

Cia.Hering

✕ HERING ✕ HERINGKIDS ✕ HERINGINTIMATES D Z A R M

RESULTADO DO
3T20

Visão Financeira

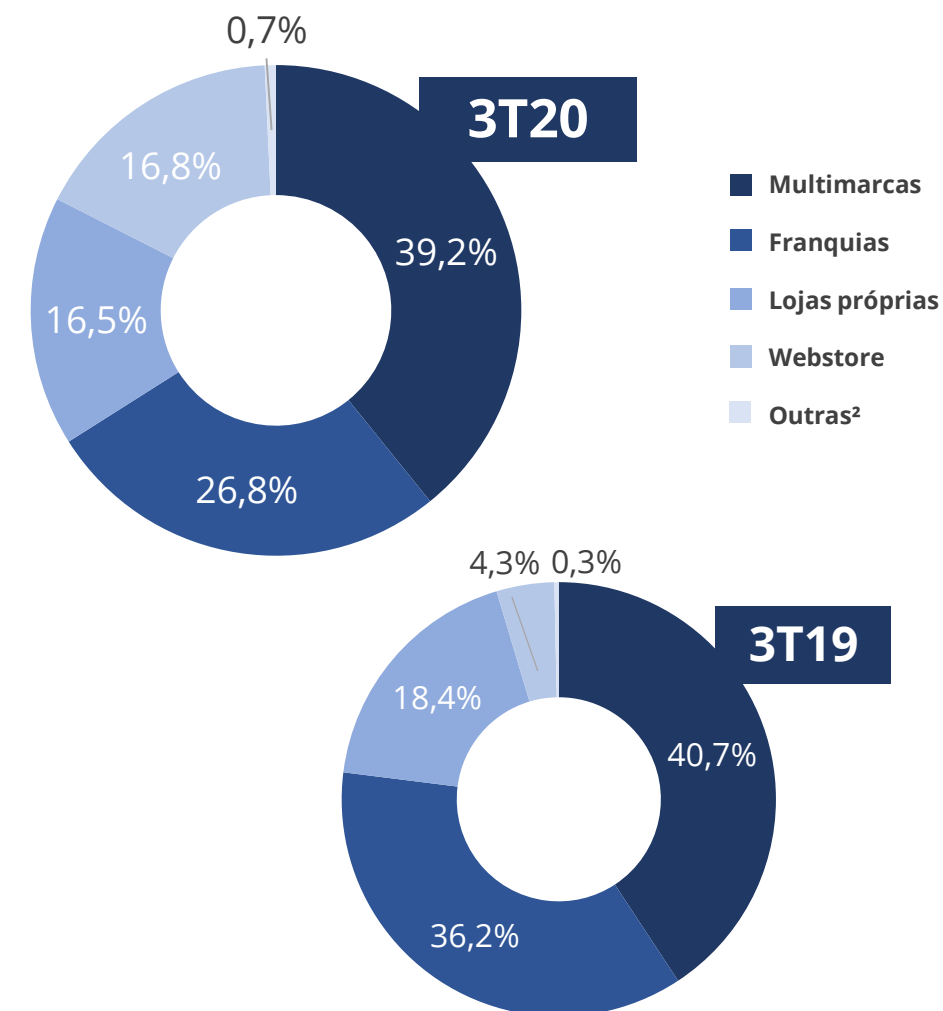


Receita Bruta

Por Marca (R\$ Mil)

	3T20	3T19	Var.	9M20	9M19	Var.
Cia.Hering	303.127	452.620	-33,0%	769.055	1.312.703	-41,4%
✕ HERING	229.006	327.007	-30,0%	573.907	966.137	-40,6%
✕ HERINGKIDS	38.906	66.502	-41,5%	94.066	173.622	-45,8%
D Z A R M	14.586	20.177	-27,7%	43.156	58.079	-25,7%
Outras¹	13.958	28.696	-51,4%	42.626	84.955	-49,8%
Mercado Externo	6.671	10.238	-34,8%	15.300	29.910	-48,8%

Por Canal (%)

