

Cia.Hering

X HERING X HERINGKIDS D Z A R M



RESULTADOS DO **2T20**



Aviso/Disclaimer

Nossas estimativas e declarações futuras têm por embasamento, em grande parte, expectativas atuais e projeções sobre eventos futuros e tendências financeiras que afetam ou podem afetar o nosso negócio. Muitos fatores importantes podem interferir adversamente nossos resultados, tais como previstos em nossas estimativas e declarações futuras. As palavras “acreditamos”, “podemos”, “visamos”, “estimamos” e outros termos similares têm por objetivo identificar estimativas e projeções. As considerações sobre estimativas e declarações futuras incluem informações referentes a resultados e projeções, estratégias, planos de financiamentos, posição concorrencial, ambiente setorial, potenciais oportunidades de crescimento, os efeitos de regulamentações futuras e os efeitos da concorrência. Tais estimativas e projeções referem-se apenas à data em que foram expressas, sendo que não assumimos a obrigação de atualizar publicamente ou revisar quaisquer dessas estimativas em razão da ocorrência de nova informação, eventos futuros ou de quaisquer outros fatores, ressalvada a regulamentação vigente a que nos submetemos, em especial às Instruções CVM 480 e 358.



DESEMPENHO FINANCEIRO



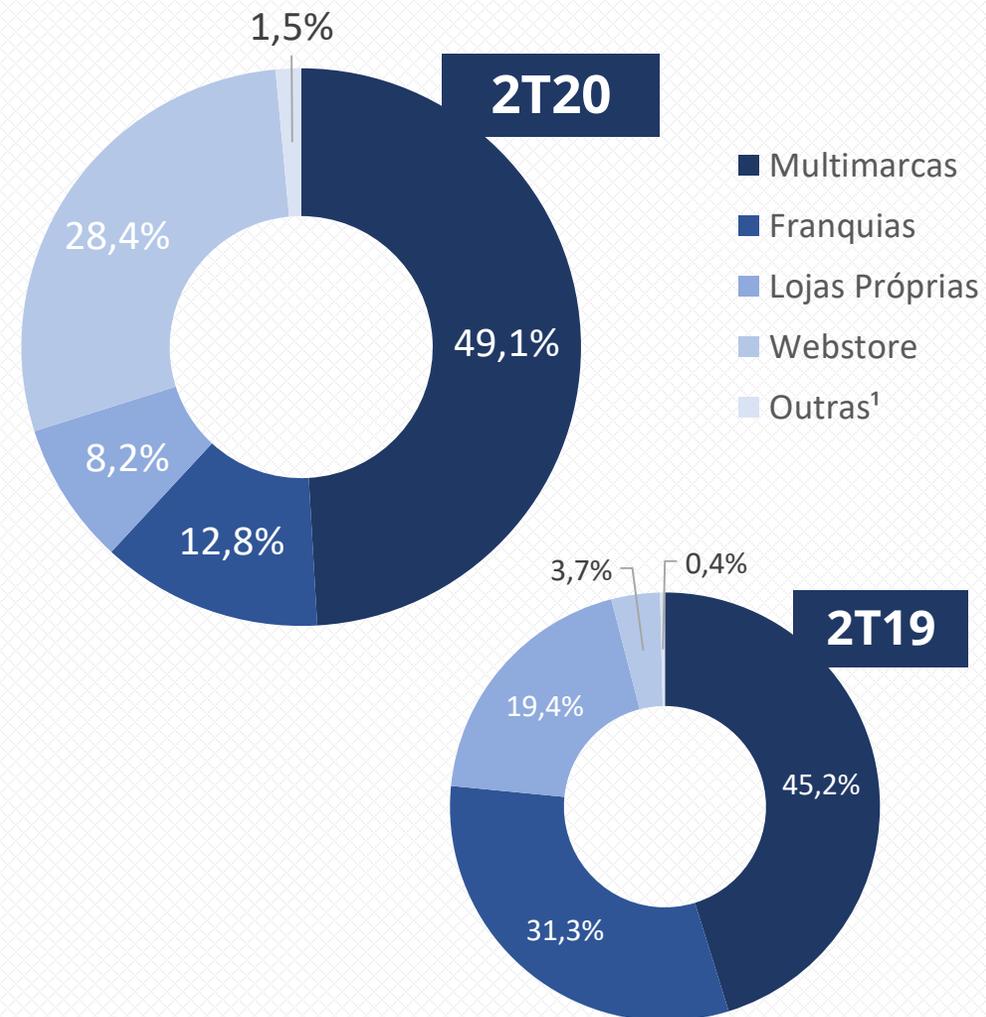


RECEITA BRUTA

Por Marca (R\$ Milhões)

