

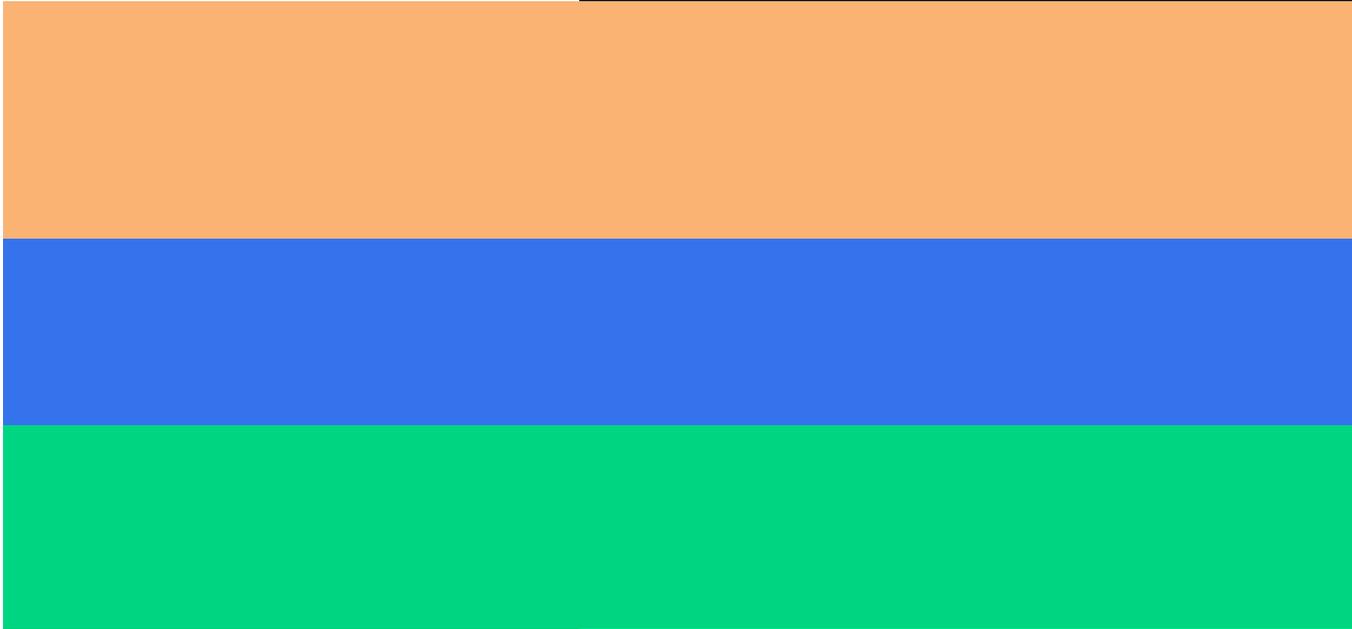
cia hering



Relatório
Anual

2020

Sumário



Sobre o Relatório

GRI 102-45

Boas-vindas à **9ª edição do Relatório Anual 2020 da Cia. Hering.**

Este Relatório tem como objetivo reforçar nosso compromisso com uma gestão transparente. Queremos dividir com você as ações da Companhia deste ano em que celebramos 140 anos, além de compartilhar a maneira que fazemos negócio e geramos valor para o futuro.

Nas páginas seguintes, você encontra informações sobre os destaques do período, nosso modelo de negócios, nossa cultura, compromissos e os resultados entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2020.

Todas as nossas atividades são abordadas nesta edição - industriais, administrativas, gestão das marcas Hering, Hering Kids, Hering Intimates e Dzarm, e de canais - com o mesmo escopo das Demonstrações Financeiras da Cia. Hering.

Fale Conosco

GRI 102-32 | 102-53

Este Relatório teve seu conteúdo aprovado pela Diretoria da Cia. Hering e foi auditado pela KPMG. Você pode entrar em contato conosco para conversar sobre eventuais dúvidas sobre a publicação:

Caroline Muzzi, Jussara Dutra e Marina Ricciardi
Sustentabilidade e ASG

sustentabilidade@ciahering.com.br



Ferramentas de Leitura

Este Relatório foi construído com base nas principais diretrizes internacionais de reporte e gestão da sustentabilidade.

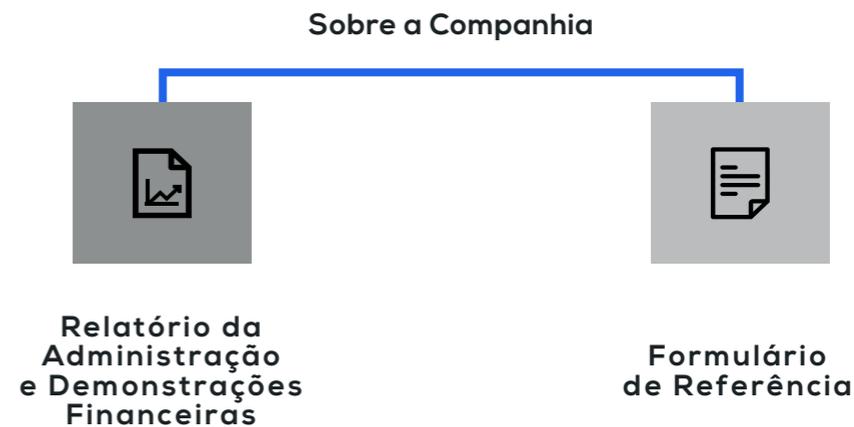
GRI 102-40 | 102-42 | 102-43
102-44 | 102-46 | 102-47

A estratégia de sustentabilidade da Cia. Hering foi construída a partir de um estudo de materialidade, realizado entre 2016 e 2017 com a consulta a todos os públicos de relacionamento.



Ao longo do Relatório a numeração GRI aparece junto aos títulos ou subtítulos dos capítulos em que o indicador é reportado. É possível também encontrar uma lista completa dos indicadores no índice remissivo de conteúdo GRI, na página 57, com a descrição de cada indicador e referência à página em que está reportado.

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 sinalizamos quais os ODS que têm relação com o conteúdo.



Mensagem da Administração

GRI 102-14



Mais do que resilientes, estamos mais fortes. O ano de 2020 chegou com desafios inesperados e colocou à prova a capacidade de se adaptar e reinventar que a Cia. Hering sempre celebrou em sua trajetória. Ultrapassamos a fronteira dos 140 anos com uma certeza inabalável: somos feitos de gente, e essa gente é a fortaleza do nosso negócio.

Olhamos para a perenidade da Companhia ao superar novos obstáculos, conscientes de nossa responsabilidade, com os acionistas, clientes, colaboradores, franqueados, fornecedores e parceiros em nossa rede. São esses relacionamentos de confiança mútua que nos moldaram nas últimas catorze décadas, e que continuarão a nortear quem somos nos próximos anos, porque somos feitos de pessoas e de colaboração.

Nesta narrativa de aprendizados e transformações, nos tornamos a varejista contemporânea que somos hoje: digital de ponta a ponta e com a nossa cultura no cerne de tudo.

Atingimos um novo patamar na digitalização do negócio, com uma evolução vista em todos os indicadores e, mais importante, sentida pelos nossos consumidores e clientes. O foco no cliente direciona nossa jornada de transformação. O que queremos é continuar ampliando o contato com esse público, estreitando nossos laços e ultrapassando as relações transacionais, afinal nossas marcas fazem parte da vida de cada um dos nossos *stakeholders*.

Com os efeitos da pandemia do novo coronavírus, impulsionamos nosso comércio eletrônico, que registrou um crescimento de 158,7% em relação ao ano anterior. O segmento online aumentou 18,11% no faturamento, mesmo com a reabertura de lojas físicas. Ainda assim, mantivemos também a extensão da nossa rede física, com 130 inaugurações no ano.

Com 78% da rede conectada pela omnicanalidade, entendemos que nossa contribuição para o cliente não é só em produtos, mas em serviços, experiências e conteúdo. Temos marcas com propósito e envolvimento cultural, que combinam qualidade, conforto, design, tecnologia, preço e relacionamento.

Também estamos ressignificando nossos ambientes físicos. Com o foco em plataformas digitais que marcam a presença da Cia. Hering na vida das pessoas, entendemos as lojas físicas como grandes centros de experiência, uma vivência que extrapola a venda de produtos. Por isso, em 2020, trabalhamos na integração dos Centros de Distribuição e na criação e operação de novos *hubs* digitais

Em 2020, criamos nosso Comitê de Sustentabilidade e trouxemos a gestão de assuntos Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) para ainda mais perto da liderança. A ação é mais um passo em direção ao objetivo de integrar a sustentabilidade à estratégia do negócio. Investimos em eficiência e em uma visão holística da Companhia, que entende a interdependência de todas as nossas frentes e mantivemos uma gestão robusta dos indicadores ambientais.

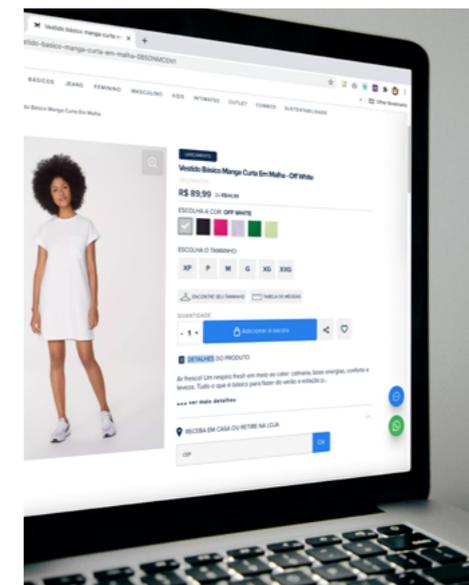
O ano também foi importante para nossos relacionamentos e parcerias. Nos aproximamos de grupos e organizações com as quais partilharmos objetivos e integramos a rede do Conselho

Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Mantivemos as parcerias nas quais já estávamos envolvidos, como o LabModa Sustentável e o Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC). Estamos orgulhosos de fazer parte de redes empenhadas na transformação e em uma geração de valor verdadeira, minimizando impactos socioambientais negativos.

As informações que você encontra ao longo desse Relatório são reflexo da moda que estamos construindo, uma moda que compartilha valor e promove relações sustentáveis, seja para empreender, transformar ou contar histórias. Seguimos absolutamente confiantes em nossa capacidade de continuar crescendo, nos reinventando e criando uma Cia. Hering que gera cada vez mais valor para todos.

Escreveremos juntos os próximos capítulos dessa história.

Boa leitura!





Somos Feitos de Colaboração

Chegamos ao marco de 140 anos da Cia. Hering em setembro, com uma trajetória de resiliência e adaptação. Isto porque somos uma Companhia norteada pela colaboração, feita de gente que busca o melhor sempre: nos relacionamentos, nos resultados do negócio, para nosso planeta e para as pessoas.

Vimos até aqui por causa da nossa rede e pela capacidade da nossa gestão de se manter em constante evolução. Prosperamos porque nos mantemos atentos e ágeis para responder à urgência de demandas.

Em 2020, olhamos para dentro e revisitamos nossas prioridades. O conjunto de pilares estratégicos da Cia. Hering é sustentado pelos habilitadores sustentabilidade, cultura, organização e transformação digital.

Para nós, uma atuação sustentável é intrínseca à estratégia da Companhia. O tratamento dos riscos Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) é aprimorado continuamente dentro de processos existentes ou na criação de novos processos para acomodar o desenvolvimento das pautas do negócio. Transformamos nossa visão nos últimos anos para uma narrativa que enxerga a sustentabilidade e a estratégia como

interdependentes, do todo que faz a Cia. Hering. A sinergia e a colaboração se mostraram presentes em todos os aspectos do nosso trabalho: nas relações, na estratégia e no dia a dia.

Acreditamos em uma moda que se sente, que é justa e ética, que respeita o meio ambiente e valoriza as pessoas. Por isso, entendemos a perenidade da nossa responsabilidade, que se faz valer no cotidiano, em todas as áreas e na tomada de decisão da Companhia. Contamos com uma robusta estratégia de sustentabilidade, que orienta nossas prioridades para a construção de um negócio cada vez mais sustentável e eficiente. O desenvolvimento desta estratégia se deu a partir do diálogo com nossos diferentes públicos de relacionamento e com a alta gestão da Companhia, a partir de 2016, e se manteve em constante evolução nos anos seguintes.

Em 2020, revisamos a estratégia de sustentabilidade considerando os objetivos do negócio, as tendências do mercado e o comportamento de consumo, e incluímos os pilares de Marcas e Governança, atualizando nossa narrativa institucional pelas lentes da sustentabilidade.

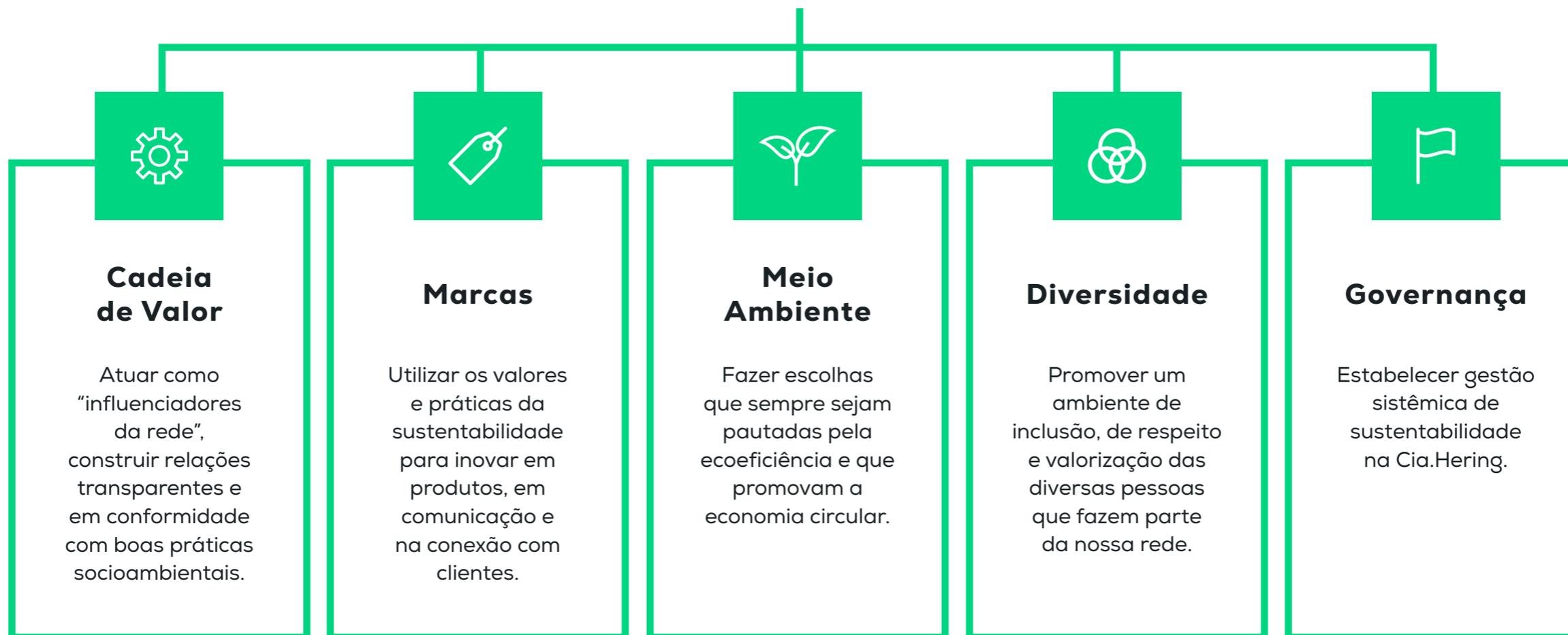
O olhar para nossa atuação nos aspectos ASG dá vigor ao nosso compromisso com a longevidade e reforça o papel da sustentabilidade como habilitadora de nossas diretrizes de negócios. O conjunto de pilares estratégicos e pilares de sustentabilidade da Companhia orienta nossas decisões de forma complementar.

Para trazer essa visão holística, nosso Relatório foi estruturado pelos mesmos pilares que nos conduzem. Conheça-os a seguir:



Ao estudar a intersecção dos nossos pilares, encontramos os macrotemas que estruturam esse Relatório. Nos próximos capítulos, detalharemos os aspectos que constroem cada um desses temas.

Pilares de Sustentabilidade



Medidas Frente à Covid-19

+ de R\$ 3,2 milhões

destinados ao combate da pandemia da COVID-19



uniformes

5.721



camisetas para profissionais de enfermagem

6.000



máscaras de proteção

1.5 milhão

Produzimos e doamos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), beneficiando associações e hospitais em Santa Catarina, São Paulo e Goiás.

O ano de 2020 foi um período desafiador. A pandemia do novo coronavírus abalou profundamente a sociedade e colocou em evidência a necessidade pela colaboração. Mais uma vez, os ciclos de desafio se mostraram tão presentes quanto os de prosperidade, moldando quem somos.

Tomamos medidas essenciais para garantir a segurança dos colaboradores, fornecedores e clientes. Fechamos todas as lojas físicas no início da pandemia, antes mesmo das recomendações do Governo, pois entendemos que a segurança das pessoas vem em primeiro lugar, assim como também investimos em treinamentos e equipamentos para garantir a segurança dos colaboradores.

Desde o início da pandemia, a Cia. Hering tem criado iniciativas de responsabilidade social, como forma de construir uma resposta sistêmica e solidária para a sociedade. Nos preocupamos com as comunidades que nos cercam, e, utilizando da nossa expertise na produção têxtil e no varejo de vestuário, direcionamos parte da nossa produção para confecção de uniformes, camisetas e máscaras, que foram doadas às unidades de saúde e à população.

Promovemos suporte através da marca Hering, lançando produtos com significado social, como a coleção "Camisetas com Amor", que tiveram 100% do seu lucro revertido para a compra de ventiladores pulmonares. Além das nossas camisetas, também vestimos o Brasil com a proteção de 1,5 milhão de máscaras faciais.

Direcionamos esforços prioritariamente para as comunidades em que estamos inseridos com unidades fabris e administrativas, em Santa Catarina e Goiás, além de regiões atingidas fortemente pela pandemia, como São Paulo e Rio de Janeiro. Essas ações são parte de uma agenda ampla trabalhada pela Companhia, por meio do qual cuidamos de toda a nossa cadeia de valor, contemplando negócio, meio ambiente e sociedade.

Durante o período de flexibilização da quarentena, usamos nossos principais canais de comunicação para notificar a reabertura segura das nossas lojas físicas, assim como disponibilizamos equipamentos de segurança para nossos colaboradores e redobramos os cuidados extras com a circulação dos clientes.



Resiliência

A união singular
entre tradição
e inovação





marcas



comércio unificado



modelo de negócios resiliente



cadeia de valor



diversidade



governança



manufaturado

Cia. Hering

GRI 102-1 | 102-2 | 102-3

A Cia. Hering é líder no varejo de vestuário, uma das principais empresas têxteis da América Latina. Fundada em Blumenau – SC, é uma das mais longevas empresas brasileiras ainda em atividade, com 140 anos de história e presença em todas as regiões do Brasil, por meio das marcas Hering, Hering Kids e DZARM.