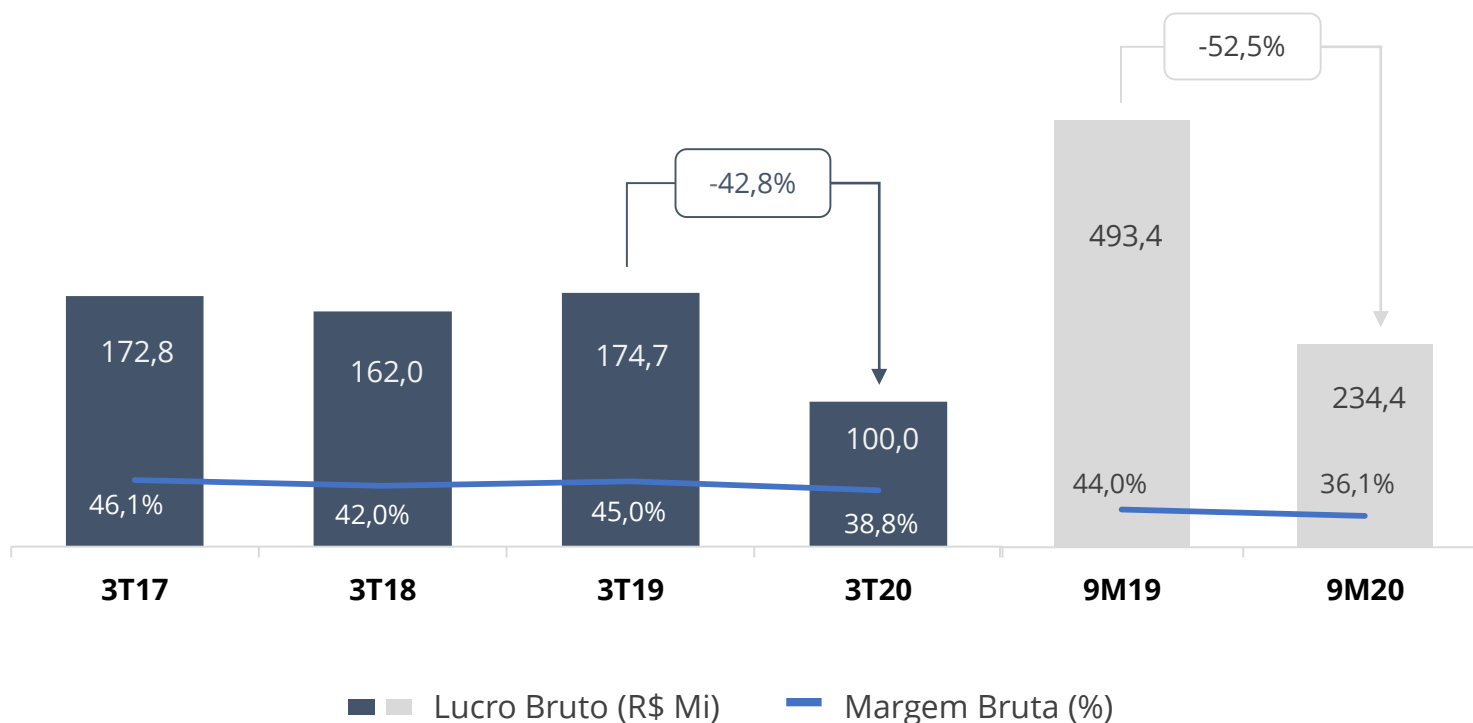


¹ Considera a venda de itens de segunda linha, sobras e receita da marca PUC, cujo encerramento foi anunciado no 1T20.

² Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

Lucro Bruto E Margem Bruta

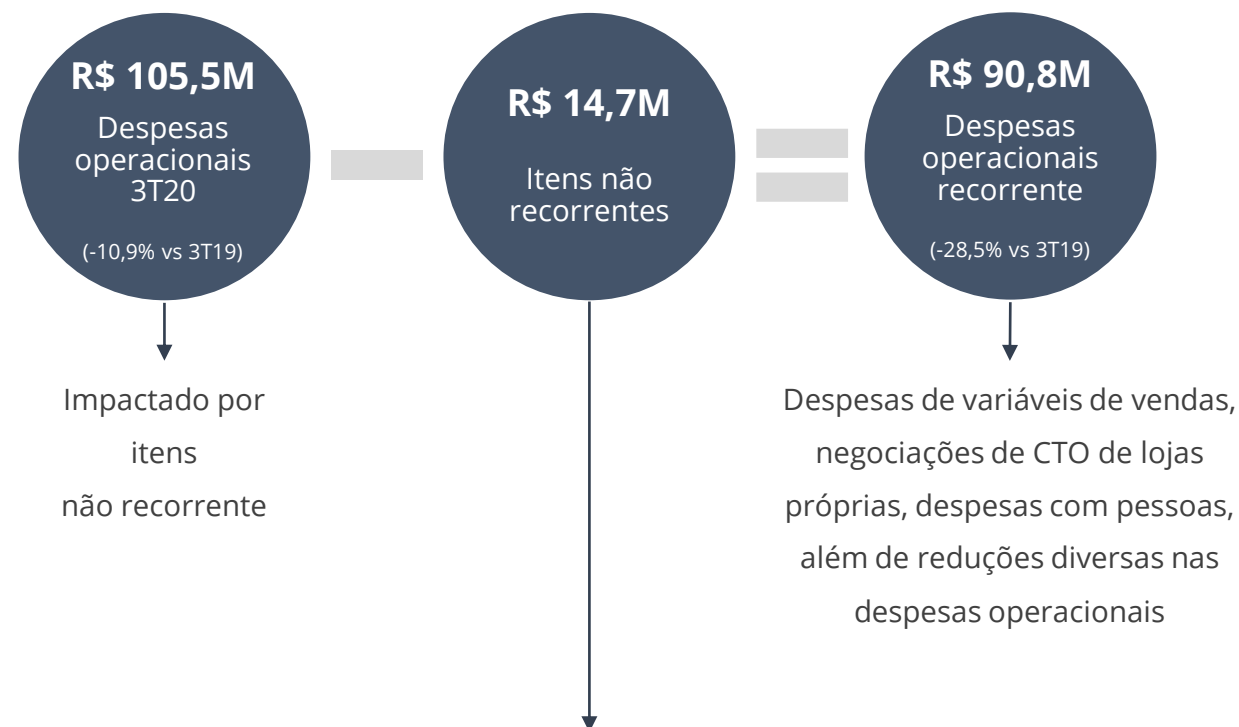
- ❖ O Lucro Bruto da Companhia atingiu R\$ 100,0 milhões no 3T20. Consequentemente a Margem Bruta do trimestre atingiu 38,8%



- ❖ A Margem Bruta retraiu 6,2 p.p no 3T20 vs. 3T19, influenciada principalmente por:

- 3,1pp: menor diluição dos custos fixos pela menor venda, apesar do esforço de redução de custos de 17,3%
- 3,1pp: menor participação de coleções vigentes em razão do cancelamento da coleção de Verão, apesar da maior margem e participação da venda *sell-out*.

Despesas Operacionais



Itens não-recorrentes - R\$ Mil	3T20	3T19	9M20	9M19
Créditos fiscais temporâneos ¹	(3.854)	13.277	146.490	-
Indenizações provenientes de reestruturação ²	(8.235)	(8.406)	(24.248)	(19.190)
Adequação da indústria ³	(2.647)	3.664	(10.419)	-
Outros eventos não-recorrentes	-	-	(15.357)	-
Total itens não-recorrentes	(14.736)	8.535	96.466	(19.190)