	2T20	2T19	Var.	1S20	1S19	Var.
Cia.Hering	142.284	422.225	-66,3%	465.929	860.083	-45,8%
HERING HERINGKIDS	123.253	365.428	-66,3%	400.061	746.249	-46,4%
D Z A R M	8.563	19.688	-56,5%	28.571	37.904	-24,6%
Outras²	8.922	27.373	-67,4%	28.668	56.258	-49,0%
Mercado Externo	1.546	9.736	-84,1%	8.629	19.672	-56,1%

Por Canal (R\$ Milhões)



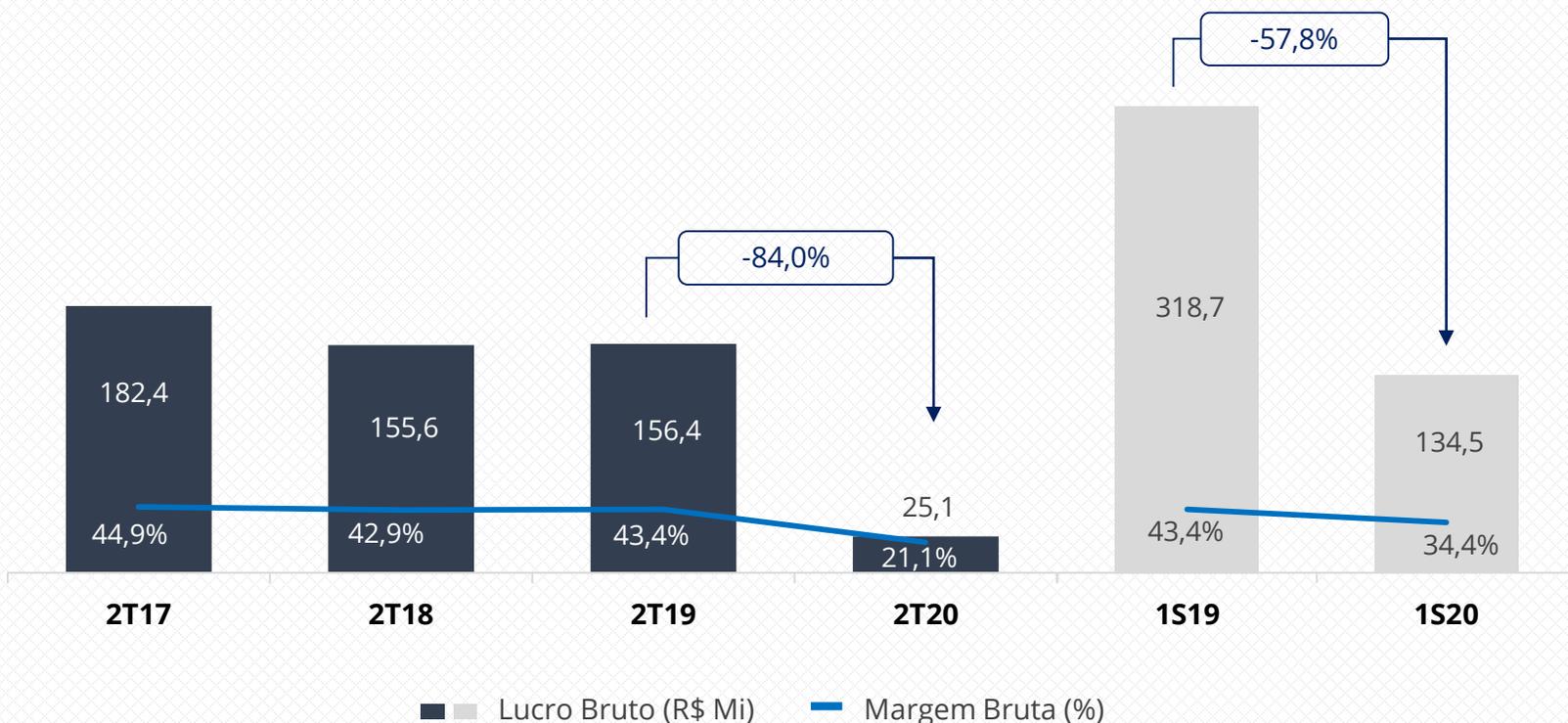
¹ Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

² Considera a venda de itens de segunda linha, sobras e receita da marca PUC, cujo encerramento foi anunciado no 1T20.

