

# Cia. Hering

✕ HERING ✕ HERINGKIDS PUC 89 D Z A R M

RESULTADOS DO **1T20**





# ÍNDICE

✈ Proteger as Pessoas e Negócio

✈ Desempenho Financeiro

✈ Desenho do “Novo Normal”

✈ Perguntas



Gostaríamos de expressar nossa solidariedade com as pessoas afetadas pela pandemia do COVID-19 e reforçar que a nossa gente, bem como sua saúde e segurança são prioridades absolutas. Por isso, agradecemos a esse time, que em tempos tão desafiadores e sem precedentes, nos inspira a seguir nos reinventando. Além de reafirmarmos nossa convicção na perenidade do negócio que, em 2020, completa 140 anos de história.



## ***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.

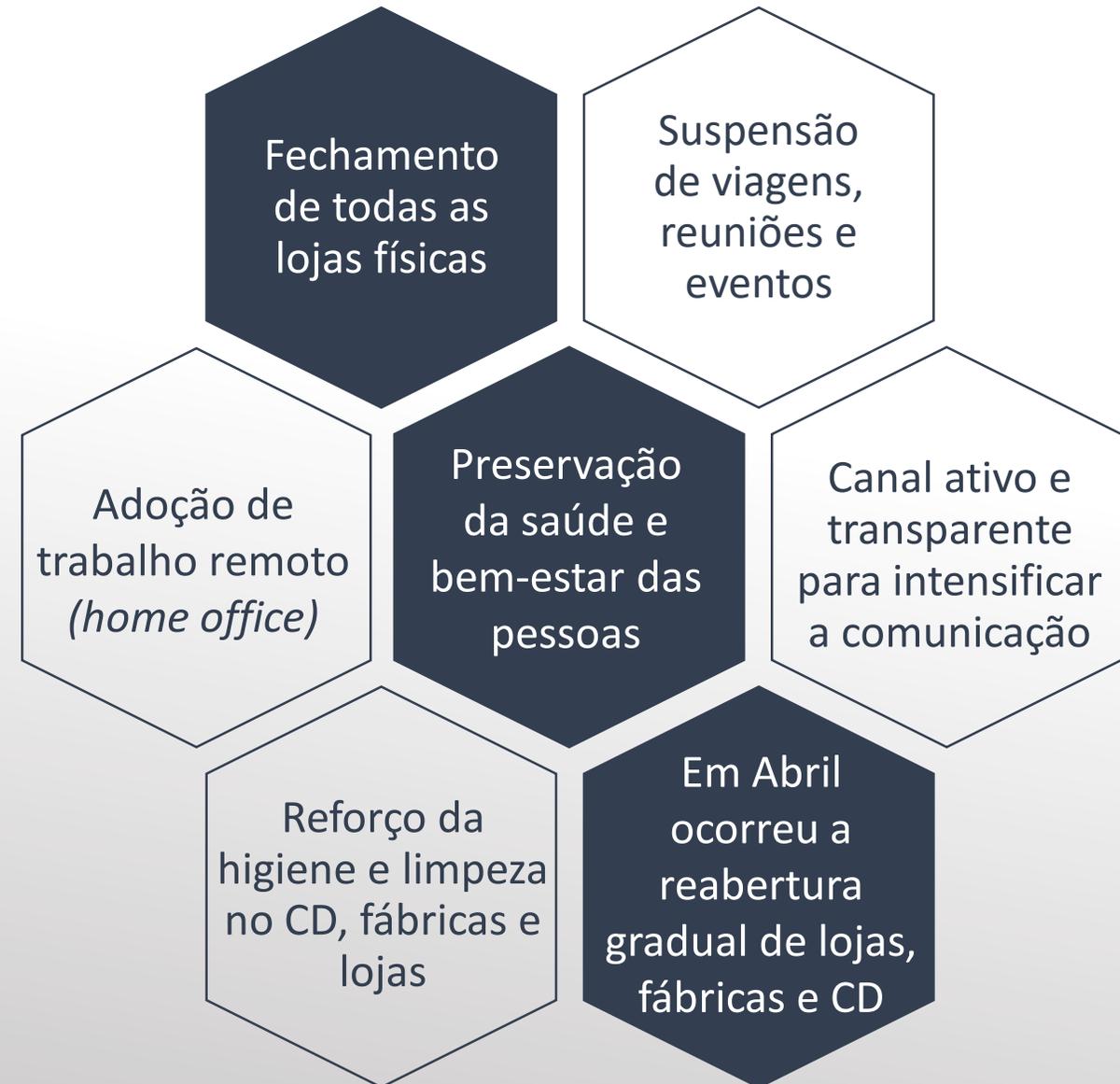


# CUIDAR DAS PESSOAS

# Velocidade e Adaptabilidade



Construir juntos <sup>1</sup>



<sup>1</sup> Valor da Cia Hering

# Iniciativas de cunho social



Paixão pela causa <sup>1</sup>



R\$ 1,4 milhão em doações

Confecção e doação de máscaras para as comunidades, hospitais e institutos



Confecção de **roupas para uso hospitalar** nos estados de Santa Catarina, Goiás e Rio Grande do Norte



Lançamento da coleção "Com Amor", com 100% do lucro revertido para a **compra de respiradores**

<sup>1</sup> Valor da Cia Hering



# PROTEGER O CAIXA E O NEGÓCIO

# Fortalecer a saúde financeira



Gerar valor <sup>1</sup>

\*As medidas citadas abaixo terão impactos primordialmente no segundo trimestre