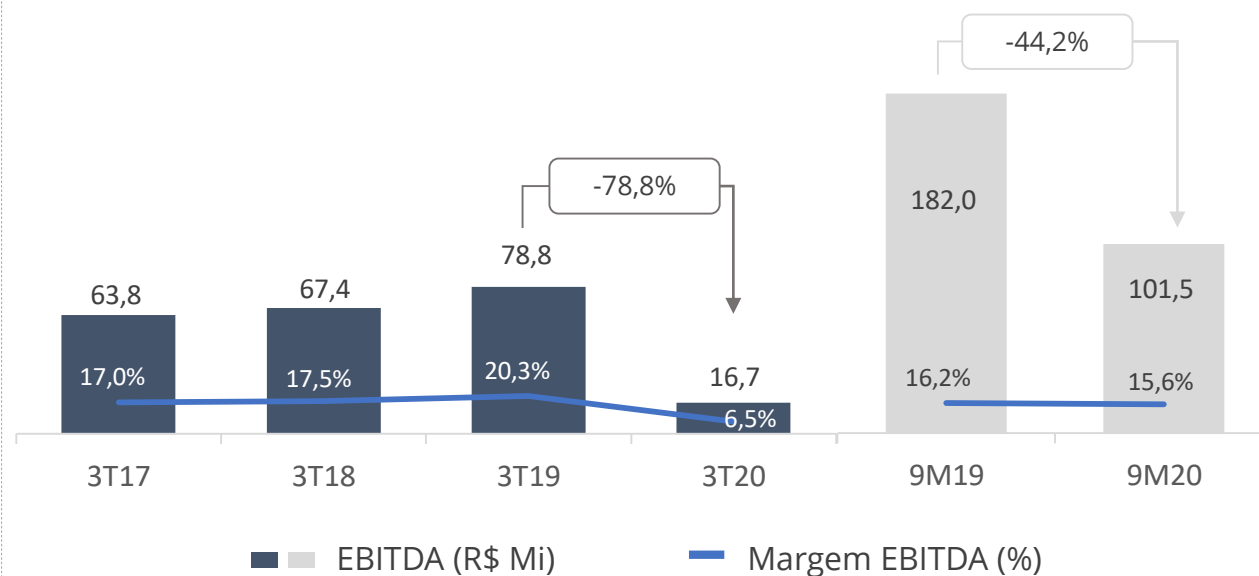
¹ Contempla honorários advocatícios

² Inclui indenizações trabalhistas e de representantes comerciais

³ Contempla a provisão para perdas de ativos imobilizados da operação industrial do RN e Daia

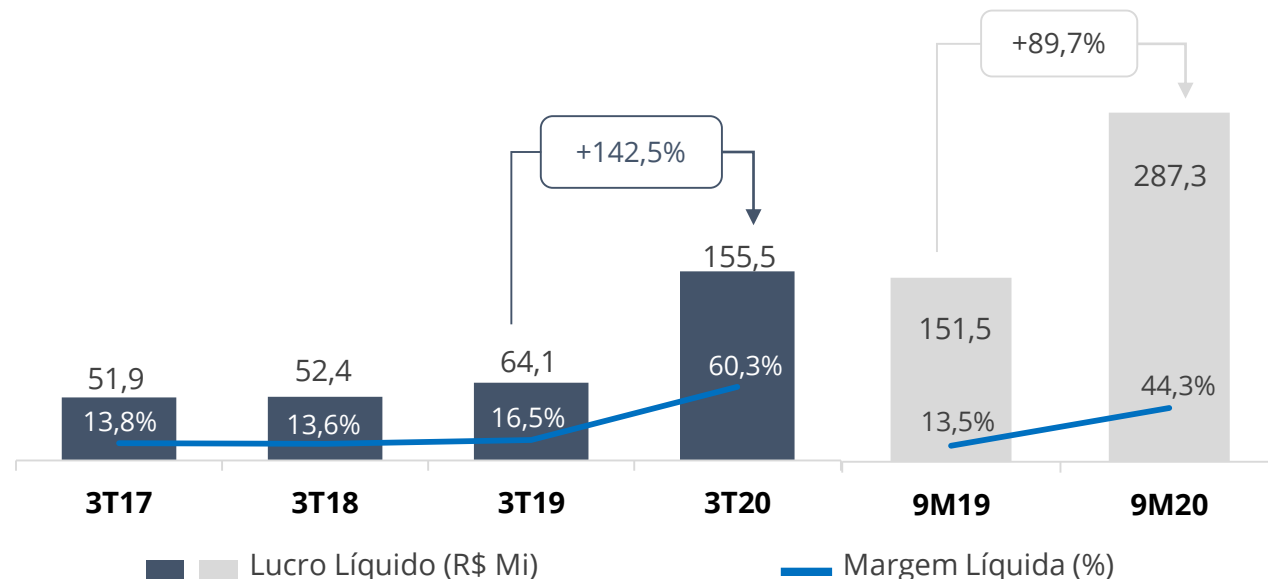
EBITDA

- ❖ O EBITDA atingiu R\$ 16,7 milhões, e R\$31,5 milhões excluindo os itens não-recorrentes citadas ao lado, com margem de 12,2% no 3T20



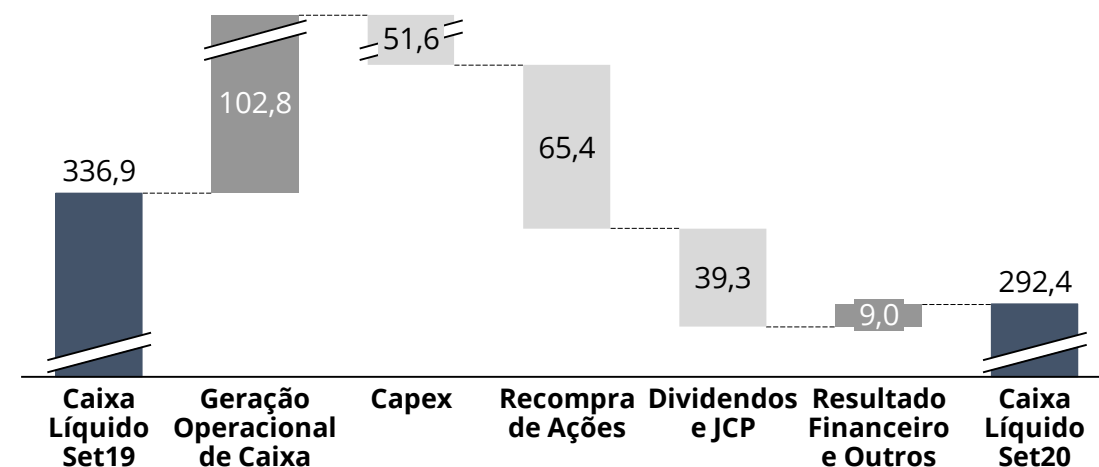
Lucro e Margem Líquida

- ❖ O lucro líquido no trimestre totalizou R\$ 155,5 milhões, aumento de 142,5% vs 3T19.
- ❖ Ações dos créditos de subvenções no valor de R\$ 178,3 milhões¹, gerando receita financeira de R\$ 72,2 milhões pela atualização monetária e crédito do imposto de renda de R\$ 106,1 milhões.



