dos valores em 2019 (saiba mais na página 60).

Em alguns casos, contamos também com visitas guiadas, nas quais estes colaboradores conhecem nossa história no Museu Hering e ampliam sua compreensão do fluxo produtivo da Companhia, além de sua história e origem do negócio.

DESENVOLVIMENTO

Respeitando a individualidade e particularidades de cada um, entendemos que o desenvolvimento profissional deve buscar conectar motivações e talentos do colaborador com o propósito e negócios da Companhia, posicionando o perfil adequado no tempo e lugar certo e colaborando para a construção de ambientes em que cada um possa exercer seu potencial de crescimento e aprendizado.

Por isso, estamos constantemente investindo no desenvolvimento de nossas pessoas, através de diferentes iniciativas e ferramentas:

Conteúdo *online* – Disponibilizamos uma plataforma de educação *online* voltada ao treinamento de colaboradores, além de franqueados e suas equipes, clientes multimarcas e representantes.

Varejar – programa de desenvolvimento que promove palestras sobre varejo e vivências em loja para colaboradores. Tem como objetivo conectar o colaborador à velocidade do varejo e às necessidades de nossos consumidores.

Café com Estratégia – agendas conduzidas por lideranças da Cia. Hering para colaboradores, com o objetivo de conectar nossas pessoas cada vez mais com as estratégias do negócio, apoiando a disseminação e alinhamento de nossos times com iniciativas e projetos relevantes para a organização.

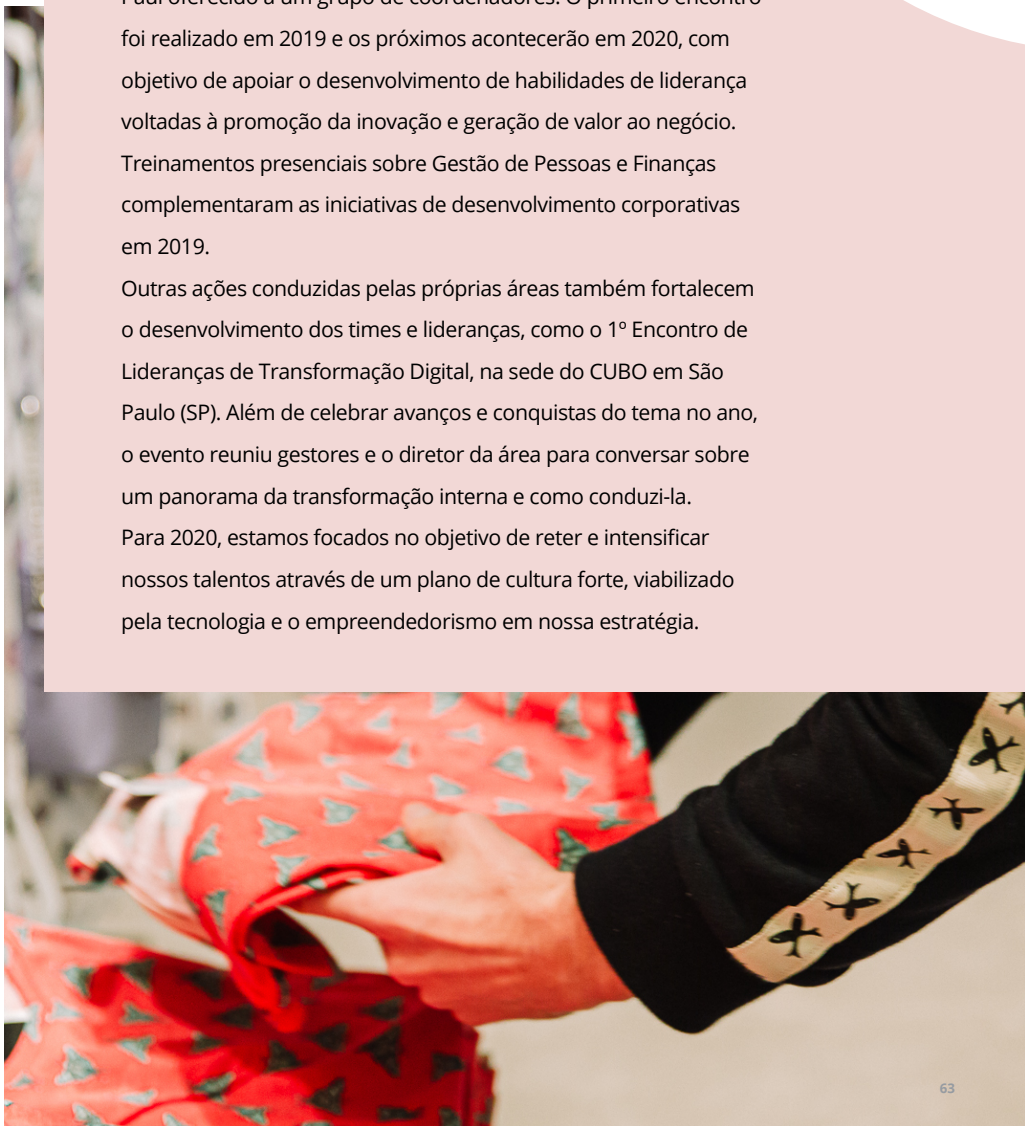
#EuCompartilho – Iniciativa que fomenta o protagonismo e empoderamento dos nossos colaboradores, oferecendo um espaço para compartilhar experiências e conhecimentos alinhados aos temas: modelo de negócios, comportamentos e ferramentas. Em um formato colaborativo, a agenda é conduzida por colaboradores para colaboradores e estimula a troca de conhecimento entre os participantes. Em 2019 foram realizados 20 encontros do #EuCompartilho.

Desenvolvimento de lideranças e formação de líderes - em 2019 nosso foco foi na capacitação de líderes e futuros líderes sobre gestão de pessoas, inovação, finanças e tendência dos negócios da moda. Promovemos uma agenda de treinamento em parceria com o Istituto Europeo di Design (IED) sobre moda e tendências de consumo, para um grupo de colaboradores analistas de diversas áreas da Companhia. Também realizamos a segunda edição do programa Líder Coach para gestores da Companhia, focado em temas relacionados a gestão de equipes. Iniciamos um programa de 5 encontros em parceria com a Saint Paul oferecido a um grupo de coordenadores. O primeiro encontro foi realizado em 2019 e os próximos acontecerão em 2020, com objetivo de apoiar o desenvolvimento de habilidades de liderança voltadas à promoção da inovação e geração de valor ao negócio.

Treinamentos presenciais sobre Gestão de Pessoas e Finanças complementaram as iniciativas de desenvolvimento corporativas em 2019.

Outras ações conduzidas pelas próprias áreas também fortalecem o desenvolvimento dos times e lideranças, como o 1º Encontro de Lideranças de Transformação Digital, na sede do CUBO em São Paulo (SP). Além de celebrar avanços e conquistas do tema no ano, o evento reuniu gestores e o diretor da área para conversar sobre um panorama da transformação interna e como conduzi-la.