Nossas Marcas

Conectando expressão e conforto ao propósito.

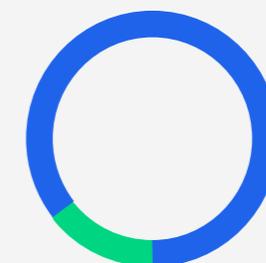
Modelo de Atuação GRI 102-4 | 102-6 | 102-7 | 102-10



Nossa Produção

Modelo Híbrido

80% produção própria com apoio de confecções locais



20% compra de produtos acabados



15%
5%

Unidades de Produção

SC Itororó Bom Retiro

GO Goianésia Paraúna São Luís de Montes Belos

Em 2020, a unidade de produção de Parnamirim (RN) foi encerrada.

Nossos Canais

Estrutura de Lojas

794 lojas físicas em todas as regiões do Brasil e em três países (Paraguai, Uruguai e Bolívia).

4 webstores

80 lojas próprias, incluindo 14 outlets

714 franquias

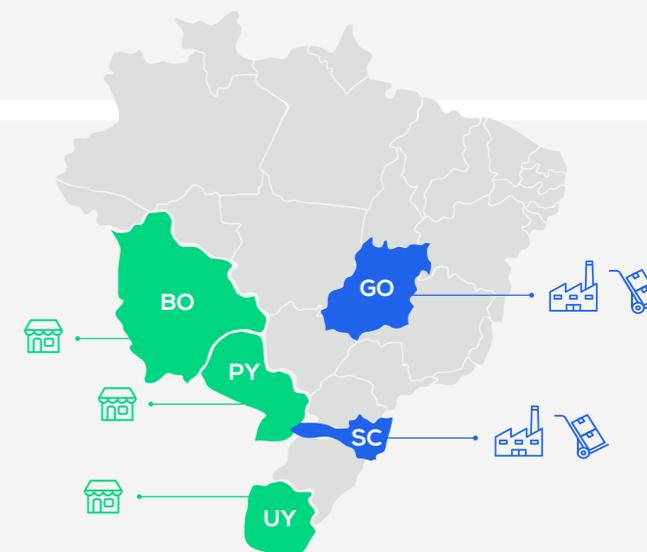
7.907 mil lojas multimarcas

Distribuição

Centros de Distribuição

SC Blumenau

GO Anápolis



2020 em números



Construir Juntos

Acreditamos na potência do coletivo, ao mesmo tempo que valorizamos a singularidade de cada indivíduo.

4.635 colaboradores (pág. 40)

3.027 fornecedores (pág. 48)

801 estrutura de lojas, centros de distribuição e unidades de negócio

682 franqueados (pág. 47)

7.907 clientes multimarcas (pág. 36)



Espírito Empreendedor

Trabalhamos com uma mentalidade empreendedora. Qualquer que seja o nosso papel, tomamos responsabilidade pelos resultados pois agimos como donos do negócio.

jornada única

78% da rede integrada pela omnicanalidade, considerando lojas próprias e franquias

7 novos canais digitais



Fazer Acontecer

Nossa história de sucesso é explicada pela dedicação da nossa gente. Todos os dias, erguemos as mangas para fazer acontecer.

em 2020 completamos

140 anos de história

85 anos de Fundação Hermann Hering

56 anos de capital aberto (com **162.533.937** ações HGTX3 no Novo Mercado da B3)

10 anos do Museu Hering



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.

eficiência

2,8 toneladas de malha ressignificadas

93% da matriz energética de energia renovável

15% de redução no consumo de água nos processos de tingimento (pág. 29)

social

255 mil reais de investimento social privado destinado ao desenvolvimento social pela Fundação Hering

econômico

2,7 bilhões de reais de valor de mercado

1,2 bilhão de reais de receita

78.124 milhões de reais em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para desenvolvimento do País

35,3 milhões de reais em juros sobre o capital próprio pagos aos acionistas

16,7 milhões de dividendos pagos aos acionistas



Paixão pela Causa

Somos apaixonados pelo que fazemos. Com autonomia e entusiasmo, transformamos desafios em oportunidades.

74 lojas próprias das nossas marcas

130 lojas reformadas

7 novas lojas em formatos inovadores

Nossos Valores

Processo de Rebranding

Em 2020, iniciamos o processo de atualização do posicionamento e dos valores da Cia. Hering. Construído em parceria com a FutureBrand São Paulo, o projeto reconhece o legado da Cia. Hering para o Brasil e a prepara para o futuro ao torná-la uma plataforma de marcas que conecta moda a pessoas.

Propósito

Impulsionar negócios para conectar marcas à pessoas.

Somos a plataforma de marcas que impulsiona negócios e conecta a moda brasileira às pessoas.



Novos Valores

Conhecer para surpreender o cliente

Buscamos sempre ir além, pois somos apaixonados pelo que fazemos. Escutamos os clientes e transformamos dados em experiências únicas e envolventes.

Inovação para impulsionar negócios

Encorajamos um ambiente aberto à inovação. Construimos o futuro, com criatividade e ousadia, para mudar e sempre nos manter relevantes.

Confiança para alta performance

Agimos com confiança e alinhamento. Somos movidos por resultados e os entregamos com assertividade e determinação.

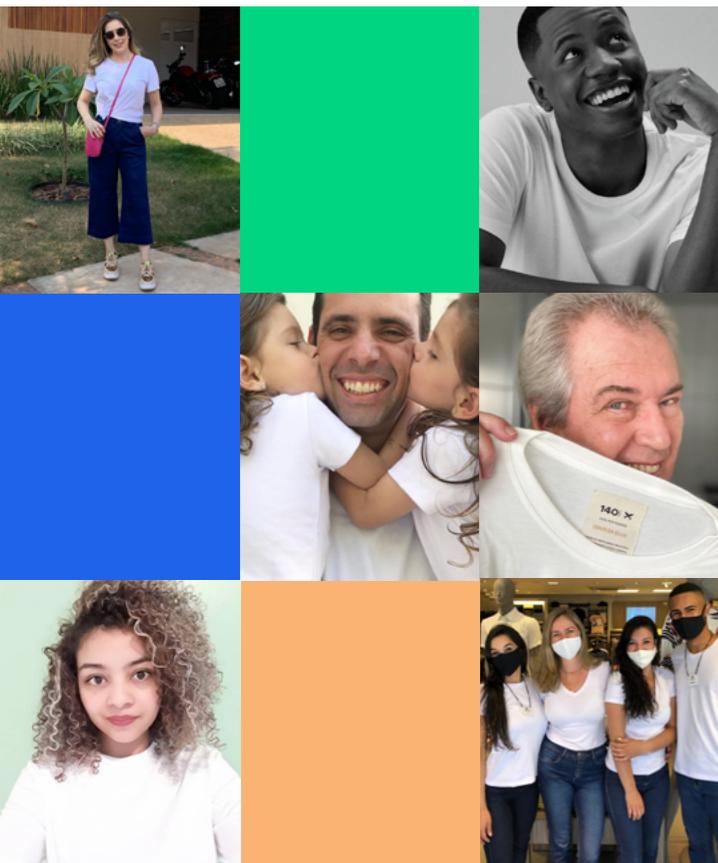
Coragem para empreender

Atuamos como donos do negócio. Temos autonomia e entusiasmo para assumir riscos e transformar desafios em oportunidades.

Parcerias para conectar as pessoas

Apoiamos negócios e pessoas para construir uma cadeia de valor cada vez mais colaborativa e sustentável. Por acreditarmos no valor do coletivo, construímos um ecossistema baseado na troca e nas relações.

Cento e Quarenta Anos

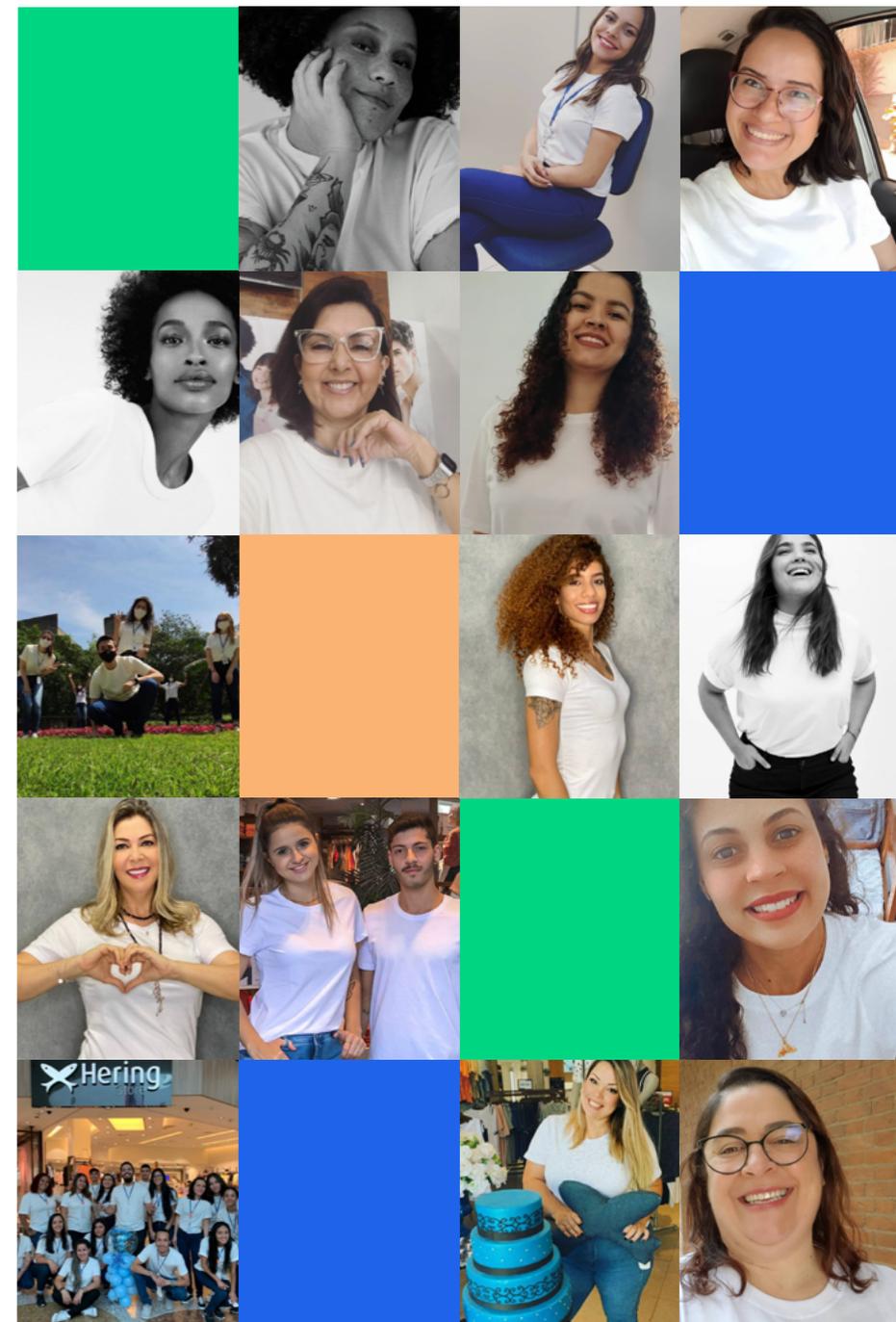


Em setembro, a Cia. Hering completou 140 anos de história. Catorze décadas de uma trajetória verdadeira e múltipla. Somos uma Companhia que nasceu do sonho de valorizar o empreendedorismo e promover a experiência com nossas marcas. Com paixão e coragem, nos reinventamos ao longo dos anos, sem perder a identidade e autoria do nosso DNA: criando ícones atemporais que entregam conforto e bem-estar com tecnologia aplicada, design, qualidade e uma moda democrática, com propósito.

Há 140 anos acreditamos na moda como um ambiente de expressão livre, ético e responsável. Completamos esse marco com orgulho, cientes de que ao longo desses anos, crescemos e valorizamos as trocas que nos tornam a varejista contemporânea de hoje.

No dia 25 de setembro, convidamos os colaboradores a se juntarem a nós e vestir sua camiseta Hering, num ato simbólico para comemorar o Dia da Básica. Nesta data tão significativa para todos, 100% das vendas de camisetas World T-shirt brancas foram revertidas para o projeto Vestir o Brasil, que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo em comunidades do Brasil pelos próximos anos (saiba mais na pág. 56).

Olhando para nosso futuro, celebramos nosso legado e todos que já fizeram parte deste caminho que torna a Cia. Hering uma referência no setor.



Afinal, nós somos feitos de pessoas, elas são essência da nossa história.

É por isso que, em 2020, escolhemos celebrar nossos 140 com base em três pilares fundamentais: **encantar, reconhecer e colaborar.**

Celebramos por meio da colaboração e entendemos que os próximos anos serão construídos com base na nossa essência. Isso porque sabemos que nossa narrativa continuará a ser contada com inovações e transformações: seguiremos nos reinventando, sem jamais nos distanciar da nossa fortaleza: **ser feita por pessoas, para pessoas.**

Encantar

O encantamento é parte das relações duradouras da Cia. Hering. Para reforçá-lo, engajamos nossos *stakeholders* por meio de uma campanha com vídeos e depoimentos que incorporaram nosso sentimento de orgulho, traduzindo o papel da Cia. Hering na vida das pessoas.

Reconhecer

Chegamos aos 140 anos e olhamos para o próximo capítulo dessa trajetória com uma certeza: essa é uma conquista das pessoas que fazem a Cia. Hering. Em 2020, reforçamos esse reconhecimento apresentando colaboradores e parceiros com uma camiseta emblemática de aniversário da Companhia.

Colaborar

Colaborar é a nossa forma de celebrar. Esse foi o mote que nos direcionou em 2020. Garantimos a colaboração com todos os *stakeholders*, para o presente e o futuro melhores para todos. Neste ano, iniciamos o programa Vestir o Brasil (saiba mais na pág. 56), com o propósito de contribuir para a educação empreendedora dos jovens.



Em 2020, também comemoramos o aniversário de 85 anos da Fundação Hermann Hering. São anos de história, cuja missão é proporcionar acesso à cultura e à educação empreendedora no campo da moda, ampliando as oportunidades de trabalho das comunidades, contribuindo com a autonomia local e criando espaços de debate sobre o papel da moda no mundo que desejamos.

A Fundação e a Cia. Hering estão mais do que juntas nesse caminho, colaboramos há mais de oito décadas porque acreditamos na potência da colaboração.

Queremos fazer parte da construção coletiva para que o futuro da moda seja mais justo, sustentável e responsável. A Fundação tem um importante papel de guardião dos valores que são essenciais para o negócio, e ao preservar o legado de uma Companhia com 140 anos de história, ela impulsiona as novas gerações para a construção de uma jornada rica de aprendizados.



Governança Corporativa

GRI 102-5

Boas Práticas

A Cia. Hering é uma Companhia de capital aberto desde 1964, com ações listadas no Novo Mercado na bolsa de valores (B3) há mais de dez anos.

Aperfeiçoamos continuamente os altos padrões de governança corporativa que seguimos. Por isso, somos comprometidos com uma gestão **transparente, equitativa e responsável**, os três pilares essenciais para manter um negócio perene e gerador de valor para toda a sociedade.

Reflexo disso foi que, em 2020, a Cia. concorreu com todas as corporações listadas na Bolsa de Valores e recebeu o **Troféu Transparência da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC)**. Com o tema “Transparência gera valor”, a premiação busca mostrar que transparência é uma vantagem competitiva, capaz de transformar o negócio e é a única da categoria no País. O reconhecimento é feito com base nos critérios que envolvem qualidade, consistência e aderência das demonstrações financeiras e contábeis que são disponibilizadas para *stakeholders* como acionistas, credores e todo mercado de capitais e financeiro.



Em 2020, fomos reconhecidos dentre os **Top 5 no Índice de Transparência da Moda Brasil (ITMB), da Fashion Revolution**. O índice avalia marcas e varejistas do ponto de vista da prestação de contas sobre suas práticas socioambientais. A Cia. Hering se destacou com uma pontuação de 57%, 36 pontos percentuais acima da média das empresas pesquisadas, que atingiram 21% em uma análise de mais de 200 indicadores relacionados a condições de trabalho, igualdade de gênero, igualdade racial, emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), descarte de resíduos têxteis, reciclagem e circularidade, entre outros.

O Novo Mercado é um segmento especial de listagem da B3, com adesão voluntária de uma série de normas adicionais, idealizadas para melhorar a governança, oferecer maior transparência e proteger o direito dos acionistas.

Melhores Práticas de Governanças

Capital composto exclusivamente por ações ordinárias	<i>Tag along</i> de 100%	Comitê de Auditoria, que assessora o CA assegurando a qualidade das demonstrações financeiras, controles internos, conformidade, integridade e gerenciamento de riscos da organização
Áreas de Auditoria Interna vinculada ao Conselho de Administração (CA) por meio do Comitê de Auditoria	Área de Gerenciamento de Riscos, Controles Internos e <i>Compliance</i> , que avalia e acompanha as exposições de risco da Companhia, além de monitorar a qualidade e a integridade dos mecanismos de controles internos	Estruturação e divulgação de processo de avaliação do CA, de seus comitês e da diretoria
Conselho de Administração com 71,43% de membros independentes (cinco de sete), acima dos 20% exigidos pelo Novo Mercado. Estes membros têm mandato máximo de dois anos e são eleitos em Assembleia Geral	<i>Free float</i> de 62,10%, acima do mínimo de 25% exigidos pelo Novo Mercado	Compromissos institucionalizados por um amplo repertório de políticas corporativas, disponíveis em nosso site de Relações com Investidores

Comitê de Sustentabilidade

Criamos um Comitê para discutir sobre a sustentabilidade do negócio. Sua coordenação é feita por meio de um conselho misto, composto por membros da Cia. Hering (COO, CEO, diretores e gerentes) e por um conselheiro independente. Este Comitê visa criar uma força para transformar a visão dos colaboradores e da Companhia a respeito de questões sustentáveis. A função do Comitê é assessorar o Conselho em deliberações relativas às políticas e práticas de sustentabilidade da Companhia, zelando pela integração da sustentabilidade na estratégia dos negócios.

O comitê se reúne mensalmente para tratar do tema, garantindo uma gestão sistêmica dos aspectos Ambientais, Sociais e de Governança (ASG).



Gestão de Riscos

GRI 102-15

A Cia. Hering possui uma política de Gestão de Riscos aprovada, em 2020, pelo Conselho de Administração. O documento define os riscos para os quais buscamos proteção e os instrumentos utilizados para tanto. Também estipula a estrutura organizacional para gerenciamento de riscos, a avaliação da adequação dessa estrutura e de controles internos na verificação da sua efetividade, além de trazer diretrizes para o estabelecimento dos limites aceitáveis para a exposição da Companhia aos riscos.