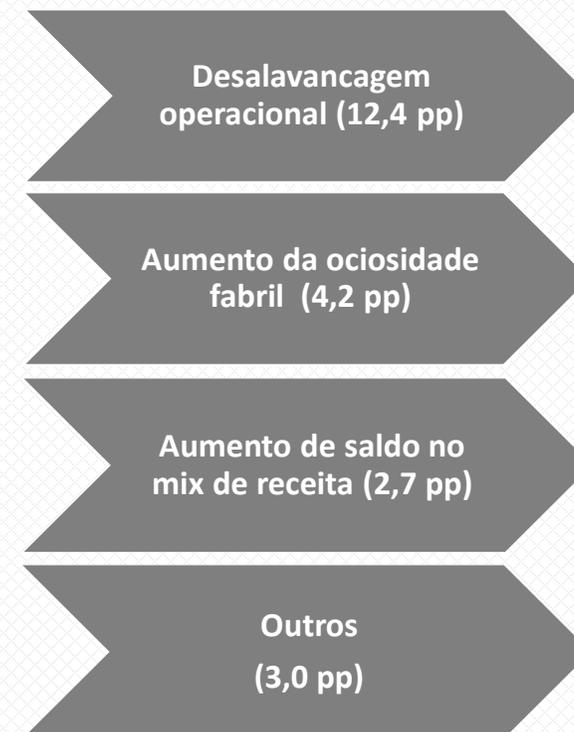
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



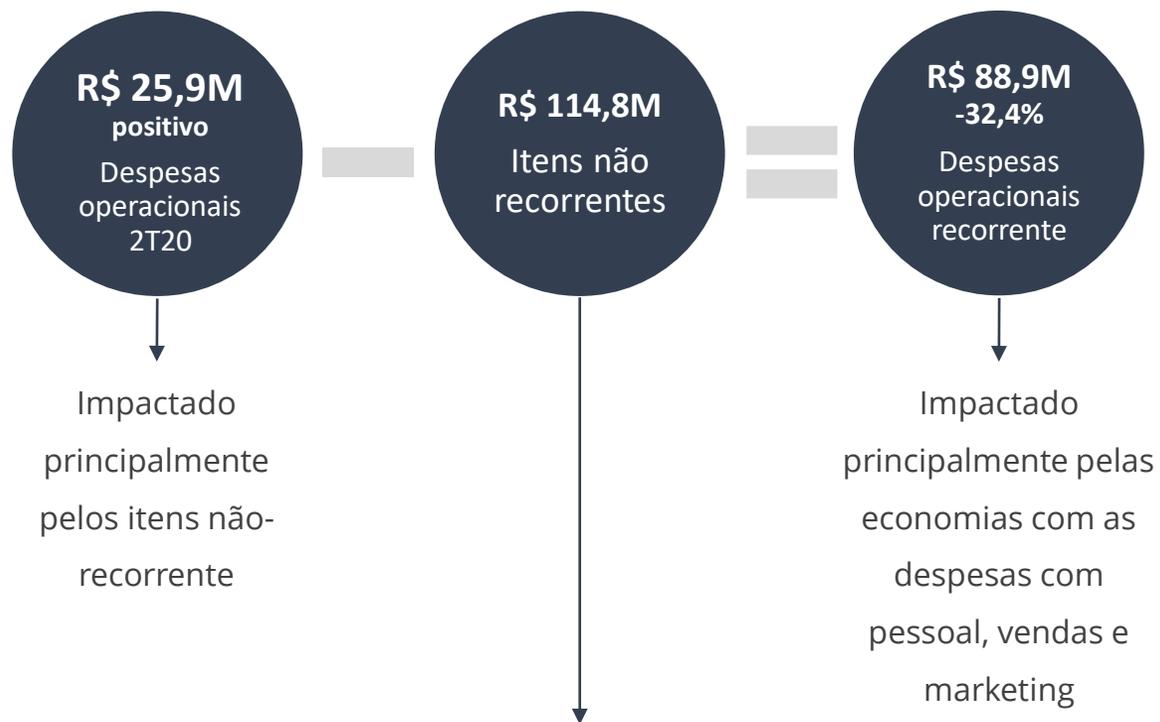
- ❖ O Lucro Bruto da Companhia atingiu R\$ 25,1 milhões no 2T20, decorrente do menor faturamento no período.