Para 2020, estamos focados no objetivo de reter e intensificar nossos talentos através de um plano de cultura forte, viabilizado pela tecnologia e o empreendedorismo em nossa estratégia.



PERFORMANCE

O programa de Gestão Integrada de Performance (GIP) é uma ferramenta que fortalece a prática de nossas competências e orienta o desenvolvimento de nossos colaboradores, por meio de avaliações de desempenho 360°, que resultam em *feedbacks* e planos de desenvolvimento realizados em conjunto com a gestão.

Em 2019, 1,3 mil colaboradores concluíram o ciclo de avaliação de performance do GIP iniciado em 2018, número equivalente 92% do público elegível a participar do processo e a 20% do total de colaboradores ativos no início do ciclo.

O programa tem passado por um processo de reestruturação, com avaliações objetivas e conexão com o mapeamento de sucessão.

Para colaboradores que atuam em áreas operacionais, como lojas ou indústria, são aplicados formulários de avaliação por suas lideranças, além de conversas de *feedback*. A capacitação dessas lideranças para a realização desse processo atingiu 100% do público elegível.

RECONHECIMENTO

Conectar a pessoa certa, no lugar certo e no tempo certo significa também reconhecer nossos talentos. Em 2019, 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 primeira liderança. No ano anterior, esse trabalho já havia sido concluído para a diretoria e gerência e foi atualizado em 2019 a partir do novo ciclo de avaliações de performance.

Outra forma importante de valorização das pessoas é o aproveitamento interno dos colaboradores nas oportunidades em diferentes áreas da Cia. Hering. Em 2019, este índice foi de 53,49%.

Saúde e segurança

Trabalhamos na conscientização dos colaboradores, reforçando a importância da atitude de cada um para que os processos de segurança sejam efetivos. Também contamos com Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs) para acompanhar as iniciativas de segurança do trabalho, com membros eleitos pelos próprios colaboradores e designados pela empresa, e realizamos a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT) e a Semana da Saúde, que em 2019 abordou a saúde do corpo e da mente, visando conscientizar e despertar transformações nos hábitos das pessoas.

Com o objetivo de garantir a conformidade e promover o desenvolvimento nos processos de saúde e segurança, também realizamos as auditorias de Saúde e Segurança do Trabalho nas unidades da Cia. Hering, analisando itens como cumprimento de normas, procedimentos e engajamento dos colaboradores no tema.

Em 2019, a unidade Goianésia marcou 3 anos sem acidentes com afastamento. Construímos esse trabalho com toda a equipe, atingindo os 1.095 dias com a cooperação de todos e buscando aumentar esta marca diariamente. Assim como na unidade de São Luis, que atingiu a marca de 700 dias sem acidentes com afastamento e Paraúna com mais de 800 dias. Estes marcos contribuíram positivamente para fechar o ano com um índice de segurança de 1,37.

Em 2019, contamos com 641 lojas de franquia no Brasil e 20 lojas na América Latina, na Bolívia, Paraguai e Uruguai, que geram cerca de 6,4 mil empregos.

Franqueados

Nós somos a maior rede de franquias de vestuário do Brasil, e contamos com lojas brasileiras e também na América Latina, na Bolívia, Paraguai e Uruguai. O desenvolvimento socioeconômico gerado pela nossa rede de franqueados é um importante aspecto da nossa geração de valor.

PORTAL CONECTA

Para fortalecer nosso relacionamento, contamos com o Portal Conecta, plataforma digital de relacionamento B2B lançada em 2018. Em 2019, a ferramenta trouxe avanços em relação à adesão, hoje todos os franqueados, representantes e clientes multimarcas o utilizam. 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 plataforma é separada em duas frentes: *showroom* e reposição, sendo a segunda o foco de seu uso atualmente. Com ela, facilitamos o processo de compra com maior frequência e usabilidade.

Com o foco na jornada de uso deste novo formato de compra, além da adesão neste ano também avançamos na compreensão e visão completa das possibilidades do Portal.

Com a estruturação e consolidação da área de *Customer Relationship Management* (CRM) (saiba mais na página 32), fomentamos a cultura da utilização de dados também para franqueados, compartilhando informações e tendências.

Aperfeiçoamos nossas estratégias e ferramentas de venda. Para a linha de básicos, implementamos a reposição automática. Através de algoritmos voltados para as tendências e análises da nossa nova área de Inteligência de Mercado sobre o histórico de compras, conseguimos fortalecer nossa relação de proximidade com este público, facilitando sua gestão e melhorando seus resultados com pedidos mais certeiros e alcançamos recomendações de compra sendo aceitas em até 86%.

Na relação com franqueados, há a oportunidade de atuação em diferentes formatos de lojas, como a franquia *light,* uma novidade que permite que o franqueado opte por um negócio mais específico às suas particularidades, não tão completo quanto a franquia *full*. Oferecemos também o formato *basic shop*, opção que reúne praticidade, agilidade e conveniência. Com conceito de loja com menores dimensões, seu objetivo é manter proximidade com o consumidor e facilitar a sua rotina. O formato é focado em produtos de alto giro, ou seja, nossos *best sellers*, com 100% de reposição automática.

Visando estimular o empreendedorismo na cadeia de valor, também contamos com o Conselho de Franqueados, que delibera sobre temáticas relevantes para este grupo. Investimos e promovemos um calendário robusto de encontros, treinamentos, capacitações e eventos, a exemplo do Cia. De Portas Abertas, momento em que recebemos nas unidades de Blumenau colaboradores de franqueados, para integrar à cultura da Cia. Hering e ampliar o conhecimento sobre nosso negócio.

Todos os novos Franqueados, também são recebidos para agendas de integração nas unidades de Blumenau e São Paulo, fortalecendo a sua conexão com a Cia. Hering.

Outras ações que marcaram 2019 foi a primeira edição do Varejo Summit, evento com conteúdo sobre varejo para os franqueados, o lançamento do programa de Mentoria para novos franqueados, participação no Latam Retail Show com uma agenda exclusiva da Cia. Hering e a 1ª Convenção de Gerentes de Loja, com o tema "No Ritmo do Natal" e dois dias de capacitações para esse período do ano.

As frentes de educação e integração promovidas para a rede são planejadas por uma equipe de treinamento comercial integralmente dedicada às agendas com os públicos dos canais – franqueados e equipe, gerentes de lojas próprias, multimarcas e representantes – para ampliar repertório sobre as coleções e sobre o negócio.

Todas as iniciativas de relacionamento e desenvolvimento desta rede de parceiros contribuíam para a conquista do melhor resultado na pesquisa de satisfação de franquiados nos últimos anos, com o desempenho 7,4 e adesão de 95% da rede.

EDUCAÇÃO *ONLINE*

Contamos com uma plataforma *online* focada em treinamentos e cursos para times de lojas próprias, franqueados e suas equipes, representantes e clientes multimarcas. A ferramenta é amplamente utilizada e teve adesão ainda maior em 2019. Disponível também em aplicativo, a plataforma facilita o acesso a informações sobre nosso negócio no modelo Ensino à Distância (EAD). Em 2019, 1,5 mil usuários estiveram conectados ao portal, totalizando mais de 57 mil acessos e gerando um índice de satisfação de 95,5% com a ferramenta.