Engajamento

Para fortalecer as boas práticas de Governança Corporativa, e visando preservar e otimizar o valor da organização, iniciamos, em 2020, o mapeamento de Riscos e Controles Internos. Nele, realizamos um *kick off* para engajamento da liderança, com discussões sobre os conceitos em relação aos temas de Governança Corporativa, Gestão de Riscos e Controles Internos e os papéis e responsabilidades de cada área.

As categorias de riscos aos quais a Cia busca proteção são:



Parcerias Estratégicas

GRI 102-12

Iniciamos o ano com novas parcerias e ações consolidadoras do nosso compromisso com a sustentabilidade, visando estabelecer relações justas e sustentáveis e expandir nossos horizontes estratégicos.

Em 2020, passamos a fazer parte do **Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)**, aproximação que nos traz grande satisfação e orgulho por fazer parte de uma rede de tamanho potencial transformacional.

Pelo programa **Caminho+B**, mensuramos o impacto socioambiental da Companhia e garantimos um olhar para dentro detalhado, a partir do qual encontramos novas oportunidades de evolução com a Avaliação B. Dessa forma, otimizamos o tempo e o rigor das medições de nossos impactos, direcionando a Cia. Hering para que seja uma **força de mudança para uma nova economia mais humana e sustentável.**



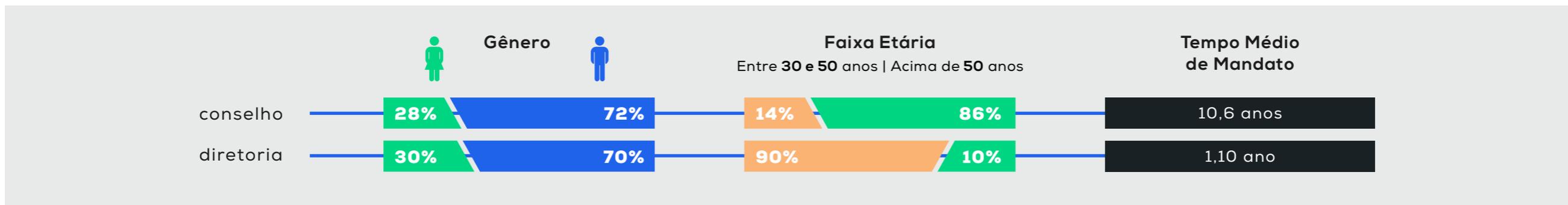
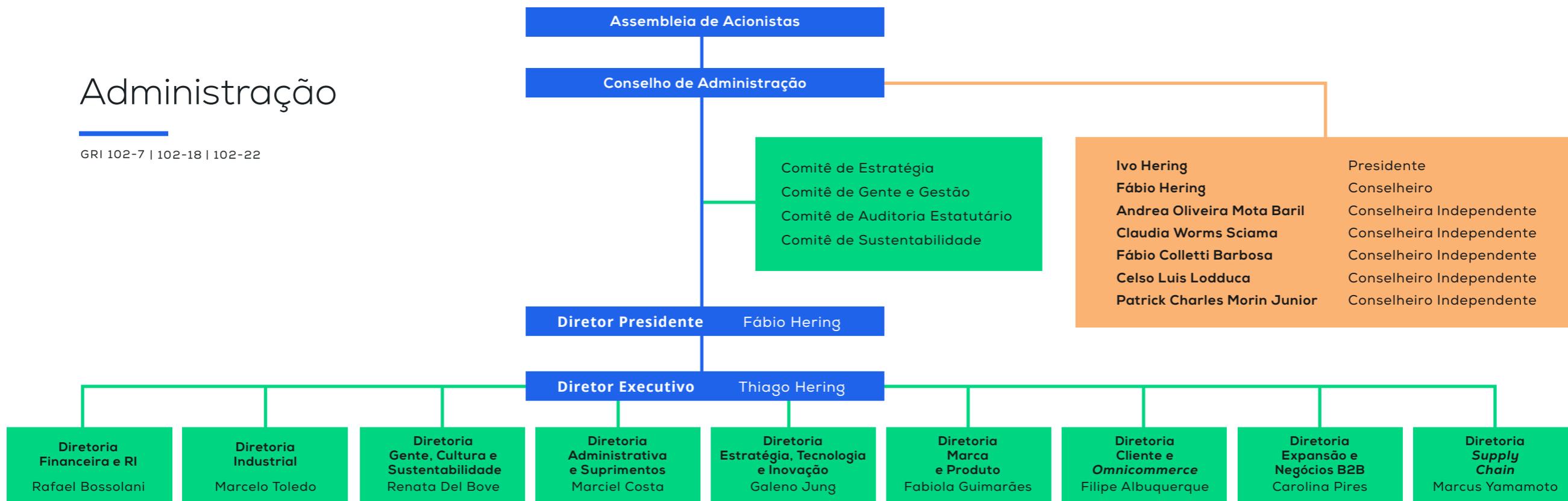
caminho+B

Em parceria com a Fundação Hermann Hering, em 2020, também mantivemos nossa participação no **Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC)**, **LabModa Sustentável**, e na iniciativa **Conexões do Cuidar**, voltada a combater impactos na saúde mental devido ao isolamento social.

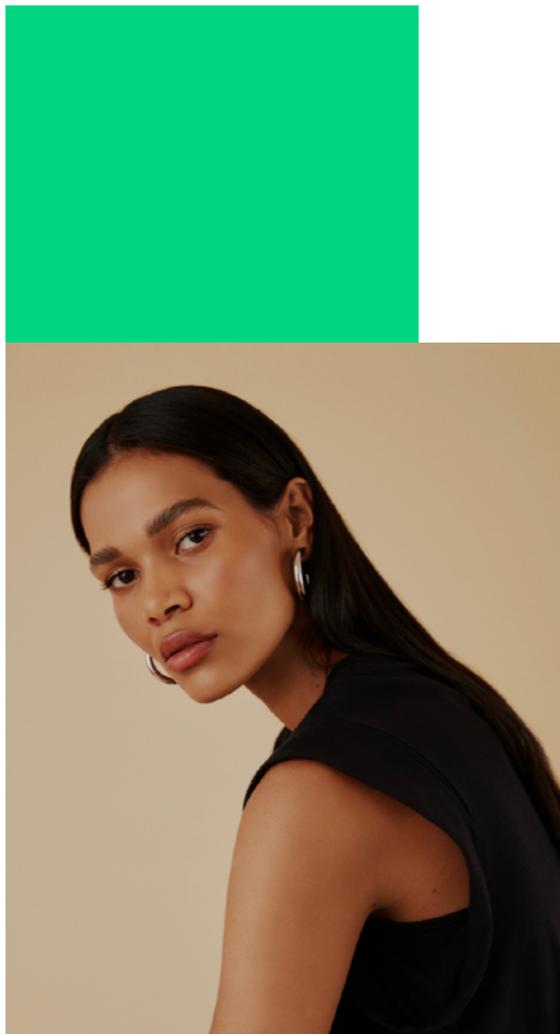
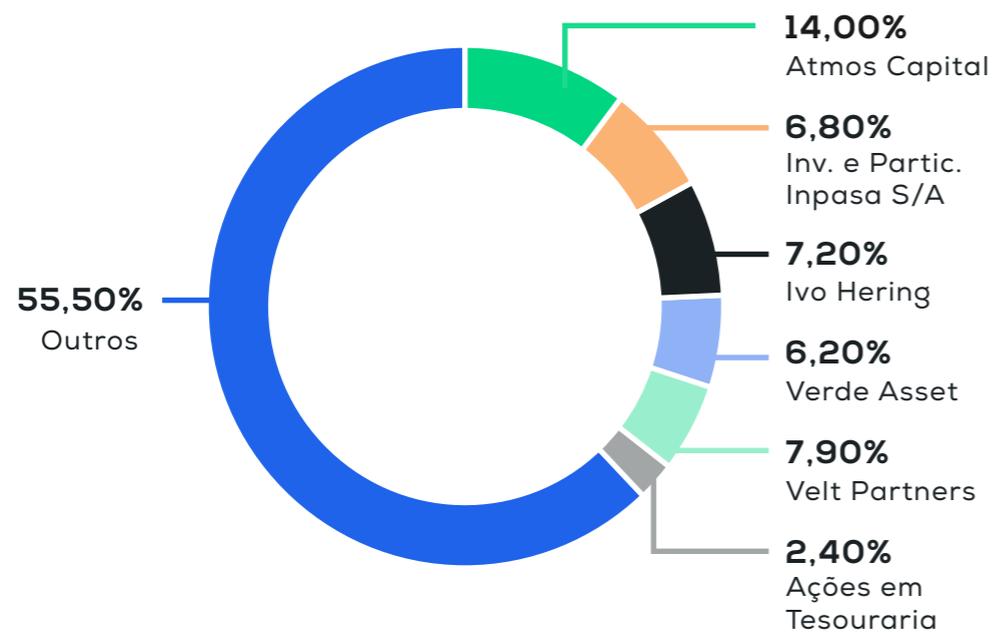


Administração

GRI 102-7 | 102-18 | 102-22



Estrutura de Capital



Avaliação

A avaliação de desempenho da Diretoria Executiva é feita com a metodologia 360º (autoavaliação, gestor, pares, equipe e rede de relacionamento), com performance calibrada em dois eixos: Comportamentos e Metas (indicadores corporativos e do negócio).

O resultado direciona os planos de desenvolvimento de liderança, com acompanhamento direto da área de Gestão de Pessoas. Nosso Presidente também passa por uma avaliação anual por parte do Conselho de Administração, que levanta pontos e perspectivas sobre o que seria esperado do CEO da Companhia.

Remuneração

O Conselho de Administração é remunerado mensalmente em valor fixo, com benefícios em linha com as práticas de mercado. Nossa Diretoria é remunerada de forma mista, tendo componentes fixos e variáveis ligados aos indicadores de desempenho, além dos benefícios. Essa política de remuneração tem como objetivo principal criar incentivos com metas de desempenho e engajamento, alinhados ao interesse dos *stakeholders* em curto, médio e longo prazo.

Ética e Integridade

GRI 205-1

Somos absolutamente comprometidos com uma atuação ética e íntegra. Para garantir essa premissa, contamos com políticas que orientam as condutas exigidas em nosso relacionamento com todas as partes interessadas, com a sociedade e o meio ambiente. Também temos uma forte cultura de integridade, prezamos por relações responsáveis, honestas, transparentes e norteadas pelo respeito, características intrínsecas ao nosso negócio e propósito.

Em 2020, fomentamos internamente o *compliance* fiscal, com objetivo de garantir o cumprimento dos padrões e regras fiscais estabelecidas nas diferentes localidades onde estamos estabelecidos. Além disso, integramos a política anticorrupção ao nosso acervo de monitoramento.

Relacionamentos



Código de Conduta Ética

Nosso Código de Conduta Ética tem por objetivo estabelecer os princípios éticos e normas de conduta que devem nortear as relações internas e externas da Cia. Hering. Atualizado e aprovado em 2018, o documento é disponibilizado aos colaboradores na admissão e no Portal Cultura e Gente (saiba mais na pág. 45), em formato especialmente desenvolvido para facilitar o entendimento.

A disseminação do nosso código contou com ações estratégicas de comunicação por meio dos nossos canais internos, com disponibilização de cópias físicas em todas as unidades industriais e na intranet, além de reforço via e-mails corporativos.

Em 2020, também fizemos um dia especialmente voltado para fomentar o tema, tanto na indústria como no varejo, o dia *"D" Compliance*, que aconteceu em novembro. Para ampliar o engajamento, publicamos a nossa Política de *Compliance* e promovemos o *Café com Compliance*, evento que envolveu todas as unidades administrativas e industriais para garantir e fortalecer ainda mais o Canal de Ética e Código de Conduta.

No ano, 100% dos colaboradores passaram por treinamento referente ao Código.

Conheça, a seguir, os princípios do Código de Conduta Ética:

Canal de Ética

GRI 102-17

O Canal de Ética é nossa principal ferramenta para atendimento relacionado ao tema. Sua função é registrar denúncias e reportar qualquer ação que viole nossos valores, além de registrar sugestões e dúvidas. O Canal é disponível por meio de ligação telefônica, site ou aplicativo, 24 horas por dia todos os dias do ano, e conta com profissionais treinados e capacitados para isso.

Desde 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.

Nosso canal de denúncia também está disponível e é divulgado para nossos fornecedores.

Acompanhamento

Contamos com a área de *Compliance* para monitorar as ações de nossas operações próprias e de fornecedores, verificando se atendem aos critérios e diretrizes dos códigos e regulamentos internos e externos vigentes. Dessa forma, nos mobilizamos para prevenir ativamente qualquer risco de corrupção e ainda garantimos o alinhamento aos valores da Cia. Hering.

Em 2020, realizamos 537 auditorias em fornecedores e, diante dos desafios em função da pandemia da Covid-19, potencializamos o nosso modelo de monitoramento de avaliação com base em riscos e inteligência artificial.

A Cia. Hering não tem identificado riscos significativos em suas operações e em fornecedores.



Nosso Público Conectado

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](#).

 0800 601 8606



Desempenho

GRI 102-7 | 103-1 | 103-2 | 201-1

O ano de 2020 começou desafiador, em função da pandemia da Covid-19, com impacto no cenário da economia global. Desde o início, nos mobilizamos para agir com rapidez, priorizando a segurança das pessoas e a perenidade do negócio. A Cia. Hering mantém o acompanhamento de suas operações por meio do Comitê de Oportunidades, que orienta medidas a serem adotadas para preservar a integridade e saúde de nossos colaboradores, bem como garantir a sustentabilidade e resiliência da nossa rede.

Mais uma vez, nosso modelo de negócios permitiu que nos adaptássemos às demandas do cenário. Trabalhamos para continuar a construção de um modelo eficiente, integrado, ágil e *data driven*, que garanta a satisfação na experiência de todos os nossos clientes.

No final do ano, a retomada de vendas *sell out* acima da projeção fortaleceu o nível de confiança da rede de parceiros, tendo efeito bastante positivo nos eventos de *go to market* referentes aos ciclos de novembro e dezembro. Estamos cientes de que o maior desafio na agenda para o futuro está relacionado ao cenário macroeconômico, mas seguimos confiantes em nossa capacidade de encontrar soluções para continuar navegando a Companhia dentro de um setor bastante cíclico.

Também seguimos concentrando esforços para nos tornarmos cada vez mais eficientes, com uma gestão ambiental cada vez mais integrada aos objetivos da Companhia.

Conheça a seguir os principais indicadores de desempenho da Cia. Hering em 2020:

Social

Cerca de

6,9 mil

pessoas impactadas diretamente pelos projetos de empreendedorismo e projetos apoiados pela Fundação Hermann Hering

70

jovens de todo o País engajados pelo projeto **Vestir o Brasil** (pág. 55)

5,6 mil

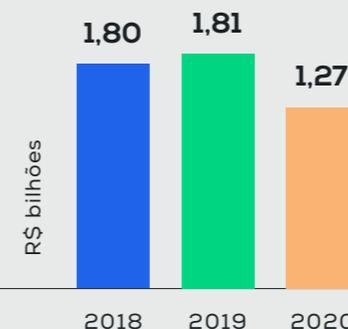
empregos gerados por nossos franqueados

255 mil

em investimento social privado destinado ao desenvolvimento social pela Fundação Hermann Hering

Financeiro

Receita Bruta



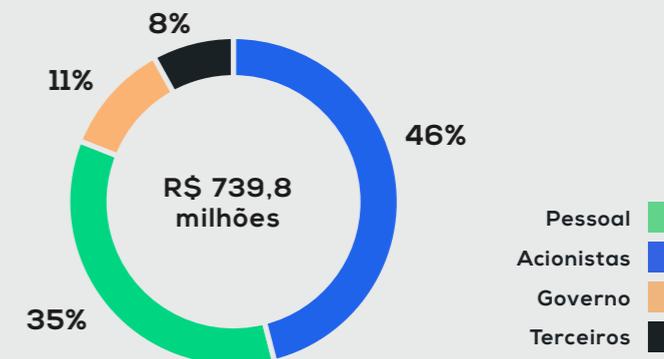
Lucro Bruto
R\$ 419,6 milhões
Roic
17,2%

Ebitda



Dividendos/Provendos
-23,5%
Lucro Líquido
R\$ 342,9 milhões
Posição de Caixa Líquido
R\$ 265,1 milhões

Distribuição do Valor Adicionado



Eficiência

16%

de redução no consumo de água com processos menos impactantes

Aquisição de

2

máquinas no processo de tingimento, com consumo

93%

da matriz energética proveniente de energia renovável

23%

menor de energia

265

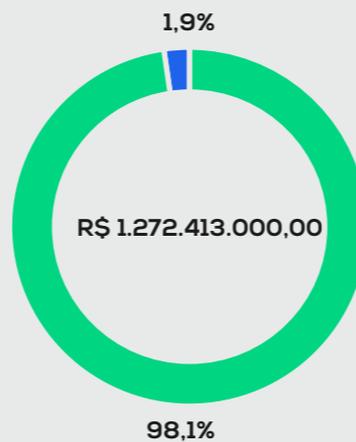
kg de resíduos têxteis ressignificados através do projeto Retrama

2,8

toneladas de malhas e tecidos ressignificados em novos produtos

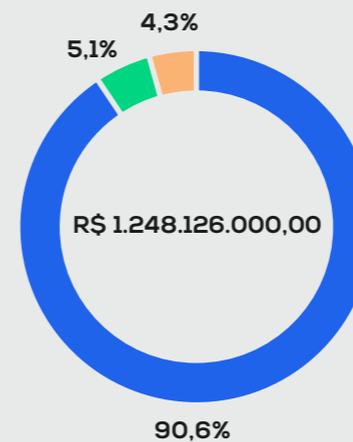
Operacional

Receita Bruta Total



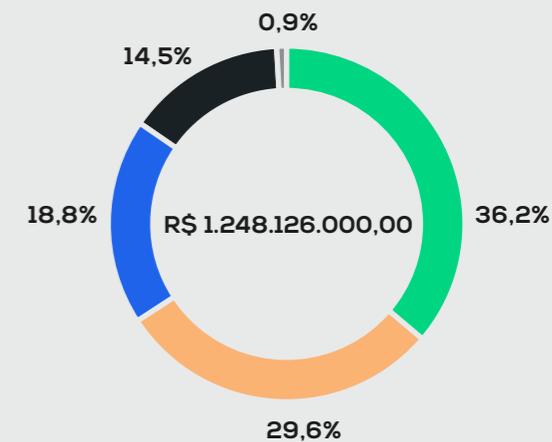
■ Mercado Interno
■ Mercado Externo

Receita Bruta de Mercado Interno



■ Hering
■ DZARM
■ Outras*

Participação no Mercado Interno



■ Multimarcas
■ Franquias
■ Lojas Próprias
■ Webstore
■ Outras**

* Considera a venda de itens de segunda linha, sobras, marca PUC e Folha.

** Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

Gestão Eficiente

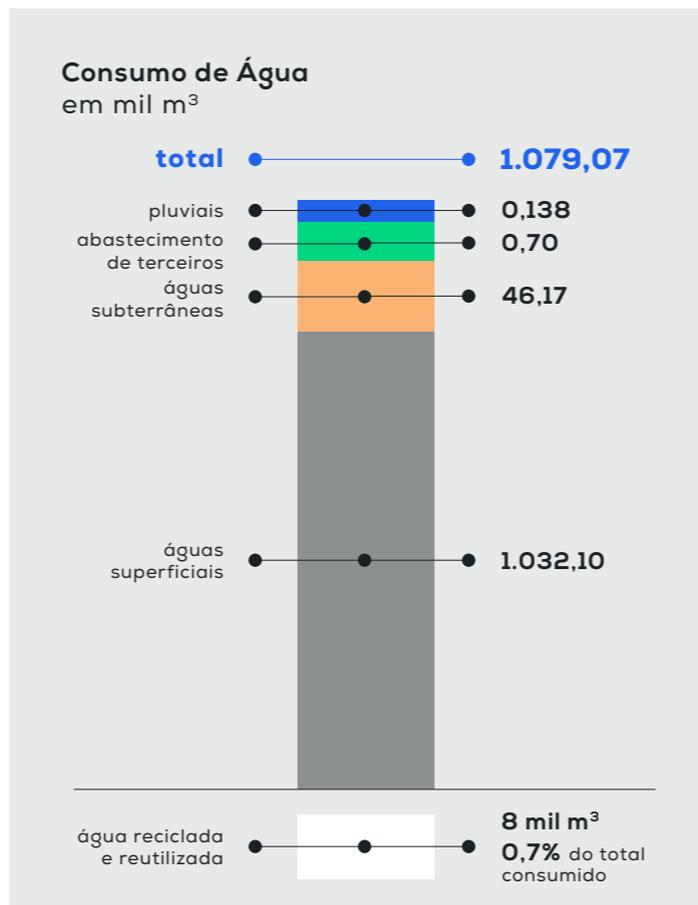
GRI 103-1 | 103-2 | 103-3 | 302-1

Um de nossos principais esforços está em aperfeiçoar processos, a fim de torná-los cada dia mais eficientes. Somos engajados em buscar novas formas de diminuir e eliminar impactos negativos relacionados à cadeia da moda, mantendo os indicadores de qualidade dentro dos parâmetros e disseminando o consumo consciente dos recursos naturais.

Contamos com uma Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE), que monitora e delibera sobre os impactos ambientais de todas as unidades da Cia. Hering, considerando o consumo de combustíveis, de água, de energia, além da geração de resíduos e efluentes.

Nossa Comissão dá aos novos projetos o âmbito da responsabilidade ambiental, além da qualidade técnica e da eficiência financeira.

Trabalhamos para reduzir as externalidades da cadeia têxtil, encontrando novas maneiras para garantir a excelência em produção e resultados enquanto mantemos a perpetuidade do negócio.



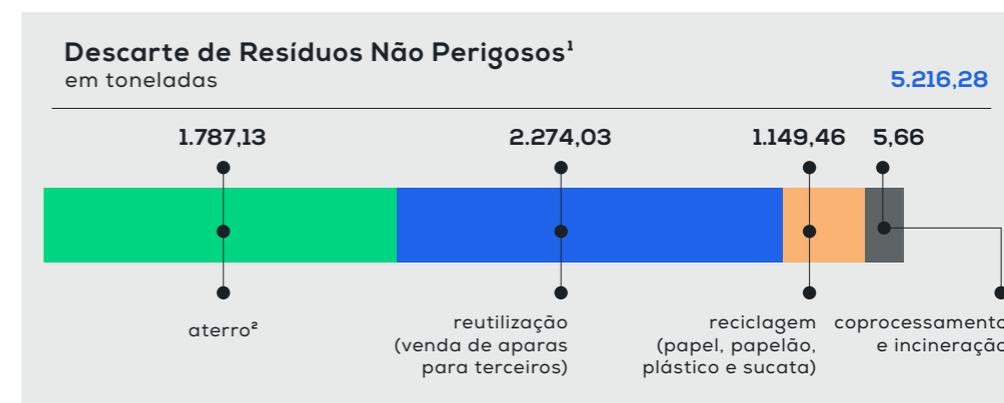
Descarte de Efluentes por Destinação

Destinação	mil m ³
ete: curso d'água (rio)	959,4
fossa séptica: aterro sanitário	0,8

intensidade energética³
1,346 kwh/peça

Consumo de Energia⁵

Fonte	gigajoules (GJ)
biomassa	232.474,5
gás natural	89.673,51
elétrica	103.088,19
glp	8.264,94
diesel	1.648,22



¹ Volume de resíduos perigosos em 2020: 3.984 unidades de lâmpadas, destinadas a um fornecedor que faz a devida descontaminação e reciclagem das mesmas.

² Do volume enviado para aterro, 73,13% 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, dividida pelo número total de peças produzidas pela Cia. Hering no ano.

⁴ Emissões referentes ao ano de 2019, de acordo com inventário realizado em 2020.

⁵ Em 2019, os dados de Biomassa, GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) e GNV (Gás Natural Veicular) foram apresentados em mil GJ (gigajoules). Em 2020, todo cálculo foi revisado para a escala sem multiplicar por mil.

Vale considerar que em 2020 a maioria das unidades industriais permaneceram fechadas ou funcionando muito abaixo da capacidade, o que impacta na geração de resíduos e efluentes, além do consumo de água e combustíveis.

Emissões

Fonte	(ton co ₂ e) ⁴
emissões diretas (escopo 1)	12.182,70
combustão estacionária	10.581,00
combustão não-estacionária	1.601,70
emissões indiretas (escopo 2)	2.855,34
outras emissões indiretas (escopo 3)	6.604,10

Nossos consumidores buscam produtos com propósito. E nós entendemos o investimento em nossos pilares socioambientais não só como um diferencial de negócio, mas um pré-requisito.

Educação e Engajamento

Para elevar nossa capacidade de gerar valor compartilhado e minimizar impactos negativos, engajamos nossos colaboradores em ações de fomento ao desenvolvimento sustentável. Mantemos ativa nossa agenda anual de educação ambiental, a partir da qual garantimos o impulso para despertar em cada colaborador a busca por soluções concretas e alternativas para os impactos identificados no seu dia a dia, em seu local de trabalho e na execução de suas tarefas.

Nosso objetivo é trazer contexto e ampliar repertório, para gerar proatividade e autonomia nos colaboradores, com a capacidade de inovar e criar oportunidades de geração de valor para todos, com desenvolvimento social, ambiental e econômico.

Por isso, em 2020, contamos com uma programação dedicada no mês do Meio Ambiente, em junho. Dentre as diversas ativações, realizamos campanhas sobre assuntos como o *Body Size* e dicas de sustentabilidade. Criamos desafios, compartilhamos mensagens da liderança,

ativamos publicações em redes sociais e mural da intranet, inclusive com detalhamento do nosso Relatório Anual de 2019.

Como parte das ativações, também contamos aos colaboradores mais sobre a nova parceira com o selo EuReciclo, para a gestão de resíduos da Companhia, com conversas descontraídas sobre a relevância da reciclagem. Ao final do Mês do Meio Ambiente, iniciamos um *quiz* para testar o conhecimento de todos sobre as práticas de sustentabilidade da Cia. Hering, trazendo perguntas que reforçavam o conhecimento sobre as iniciativas.

Nossa Comunidade de Líderes, um fórum de trocas entre coordenadores, também entrou na programação especial e realizou um bate-papo sobre o papel da liderança na sustentabilidade do negócio.

Ao longo destas quatro semanas, engajamos os colaboradores em conversas e trocas de conteúdo, os convidando a compartilhar e refletir sobre o papel da Cia. Hering e de cada um neste tema.



Monitoramento de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) e Meio Ambiente

Honramos nossa responsabilidade com o monitoramento e acompanhamento próximo dos processos que mantemos. Realizamos estudos para analisar os impactos ambientais das nossas operações e sistemas, e mapeamos os possíveis riscos associados a todas as etapas do negócio.

Após a execução, todos os projetos são monitorados e contam com bancos de dados relativos à sua eficiência. Nosso objetivo é desenvolver produtos que tenham o menor impacto ambiental possível, além de explorar novos tipos de tecnologias, com o intuito de minimizar as externalidades negativas do setor.



Produtos e Processos Menos Impactantes

Para dar maior robustez à nossa gestão ambiental, desenvolvemos coleções e produtos com insumos e matérias-primas sustentáveis. Dentre eles estão malhas com poliéster PET (de garrafas de plástico), com fios orgânicos, recicladas e provenientes de fios desfibrados de resíduo têxtil e aparas.

Em 2020, lançamos dois produtos derivados da World T-shirt, com a eficiência no *core* de sua existência, desde a criação até a produção: as camisetas H+ e Reuse. Apresentando a mesma qualidade, conforto e estilo proprietário da tradicional camiseta Hering, os novos produtos trazem a convergência de tendência com propósito, utilizando a tecnologia a favor da sustentabilidade.

Conheça mais:

Em 2020:



Evitamos o consumo de **23,3** mil m³ de água.



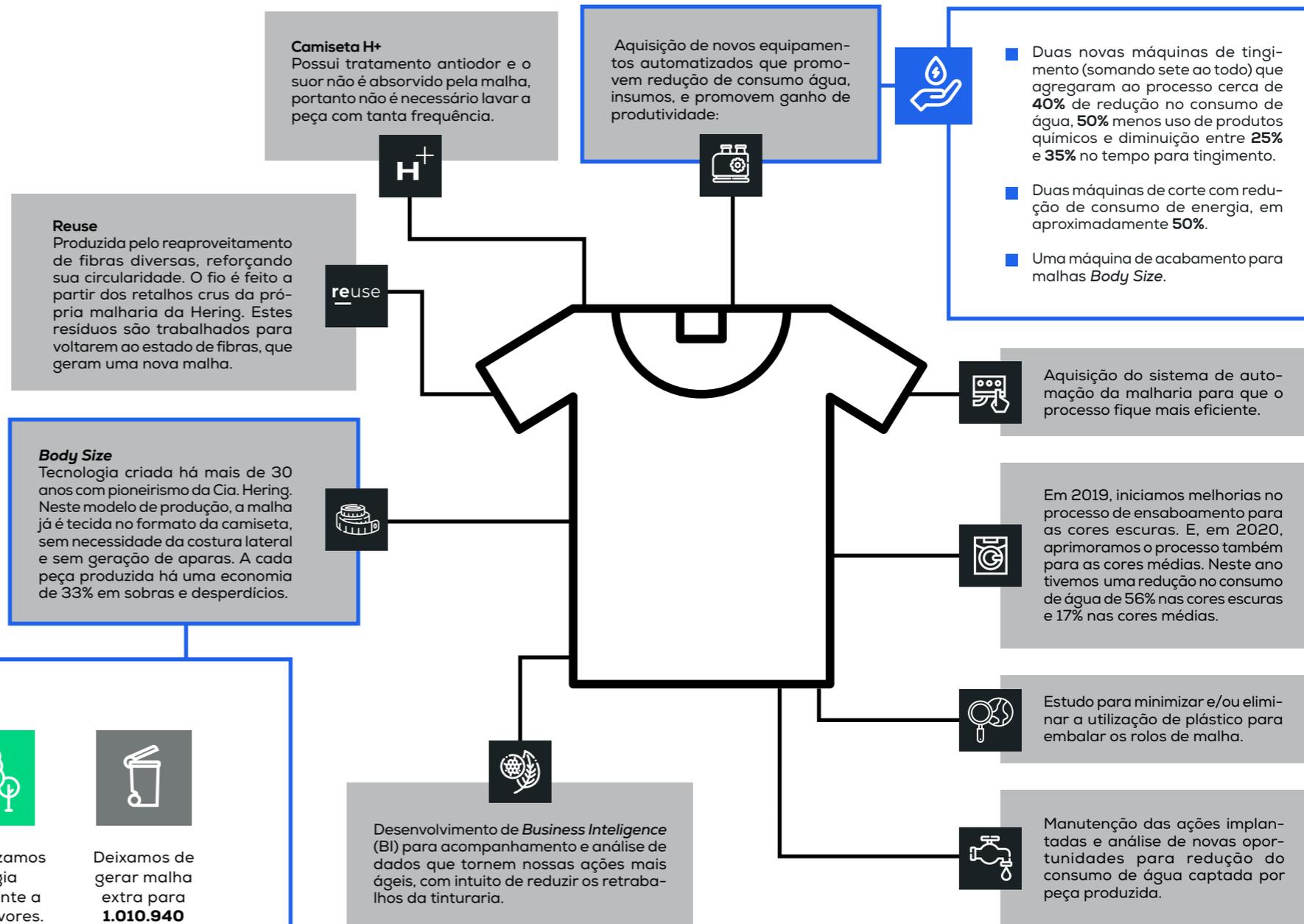
Deixamos de gerar **150** toneladas de CO₂.

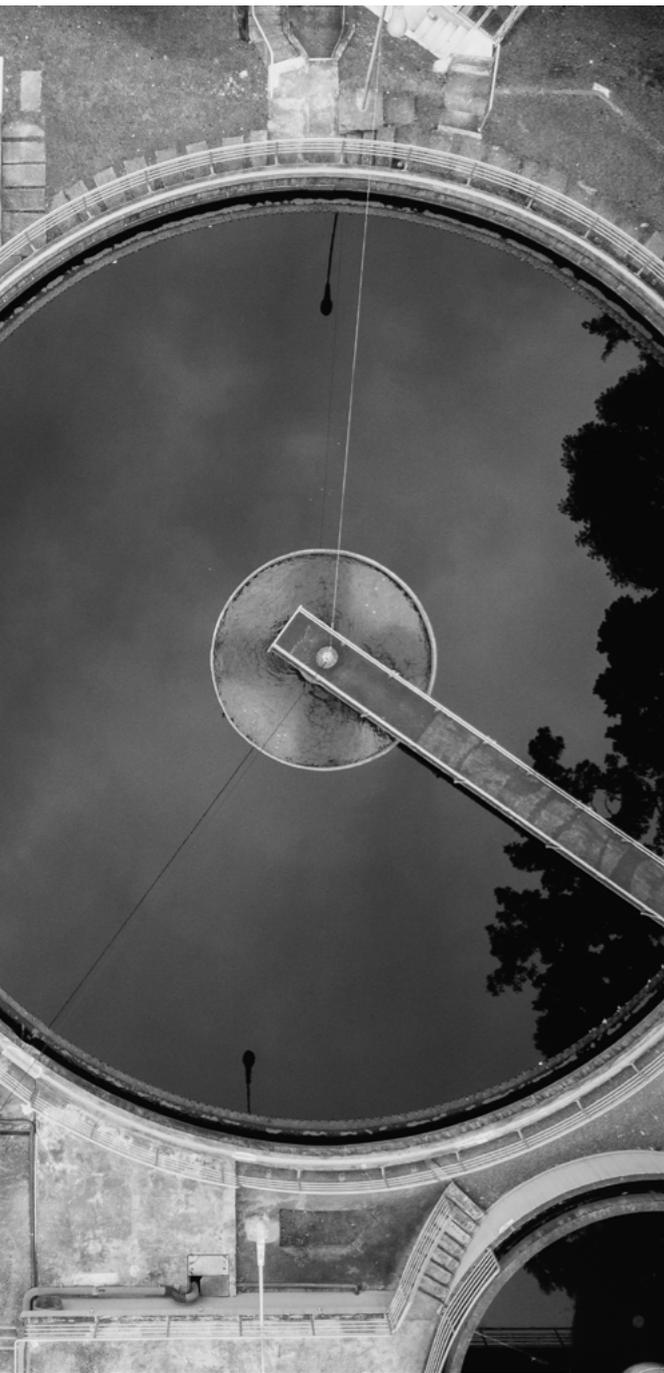


Economizamos energia equivalente a **1.072** árvores.



Deixamos de gerar malha extra para **1.010.940** camisetas.





Água

As atividades industriais tipicamente trazem alto consumo de água, especialmente na indústria têxtil.

A gestão consciente deste recurso sempre foi um ponto de atenção para nós. Em nossa unidade de Itororó, concentramos investimentos para maximizar a eficiência e contamos com uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) automatizada. Nossa ETE foi modernizada em 2019, o que trouxe grandes benefícios, garantindo melhor qualidade do efluente lançado de volta ao corpo d'água.

Saiba mais sobre o ciclo da água na Cia. Hering no Relatório de Sustentabilidade de 2019, página 50.



Mudanças Climáticas

Em 2020, demos novos passos em nossa estratégia de mitigação das mudanças climáticas. Realizamos nosso inventário de emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE), base essencial para nosso objetivo de neutralização de emissões até 2025.

Neste ano, neutralizamos 27,35 ton de CO₂ por meio do programa de gerenciamento e compensação de gases de efeito estufa, Programa CO₂ Neutro. Iniciamos também um piloto da avaliação de ciclo de vida de produto, que entrega maior rastreabilidade e transparência para nossos consumidores.



Conexão

A experiência é
nossa satisfação





Nossas Marcas

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

HERING

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.

701

lojas

681

no brasil

20

no exterior

987

bilhão de reais de receita nacional

presente no canal multimarcas e e-commerce

HERINGINTIMATES

A **Hering Intimates** é uma extensão de linha da Hering, com potencial de se tornar uma marca independente. A Hering Intimates dá continuidade ao tema do básico para apresentar um portfólio que une *underwear*, pijamas e *loungewear* para os públicos feminino e masculino. Diante do contexto de 2020, se consolidou um novo olhar para o guarda-roupa, que propõe a valorização do conforto e de *looks* funcionais, para dentro e fora de casa.

HERINGKIDS

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.

75

lojas no brasil

61,6

milhões de reais de receita nacional

DZARM

A **DZARM** é uma marca urbana para todos os momentos. Traduz as tendências da moda mundial de maneira descomplicada e com excelente custo-benefício. Entrega uma linha *jeanswear* completa com modelagens diferenciadas, além de desenvolver moda essencial em básicos com “algo a mais” e peças com estampas exclusivas.