- ❖ A Margem Bruta caiu 22,3 p.p no 2T20 em relação ao 2T19, influenciada principalmente pelos itens abaixo:



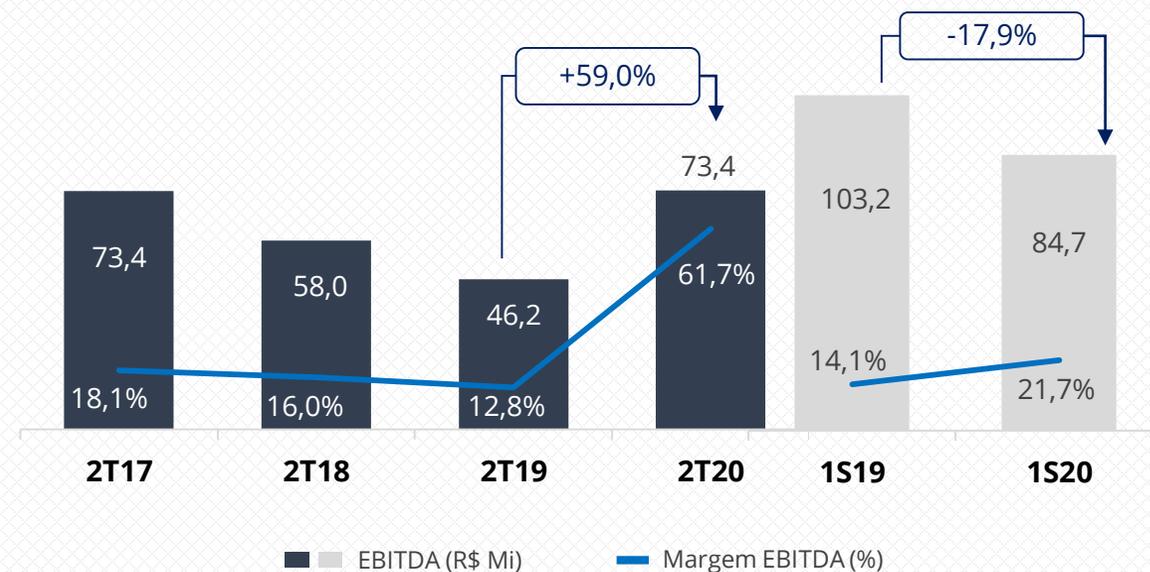
DESPESAS OPERACIONAIS



Itens não-recorrentes - R\$ MIL	2T20	2T19	1S20	1S19
Crédito judicial de PIS e COFINS ¹	150.344	8.533	150.344	8.533
Indenizações provenientes da reestruturação	(12.436)	(9.193)	(16.013)	(10.784)
Redimensionamento da Planta do RN e Encerramento da PUC	(7.772)	-	(7.772)	-
Outros itens extraordinários	(15.357)	-	(15.357)	-
Total itens não-recorrentes	114.779	(660)	111.202	(2.251)

EBITDA

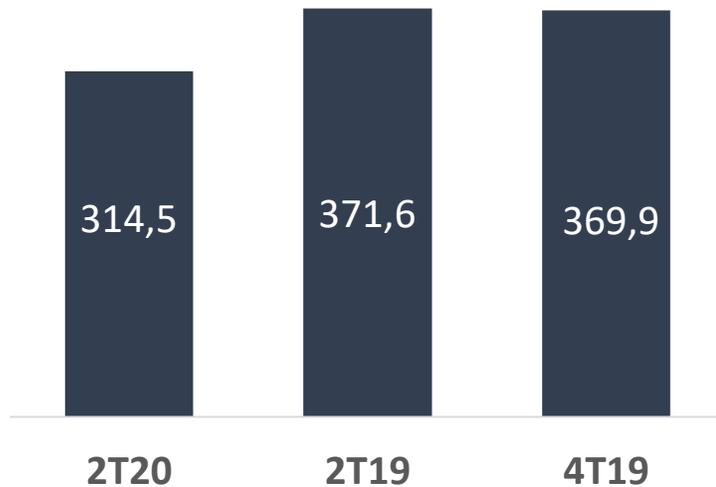
- ❖ O EBITDA aumentou 59,0% vs. 2T19, em razão dos itens não-recorrentes e redução nas despesas operacionais.