Clientes multimarcas

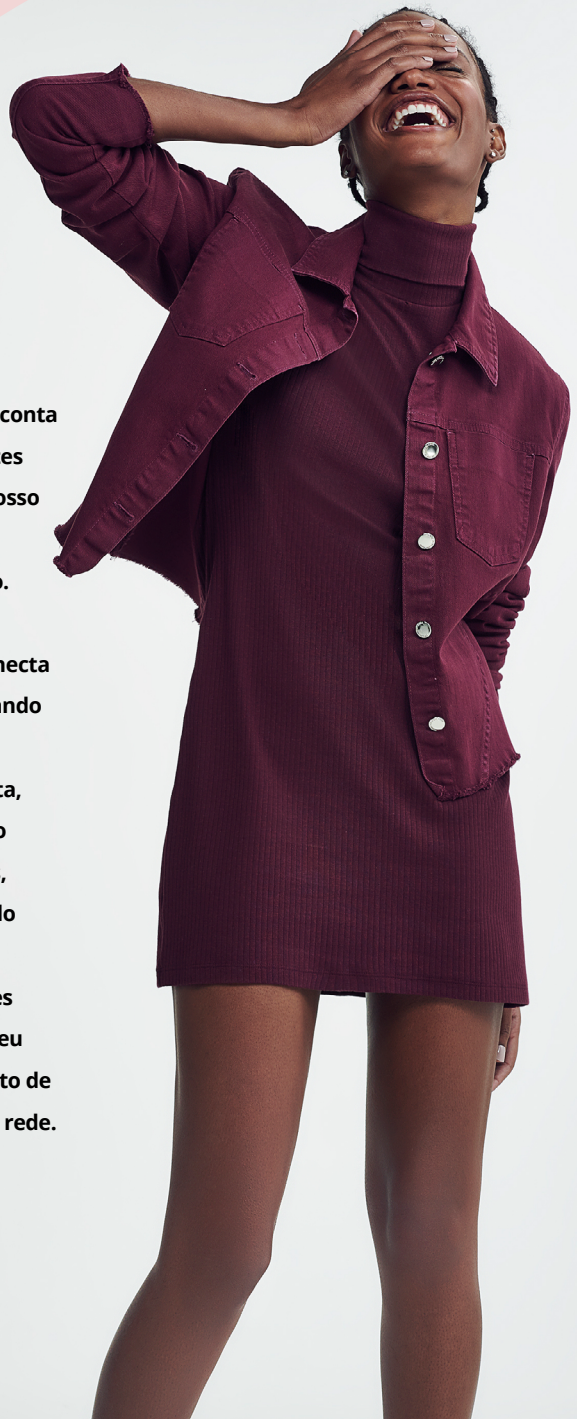
Estamos focados na revitalização de nosso canal multimarcas. Nossa equipe está atenta à estratégia do nosso modelo de negócios e à proposta de valor do novo modelo de gestão. A digitalização do canal, iniciada em 2018 e consolidada em 2019, foi um dos principais passos para esta transformação. Com nosso canal digital, o Portal Conecta, fortalecemos nosso relacionamento e focamos na melhoria da experiência, voltando um olhar cada vez mais personalizado para os clientes do canal, atento às particularidades e possibilitando customizar o jeito com que a Cia. Hering se relaciona com cada multimarcas.

Em 2019 a experiência de *showroom* no canal foi remodelada, trazendo mais conteúdo para os clientes e um formato de venda com foco no *"storytelling"* de cada marca, aumentando o pedido médio e o *mix* vendido. Além disso, ressignificamos a atuação de representantes, que passam a ter um papel mais consultivo, compreendendo as necessidades do cliente e buscando vendas saudáveis.

Foi criado em 2019 também um novo canal de vendas, o *Key Account,* com foco na venda para grandes contas no país que fortaleçam a exposição das marcas da Cia. Hering com profundidade na gestão do ponto de venda.

Os clientes multimarcas e os representantes integram nossa plataforma de EAD, com acesso a conteúdo sobre nossas marcas, como campanhas e coleções. Para os representantes e clientes do Varejo Qualificado, que possuem mais de 80% dos produtos da loja das marcas da Cia. Hering, também foi promovido treinamento presencial sobre gestão financeira, em parceria com o Sebrae.

Este canal de venda, que conta com mais de 10 mil clientes e responde por 40% de nosso faturamento, evoluiu em diferentes frentes no ano. Além de aprimorarmos a experiência do Portal Conecta para esse público, ampliando a adesão e melhorando a usabilidade da ferramenta, reforçamos nossa relação com o canal multimarcas, conhecendo e entendendo com maior profundidade as particularidades desses clientes para fortalecer seu engajamento e sentimento de pertencimento em nossa rede.



GRI 102-9 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 203-2 | 204-1

Fornecedores

Somos uma Companhia com modelo de negócios híbrido, ou seja, os produtos vendidos em nossos negócios podem vir de dois modelos de produção, a produção própria e a compra de produtos acabados. Nestas duas frentes, contamos com três tipos de fornecedores: os de matéria-prima e prestação de serviços e as confecções que realizam etapas do processo produtivo, ambos dentro do modelo de produção própria, e os de *sourcing*, que nos fornecem produtos prontos.

Isto nos garante flexibilidade e a oportunidade de buscar os melhores produtos com os fornecedores especializados, reforçando nosso compromisso com a qualidade. Em nossa operação, 80% dos produtos são de produção interna combinada a atuação com fornecedores que realizam etapas do processo produtivo, como a costura ou embalagem, enquanto os 20% restantes vêm do *sourcing* internacional e nacional.

4,1 mil
Fornecedores Ativos

3.649
insumos, matérias-primas e prestação de serviços

prestadores de serviços para projetos administrativos, operacionais e de logística, e fornecedores de matéria-prima e insumos industriais

366
confecções

parceiros com os quais contamos para o processo produtivo, como costura e bordado, todos próximos às nossas unidades produtivas

126
sourcing

fornecedores de produtos prontos, com os quais complementamos nossas coleções, dos quais 62 são no Brasil e 64 são no exterior

Principais: China, Bangladesh, Índia e Paraguai.

Gastos com Fornecedores Locais [%]

90%

100%

15%

Valor monetário estimado dos pagamentos feitos aos fornecedores nacionais: R$ 984 milhões

Seleção e monitoramento

Como garantia de uma operação alinhada aos nossos valores e compromissos, exigimos de todos os nossos fornecedores, no momento da contratação, a adesão ao nosso Código de Conduta de Fornecedores. Para apoiar a definição de estratégias de relacionamento, monitoramento e desenvolvimento da cadeia de fornecedores, atuamos com um comitê multidisciplinar que define as ações de monitoramento e desenvolvimento dos fornecedores, observando os potenciais riscos para o negócio.