Geração de Caixa

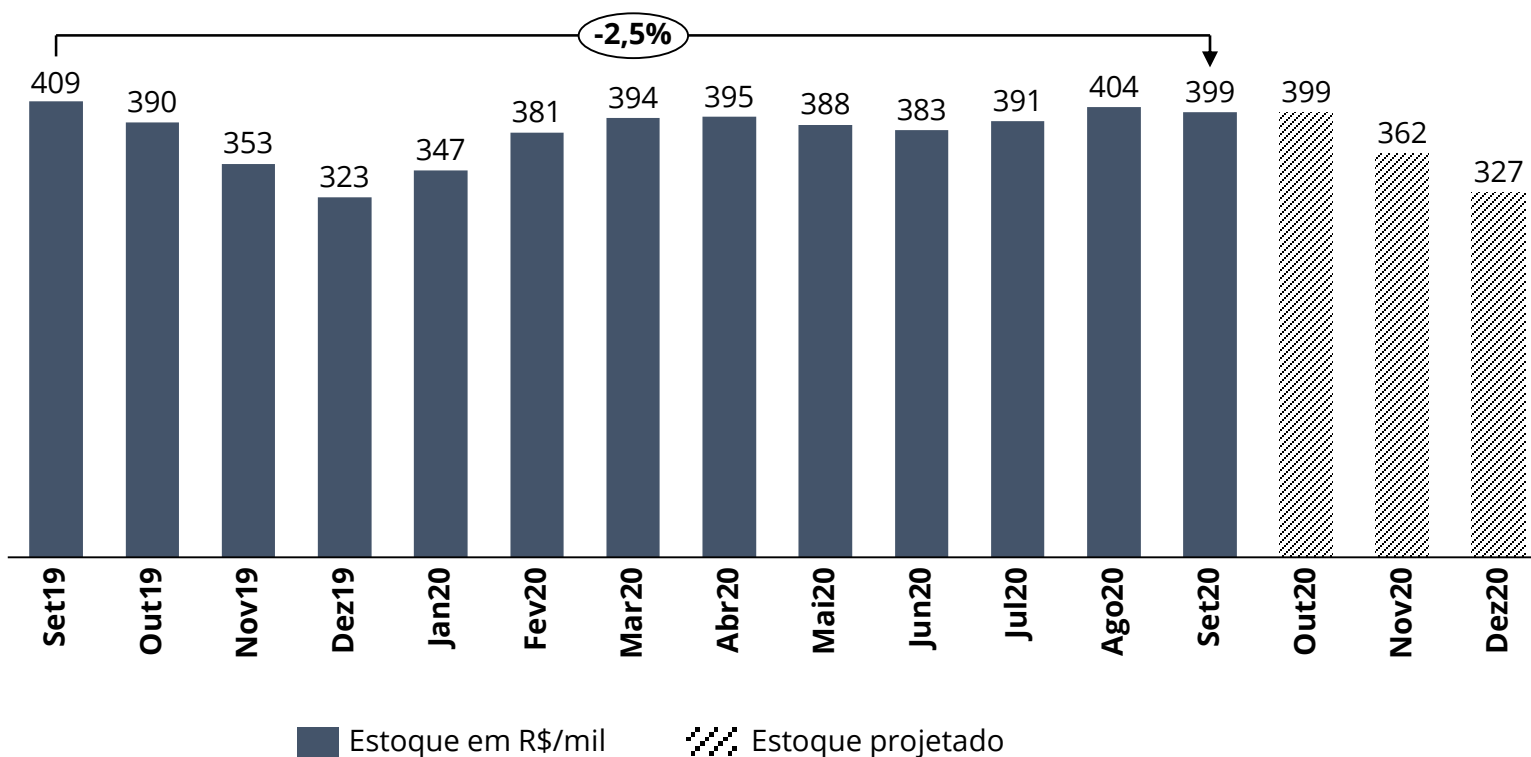
- ❖ Geração de caixa livre de R\$ 22,6 milhões, no 3T20, R\$ 0,5 milhão abaixo do 3T19, apesar do menor resultado operacional.
- ❖ Gestão ativa de caixa incluindo foco na gestão de capital de giro e repriorização de investimentos, garantindo uma posição confortável de liquidez.