- ❖ Excluindo esses efeitos, o EBITDA recorrente da Companhia seria negativo em R\$41,4 milhões em 2T20, 188,5% abaixo de 2T19.

CAIXA LÍQUIDO

- ❖ A Companhia encerrou o 2T20 com um caixa líquido de R\$ 314,5 milhões.
- ❖ Ao final do 1T20, a Companhia captou um empréstimo financeiro, no montante total de R\$ 120,1 milhões e R\$ 80,0 milhões no mês de abril.



GERAÇÃO DE CAIXA



- ❖ Destaca-se uma gestão tempestiva de caixa pela Companhia, incluindo foco na gestão de capital de giro e repriorização de investimentos.

DFC Gerencial Consolidado - R\$ MIL	2T20	2T19	VAR. 2T20 2T19	1S20	1S19	VAR. 1S20 1S19
EBITDA	73.362	46.153	27.209	84.744	103.187	(18.443)
Itens Não caixa	(136.520)	6.087	-142.607	(124.281)	13.056	(137.337)
Arrendamentos	(8.265)	(7.025)	(1.240)	(16.405)	(13.885)	(2.520)
AVP Clientes e Fornecedores	1.516	3.505	(1.989)	6.286	8.521	(2.235)
IR&CS Corrente	(26.558)	-	(26.558)	(26.558)	228	(26.786)
Investimento em Capital de Giro	42.916	(20.163)	63.079	53.574	(1.242)	54.816
Contas a receber de clientes	76.202	(2.588)	78.790	171.031	39.709	131.322
Estoques	9.192	(29.901)	39.093	(62.154)	(68.243)	6.089
Fornecedores	(112.424)	14.044	(126.468)	(76.440)	36.362	(112.802)
Obrigações tributárias	34.591	2.696	31.895	15.045	(8.265)	23.310
Outros	35.355	(4.414)	39.769	6.092	(805)	6.897
CapEx	(4.850)	(9.215)	4.365	(9.798)	(18.489)	8.691
Geração de Caixa Livre	(58.399)	19.342	(77.741)	(32.438)	91.376	(123.814)

O montante de R\$150,3 milhões do crédito judicial de Pis e Cofins líquido de honorários que impactou EBITDA, foi ajustado como itens não caixa, pois será realizado em períodos subsequentes de acordo com as compensações de impostos devidos.