Na relação com as confecções, no momento da seleção e ao longo de seu contrato, todos os fornecedores passam por auditorias presenciais não anunciadas, com equipe própria da Cia. Hering e periodicidade entre 30, 90 e 180 dias, de acordo com a exposição de riscos apresentados. Nas auditorias avaliamos a aderência aos compromissos e as boas práticas de responsabilidade socioambiental e de conformidade com a legislação em relação a leis trabalhistas, normas de saúde e segurança, além de verificações documentais de licenças e questões ambientais.

Também temos realizado ações de conscientização junto aos fornecedores de costura quanto ao descarte dos resíduos como rebarbas ou sobras de malhas geradas pela operação, que podem gerar impacto. A Cia. Hering possui um controle de envio e retorno de sobras, processo em evolução para toda a base de confecções. Identificamos também o risco de contaminação de água por efluentes líquidos do processo de lavagem industrial (químicos). Para mitigar este impacto é realizado o monitoramento de documentação legal em todos os casos e do funcionamento da ETE. Até o momento, não foram identificados impactos negativos significativos ou potenciais para essa operação.

Nosso *checklist* aplicado nas auditorias observa critérios como licenciamento ambiental por atividade e suas condicionantes ou dispensa de licenciamento; certificado de regulação para produtos químicos controlados; Ficha de Informação de Segurança para Produtos Químicos (FISPQ); armazenamento conforme legislação; gestão de resíduos sólidos conforme Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS); Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS); controle de fiscalização do IBAMA se e quando aplicável; Cadastro Técnico Federal (CTF); controle de matéria-prima ambiental; emissões atmosféricas; monitoramento de efluentes; controle e monitoramento de ETAs.

Estamos evoluindo o modelo de monitoramento e certificação destes parceiros também para ABVTEX. Temos o objetivo de trabalhar somente com empresas certificadas, atuando com auditorias próprias pontualmente. Ao fim de 2019, 30% das confecções já haviam migrado para a ABVTEX.

No que diz respeito a fornecedores de *sourcing*, todos os parceiros nacionais da cadeia produtiva da moda já devem ser certificados pela ABVTEX e, portanto, não passam por auditorias próprias, salvo denúncias ou casos específicos. No cenário de *sourcing* internacional, atuamos com uma Equipe de Qualidade de empresa terceira, contratada para realizar auditorias nas peças e, de acordo com o devido treinamento pela Equipe de *Compliance,* também realiza verificações de aspectos sociais nas visitas aos fornecedores. Além disto, requeremos da rede as certificações internacionais SA8000, SMETA, WRAP e BSCI, referências mundiais de eficiência e credibilidade.

Desde novembro de 2019, também contamos com um projeto de monitoramento para fornecedores de insumos e matérias-primas e parceiros do negócio, como franquias, com contrato permanente ou não, para obter certificação do Instituto Brasileiro de Certificação e Monitoramento (IBRACEM), avançando na mitigação de riscos desses outros segmentos da cadeia.

Em 2019, identificamos 716 itens de não conformidade em nossa cadeia de fornecedores. Já foram realizados 334 Planos de Ação como solução e 81 contratos com fornecedores foram encerrados.

A Cia. Hering é signatária da ABVTEX e integra o Comitê Gestor da associação.

Conheça aqui a lista de fornecedores da ABVTEX.

Desenvolvimento

Além de garantir a conformidade e aderência aos nossos compromissos, queremos que nosso relacionamento com os fornecedores gere desenvolvimento. Por isso, criamos em 2017 o Prêmio ABRA, um programa que reconhece os fornecedores com as melhores práticas de qualidade, *compliance* e confecção.

O Prêmio ABRA reforça nosso posicionamento e compromisso com o desenvolvimento sustentável da rede, fortalece nosso relacionamento e estimula a adoção das melhores práticas na cadeia de valor.

As confecções são avaliadas trimestralmente quanto ao índice de qualidade das peças que enviam, pela sua atuação em *compliance*, consideramos o resultado final da auditoria e índice de regularidade de conformidade de documentos, além da flexibilidade de produção de itens mais elaborados em GO e tempo de entrega do pedido em SC e RN. Essas variáveis compõem uma pontuação final e a cada trimestre premiamos os fornecedores com medalhas ouro prata e bronze, de acordo com a pontuação nos três meses que passaram. Também reconhecemos o fornecedor destaque do ano (o ouro máster) que atingiu a maior pontuação somando os 12 meses. Ao longo de 2019, foram 391 confecções participando do prêmio, e nos quatro trimestres de premiação foram entregues 92 medalhas de ouro, 367 pratas e 425 bronzes. Na média anual, 25,7% dos fornecedores atingiram a pontuação equivalente ao ouro, mais que o dobro do ano anterior.

Para fomentar o processo de melhoria contínua na gestão de abastecimento de confecção, contamos com o Projeto Abastecer Melhor, em que construímos estratégias para trazer mais previsibilidade para os fornecedores, contribuindo e facilitando a tomada de decisão do parceiro. O projeto trouxe aumento significativo de produtividade e é positivo no relacionamento com a rede.