Implementação de uma **gestão tempestiva de liquidez, rígido controle de despesas e suspensão e priorização de investimentos**

**Renegociação de contratos e prazos**, além da suspensão de novos contratos de atividades não-essenciais

Revisão do **calendário de coleções e redução nos volumes de compras** de matérias-primas e produtos acabados

**Captação  
R\$ 200 milhões**

Reforço da posição de caixa:  
captação de R\$ 120M em mar e R\$ 80M em abr.  
Ao final de abril - **R\$ 519M em caixa**

**Redução na folha de pagamento em abril e maio**

Redução dos salários da Administração, de toda liderança, e adesão ao programa emergencial de manutenção do emprego e renda - **MP 936**

\*Os valores referentes aos meses de Abril e Maio ainda não foram auditados.

# Garantir a continuidade da rede



*Espírito empreendedor*<sup>1</sup>

Alongamento do prazo dos títulos e redução dos encargos financeiros

Suspensão de toda a carteira de pedidos até a reabertura das lojas

Treinamentos e geração de conteúdo para a rede via *Webinar* com foco em saúde e segurança nas lojas

## Plano de apoio à rede

Novo modelo de abastecimento a partir da retomada da abertura das lojas via OTB e melhora do modelo de reposição automática e recomendada para equalizar os estoques e evitar as rupturas

Rápida implementação de modalidades de venda "digital", "*Social Selling*" e *WhatsApp*

Comunicação frequente, com *calls* semanais para orientação sobre como proteger o negócio e renegociação de custo de ocupação