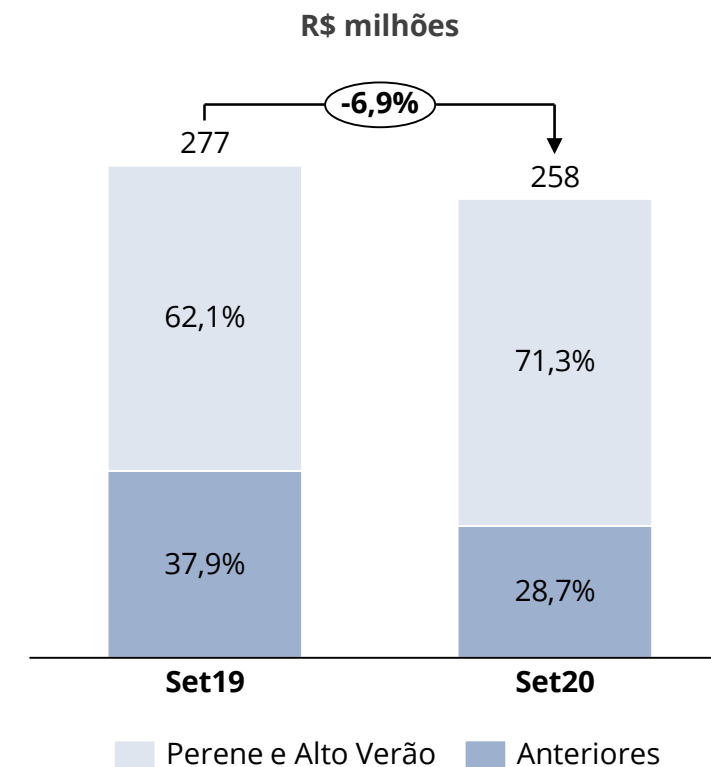
¹ Ainda não auditado. Impacto total dos créditos presumidos de ICMS é de R\$178,3 milhões que líquido de PIS/COFINS, honorários e se excluído o imposto de renda de 34% apenas sobre a atualização monetária (R\$ 42,9 milhões), seria de R\$156,2 milhões.

Estoque

- ❖ Gestão e controle dos estoques resultou na redução de 2,5% vs ano anterior.
- ❖ Expectativa de fechamento do ano em linha com 2019 com normalização gradual da cobertura

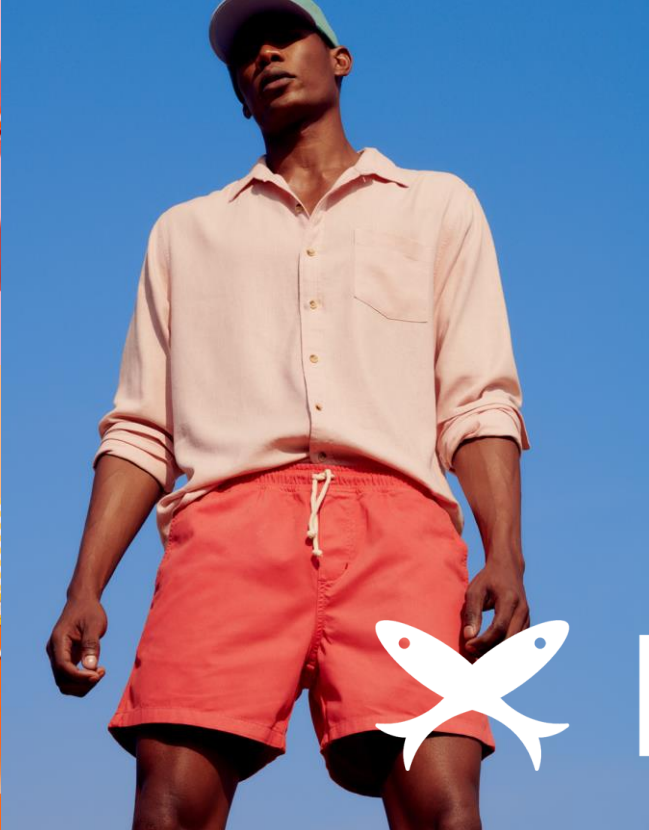


- ❖ O estoque de produtos acabados ficou 6,9% abaixo do 3T19, sendo 71,3% referente a artigos perenes e coleções de Alto Verões e 28,7% referente às coleções anteriores, que reduziram 30% vs. Set/19.



Visão Negócio





HERING

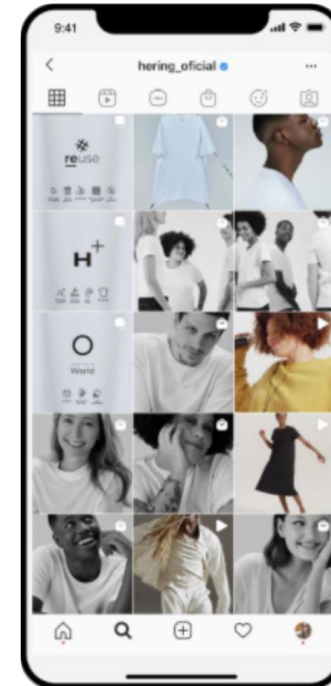
Experiência 360°

Ampliação de pontos de contato com clientes

ATIVAÇÕES
SEMANAIS



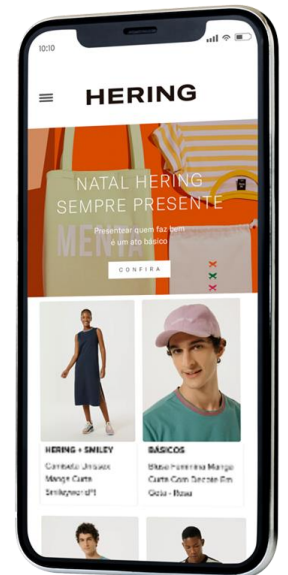
LOJAS
FÍSICAS



O BÁSICO DO BRASIL

- ↑ Aumento de 55% na venda de básicos;
- 📶 13M de alcance;
- 📺 9M visualizações do vídeo;
- 📊 63M impressões;

IMPORTANTE FERRAMENTA
PARA TESTE DE BENEFÍCIOS
E OFERTAS SEGMENTADAS,
TRAZENDO OS PRINCIPAIS
PILARES DE LOYALTY



HERING APP, o básico da vez

- 📢 Canal com drive de *Awareness*;
- 👤 Alto potencial de personalização;
de mensagens e conteúdo;
- 🛒 Recomendação de produtos de acordo com o perfil;