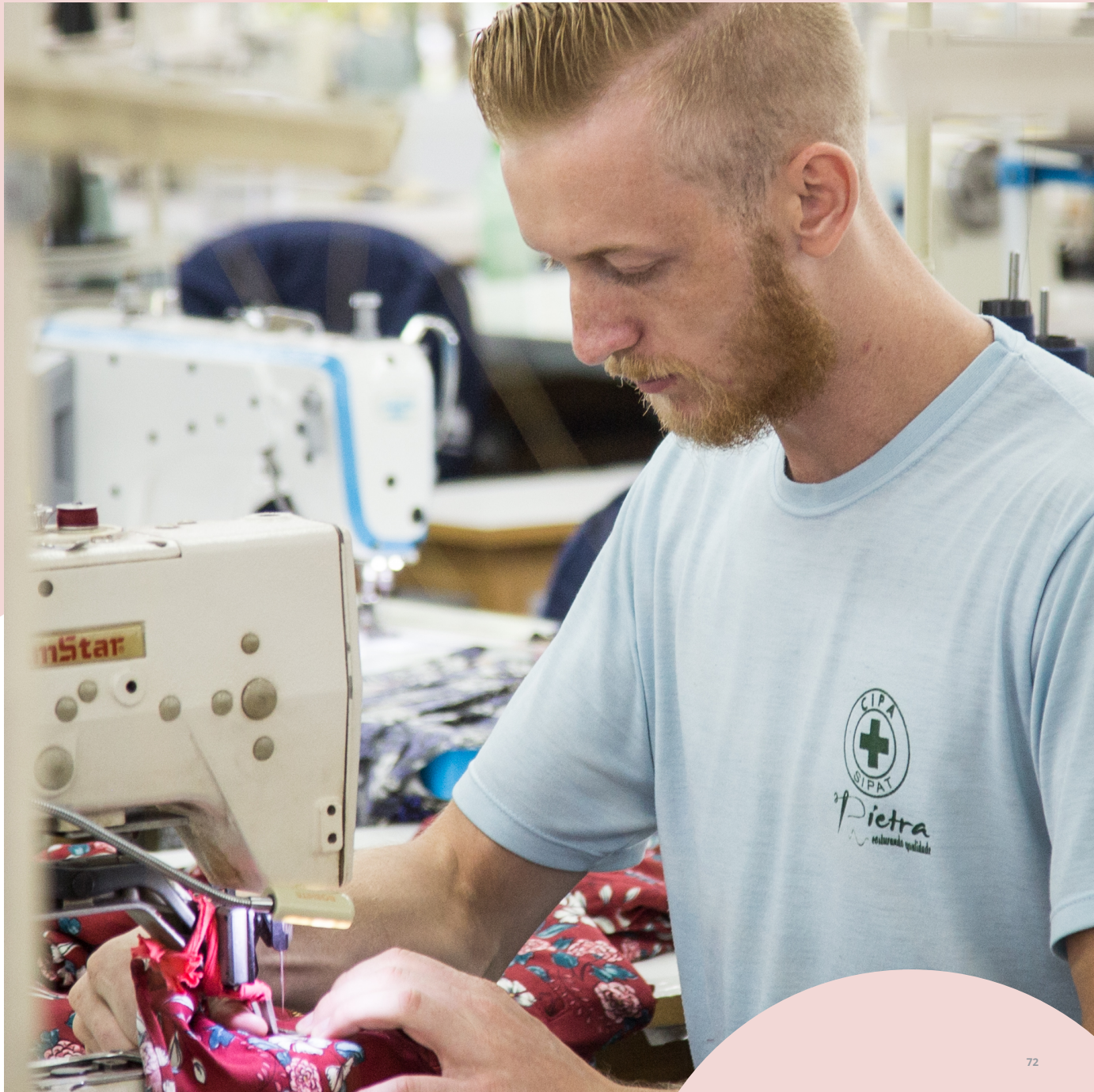
Complementando o ciclo de desenvolvimento, apoiamos mais uma vez parceria entre Fundação Hermann Hering e Sebrae Nacional no projeto de Encadeamento Produtivo, que traz importantes avanços na profissionalização da gestão e operação, o que também contribui para que nossos fornecedores de confecções conquistem a certificação ABVTEX.

Para conectar cada vez mais nossa rede de parceiros, também realizamos encontros anuais com as confecções. Nestes eventos, programamos agendas com temas variados, como *compliance*, estratégias do negócio, qualidade, entre outros.

GRI 408-1 | 409-1

Reforçamos nosso propósito e valores através dos pilares de atuação com a cadeia de fornecedores. Além de estar em linha com a legislação vigente, premissa básica para nossa rede, buscamos em nossos parceiros uma atuação justa e transparente com relação aos direitos humanos, considerando contratos e jornadas de trabalho, bem-estar e segurança dos trabalhadores, contratação de imigrantes, licenças maternidade e paternidade, remuneração justa e férias. Fomentamos o empreendimento saudável em negócios que funcionem com respeito aos colaboradores e ao meio ambiente, reforçando critérios de *compliance* em responsabilidade social e ambiental. Estes são princípios fundamentais para nossa operação e replicamos para nossos fornecedores, pois sabemos que só assim nossa rede tem a capacidade de gerar valor verdadeiramente.

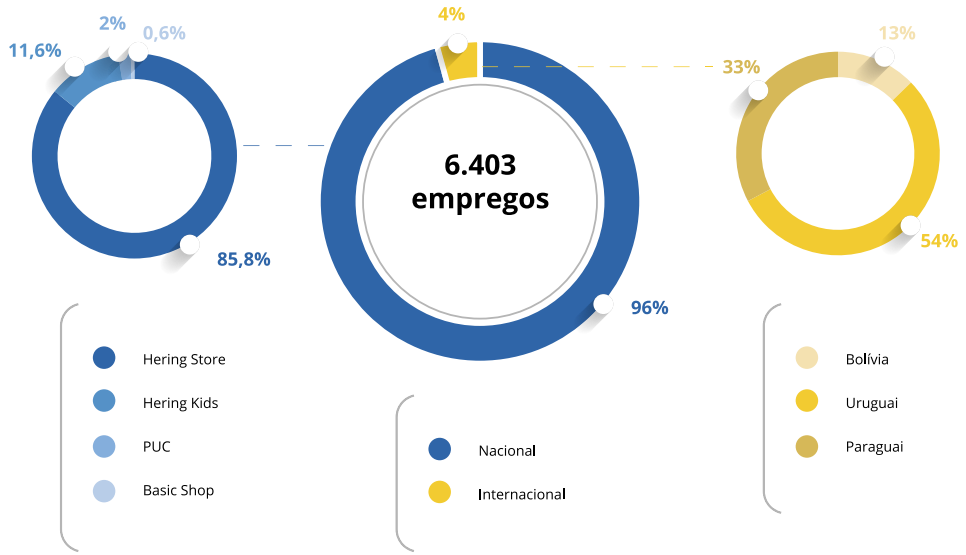
Em 2019, não foram identificados riscos significativos na operação (própria ou de fornecedores) de ocorrência de trabalho infantil, de trabalhadores jovens expostos a trabalho perigoso e de trabalho forçado ou análogo ao escravo.



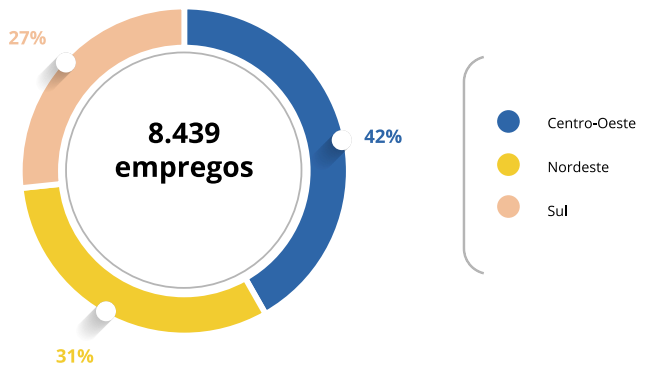
Impacto na Cadeia de Valor

Por meio de nossa rede de fornecedores e franqueados, impactamos positivamente a sociedade com a geração e manutenção de empregos, que potencializam o desenvolvimento da economia de diferentes regiões do país e na América Latina.

FRANQUIAS



CONFECÇÕES



Também buscamos apoiar o desenvolvimento do setor por meio da participação em associações e organizações:

• **Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT):** a associação nos representa, enquanto entidade, em diversas agendas do setor relacionadas às temáticas de desafios e tendências na cadeia têxtil, como novas tecnologias, desenvolvimento sustentável, questões trabalhistas, novos negócios, entre outros;

• **Associação Brasileira de Franchising (ABF):** representados pela equipe de Franquias, participamos de fóruns e eventos sobre temas relacionados a tendências e desafios do modelo de franquias;

• **Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX):** participação nos grupos de trabalho e comitê gestor é representada pela equipe de *Compliance* e por nosso CEO, a partir de 2020;

• **Associação Pró-Desenvolvimento Industrial do Estado de Goiás (ADIAL):** participamos de agendas de diversos temas relacionado ao crescimento econômico e social do Estado; e

• **Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV):** são abordadas pautas sobre iniciativas, tendências e desafios do setor.