03

lojas no Brasil

presente no canal multimarcas e e-commerce

1,7

milhão de reais de receita nacional

Em 2020, o caminho da PUC chegou ao fim, mas a sua essência é para sempre. Ao longo dos anos de sua existência, a Hering Kids sempre olhou para a PUC com admiração, absorvendo o seu lado autêntico, artístico e criativo. Por essa amizade, o legado da PUC continua vivo, agora que ambas compartilham atributos de posicionamento e produtos. Muitos dos produtos característicos da PUC agora estarão disponíveis para compra na Hering Kids. A diversão continua!



clientes



ampliação de portfólio



marcas



social e de relacionamento

Nossos Clientes

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

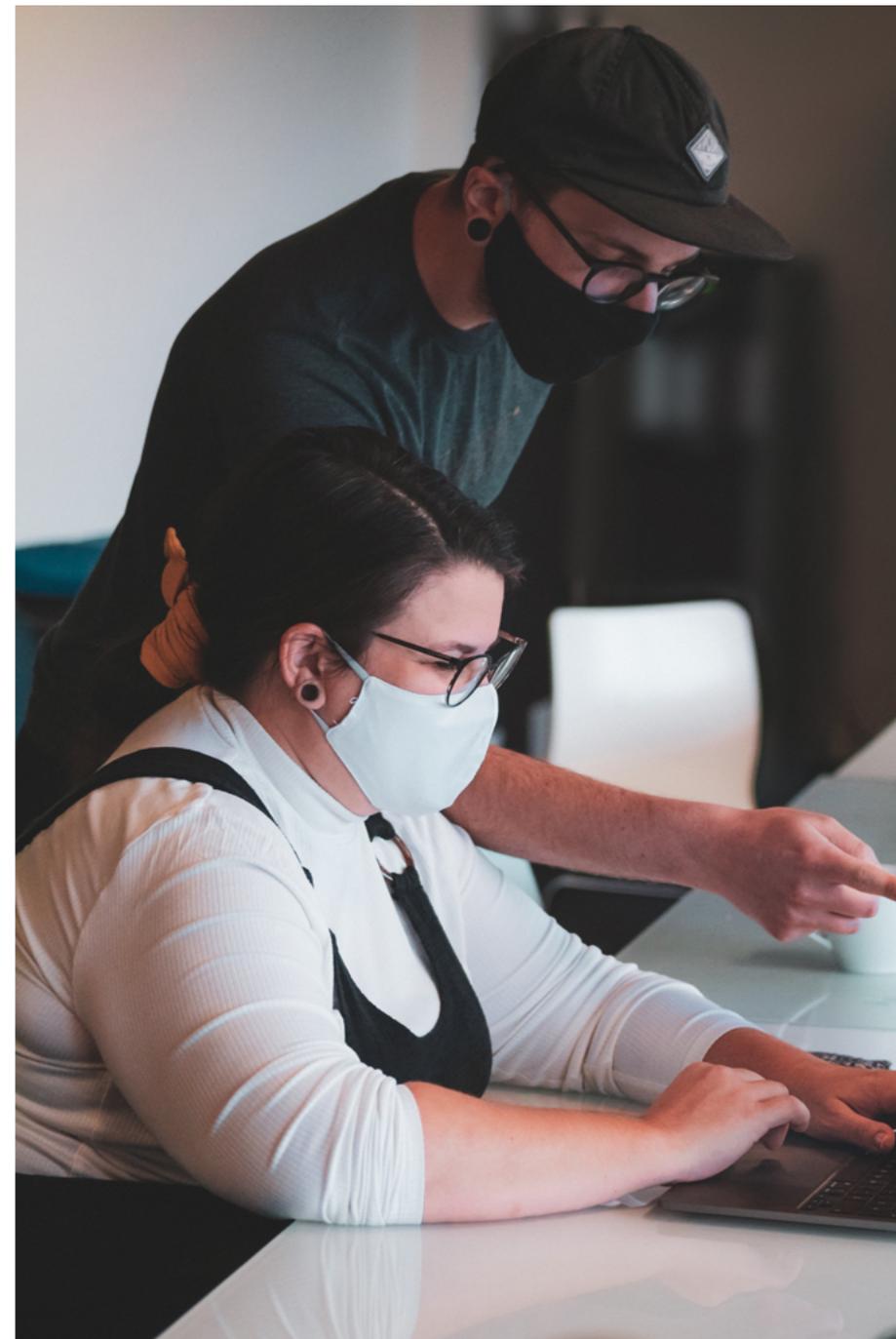
Os clientes são o porquê da Cia. Hering. Fazemos moda com alma para vestir as pessoas de histórias leves e descomplicadas. Quando falamos do nosso propósito – simplificar a vida – esse é o público que nos vem à mente. Por isso, nos esforçamos para proporcionar sempre a melhor experiência ao consumidor

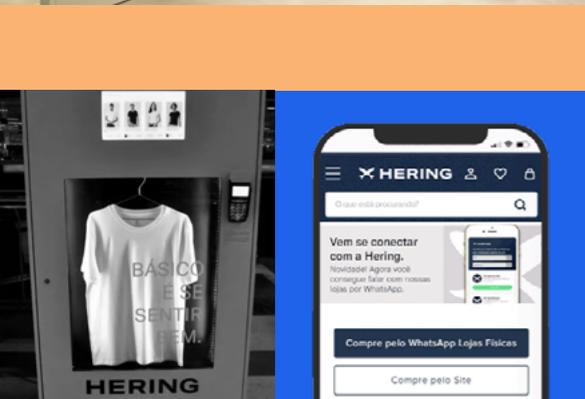
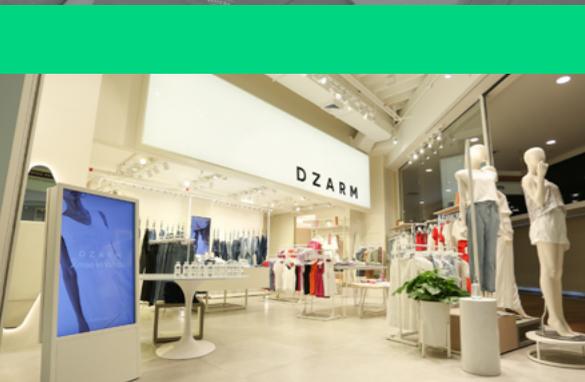
O foco no cliente é o alicerce da nossa evolução. É uma ideologia presente em todas as atitudes e nas tomadas de decisão da Companhia. Como exemplo desse compromisso, elevamos o peso do indicador de *Net Promoter Score* (NPS) – principal termômetro de satisfação deste público – para que este se torne um balizador fundamental para toda a Companhia.

Oferecemos aos nossos clientes um caminho no qual a ultra conveniência e a facilidade

são apenas o ponto de partida. Com diversos canais, disponibilizamos uma vasta gama de produtos e serviços que se adequam às demandas das pessoas, buscando sempre a melhor experiência possível.

Em vistas do contexto e das necessidades do cliente, em 2020, também fizemos um robusto trabalho de reestruturação da área de *Customer Success*, nome revisado do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que começou o ano com 17 colaboradores e terminou com 200. A própria mudança no nome reflete a natureza dessa transformação, porque posiciona a área como um caminho não só para atendimento de clientes atritados, mas para oferecer serviço de pós-venda ativo, garantir a felicidade e fidelidade dos nossos clientes, humanizando seu relacionamento com a marca.





Como Estamos nos Reinventando?

Em 2020, desafiamos os formatos existentes, revisamos processos, escopos e canais. Além das evoluções no meio digital (saiba mais na pág. 38), a revisão também foi feita nas lojas físicas à luz da nova jornada de compras.

As megalojas, que continuarão a ser escaladas, refletem o novo papel da loja física como um centro de experiência e *hub* de distribuição para entrega expressa. Enquanto formatos compactos como a Basic Shop e a Franquia Light viabilizam a ocupação de zonas livres e a capilaridade como potencializador do *omnicommerce*, além de fomentar o empreendedorismo no Brasil.

Expandimos o nosso modelo *One Stop Shop*, com mais três megalojas no nosso portfólio e inauguramos um novo conceito de loja da DZARM em São Paulo - SP. Também criamos um canal de venda, o *Social Selling*, que

permite que qualquer pessoa se torne um vendedor das nossas marcas, não só criando uma oportunidade de geração de renda para esses vendedores, como facilitando o acesso de nossos consumidores com um novo canal.

Outra novidade em nossas vendas é que agora cada loja física também é uma loja no WhatsApp. Com essa facilidade, o consumidor escolhe seus produtos favoritos e é atendido sem sair de casa, de forma totalmente digital, com a opção de *delivery* ou *drive-thru*. As modalidades de entrega também ganharam novos canais em 2020: passamos a entregar via aplicativo, em parceria com a Rappi, com *delivery* direto na cidade de São Paulo. Além disso, habilitamos mais de 300 lojas para realizar nossa Entrega Super Expressa, que leva o produto ao consumidor dentro de 24h após o pedido, e implementamos o *drive-thru*, pelo qual o consumidor retira as compras feitas online.

Seguimos inovando, expandindo nossa capilaridade, melhorando nosso nível de serviço a cada dia, buscando sempre os processos mais claros e simples e os produtos mais relevantes, para atender nossos consumidores da maneira que eles esperam e na hora que eles querem.



Diretoria do Cliente e Omnicanalidade

Esse ano criamos nossa Diretoria do Cliente, focada na experiência desse público. Em nosso núcleo de *Customer Knowledge*, aprendemos continuamente sobre os novos hábitos e necessidades destes clientes. Isso nos garantiu uma resposta rápida durante a pandemia, com pesquisas, identificação de soluções para possíveis dores, e estratégias cada vez mais customizadas de ofertas.

Usamos a ciência para fortalecer esse relacionamento, trazendo facilidades à jornada.

Foi um ano de avanços. Evoluímos a capacidade de execução e disciplina dos times, com o foco cada vez mais centrado no cliente. Unimos a já conhecida capacidade de inovação e criação da Cia. Hering à execução e desenvolvimento de processos robustos, que nos capacitaram para atingir os resultados buscados.



clientes



social e de relacionamento

Cuidados com o Cliente

GRI 416-1

Produtos

Testamos 100% dos nossos produtos, com um rigoroso processo de qualidade interna, com análise dos materiais adquiridos (matérias-primas e químicos) antes mesmo que cheguem às 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. Caso haja qualquer não conformidade, a matéria-prima é reprovada e automaticamente vetada para uso em nossos processos.

Retomada das Lojas Físicas

O desafio da reabertura de lojas, em 2020, foi realizá-la dentro do rígido padrão de segurança do qual a Cia. Hering não abre mão. Cuidamos dos nossos colaboradores, segmentamos e

priorizamos os afastamentos por grupo de risco, garantindo a saúde de todos.

Redesenhamos metas com o intuito de traçar planos de ação que estivessem em nossas mãos, respeitando todas as recomendações dos órgãos de saúde. Consolidamos as decisões municipais conforme as aberturas aconteciam gradativamente em um trabalho contínuo, adequando nosso quadro para cada contexto e mantendo a segurança em primeiro lugar, tanto das nossas pessoas quanto de cada um dos clientes em nossas lojas.

Privacidade e Segurança da Informação

Para nos adequar à Lei de Geral de Proteção de Dados (LGPD), iniciamos o mapeamento de todo o fluxo de dados pessoais de clientes dentro da Companhia e contamos com nossos parceiros para evoluir essa frente com agilidade. Além disso, estamos criando políticas, mecanismos de controle e melhorias sistêmicas para proteção dos dados.



Clientes Multimarcas

Nosso canal multimarcas é composto por clientes que revendem peças da Cia. Hering em lojas que também trabalham outras marcas. É com essa parceria que possibilitamos que nossos produtos alcancem ainda mais pessoas. A digitalização do canal, consolidada em 2019, trouxe benefícios para o fortalecimento do relacionamento com os clientes e melhores experiências para eles, além de se mostrar necessária no contexto vivido em 2020. Percebemos, no período, a concretização de nossos diferenciais como vantagens para a resiliência e o sucesso da Companhia.

Com a criação do novo canal de vendas *Key Account* (grandes contas), implementado em 2019, conseguimos ampliar a capilaridade das nossas marcas, que hoje estão presentes nas maiores e melhores plataformas de vendas online do País. Oferecemos uma curadoria na gestão da carteira de cada cliente, com atendimento customizado e baseado na visão de longo prazo e no desenvolvimento potencial do cliente, que conta com um sistema de trabalho estruturado.

- + conteúdo
- + interação
- + tecnologia
- + uso de dados
- 3 eventos *sell-in*
- + de 7 mil clientes

A solução impactou positivamente os negócios destes clientes, tornando a cadeia mais sustentável ao permitir que a Cia. Hering monitore os preços praticados e evite conflito entre os canais. Em 2020, nossa base de clientes dobrou e as antigas parcerias ficaram mais sólidas, com isso, os resultados aumentaram e a área está em expansão.

Os clientes multimarcas e os representantes também fazem parte de nossa plataforma de Ensino a Distância (EaD), com acesso ao conteúdo das marcas da Cia. Hering, assim como campanhas e coleções. No ano, disponibilizamos novas trilhas de desenvolvimento compostas por conteúdos técnicos e comportamentais, relacionados a vendas, operação e gestão do negócio.

Em 2020, realizamos nosso modelo inovador de *Showroom* totalmente virtual. No ano anterior, o evento já vinha passando por reformulações, para uma venda com foco no *storytelling* das marcas, e, em 2020, concentramos esforços para oferecer ao público uma experiência digital e dinâmica, atualizada e em dia com as demandas do momento.

O grande diferencial fica por conta da nossa plataforma *business-to-business* (B2B), que permite uma jornada unificada de apresentação do conteúdo, indicação de produtos e consumação de compra. Nesse formato, o cliente pode assistir ao vivo e rever quantas vezes quiser, favoritar itens e construir o pedido com poucos cliques, de forma prática e ágil.

Desta forma, elevamos o pedido médio e o mix de vendas, com representantes consolidando seu papel consultivo e alinhado às necessidades do cliente, o que contribuiu para promover a aproximação mesmo em um contexto de isolamento social.





ampliação de portfólio



modelo de negócios resiliente



comércio unificado



intelectual

Digitalização

A digitalização não é nova para a Cia. Hering. Além de uma rede composta por diversos públicos, somos um elo que os conecta e facilita relacionamentos. Essa conexão está na nossa essência, faz parte da alma da Companhia. Torná-la descomplicada e cada vez mais ágil é um trabalho ao qual nos dedicamos há alguns anos.

Em 2020, seguimos com nossa caminhada para intensificar a proximidade e facilidade de serviços, com o estabelecimento de uma cultura orientada por informações, que organiza os processos e métricas da Companhia com base em dados reais. Como resultado, potencializamos uma estratégia de personalização em escala, engajamento dos clientes com uma plataforma multicanal, que inclui *e-commerce*, aplicativo, lojas e redes sociais.

O engajamento da Cia. em manter um *e-commerce* robusto foi fundamental para minimizar as perdas que ocorreram com o fechamento das lojas físicas. Empenhamo-nos em investir nos canais eletrônicos para conseguir abastecer as demandas, buscando facilitar jornadas e nos mantivemos presentes em diversos momentos do dia a dia das pessoas.

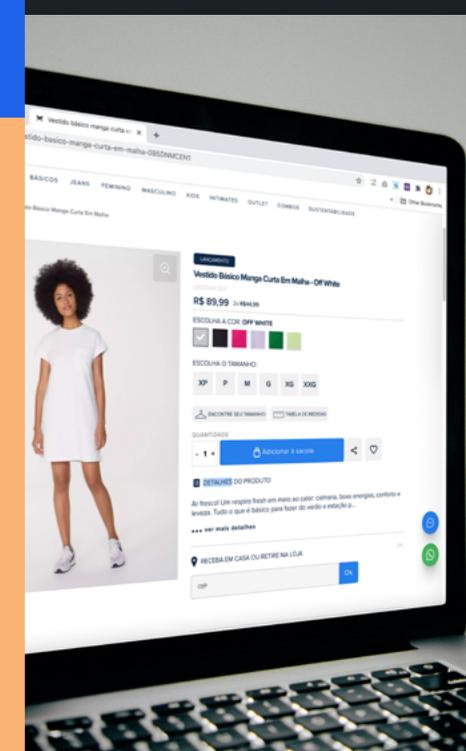
O contexto do ano contribuiu para a aceleração do canal, com a alta demanda por soluções digitais como consequência do isolamento social. Contudo, os resultados que atingimos se deram em função da agilidade na tomada de decisão e na execução, com ações como a integração do nosso Centro de Distribuição e revisão de processos logísticos para adequação às necessidades.

Na comunicação com nossos clientes, os canais digitais se mostraram ainda mais relevantes para levar informação, promoção e oferta a esse público. Atingimos nosso melhor indicador de participação nas vendas, impulsionado pela mudança de comportamento digital que a própria pandemia trouxe, mas também aliada a uma melhor segmentação, inteligência e ferramenta de *Customer Relationship Management* (CRM). Os dados nunca foram tão importantes para análises e tomadas de decisão relacionadas aos clientes e consumidores. Tivemos um contingente grande de aprendizado sobre o comportamento destes públicos, que munuiu nossas áreas de marcas e canais para pensarmos nas melhores soluções.

O comportamento de consumo se transformou ao agregar clientes que só compravam em lojas físicas e utilizaram pela primeira vez o *e-commerce*. Isto nos revelou uma nova jornada, com aumento de clientes multicanal, que têm um padrão de consumo mais rentável e alta fidelidade.

Nos consolidamos como uma Companhia *phygital*, com a omnicanalidade totalmente integrada ao negócio.

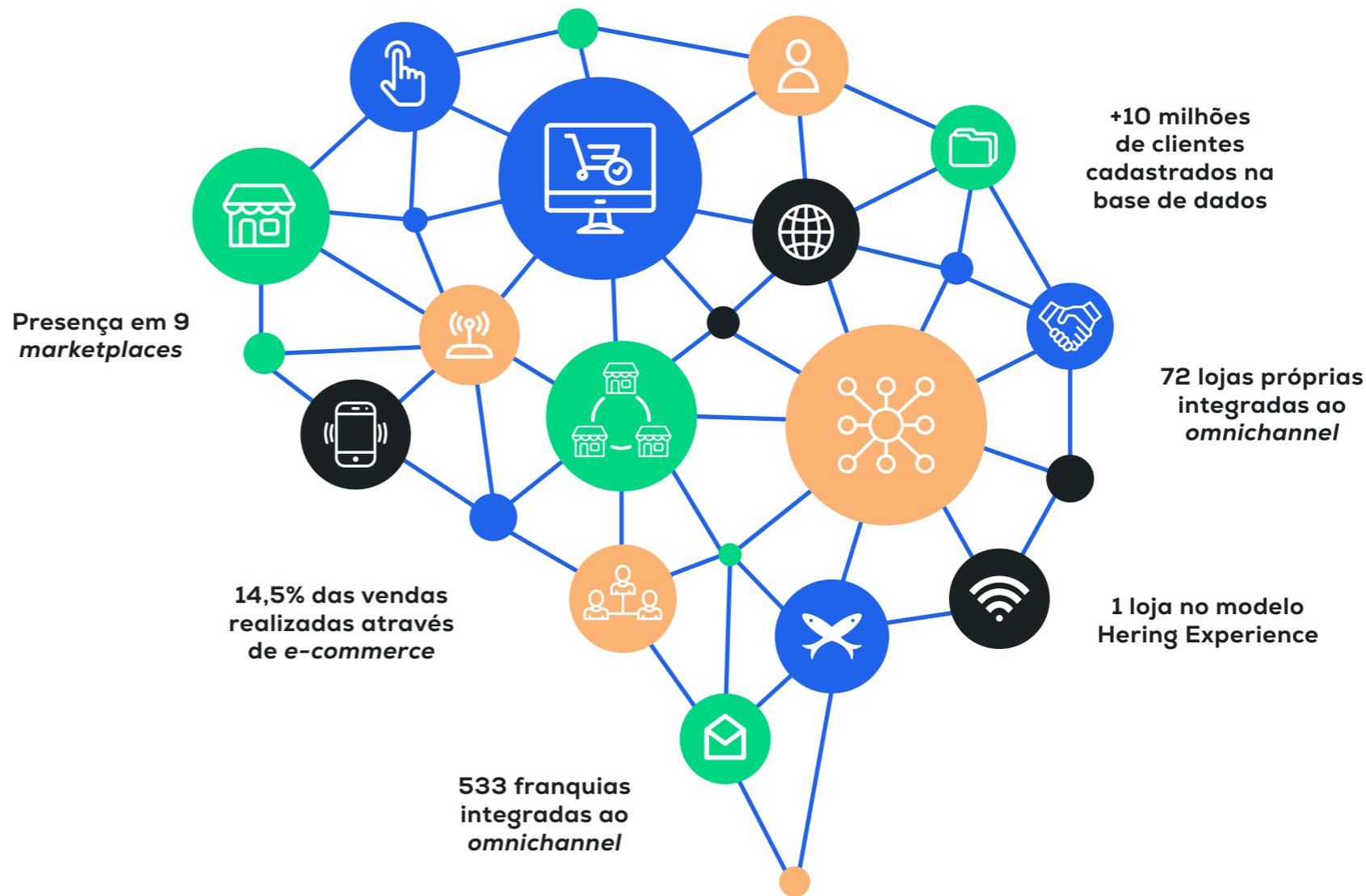
Em 2020, a Hering foi eleita como a **Melhor Marca da Categoria Varejo de Vestuário Online** pelo Prêmio Estádio de Melhores Serviços.