# DESEMPENHO FINANCEIRO

# 1T20

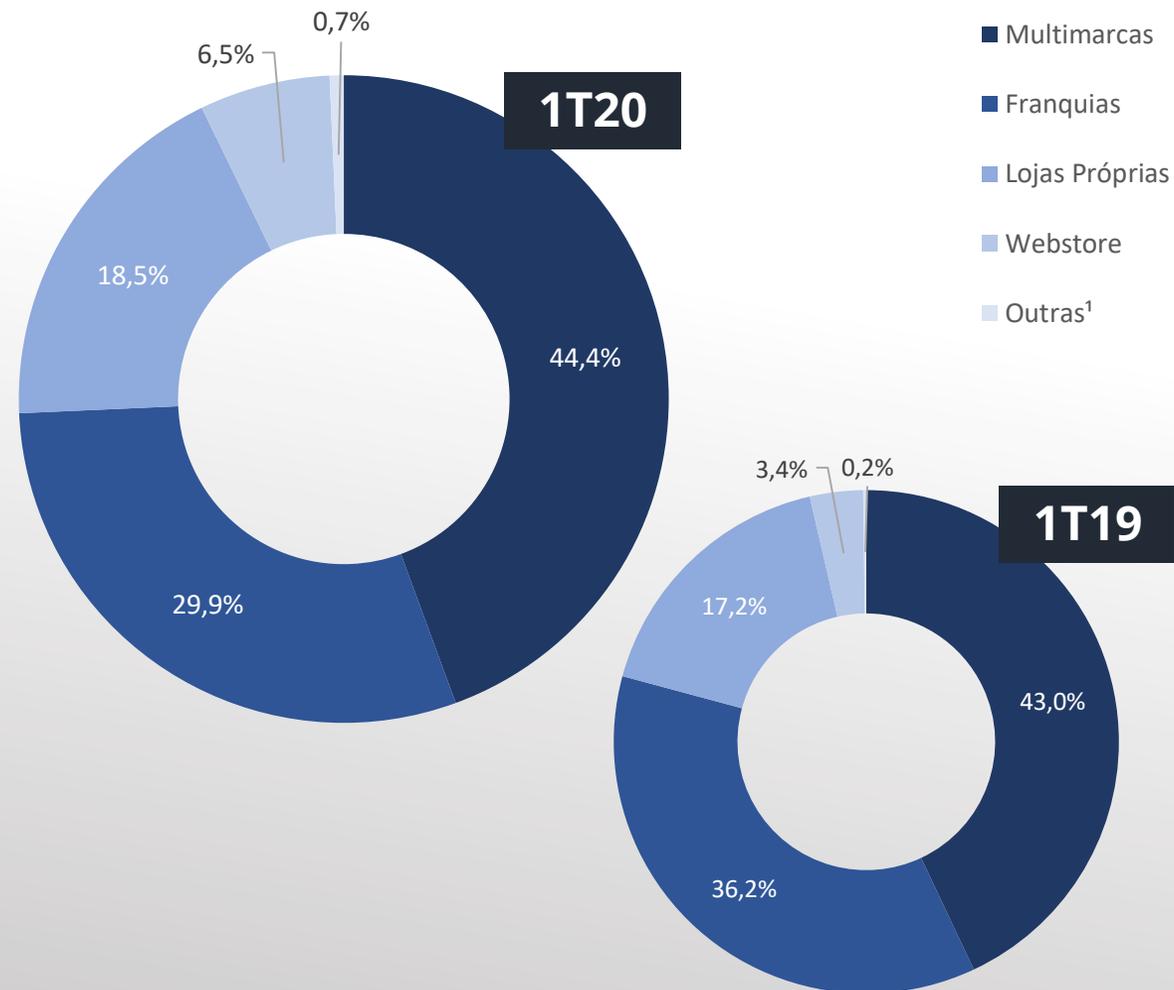
# Receita Bruta



## Por Marca (R\$ Milhões)

	1T20	1T19	Var.
<b>Cia.Hering</b>	323,6	437,9	-26,1%
<b>HERING</b> <b>HERINGKIDS</b>	276,8	380,8	-27,3%
<b>PUC</b>	14,9	22,5	-33,8%
<b>D Z A R M</b>	20,0	18,2	9,8%
Outras <sup>1</sup>	4,9	6,4	-24,2%
Mercado Externo	7,1	9,9	-28,7%