Espírito Empreendedor

Trabalhamos com uma mentalidade empreendedora. Qualquer que seja o nosso papel, tomamos responsabilidade pelos resultados pois agimos como donos do negócio. Temos o comprometimento de dar continuidade à história da Companhia, num esforço contínuo de nos mantermos como a escolha número um do consumidor.

9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

MANUFATURADO

SOCIAL & RELACIONAMENTO

INTELECTUAL

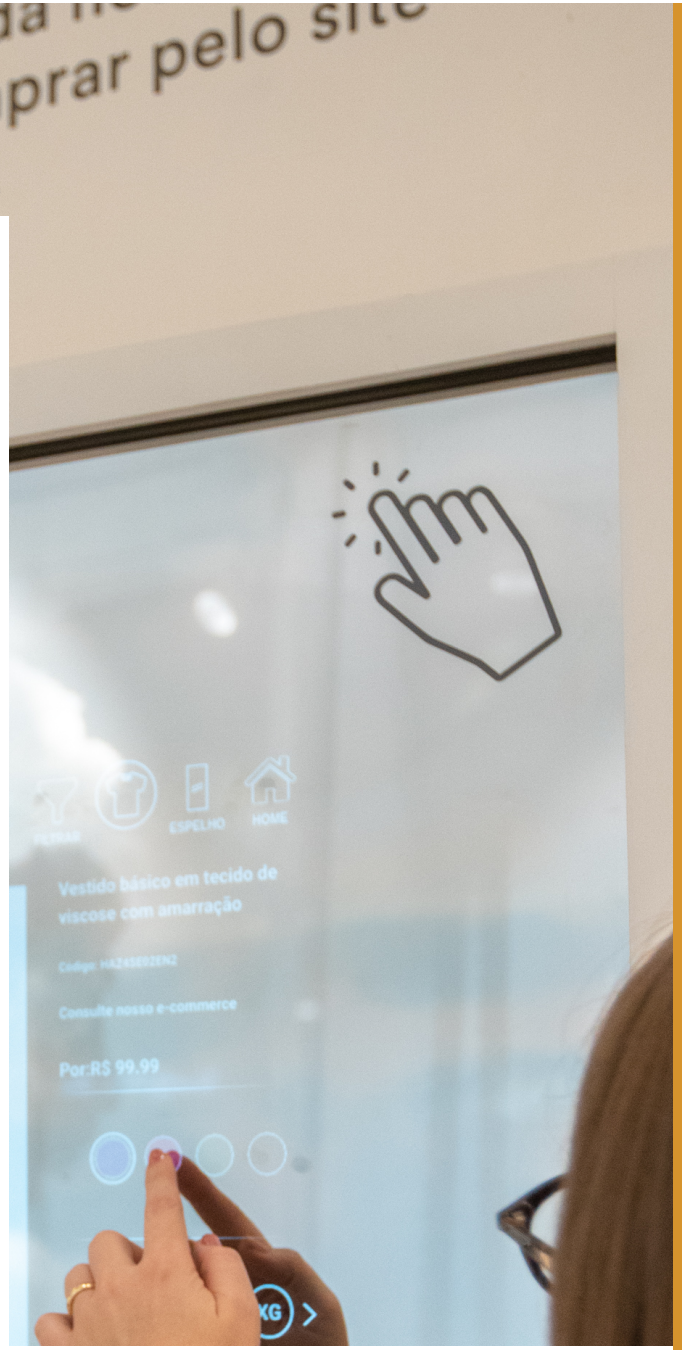
Conexão

2019 foi o ano em que avançamos em nossa caminhada na direção de uma Companhia *data driven*, em que a tecnologia apoia uma conexão mais próxima e profunda com as pessoas da nossa rede.

Consolidamos o *omnicommerce* em todas as nossas marcas e operações, o que significa avanços nas frentes de *webstores* e omnicanalidade. No varejo, isto garante que o consumidor disponha de diversos formatos para comprar e receber o produto que deseja.

Com o *omni,* integramos não só as lojas físicas às *webstores*, mas também as lojas entre si, possibilitando experiências de compra customizadas. Esta modalidade já está presente em 91% da rede de lojas, incluindo próprias e franquias. Dessa forma, nosso consumidor pode comprar produtos no site da marca ou nas próprias lojas físicas em dispositivos *online* e recebê-lo em casa ou retirá-lo no ponto de venda das nossas marcas mais conveniente.

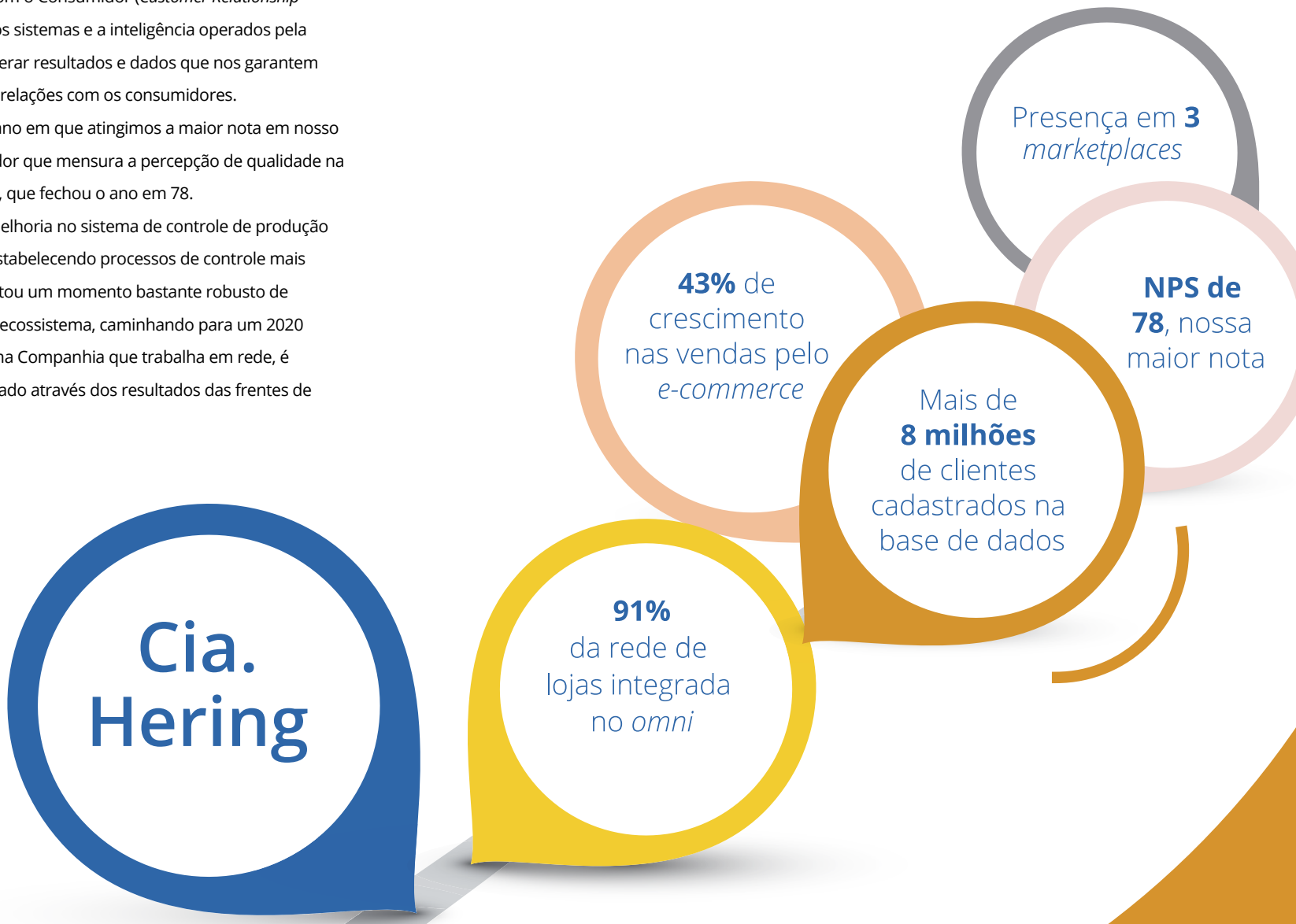
Alinhados à estratégia de transformação digital, temos fortalecido o *core* da Companhia ao reforçar nosso ecossistema com a integração possibilitada pelo *omnicommerce*. Parte disso, foi tonificar parcerias e o alcance de nossas marcas através da participação dos nossos produtos em outros canais. Além de oferecer artigos de marcas parceiras *online,* também entramos em 3 *marketplaces,* possibilitando que os consumidores encontrem produtos das marcas da Cia. Hering através de outros endereços no *e-commerce.*