DADOS OPERACIONAIS

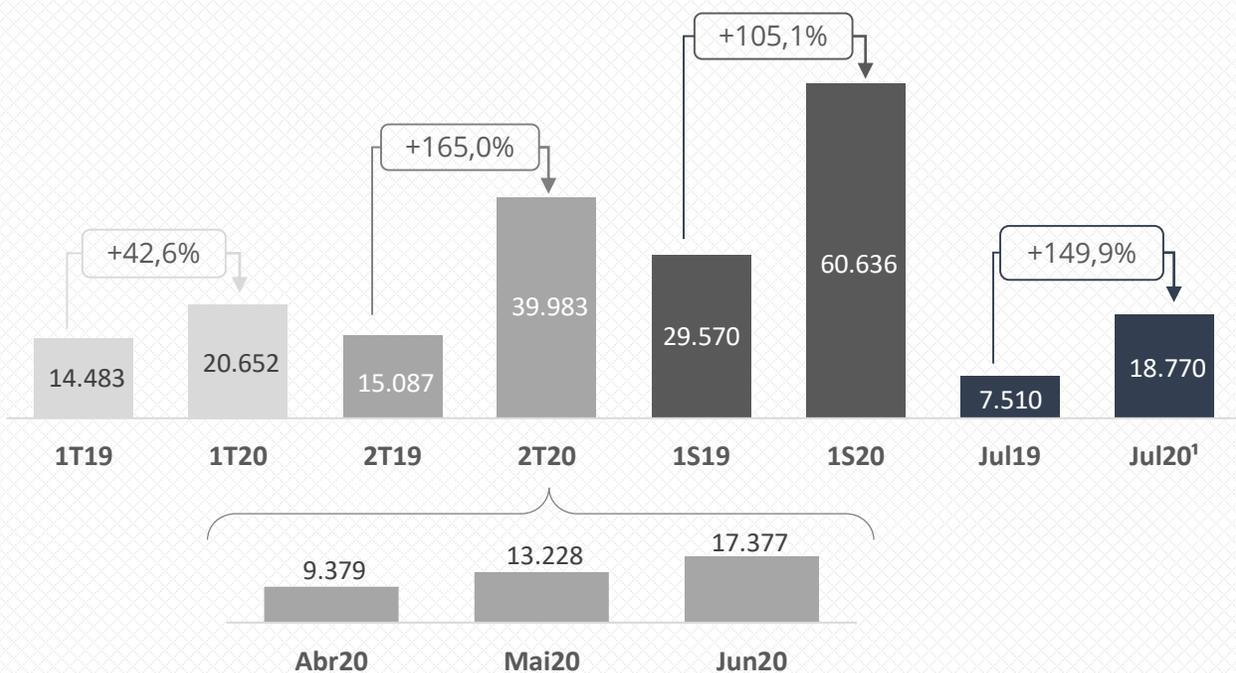


BOOST NO E-COMMERCE

- ❖ Novo patamar de vendas no e-commerce;
- ❖ Evolução em todos os indicadores: vendas, fluxo e conversão;

Faturamento E-commerce

Em R\$ mil



Principais indicadores ²



+71%
clientes novos



1,91% de conversão,
com pico de **3,12%**



+20 mil Pedidos
via WhatsApp



15% de receita no
Omnichannel



Crescimento de 120%
vs 1T20
Marketplace in e out



+75% de sell through
Mini coleções
exclusivas *online*



-0,8 dia
na entrega vs 1T20



29% de recompra no
Site no 2T20

Representatividade na receita

~4% na receita
total da Cia

2019

2021

~20% de
expectativa

- ❖ Integração dos centros de distribuição e operação
- ❖ Ampliação de disponibilidade, sortimento e arara infinita
- ❖ Cauda longa e novas categorias
- ❖ *Marketplace in e out*
- ❖ Criação de 10 hubs regionais e melhora no tempo médio de entrega
- ❖ Toda a rede em uma plataforma de *Social Selling*