O modelo está presente em 90% das lojas e permite que a Cia. Hering conheça as preferências de seus clientes. A facilidade de compra, com alto nível de entrega, resultou no crescimento exponencial da nossa operação de *e-commerce*, mesmo com a reabertura dos espaços físicos.

Também priorizamos algumas formas automatizadas em nosso Serviço de Atendimento ao Cliente, implementamos a Unidade de Resposta Audível (URA) e evoluímos o *Chat Bot* com mais informações, além de diversas outras frentes em desenvolvimento. Nosso foco está na solução de problemas relacionados à experiência do usuário, aumento de sortimento e redução de rupturas. Mesmo com a reabertura de espaços físicos, mantivemos as taxas de crescimento do segundo trimestre ao longo do ano.

Sabemos que em toda essa transformação ainda há espaço para melhorias, e é essa consciência que nos mune da certeza de que o canal seguirá crescendo. Continuaremos a estreitar relação do canal digital com os nossos *stakeholders*, melhorando todos os dias a experiência, visão fundamental para nos tornarmos cada vez mais uma Companhia multicanal.



Afeto

Protegemos e
desenvolvemos
o que amamos





Nossa Gente

GRI 102-7 | 102-8 | 401-1 | 401-3

O ano de 2020 reforçou um fato que já conhecemos: as organizações, grandes e pequenas, são feitas de pessoas. Isso as torna, inevitavelmente, tão resilientes e geradoras de valor quanto os indivíduos comprometidos e alinhados a seu propósito. Essa construção coletiva é resultado do esforço de cada um e pode ser a força ou a fraqueza de cada instituição. Na Cia. Hering, é a razão de nossa excelência.

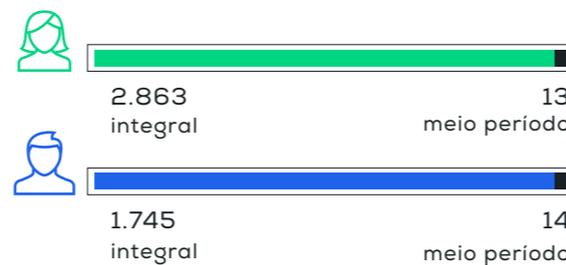
Adaptação das Estruturas

Em 2020, nosso quadro de colaboradores foi bastante impactado pelo encerramento das operações da unidade fabril na cidade de Parnamirim – RN e pela crise da COVID-19. Tomamos todas as medidas para cuidar das nossas pessoas, mas o contexto gerou uma redução do quadro de colaboradores, em comparação com o ano anterior, que é percebida nos indicadores a seguir.

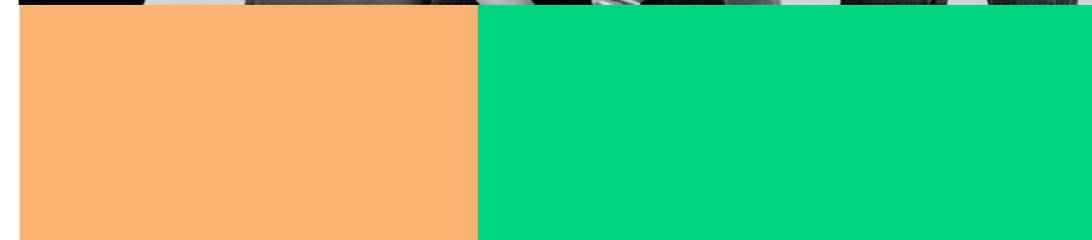
4.635 colaboradores



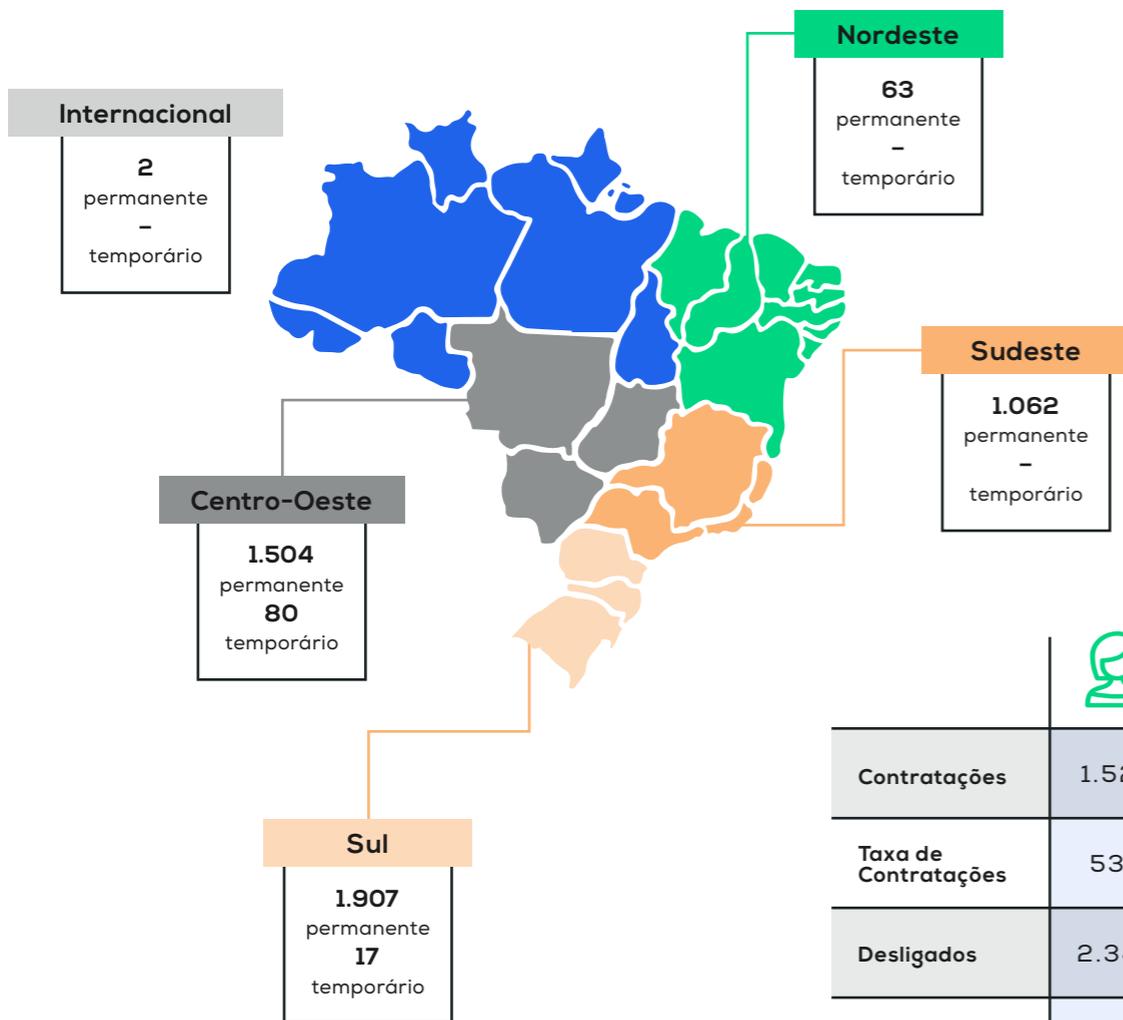
Tipo de Emprego



Tipo de Contrato



Regiões por Tipo de Contrato



Licença Paternidade e Maternidade

	Colaboradores com direito à licença	Colaboradores que utilizaram a licença	Colaboradores que retornaram ao trabalho após a licença (taxa de retorno)	Colaboradores que continuaram na Companhia 12 meses após o retorno (taxa de retenção)
	100%	26	96%	51%
	100%	158	74%	33%

			Centro-Oeste	Nordeste	Sul	Sudeste	Até 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima 50 anos
Contratações	1.524	885	836	65	650	858	1.800	573	36
Taxa de Contratações	53%	50%	53%	103%	34%	81%	78%	31%	8%
Desligados	2.340	1.140	839	899	827	915	1.897	1.373	210
Taxa de Rotatividade	81%	65%	53%	1.427%	43%	86%	82%	74%	45%

Diversidade

Nós valorizamos a pluralidade. É na singularidade das nossas pessoas que está a multiplicidade essencial para a Cia. Hering. Reconhecemos a diversidade de competências, experiências e opiniões da nossa equipe de colaboradores. Por isso, estamos convencidos que um ambiente de trabalho norteado pela equidade de oportunidades e a inclusão fortalece as conexões entre as pessoas, promovendo aprendizado contínuo e resultados sempre melhores.

Nós valorizamos a inclusão. Queremos potencializar o desenvolvimento profissional, estimulando um ambiente de trabalho cada vez mais rico.

Em 2020

56,72%

dos cargos de liderança foram ocupados por mulheres.



Em parceria com a **Associação Blumenauense de Amigos dos Deficientes Auditivos (ABADA)**, desenvolvemos um modelo de máscara com transparência para facilitar a comunicação de pessoas com deficiência auditiva sem prejudicar sua proteção individual.

Doamos 600 máscaras com transparência na região da boca, que permite a

leitura labial e de expressões, e a ABADA as distribuiu de forma totalmente gratuita para pessoas surdas e familiares da Associação.

Dentro da Companhia, também distribuímos essas máscaras para os times com colaboradores surdos, para garantir um ambiente inclusivo e que pertença a todos.

Programa Plurais

Aqui, acreditamos na diversidade nas cores, idades, crenças culturais, sotaques, gêneros, etnias, tamanhos e formas – porque Plurais é o nosso jeito de ser e também o nome do nosso Programa de diversidade, é como queremos acolher e valorizar todos.

A Companhia mantém uma agenda de inclusão de pessoas com deficiência e abre constantemente novas oportunidades de ingresso destes profissionais às unidades administrativas e industriais, além de lojas das marcas. Trabalhamos também com a sensibilização, promovendo diálogos sobre inclusão, formação em libras, rodas de

conversas e entrevistas de acompanhamento com colaboradores, valorizando a pluralidade que já temos.

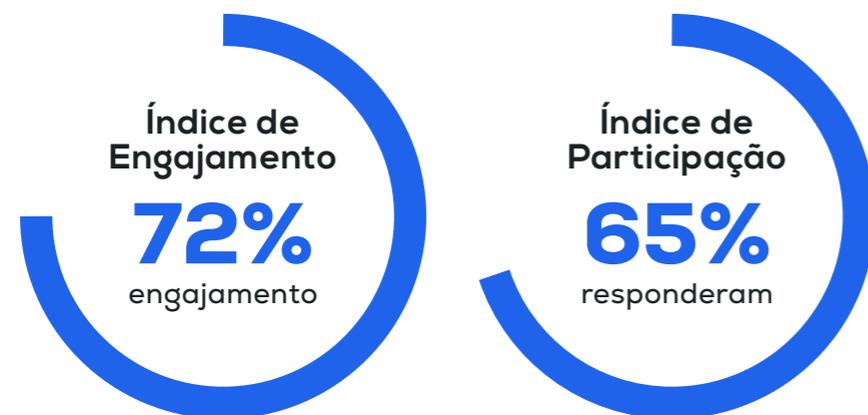
Em 2020, trabalhamos com atenção para datas comemorativas, celebrando a pluralidade em eventos como o dia da mulher, da diversidade cultural, orgulho LGBTQIA+, consciência negra e acessibilidade.

Seguindo o compromisso de evoluir na gestão do tema, em 2021, aplicaremos um censo que trará detalhes sobre nossos colaboradores. Também continuaremos realizando campanhas e treinamentos específicos, e criaremos uma Política de Diversidade, bem como grupos de afinidade.

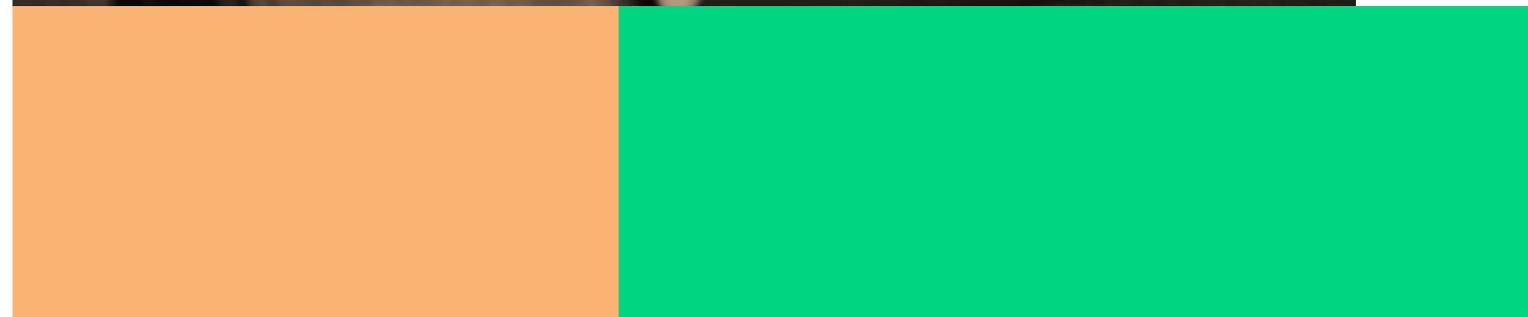
Pesquisa de Engajamento

Em 2020, a Cia. Hering realizou sua pesquisa de engajamento com os colaboradores, visando entender os pontos fortes, que devem ser mantidos e estimulados, assim como as oportunidades de melhorias.

A Companhia sempre acompanha a percepção de sua rede, buscando melhorar continuamente e manter os colaboradores engajados.



As oportunidades de melhorias estão sendo endereçadas com ações como o "Ciclo de Boas Conversas" - formato que propicia o desenvolvimento da escuta mais empática, de conversas direcionadoras e feedbacks mais assertivos. Também como resultado da Pesquisa de Engajamento, foi lançado o selo "Aqui sua Voz Conta", para identificar os projetos implementados com base no diagnóstico.



Desenvolvimento

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

Estamos constantemente buscando a evolução das nossas pessoas. Por isso, investimos no desenvolvimento de diferentes iniciativas para garantir o progresso de todos na Companhia.

Em 2020, criamos nosso Portal Cultura e Gente, que integra nossas soluções de Recursos Humanos em uma só plataforma. Além de facilitar a experiência dos 4.541 usuários, o Portal traz conteúdos relevantes para o desenvolvimento do público corporativo e industrial. Nele,

concentramos informações gerais sobre os colaboradores, vagas, processos seletivos, cursos, palestras e *webinars*.

Também reforçamos em nossa cultura a prática de *feedbacks* constantes, fomentando a troca de aprendizados e experiências entre nossos colaboradores de maneira contínua. Assim, o retorno não fica reservado aos momentos pontuais de avaliação, mas permeia o dia a dia do colaborador, garantindo que se adapte com mais rapidez às suas demandas.



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 clientes.



#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.



Diversidade

Para possibilitar o desenvolvimento da nossa equipe, criamos um conjunto de metas e etapas para alcançar os objetivos desejados pelos colaboradores, de forma a possibilitar o ingresso em altos cargos e garantir mais estabilidade no ambiente de trabalho.

Performance

GRI 404-3

O programa de Gestão Integrada de Performance (GIP) é uma ferramenta que fortalece a prática de 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 2020, o programa avançou com seu processo de reestruturação, seguindo com avaliações objetivas e conexão com o mapeamento de sucessão. No ano, passamos a realizar nossa avaliação de performance com frequência bianual, um avanço que trará ganhos ao desenvolvimento dos nossos colaboradores.

Em 2020, os **VALORES** foram incorporados às competências que fazem parte do processo de avaliação de desempenho. Assim, nossos colaboradores tiveram seu desempenho analisado de acordo com os comportamentos que reforçam nossa Cultura.

Buscamos desenvolver os talentos para toda a Companhia, sem restringir suas opções às suas áreas específicas. Com esse olhar transversal e a inclusão de valores às competências, identificamos também as fortalezas de cada um em relação ao nosso propósito.

Em função do contexto do ano, em 2020, não realizamos as avaliações do GIP, que serão retomadas a partir de 2021.

Saúde e Segurança



A Saúde e Segurança do Trabalho (SST) é prioridade máxima em nosso negócio. Realizamos a gestão do tema de forma robusta e estruturada, e contamos com Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs) para acompanhar as iniciativas de segurança do trabalho, tendo seus membros eleitos pelos colaboradores e designados pela Companhia.

A Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT) e a Semana da Saúde são direcionadas para prevenção de acidentes e doenças ocupacionais na Companhia.

Juntos em Todos os momentos

Tão logo a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia, concentramos nossos esforços em garantir a saúde dos colaboradores. Agilizamos os processos de trabalho remoto e fomos uma das primeiras Companhias a implementar a Medida Provisória 936, que permitiu a redução das jornadas de trabalho.

Produzimos uma série de *webinars* semanais com os colaboradores para orientar e sanar suas possíveis dúvidas sobre atividades nesse momento. Revisitamos nossa comunicação e lançamos personas, que chamamos de Heringuers, com o objetivo de transmitir mensagens ao nosso público com o calor humano, apesar do distanciamento social.