Como já mencionamos, 2019 também foi o ano em que consolidamos a área de Gestão de Relacionamento com o Consumidor (*Customer Relationship Management – CRM*). Utilizando os sistemas e a inteligência operados pela área, temos a possibilidade de gerar resultados e dados que nos garantem cada vez mais assertividade nas relações com os consumidores.

Consequentemente, 2019 foi o ano em que atingimos a maior nota em nosso *Net Promoter Score* (NPS), indicador que mensura a percepção de qualidade na experiência de compra nas lojas, que fechou o ano em 78.

A tecnologia também permite melhoria no sistema de controle de produção e qualidade em fornecedores, estabelecendo processos de controle mais objetivos e ágeis. 2019 representou um momento bastante robusto de conexão e integração em nosso ecossistema, caminhando para um 2020 ainda mais conectado. Como uma Companhia que trabalha em rede, é gratificante perceber o valor gerado através dos resultados das frentes de transformação digital.



Inovação e tecnologia

Dar continuidade ao negócio e nos manter como a primeira escolha do consumidor implica em estar sempre a par das novidades, conectados com o mundo e suas transformações. Por isto, a Cia. Hering se mantém antenada à inovação, buscando sempre formas e soluções novas para responder aos desafios e agregar valor à nossa entrega. Inovar também nos garante que estamos sempre operando da forma mais eficiente possível, utilizando o melhor do que as tecnologias têm a oferecer.
Neste ano, avançamos em diversos aspectos graças à transformação digital:

LOGÍSTICA

Nos últimos anos, automatizamos nosso Centro de Distribuição em GO (CD), o que reduziu número de horas extras trabalhadas e impactou positivamente no bem-estar de nossos colaboradores. Esse equilíbrio também traz melhorias nos custos e resultados financeiros da operação. Com o apoio de consultoria externa que estudou a logística da Companhia, também definimos evoluções para a malha logística nos próximos anos, otimizando transportes e reduzindo emissões de GEE.
Também estamos avançando no engajamento e preparação para atender a todas as demandas de *omni* e *e-commerce*, canal com crescimento de 43% no ano, aprimorando o perfil das transportadoras, investindo na pontualidade para o cliente. Estamos com uma forte gestão integrada, aproximando a logística como parte fundamental na experiência de compra do consumidor.

PRODUÇÃO ASSERTIVA

Estamos expandindo projetos com conceitos de indústria 4.0 nas nossas operações. Com inteligência da informação, conectamos a indústria ao que acontece no ponto de vendas, unindo a produção ao consumo, encurtando o caminho e o tempo de resposta.

Assim, adquirimos agilidade e a capacidade de produzir com maior assertividade, de maneira sustentável e em linha com o que o consumidor demanda. Também obtivemos sucesso com projeto de *lean manufacturing* para melhorar velocidade, entrega, custo e qualidade. Com os resultados positivos, estamos confiantes para expandir estes processos no próximo ciclo.

PERSPECTIVAS

Olhando para o futuro, 2020 trará uma Cia. Hering com intensificação em *data driven*. Aplicaremos as tecnologias e repertório adquirido em 2019 em processos e no negócio. O ano traz expectativa de projetos com robotização, uso de inteligência artificial e análise de dado. 2019 foi um ano de consolidação, de obter resultados concretos das transformações e reestruturações pelas quais a Companhia passava.

Com estas respostas e satisfeitos com nosso desempenho positivo, traremos para 2020 ganhos em escala e velocidade nos processos já implantados.

GRI 103-2

Lançamos mais um projeto para nos conectar às *startups*, o Inova. Este projeto permanente abre oportunidade para que *startup*s interessadas de qualquer segmento se inscrevam para desenvolver um projeto piloto baseado em suas soluções. A partir desta conexão inicial, avalia-se a oportunidade da *startup* se tornar fornecedora ou parceira da Cia. Hering.

Com temas de interesse variados, buscamos inovações em digitalização do varejo, melhora da experiência do consumidor, automatização de tarefas e processos, *analytics*, inteligência artificial, realidade aumenta, realidade virtual, robotização e Internet das Coisas. Após as inscrições, as *startups* são contatadas pelo Comitê de Inovação para participarem do Pitch Inova.

Em 2019, aquelas que apresentaram maior sinergia com nosso negócio foram escolhidas para uma imersão com colaboradores da Companhia, nas quais detalhamos suas soluções.