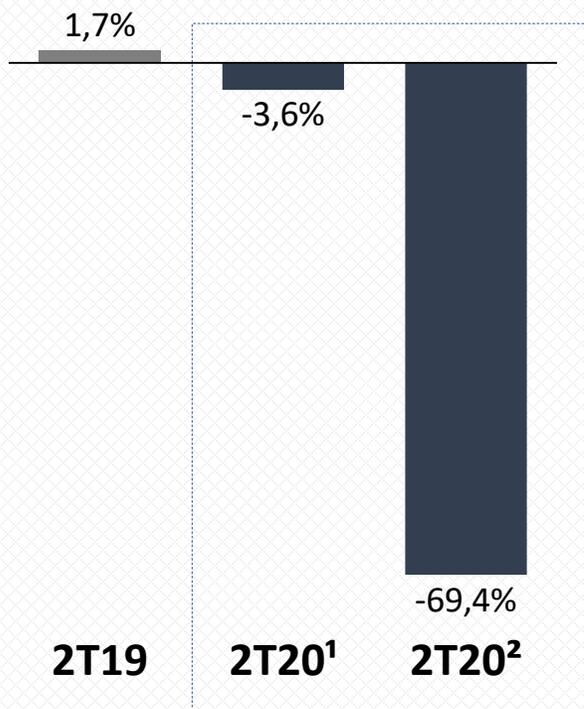
¹ O valor de jul20 ainda não auditado

² Os valores referem-se ao 2T20

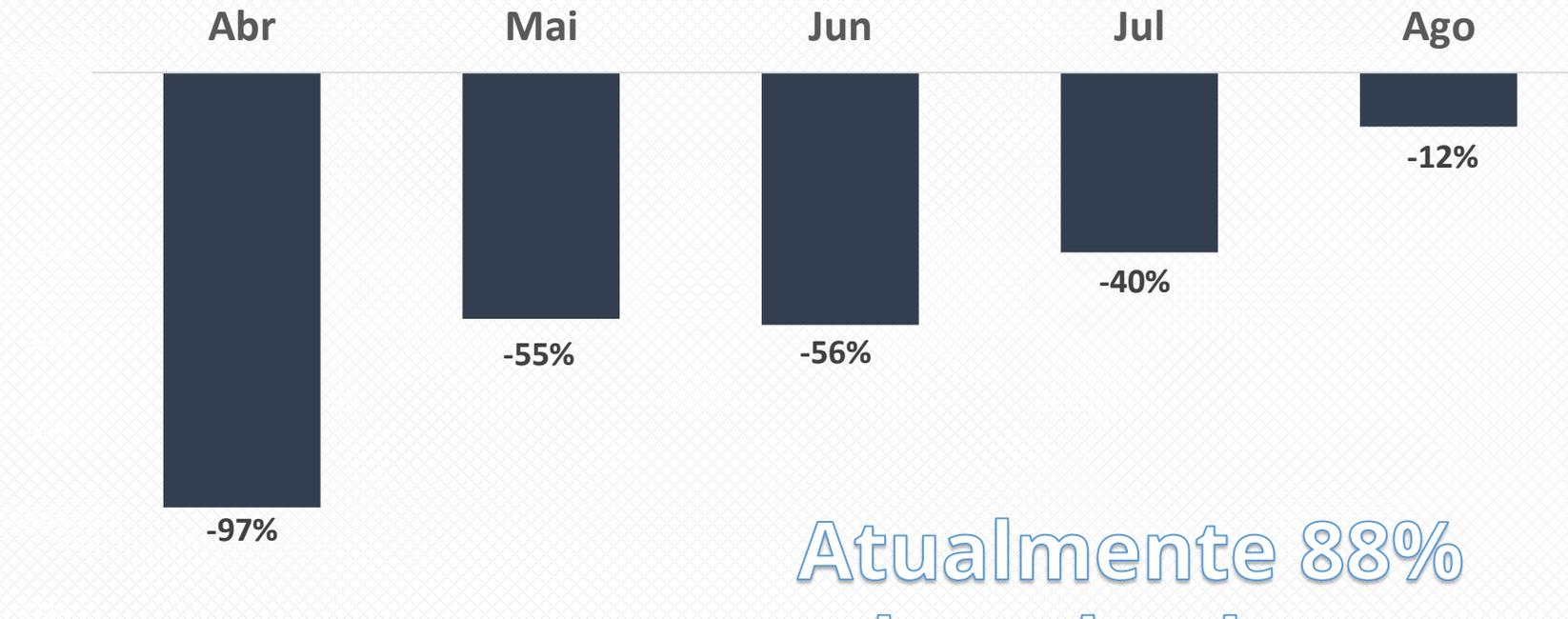


EVOLUÇÃO DO SELL-OUT DA REDE

Same Store Sales



SSS³



Atualmente 88%
da rede aberta

¹ Considera as lojas abertas desde o primeiro dia dos meses de abril (8 lojas), maio (109 lojas) e junho (208 lojas).

² Considera todas as lojas da rede abertas e fechadas no 2T20.

Ambos consideram as vendas do e-commerce.

³ Considera as lojas abertas e as vendas do e-commerce.



PLANO DE EXPANSÃO E MULTICANALIDADE

Expansão do varejo físico e novos canais de venda

- ❖ Modelo de gestão e expansão integrado entre os canais *sell-in* otimizando recursos e mitigando conflitos
- ❖ Novo *GTM* 100% digital e plataforma B2B Conecta
- ❖ Novas ferramentas e canais digitais de venda para parceiros
- ❖ Conversões de Varejo Qualificado (crescimento entre 25% a 30% de *sell-out*) e novas lojas compactas totalizando 130 aberturas
- ❖ 10 a 15 Hering Store em Mega Loja (*One Stop Shop*)¹
- ❖ Crescimento da representatividade nos clientes *Key-accounts*

¹ Piloto feito no Park Shopping São Caetano – loja convertida para o formato de grande superfície – *One Stop Shop* em Nov/19 - crescimento de venda de 65% e redução significativa no custo por m²;

² Estimativa de plano de expansão de lojas físicas em 2020;

³ Inclui Hering Store, Franquia Light e Basic Shop;



Showroom Virtual (Jul20) - Coleção de Alto Verão



+ de 6.000 clientes atendidos
20% da receita novos clientes



Pedido médio em linha com plano



Maior produtividade por atendimento online
Redução de 30% no tempo de atendimento