Desenvolvemos o atendimento via telemedicina e implementamos um programa de auxílio psicológico para acolher todos os colaboradores. Revisamos nossa política de saúde e fizemos a testagem massiva de toda equipe antes da volta aos escritórios. Em preparação para a retomada das atividades de forma segura, adesivamos os espaços físicos para manter a distância entre os colaboradores dentro da Companhia e disponibilizamos kits com álcool em gel e produtos para cuidados pessoais.

Bem-Estar

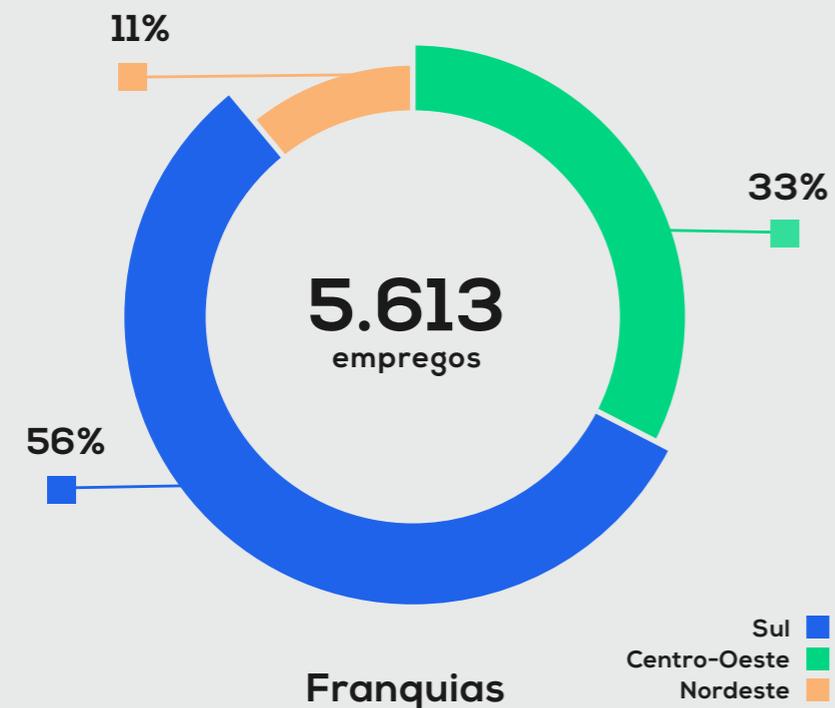
O ano de 2020 foi um período desafiador para o cuidado com a saúde. Pensando nisso, dedicamos esforços a nos manter próximos de nossos colaboradores, nos adaptando à realidade digital. Eventos que antes eram presenciais, passaram a acontecer de forma online no conforto de suas casas e com seus familiares. Realizamos *Lives* e *Webinars* abordando assuntos como a Saúde Mental, Qualidade de Sono, prevenção contra câncer de mama e próstata. Também realizamos o Mamãe a Bordo, nosso evento especial dedicado aos futuros papais e mães. Para nos adaptarmos à realidade atual, desenvolvemos e ofertamos o Treinamento de Ergonomia com dicas e recomendações para melhorar o dia a dia no trabalho em *home office*. Devido à pandemia do coronavírus, dedicamos atenção especial para as ações de combate e prevenção de contágio. Cuidamos de nossos colaboradores com Covid-19, monitorando e acompanhando seu estado de saúde diariamente. Mantivemos nossos colaboradores do grupo de risco afastados de suas atividades laborativas visando sua proteção.



Relações de Valor

Compartilhando Valor

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3 | 203-2



Fornecedores de Sourcing Nacional

Empregos gerados

54 mil

Receita total

R\$ 102.970.598,00

Receita proveniente da Cia. Hering

R\$ 2.106.158,00



GRI 102-13

Em 2020, a Cia. Hering manteve sua participação e estreitou relacionamento com diversas organizações e associações, apoiando na tomada de decisões diante do cenário desafiador vivido pelo mercado:

Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção | ABIT

Associação Brasileira de Franchising | ABF

Associação Brasileira do Varejo Têxtil | ABVTEX

Associação Pró-Desenvolvimento Industrial do Estado de Goiás | ADIAL

Instituto para Desenvolvimento do Varejo | IDV

Franqueados

A Cia. Hering é a maior rede de franquias de vestuário do País. Estamos presentes em todos os estados do Brasil e nossas lojas marcam presença também na Bolívia, Paraguai e Uruguai.

O nosso Conselho de Franqueados delibera sobre temáticas relevantes para este grupo e estimula o empreendedorismo na cadeia de valor. Garantimos a integração de todos os novos franqueados, fortalecendo sua conexão com a Cia. Hering.



Portal Conecta

O **Portal Conecta** é nossa plataforma digital de relacionamento com outros negócios, *business to business* (B2B), lançada há três anos.

Com ela, conectamos os lojistas e representantes aos catálogos virtuais, consulta de pedidos, relatório de dados e outras ferramentas para gestão do negócio.

Além de disponibilizar a frente de *showroom*, o Portal é focado na atividade de reposição, garantindo aos nossos franqueados e clientes multimarcas uma experiência facilitada de compra.

Desenvolvimento

Todas as etapas de integração e educação para os franqueados, gerentes de lojas próprias, clientes multimarcas e representantes são promovidas por uma equipe de treinamento comercial especializada.

No ano, essas etapas ocorreram de forma remota, por meio da nossa plataforma online, mas nosso investimento em manter relações próximas e desenvolver a rede de parceiros refletiram em um ótimo resultado na pesquisa de satisfação de franqueados.

Fornecedores

GRI 102-9 | 204-1

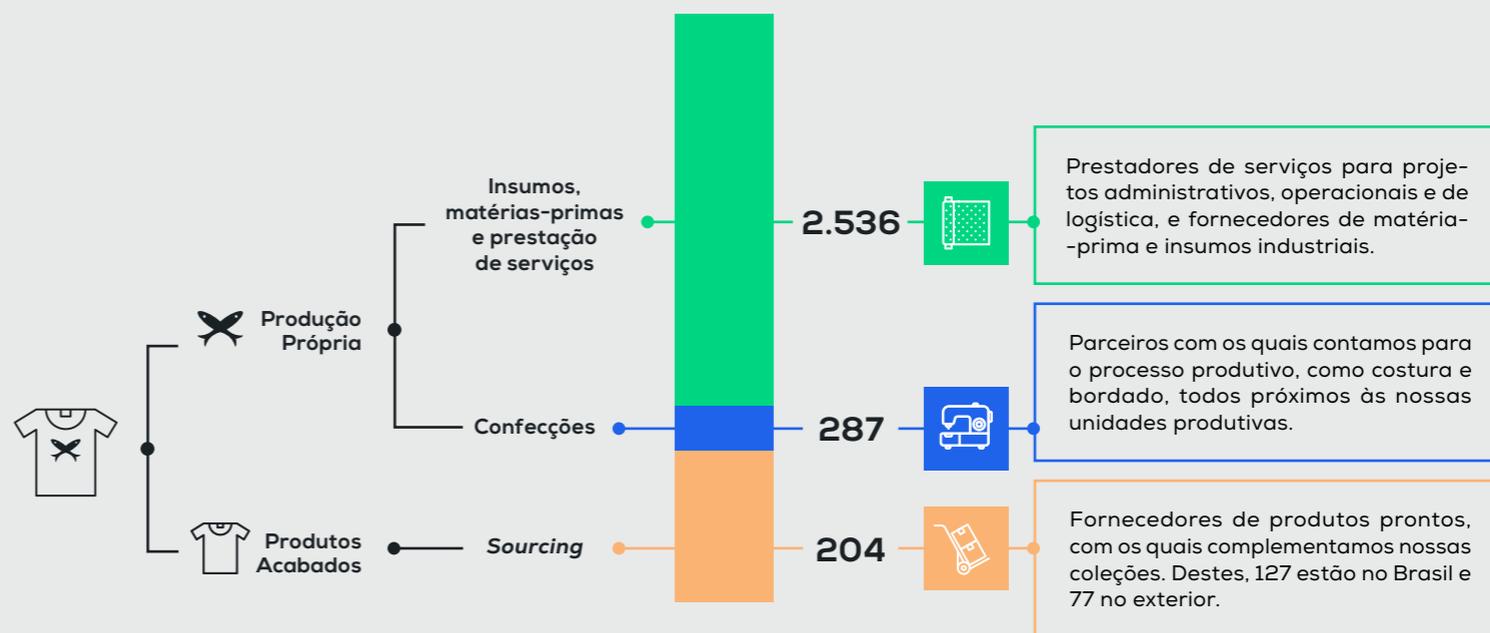
A qualidade percebida em cada produto da Cia. Hering vem da escolha dos melhores materiais para confecção e de uma cadeia de fornecimento com excelente qualidade. Estabelecemos relações transparentes com os fornecedores e mantemos o diálogo aberto, nos norteando pelo respeito mútuo.

Nossos produtos vêm de dois modelos de produção distintos: a produção própria e a compra de produtos acabados, o que nos faz uma Companhia com um modelo de negócios híbrido. Para garantir o fornecimento de materiais, contamos com três tipos de fornecedores: os de matéria-prima e prestação de serviço, as confecções que realizam etapas do processo produtivo – ambos dentro do modelo de produção própria – e os que nos fornecem produtos prontos, chamados de *sourcing*.

Ter essa gama de possibilidades para fornecimento é uma das estratégias da Companhia para mitigar os riscos relacionados ao abastecimento ou preço de matérias-primas e manter a flexibilidade para buscar os melhores produtos com fornecedores especializados.

Com os impactos de 2020, confirmamos o que já observávamos há longa data na Companhia: a melhor estratégia para garantir entregas e preços é a construção de parcerias duradouras e transparentes com a cadeia de fornecedores, pautadas pela confiança.

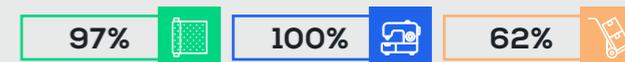
3.027 fornecedores — Valor monetário estimado dos pagamentos feitos aos fornecedores — **R\$ 844,6 milhões**



80% dos produtos em nossa operação são de produção interna combinada à atuação de fornecedores que realizam etapas do processo produtivo, enquanto os

20% restantes vêm do *sourcing* nacional e internacional.

Gastos com fornecedores locais
R\$ 706,3 milhões



Seleção e Monitoramento

Antes de iniciar qualquer contratação, exigimos de todos os nossos parceiros a adesão ao Código de Conduta de Fornecedores. Desenvolvemos um comitê multidisciplinar para apoiar a definição de estratégias de relacionamento, monitoramento e desenvolvimento da cadeia de suprimentos.

Prezamos pela conformidade de todos os produtos. No momento da seleção das confecções, e ao longo de seu contrato, todos os fornecedores passam por auditorias presenciais não anunciadas, realizada por equipe própria da Cia. Hering. Nas auditorias, avaliamos a aderência aos compromissos e às boas práticas de responsabilidade socioambiental, além da conformidade com a legislação em relação a leis trabalhistas, assim como normas de saúde e segurança.

Adicionalmente, realizamos ações de educação ambiental com os fornecedores de costura, apoiando o descarte correto dos resíduos como rebarbas ou sobras de malhas geradas pela operação. Em vista dos riscos associados à contaminação de água por efluentes líquidos do processo de lavagem industrial (químicos), tomamos como medida mitigatória o monitoramento de documentação legal e do funcionamento da Estação de Tratamento de Esgoto (ETE).

Em 2020, realizamos eventos voltados para fornecedores para prevenção da Covid-19, além de agenda em parceria

No ano de 2020 recebemos o Troféu Transparência da Associação Nacional dos Avaliadores de Penhor da Caixa (Anacef), que representa o reconhecimento de valores extremamente importantes para Cia Hering: ética e transparência nos relacionamentos.



com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) para ampliar ainda mais o conhecimento da nossa cadeia sobre os objetivos do programa e a importância de regulamentação nas relações trabalhistas e do respeito aos direitos humanos.

Também iniciamos um novo processo de homologação de fornecedores nacionais, com a plataforma do Instituto Brasileiro de Certificação e Monitoramento (IBRACEM), que realiza uma busca automatizada de documentação pública e disponibiliza uma certificação de regularidade do fornecedor cadastrado. Nosso programa de auditoria social evoluiu na frente de *compliance* de fornecedores, com programas de capacitação em parceria com o Sebrae. Também houve um aumento de 26 novas certificações pela ABVTEX de fornecedores, principalmente no estado de Goiás.

Avaliamos 100% da rede de confecção, nas regiões Sul,

Centro-Oeste e Nordeste, por meio de auditorias próprias ou auditorias de ABVTEX. Nelas, foram observados critérios como Saúde e Segurança do Trabalho, documentação, trabalho infantil, abuso e assédio, horas trabalhadas, discriminação, entre outros. Até o momento, não foram identificados impactos negativos significativos ou potenciais para essa operação.

Todos os nossos parceiros nacionais de *sourcing* são certificados (ABVTEX), e, portanto, não passam por auditorias próprias, salvo denúncias ou casos específicos. Já nossos fornecedores de *sourcing* internacional contam com uma Equipe de Qualidade de empresas terceirizadas especializadas em realizar auditorias em peças e verificações de aspectos sociais nas visitas aos fornecedores.

O ano de 2020 foi mais um período sem identificação de riscos significativos na operação (própria ou de fornecedores) de ocorrências relacionadas a trabalho infantil e trabalho escravo ou análogo ao escravo.



Buscamos em nossos contratos com fornecedores uma atuação justa e honesta, e, por isso, prezamos pelo cumprimento das legislações relacionadas aos direitos humanos. Nos dedicamos a manter um negócio saudável e que funcione respeitando o bem-estar dos colaboradores e o respeito ao meio ambiente. Somos uma Companhia alicerçada em relações responsáveis e transmitimos esses critérios para nossos fornecedores, pois sabemos que só assim nossa rede tem a capacidade de gerar valor verdadeiramente.



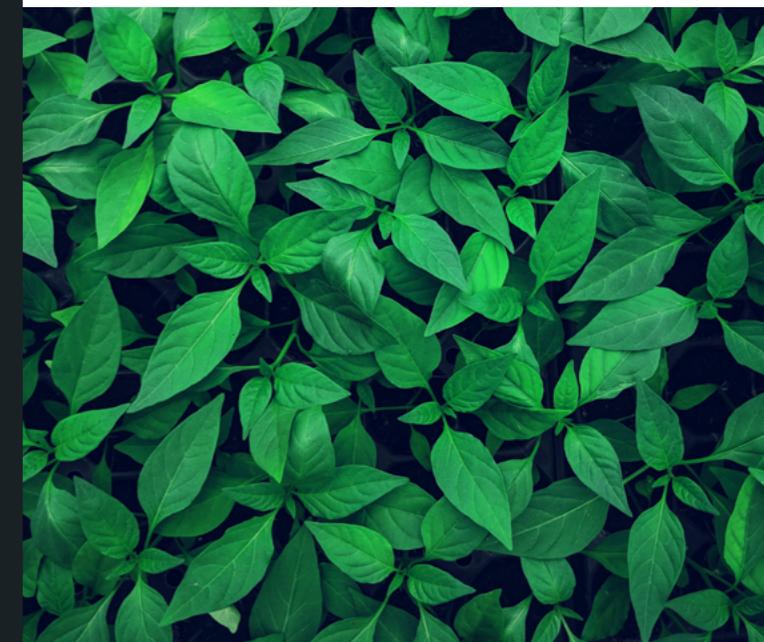
Reconhecimento

A gestão de nosso relacionamento com os fornecedores é realizada dentro do programa Moda Sustentável, que, além da conformidade, incentiva a melhoria contínua das práticas. Para as confecções de costura, contamos com o Prêmio ABRA, uma ação de reconhecimento pela implementação das melhores práticas de qualidade, *compliance* e gestão do negócio.

Criado em 2017, é um programa que reconhece os fornecedores com as melhores práticas de qualidade, *compliance* e confecção. Com isso, incentivamos ativamente o desenvolvimento de nossos parceiros e a aderência aos compromissos frisados pela Companhia.

Este ano, o prêmio ABRA foi remodelado. O monitoramento continua mensalmente, mas substituímos as entregas de medalhas físicas trimestrais pelo reconhecimento anual em forma de selo digital. Isso permite aos fornecedores o desenvolvimento de melhorias contínuas na busca pelo resultado final.

Ao todo, tivemos 270 participantes, sendo 177 classificados. Destes, 17 fornecedores na categoria Prata, e 160 na categoria Bronze. Em 2020, não tivemos fornecedores classificados como Ouro Master.



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.



diversidade



cadeia de valor



comércio unificado



social e de relacionamento

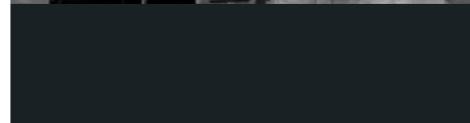
Fundação Hermann Hering

GRI 413-1

A **Fundação Hermann Hering** tem a missão de fazer e acontecer, ocupando novos espaços e pensando em novas formas de atuação no mundo da moda, herdando valores que se materializam na preservação da memória e incentivo à cultura.

Em parceria, trabalhamos pela construção de uma sociedade onde empreendedores utilizem seus talentos com protagonismo e vontade de buscar um novo jeito de fazer as coisas. Comemoramos 85 anos de Fundação exibindo uma trajetória não só viva, mas cada vez mais atendida, jovem e alinhada ao futuro.

A Fundação Hermann Hering é integrada à Cia. Hering de forma estratégica pelos **eixos de cultura e empreendedorismo**.



Memória e Cultura

O eixo de cultura é a integração junto à Companhia que visa preservar nosso legado e valores, porém, sempre mantendo-se atualizada. Existe uma conexão genuína nessa parceria, em que coloca a Fundação com um importante papel de tutelar sobre a história e as marcas da Cia. Hering.

Em 2020, a Fundação investiu R\$ 458 mil em projetos no Museu Hering, com a criação de uma nova exposição, reformas estruturais de manutenção do edifício tombado, eventos, publicação de e-book e investimento em mídia patrocinada. Repensamos o acesso à cultura, buscando democratizar o museu durante a pandemia com alternativas por canais digitais.

No canal do Youtube da Fundação, foram publicadas as oficinas criativas criadas, gravadas e realizadas durante o ano. Também na plataforma, mais de três mil pessoas acompanharam, ao vivo, a 4ª edição do Seminário Interdisciplinar em Museologia, em parceria inédita com o 8º Moda Documenta. Foram três dias de debates no canal do Youtube da Fundação, incluindo falas sobre temas relevantes para a moda, representatividade e expressão, com nomes como Marcia Merlo, Hanayrá Negreiros e Jackson Araújo.