Saiba Mais

Sumário de Conteúdo GRI Standards

Conteúdo Geral *Disclosures Gerais*	Referência (pg.) / Resposta direta

Perfil Organizacional

102-1	**Nome da organização**	*Pág. 13*
102-2	**Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços**	*Pág. 13*
102-3	**Localização da sede**	*Pág. 13*
102-4	**Número de países em que a organização opera**	*Pág. 13*
102-5	**Tipo e natureza jurídica da propriedade**	*Pág. 13*
102-6	**Mercados atendidos**	*Pág. 13*
102-7	**Porte da organização**	*Pág. 13 e 56*
102-8	**Perfil de empregados e outros trabalhadores**	*Pág. 56*
102-9	**Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia**	*Pág. 69*
102-10	**Principais mudanças na estrutura da companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto**	*Pág. 10*
102-11	**Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução**	*Pág. 44*
102-12	**Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa**	*Pág. 54*
102-13	**Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa**	*Pág. 74*

Estratégia

102-14	**Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização**	*Pág. 8*
102-15	**Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades**	*Pág. 15*

Conteúdo Geral

Disclosures Gerais

		Referência (pg.) / Resposta direta
Ética e Integridade		
102-16	**Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética**	*Pág. 41*
102-17	**Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria)**	*Pág. 41*
Governança		
102-18	**Estrutura de governança, incluindo comitês**	*Pág. 17*
102-22	**Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês**	*Pág. 19*
102-32	**Órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o Relatório de Sustentabilidade da organização e garante que todos os aspectos materiais sejam abordados**	*Pág. 10*
Engajamento de *Stakeholder*		
102-40	**Lista de *stakeholders* engajados pela organização**	*Pág. 14*
102-41	**Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva**	*100%*
102-42	**Base usada para identificação e seleção de *stakeholders* para engajamento**	*Pág. 14*
102-43	**Abordagem adotada pela Companhia para engajar *stakeholders* e frequência do engajamento**	*Pág. 14*
102-44	**Principais tópicos levantados durante o engajamento de stakeholders e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los**	*Pág. 14*
Práticas de Reporte		
102-45	**Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras**	*Pág. 10*
102-46	**Processo para definição do conteúdo e limite do relatório**	*Pág. 14*
102-47	**Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo**	*Pág. 14*
102-48	**Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores**	*Não houve.*
102-49	**Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados**	*Pág. 14*

Conteúdo Geral

Disclosures Gerais

		Referência (pg.) / Resposta direta
102-50	**Período coberto pelo relatório**	*1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019*
102-51	**Data do relatório anterior mais recente**	*2018*
102-52	**Ciclo de emissão dos relatórios**	*Anual*
102-53	**Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório**	*Pág. 10*
102-54	**Premissas de relato de acordo com os Standards GRI**	*Essencial*
102-55	**Sumário de Conteúdo GRI**	*Pág. 81*
102-56	**Verificação externa**	*Apenas as informações financeiras deste Relatório foram submetidas a verificação externa.*

Abordagem de gestão

103-1	**Explicação dos temas materiais e seus limites**	*Págs. 32, 42, 44, 52, 56, 58, 66, 68, 69 e 73* *Saiba mais sobre nossa estratégia de sustentabilidade na página 14.*
103-2	**Gestão sobre o tema material**	
103-3	**Evolução da gestão**	

Conteúdo Específico

Disclosures Econômicos

		Referência (pg.) / Resposta direta

Desempenho Econômico

201-1	**Valor econômico direto gerado e distribuído**	*Pág. 36*

Impactos Econômicos Indiretos

203-2	**Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos**	*Pág. 52 e 69*

Práticas de Compra

204-1	**Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes**	*Pág. 69*

Conteúdo Específico

Disclosures Econômicos

Referência (pg.) / Resposta direta

Combate à Corrupção

205-1	**Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e os riscos significativos identificados**	*Pág. 41*

Disclosures Ambientais

Energia

302-1	**Consumo de energia dentro da organização**	*Pág. 51*
302-3	**Intensidade energética**	*Pág. 51*

Água

303-1	**Captação de água por fonte**	*Pág. 51*
303-2	**Fontes de água afetadas significativamente pela captação da água**	*Pág. 51*
303-3	**Água reutilizada e/ou recirculada**	*Pág. 51*

Efluentes e Resíduos

306-1	**Descarga de efluentes por qualidade e método de destinação**	*Pág. 51*
306-2	**Resíduos por tipo e método de destinação**	*Pág. 51*

Conformidade Ambiental

307-1	**Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais**	*Não recebemos nenhuma imposição de multa ou sanção não-monetária por descumprimento de leis e/ou regulamentos ambientais.*

Avaliação Ambiental de Fornecedores

308-1	**Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais**	*Pág. 70*

Conteúdo Específico

Disclosures Ambientais

		Referência (pg.) / Resposta direta
308-2	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	*Pág. 70*

Disclosures Sociais

Emprego

401-1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	*Pág. 57*
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	*Pág. 57*

Treinamento e Educação

404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	*Pág. 64*

Trabalho Infantil

408-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	*Pág. 72*

Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

409-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	*Pág. 72*

Comunidades Locais

413-1	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e/ou desenvolvimento local	*Pág. 52*

Avaliação Social de Fornecedores

414-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	*Pág. 70*
414-2	Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	*Pág. 70*

Conteúdo Específico

Disclosures Sociais

Referência (pg.) / Resposta direta

Saúde e Segurança do Cliente

416-1	**Percentual das categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias**	*Pág. 34*

Indicadores Próprios

Hering 01	**Total de produtos com materiais menos impactantes (sustentáveis)**	*Pág. 45*
Hering 02	**Total de não conformidades identificadas na cadeia de fornecedores por tipo de não conformidade (ex.: trabalhista, instalações, discriminação etc.) e total de planos de ação ou desligamento de fornecedores**	*Pág. 70*

Mapa de Capitais

NATURAL

Panorama 2019 | *pág. 16*
Ecoeficiência | *pág. 42*

FINANCEIRO

Panorama 2019 | *pág. 16*
Nossas Marcas | *pág. 22*
Governança Corporativa | *pág. 17*
Desempenho | *pág. 36*

MANUFATURADO

Cia. Hering | *pág. 13*
Panorama 2019 | *pág. 16*
Nossas Marcas | *pág. 22*
Conexão | *pág. 76*

HUMANO

Panorama 2019 | *pág. 16*
Governança Corporativa | *pág. 17*
Colaboradores | *pág. 56*

SOCIAL & RELACIONAMENTO

Panorama 2019 | *pág. 16*
Nossas Marcas | *pág. 22*
Atuação Ética | *pág. 40*
Desenvolvimento Social | *pág. 52*
Franqueados | *pág. 66*
Clientes Multimarcas | *pág. 68*
Nossos Consumidores | *pág. 32*
Fornecedores | *pág. 69*
Conexão | *pág. 76*

INTELECTUAL

Gestão de Riscos | *pág. 39*
Ecoeficiência | *pág. 42*
Colaboradores | *pág. 56*
Conexão | *pág. 76*
Inovação e Tecnologia | *pág. 78*

Créditos

Coordenação
Equipe de Sustentabilidade
Cia. Hering

Consultoria GRI e Projeto Editorial
RICCA Sustentabilidade

Projeto gráfico
www.elamanuela.com

Fotografia
Acervo Cia. Hering e Fundação Hermann Hering

Sustentabilidade
Cia.Hering

RELATÓRIO /19