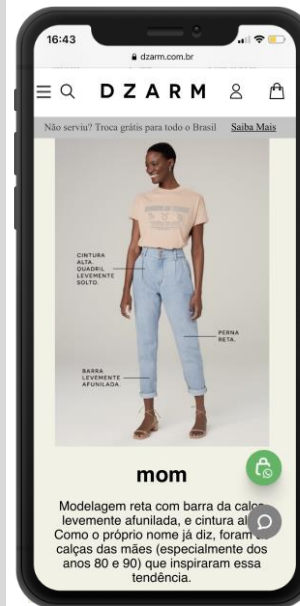
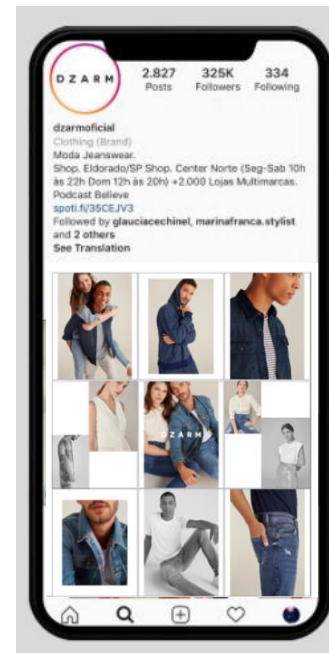
DZARM

Experiência 360°

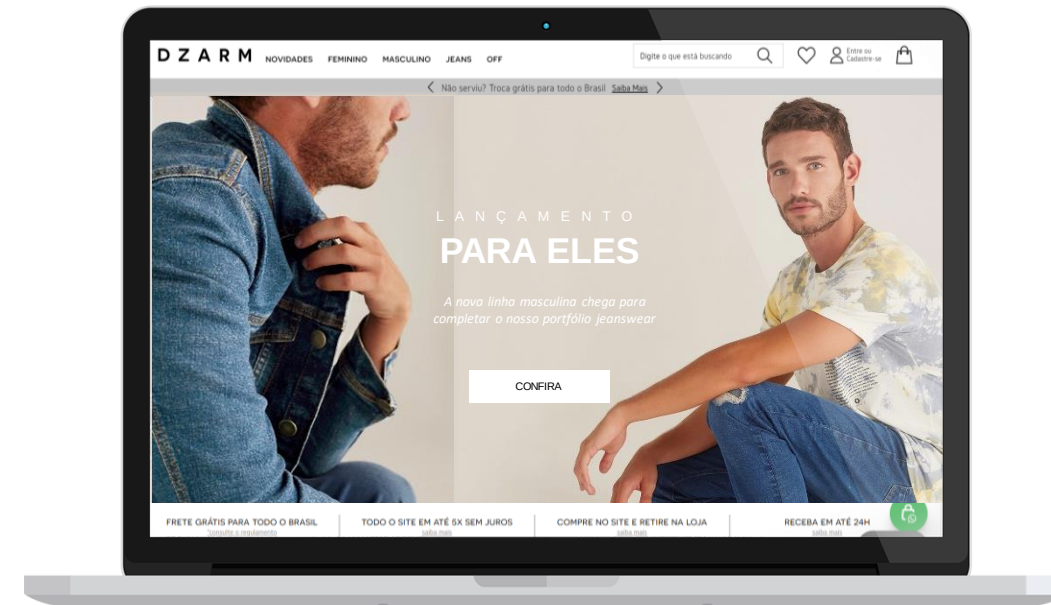
Ampliação de pontos de contato com clientes



**LANÇAMENTO LOJA CENTER NORTE |
NOVO PROJETO ARQUITETÔNICO**



**FORTELECIMENTO EXPERIÊNCIA
DIGITAL AMPLIAÇÃO DE
CONTEÚDO**

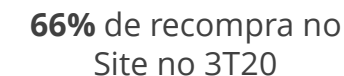


NOVO SITE | JORNADA

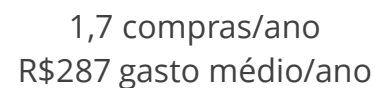
- # Faturamento E-commerce

Period	Employees	Change (%)
3T19	19.034	
3T20	49.724	+161,2%
9M19	48.602	
9M20	110.359	+127,1%
Out19	6.150	
Out20¹	16.688	+171,4%

Indicadores E-commerce



Indicadores Omnichannel



4,3 compras/ano
R\$ 805 gasto
médio/ano

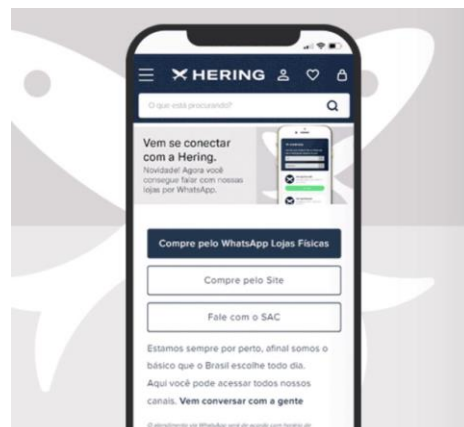
Canais Digitais



"Social Selling"