SIM + MODA DOCUMENTA APRESENTAM

24 19H Abertura com Fundação Hermann Hering
19H30 Quando Lembrar Importa com Marcia Merlo (Têxtil e Moda Documental)
20H Moda e Memória: Marcia Merlo convida: Carolina Mulari Bialski, Herminda e a comunidade, Marlene Sait (Museu de Moda de Belo Horizonte) e Simone Cipriotti (UFMG)

25 19H Negras Maneiras de Vestir com Hanayrá Negreiros (Boutique do Elle Brazil)
20H Moda, Representatividade e Expressão: Hanayrá Negreiros convida: Daniela Kuler (Deline Indústria) e Valeria Pires (Pantofone)

26 19H30 Workshop com Aquilina Corras (Designer Conect)
19H A Moda não é mais Sobre Roupa com Jackson Araújo (Consulting e Consultor Criativo)
20H Novas Modas, Novos Modos: Jackson Araújo convida: Estiva de Faria (Fashion Revolution), Daniela Pires (Estilista Modista) e Paula Assunção (Boutique Phoenix)

NOVEMBRO | FUNDACÃO HERMANN HERING

Patrocínio: CULTURA, Realização: MUSEU HERING, MUSEU HCS 14, MUSEU HISTÓRICO



Empreendedorismo

O empreendedorismo é o elo que cuida para que os pequenos negócios tenham potencial para se desenvolver. Nesse eixo, desenvolvemos a cadeia dos pequenos empreendimentos ao invés de explorá-los, pois buscamos trazer cada vez mais parcerias promissoras, além de colaborar para que todos eles encontrem seu lugar no mundo.



Repensando o Futuro

Concluindo sua 3ª edição, o projeto **Trama Afetiva** é uma iniciativa que visa reunir criativos para repensar consumo e questionar os padrões sociais existentes, usando o design como ferramenta de transformação social para o coletivo.

Desde suas primeiras edições, nossa Trama tem o foco voltado para design, moda e empreendedorismo, conectando pessoas pelas práticas transformadoras da Economia Afetiva – um modelo de produção e consumo voltado para a geração de valor e responsabilidade socioambiental por meio da ressignificação de processos e produtos.

Em 2020, a edição contou apenas com as ativações online, devido ao contexto de distanciamento social.



Outro projeto da Fundação é o **Retrama**, que visa reaproveitar resíduos têxteis. A iniciativa surgiu inspirada no resultado transformador do projeto Trama Afetiva e, desde 2017, a equipe da Fundação vivencia a experiência de criar produtos pelo *upcycling* de materiais, dando um novo sentido para sobras e resíduos dos processos têxteis sem alterar as suas características originais e fazendo o melhor aproveitamento da matéria-prima no estado em que ela se encontra.

Sob as práticas transformadoras desse movimento de economia afetiva, que a gente tanto acredita, quem faz Retrama são cooperativas de costura parceiras – em sua maioria formadas por mulheres, que desenvolvem processos de costura, estabelecem preços e produzem as peças que criamos.

Embora a pandemia do novo coronavírus tenha prorrogado a conclusão do projeto **Encadeamento Produtivo** (saiba mais na pág. 71 do Relatório de 2019), mantemos nosso compromisso com sua conclusão e com o acompanhamento necessário

para manter essa rede de compartilhamento e conhecimento.

Em 2020, também impulsionamos o empreendedorismo consciente por meio do **Programa Criação**, em parceria com Andrea Peruzzo. Capacitamos 616 pessoas, com o equivalente a 720 horas de conhecimento em modalidade de Ensino à Distância (EaD). Como resultado, três empreendedoras receberam mentoria em seus negócios. Nossa meta é alcançar 1.500 participantes com o Programa.

Ainda para incentivar a moda sustentável no cenário nacional, a Fundação participa do Colabora Moda Sustentável, com apoio a pessoas físicas e jurídicas. Em 2020, dos 22 negócios prototipados, nove iniciativas foram apoiadas com recurso semente. O Programa contribui para a proteção dos pequenos negócios na base da cadeia durante a pandemia, e contou com o desenvolvimento de modelo de trabalho associativo para costureiras do **Tramando Junt@s**, com o coletivo Sartasiñani, na produção de máscaras e aventais.

A fundação em 2020

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

Memória e Cultura

+ de 162

mil visitantes no Museu Hering presencialmente desde a inauguração, em 2019.

66

mil pessoas nos acompanham nas redes sociais.

Empreendedorismo

368

negócios foram impactados pelos projetos Criação e Encadeamento Produtivo, empregando mais de

1.300

pessoas.

720

horas de EaD do Criação.

2.025

horas em consultorias.

9

iniciativas de negócios receberam Recurso Semente para seu desenvolvimento pelo projeto LabModa.

+ de 1,3

toneladas de resíduos já foram ressignificados com o projeto Retrama.

dos 20,7

mil reais de receita gerados

72%

foram revertidos para as costureiras do projeto Retrama.

Projetos Apoiados

5,6

mil jovens são capacitados e acolhidos nos projetos Junior Achievement (SP) e Instituto Reciclar (SC).

4,4

mil visitas virtuais foram realizadas a pacientes com Covid-19, unindo famílias no projeto Conexões com o Cuidar (hospital do Amor de Barretos).

Vestir o Brasil

No mês de setembro, em que celebramos os 140 anos, lançamos o Programa **Vestir o Brasil**. Seu mote é a colaboração, ativando a educação empreendedora e dando voz e visibilidade a jovens de diferentes regiões do País. Uma parceria entre Fundação Hermann Hering, Cia. Hering, **Instituto Reciclar** e **Junior Achievement**, a ação visou promover oficinas de inovação e criatividade e premiou as melhores ideias.



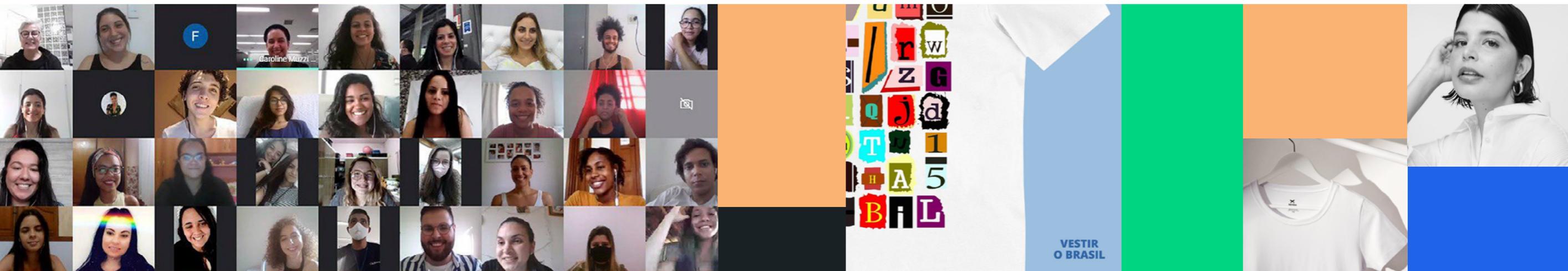
“Tivemos muito aprendizado e foi bastante produtivo conhecer todas as ferramentas. Além disso, pudemos analisar um tema que considero essencial, que é a sustentabilidade e as possibilidades de mudança na indústria da moda.”

Participante da primeira oficina do Vestir o Brasil.

Como a moda pode transformar o Brasil?

Colaboramos para ativar a educação empreendedora por meio da oficina Vestir o Brasil. Nessa união, criamos uma plataforma de atuação social voltada para o empreendedorismo, criatividade e capacitação. Contamos com a participação de 70 alunos, jovens de todo o Brasil entre 15 e 24 anos, totalizando 20 horas de dedicação às atividades e 23 projetos desenvolvidos pelos jovens.





A primeira edição, em parceria com a Junior Achievement, aconteceu em cinco encontros virtuais, em um período de dez dias, no qual os jovens receberam mentoria de um time de 18 voluntários da Cia. Hering, que apoiaram a construção dos projetos, por meio da metodologia Innovation Camp. A solução escolhida para o primeiro lugar recebeu R\$ 1.000,00 e um *voucher* de R\$ 1.500,00 de compras no *e-commerce* das marcas da Cia. para cada integrante, por ano, até 2025.

A segunda oficina, com o Instituto Reciclar, teve como proposta ativar o *design thinking*. Em quatro encontros, proporcionamos um ambiente de inspiração e criatividade, para conduzir a construção de ideias e reflexões sobre o tema “como podemos vestir um Brasil melhor?”. Os jovens participantes foram desafiados a traduzir suas ideias em um desenho e uma delas foi escolhida por uma banca examinadora para, então, se transformar em estampa de camiseta, vendida no *e-commerce* da marca Hering.

A Fundação Herman Hering enxerga nos jovens sua principal motivação, e se inspira neles ao criar e apoiar projetos que têm como objetivo o desenvolvimento do pensamento empreendedor, inovador e criativo.

O Vestir o Brasil é um projeto que visa colaborar para a construção de um “hoje” com mais possibilidades para os brasileiros através do empoderamento de jovens, incentivando-os a acreditarem nas suas ideias e enxergarem a roupa como um espaço seguro de sua expressão.

Dia 25 de setembro, o **Dia da Básica**, quando efetivamente completamos nossos 140 anos, foi celebrado de forma diferente esse ano: 100% das vendas nas lojas Hering de camisetas World T-shirt brancas entre 25 e 27 de setembro foram revertidas para a plataforma Vestir o Brasil. A ação representou um montante de R\$ 255 mil repassados ao projeto.



Sumário GRI

Indicador	Descrição Resumida	Página/ Resposta Direta
102-55	Conteúdos Gerais	

Perfil Organizacional

102-1	Nome da Organização	
102-2	Atividades da Organização	
102-3	Sede da Organização	
102-4	Países de atuação	
102-5	Forma jurídica da Organização	
102-6	Mercados atendidos	
102-7	Porte da organização	
102-8	Empregados e trabalhadores	
102-9	Cadeia de fornecedores	
102-10	Mudanças significativas	
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	
102-12	Iniciativas externas apoiadas	
102-13	Participação em associações	

Estratégia

102-14	Declaração do mais alto executivo sobre sustentabilidade	
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	

Ética e Integridade

102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética	
--------	---	--

Governança

102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	
102-32	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	

Indicador	Descrição Resumida	Página/ Resposta Direta
102-55	Conteúdos Gerais	

Engajamento de Stakeholders

102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	
102-41	Acordos de negociação coletiva	100%
102-42	Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	
102-43	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	

Práticas de Relato

102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites de tópicos	
102-47	Lista de tópicos materiais	
102-48	Reformulações de informações	Não houve
102-49	Alterações no relato	Não houve
102-50	Período coberto pelo relatório	1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020
102-51	Data do relatório mais recente	2019

102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Essencial
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	
102-56	Verificação externa	

Indicador	Descrição Resumida	Página/ Resposta Direta
103	Forma de Gestão	

Forma de Gestão

103-1	Explicação do tópico material e seu limite	
103-2	Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes	
103-3	Avaliação da forma de gestão	

Indicador 200 **Descrição Resumida** Dimensão Econômica **Página/Resposta Direta**

Desempenho Econômico

201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	
-------	---	--

Impactos Econômicos Indiretos

203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	
-------	--	--

Práticas de Compra

204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	
-------	---	--

Combate à Corrupção

205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	
-------	--	--

Indicador 300 **Descrição Resumida** Dimensão Ambiental **Página/Resposta Direta**

Energia

302-1	Consumo de energia dentro da organização	
302-3	Intensidade energética	

Água Efluentes

303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	
303-2	Descrição dos padrões mínimos estabelecidos para a qualidade do descarte de efluentes	
303-3	Captação total de água, discriminada por fonte	

Resíduos

306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	

Indicador 300 **Descrição Resumida** Dimensão Ambiental **Página/ Resposta Direta**

Conformidade Ambiental

307-1	Multas significativas e 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	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Encerramos o ano com um total de 33% de fornecedores de fações certificadas e continuamos em busca da nossa meta de 100% de aderência.
308-2	Impactos ambientais negativos causados pela cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Em 2020, realizamos um total de 633 auditorias. Das 350 próprias, desdobramos tratativas e encerramos o ano com 185 planos de ação em andamento, buscando mitigar quaisquer impactos negativos.

Indicador 400 **Descrição Resumida** Dimensão Social **Página/ Resposta Direta**

Emprego

401-1	Novas contratações e rotatividade dos colaboradores	
401-3	Licença maternidade/paternidade	

Capacitação e Educação

404-3	Percentual de colaboradores que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	
-------	---	--

Trabalho Infantil

408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	
-------	--	--

Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	
-------	---	--

Indicador 400 **Descrição Resumida** Dimensão Social **Página/ Resposta Direta**

Comunidades Locais

413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	
-------	---	--

Avaliação Social de Fornecedores

414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Encerramos o ano com um total de 33% de fornecedores de fações certificadas e continuamos em busca da nossa meta de 100% de aderência.
414-2	Impactos sociais negativos causados pela cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Nas 633 auditorias de monitoramento realizadas com fornecedores do processo de produção, Sourcing Nacional e Oficinas de Costura, não identificamos situações de trabalho infantil, trabalho irregular ou trabalho em condições análogas à escravidão.

Saúde e Segurança do Consumidor

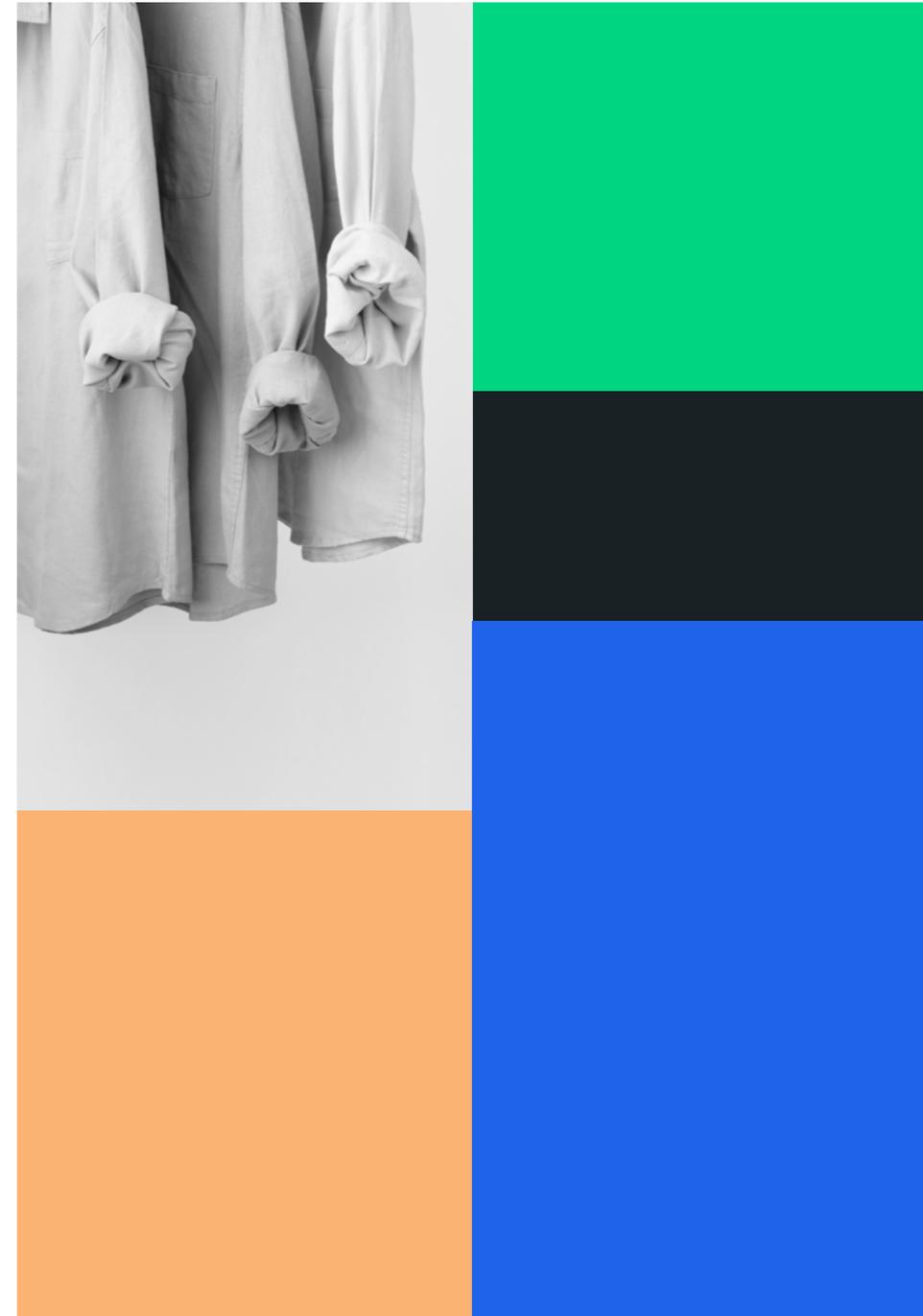
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	
-------	--	--

Indicador Hering **Descrição Resumida** Indicadores Próprios Cia. Hering **Página/ Resposta Direta**

Indicadores Próprios Cia. Hering

Hering 01	Total de produtos com materiais menos impactantes (sustentáveis)	
Hering 02	Total de não conformidades identificadas na cadeia de fornecedores por tipo de não conformidade (ex: trabalhista, instalações, discriminação, etc.)	Não foram identificadas não conformidades na cadeia de fornecedores.
Hering 02.1	Do total de não conformidades, total de planos de ação ou desligamento de fornecedores	Como não foi identificado caso de não conformidade, não foi necessário elaborar planos de ação para tal.
Hering 03	Impacto social positivo da Fundação Hering	

Mapa de Capitais



Relatório de Verificação Limitada dos Auditores Independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas da
Cia. Hering
São Paulo – SP

Fomos contratados pela Cia Hering S.A. ("Hering" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2020 ("Relatório") acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020.

Responsabilidade da administração Hering

A administração da Hering é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2020 de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI* e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de verificação limitada conduzidos de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI* e com a metodologia desenvolvida globalmente pela KPMG para verificação de informações sociais e ambientais divulgadas em relatórios de sustentabilidade denominada *KPMG Sustainability Assurance Manual - KSAM*, aplicável para dados históricos não financeiros.

Essa metodologia exige o cumprimento de requisitos éticos, incluindo os de independência, e o trabalho também é realizado para fornecer verificação limitada de que as informações divulgadas no Relatório da Hering, tomadas como um todo, estão livres de distorção relevante.

Um trabalho de verificação limitada conduzido de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI* e *KPMG Sustainability*

Assurance Manual - KSAM consiste principalmente de indagações à administração da Hering e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de verificação limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

a. planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Hering, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório da Hering. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

b. entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;

c. análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI - Standards)*;

d. avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:

- entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

- aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;

- análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

e. análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia;

f. confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis;

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de verificação limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de verificação razoável.

Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de verificação razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de verificação razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância

e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos.

Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual 2020 da Hering, não foram compiladas, em todo os aspectos relevantes, de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI - Standards)* e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 15 de junho de 2021

KPMG Assessores Ltda.


 Marcio Andrade Barreto
 Sócio - diretor

Créditos

Coordenação

Cia. Hering

Projeto Editorial,

Consultoria e Redação

Ricca Sustentabilidade

Projeto Gráfico e *Layout*

Priscila Barp

Imagens

Cia. Hering e Unsplash