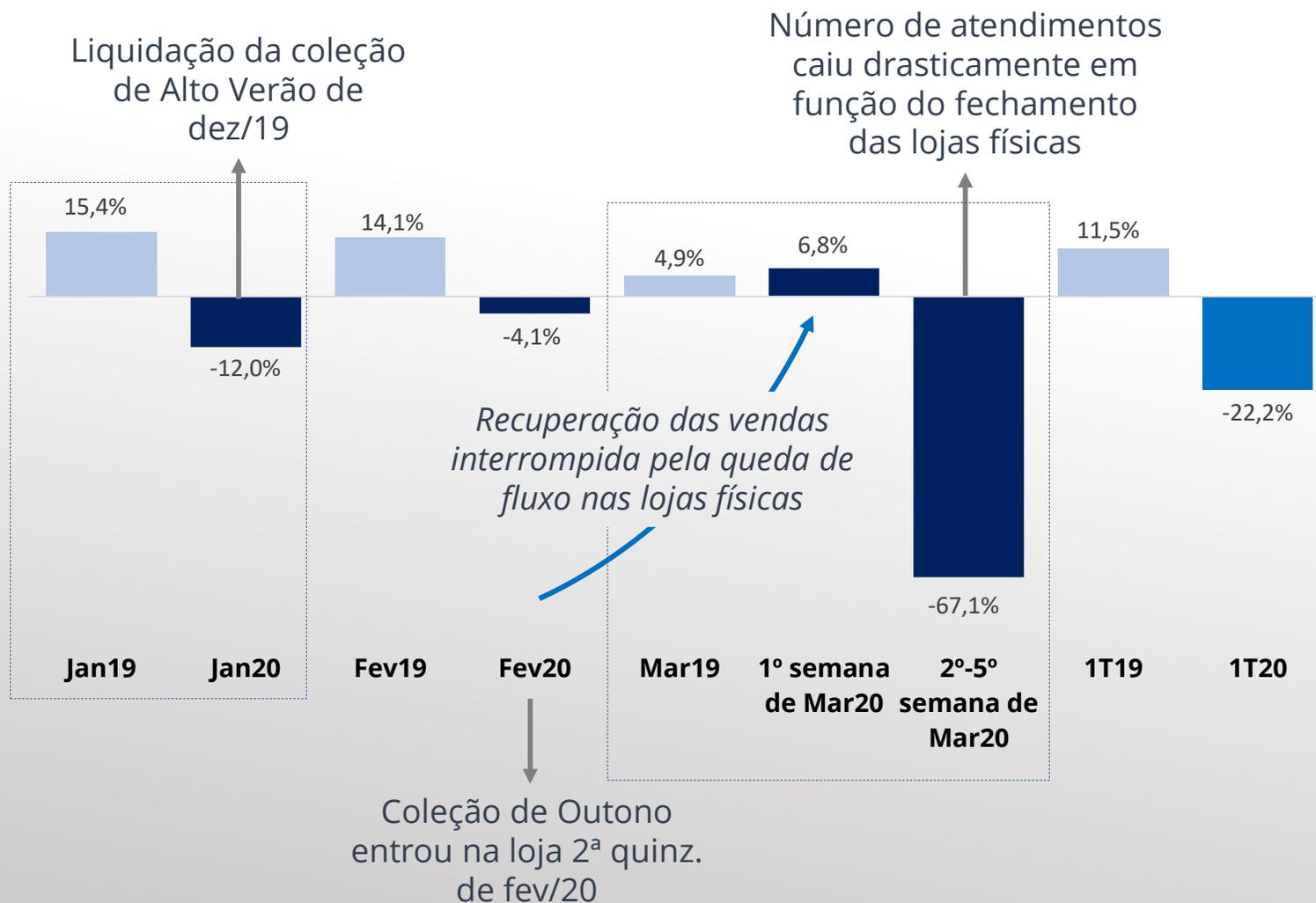
## Por Canal (%)