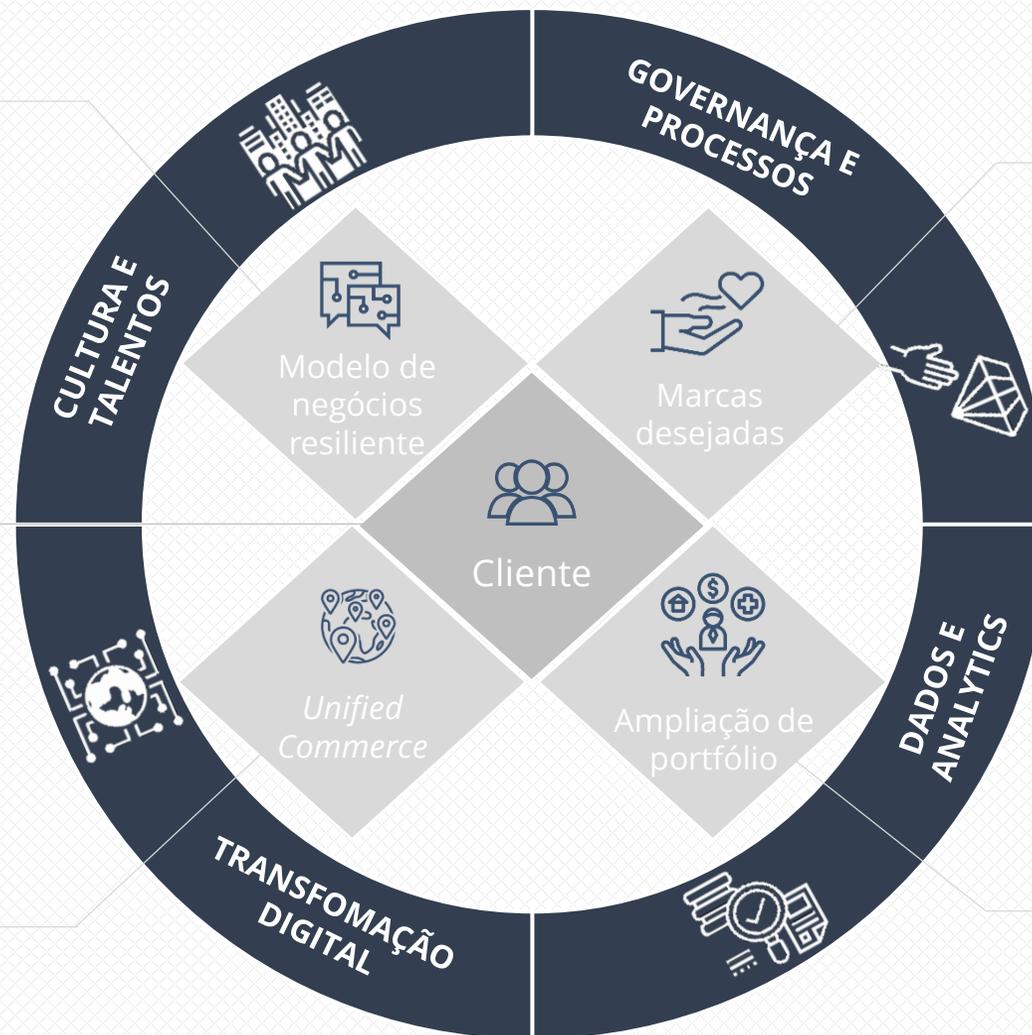
+ Conteúdo + Interação + Tecnologia + Uso de dados



A JORNADA

- *Advanced Analytics* e uso de IA
- Digitalização do *GTM*
- Revisão da matriz de *sourcing* e distribuição
- Implantação de modelo *push and pull*

- Visão Única do Cliente
- Plataforma CRM – *SalesForce*
- Gestão de ciclo do pedido
- Amadurecimento NPS 74 (meta: 80)



- Posicionamento sustentável e impacto positivo
- Jornada do Conforto
- Comunicação 360°, conteúdo digital e CRM
- “*Smart choice*”
- Experiência e facilidade de compra

- Consolidação de *Omnicommerce*
- Novos formatos de loja
- Ferramentas e canais digitais de venda (Social Selling, Whatsapp, APP)
- Desenvolvimento de plataforma *B2B*

- Cauda longa do *e-commerce*
- Personalização das ofertas / ativações
- Novas categorias de produtos e serviços
- Oportunidades de *M&A* em marcas e negócios sinérgicos



Perguntas

Relações com investidores

ri.ciahering.com.br
(11) 3371-4867/4805/4784
ri@hering.com.br



Cia.Hering

✕ HERING ✕ HERINGKIDS D Z A R M