Plataforma digital e
pagamento de comissões

+2.000 vendedores



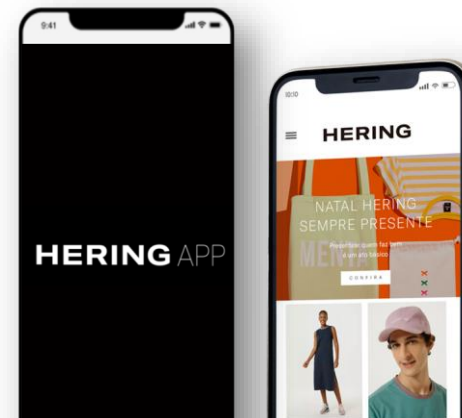
Whatsapp Smart Sales

Catálogo digital via com
estoque integrado e link de
pagamento seguro

+8.000 atendimentos por
mês

Conversão média **11%;**
500% acima do e-commerce

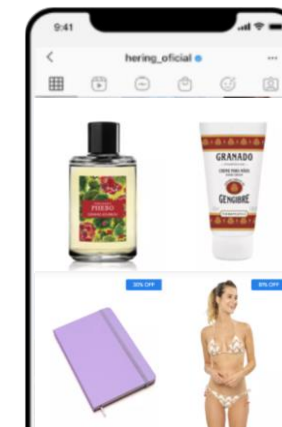
TM de **R\$180, 21% maior**
que na loja



APP

Lançamento em
Novembro

Loyalty



Marketplace in e out

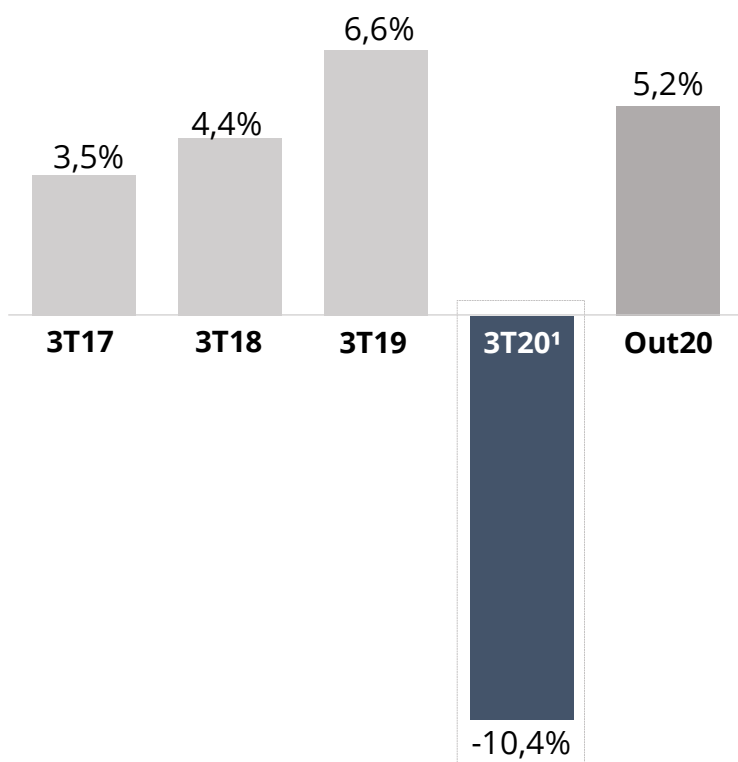
Loja Oficial

Novas categorias

+193% vs 2T20

Desempenho Rede Hering – Sell out

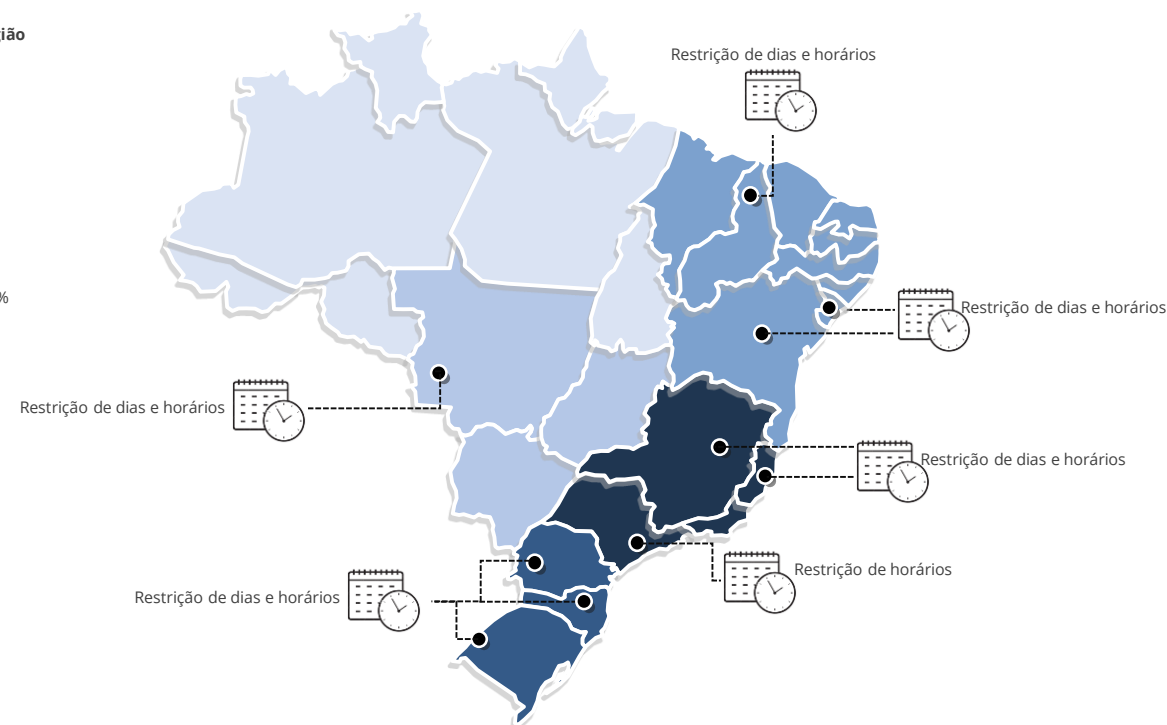
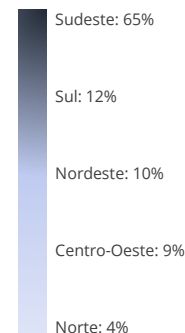
Same Store Sales



¹ Considera o dia de abertura da loja para entrar no índice e exclui os finais de semana sem operação – rede Hering Store e e-commerce.

Representatividade da receita por região e status das operações de shopping no 3T20

% na receita por região



Aumento de produtividade das lojas físicas



+23%
Peças por atendimento



+5 p.p.
Taxa de conversão



+9%
Ticket Médio

Desempenho Vendas – Sell in

Calendário de coleções 2S20

AGOSTO

- Showroom: Ciclo 3 da Coleção Alto-Verão

OUTUBRO

- Sell-out: Ciclo 2 da Coleção Alto-Verão

DEZEMBRO

- Sell-out: Ciclo 4 da Coleção Alto-Verão

JULHO

- Cancelamento da coleção de Verão para proteção dos estoques
- Showroom: Ciclos 1 e 2 da Coleção Alto-Verão

SETEMBRO

- Showroom: Ciclo 4 da Coleção Alto-Verão
- Sell-out: Ciclo 1 da Coleção Alto-Verão

NOVEMBRO

- Sell-out: Ciclo 3 da Coleção Alto-Verão

Showroom 100% Digital – Coleção Alto Verão



3 eventos realizados de sell-in
+ de 6.000 clientes atendidos/ciclo



+ Conteúdo + Interação
+ Tecnologia + Uso de dados



Pedido médio em linha
com plano



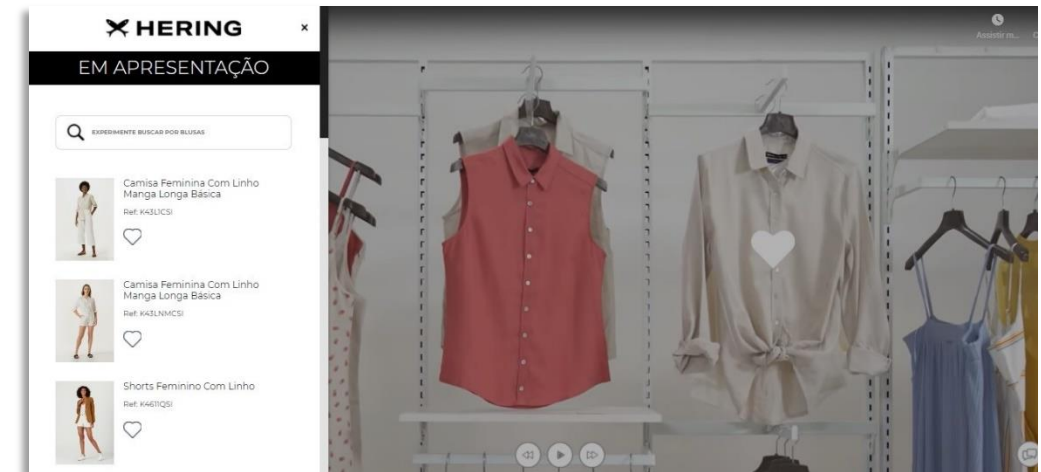
Alto grau de engajamento
dos clientes melhorando a
previsibilidade de demanda



Recomendações

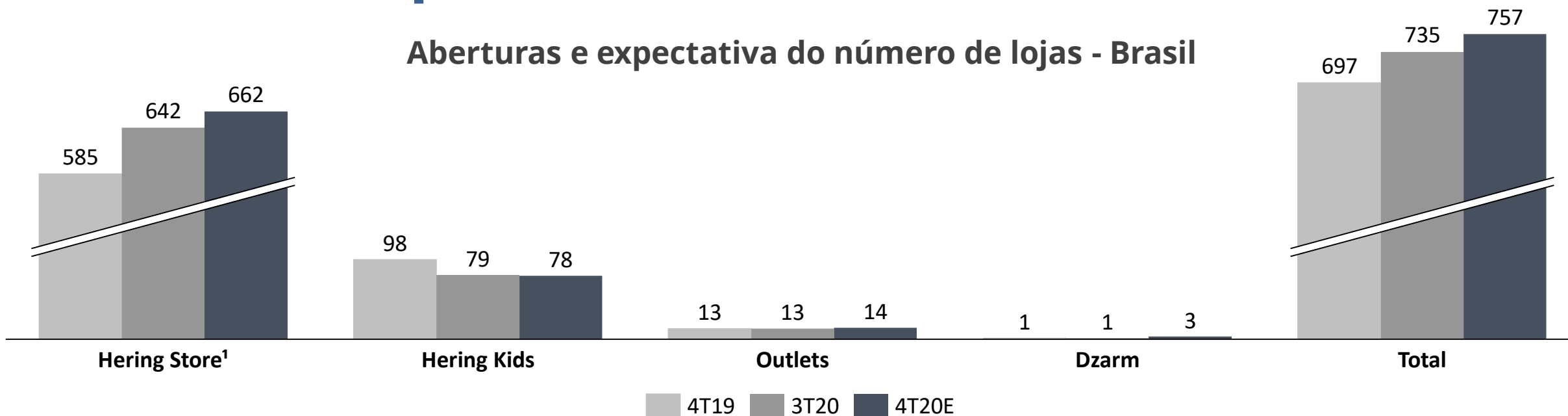


Review Produto



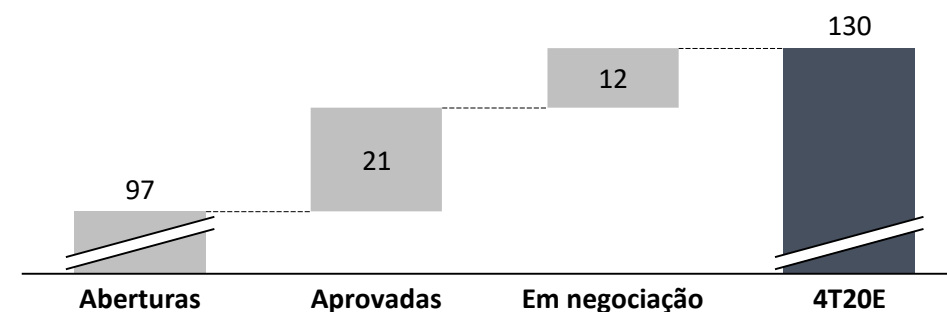
Plano de Expansão

Aberturas e expectativa do número de lojas - Brasil



- ❖ Expansão com formatos compactos e abertura de 130 lojas (combinando conversões² de Varejo Qualificado e novas lojas)
- ❖ 5 a 10 conversões da rede Hering Store em Mega Lojas (4 lojas³ já aprovadas para o 4T20)
- ❖ 2 lojas do novo conceito da Dzarm e 1 novo outlet

Plano de expansão 2020 - Franquia Light



Posição Setembro/2020

¹ Inclui Hering Store, Franquia Light e Basic Shop.

² Lojas convertidas tem crescido de 25% a 30% de sell-out

³ Plaza Sul, Grand Plaza, Mooca e Anália Franco

Perguntas



Relações com Investidores

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

Cia.Hering

✕ HERING ✕ HERINGKIDS ✕ HERINGINTIMATES D Z A R M

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.