<sup>1</sup> Considera vendas de itens de segunda linha e sobras



# Same Store Sales – Rede Hering Store

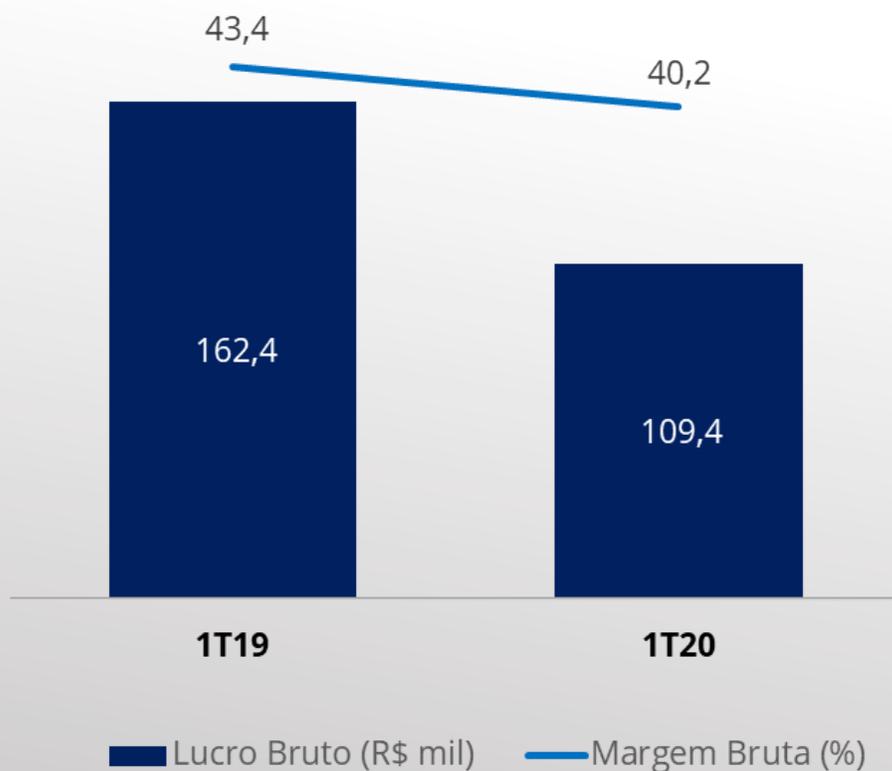


**-3,9%**  
de redução no nível dos estoques da rede

Redução do abastecimento *sell-in*  
+  
Dimensionamento dos estoques



# Lucro Bruto e Margem Bruta



## Lucro Bruto

Diminuição do volume de vendas;



## Margem Bruta

Baixa diluição dos custos;

Diminuição na alavancagem operacional das fábricas;

Redução e cancelamento das vendas de coleções regulares;

Maior participação de saldos no *mix* de faturamento.



# EBITDA

- Baixo crescimento das vendas**
- Desalavancagem operacional**

## Despesas operacionais

- Menor pagamento de prêmios e comissões relacionado à baixa performance de vendas;
- Redução das despesas com locação de imóveis;
- Queda nas despesas com pessoal devido ao índice de vacância;
- Não houve provisionamento para participação nos resultados;
- Aumento nas indenizações de representantes comerciais do canal multimarcas;
- Aumento na provisão de devedores duvidosos frente a deterioração da carteira de títulos vencidos.



# Fluxo de Caixa

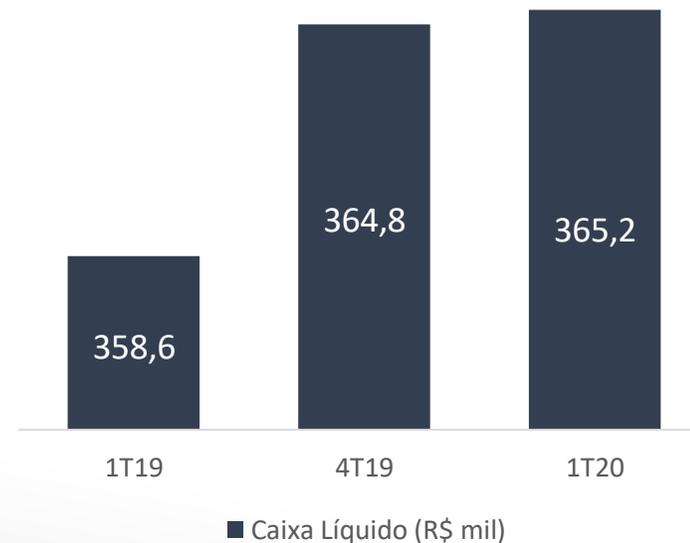


DFC Gerencial Consolidado - R\$ mil	1T20	1T19	VAR. 1T20   1T19
<b>EBITDA</b>	<b>11.383</b>	<b>57.034</b>	<b>(45.651)</b>
Itens Não caixa	12.238	5.933	6.305
Arrendamentos	(8.140)	(6.860)	(1.280)
AVP Clientes e Fornecedores	4.770	5.016	(246)
IR&CS Corrente	-	228	(228)
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>10.659</b>	<b>19.957</b>	<b>(9.298)</b>
Contas a receber de clientes	94.829	42.297	52.532
Estoques	(71.346)	(37.306)	(34.040)
Fornecedores	35.984	22.318	13.666
Obrigações tributárias	(19.546)	(10.961)	(8.585)
Financiamento de franqueados – plano de reformas - adiantamento	(1.761)	(664)	(1.097)
Outros	(27.501)	4.273	(31.774)
<b>CapEx</b>	<b>(4.948)</b>	<b>(9.274)</b>	<b>4.326</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>25.962</b>	<b>72.034</b>	<b>(46.072)</b>



# Caixa Líquido

Com o intuito de preservar a saúde financeira para a sustentabilidade e aceleração do negócio e fortalecer ainda mais sua posição de caixa líquido a Cia adquiriu um empréstimo em março e abril.



**R\$ 485,3M**

Caixa e Equivalente de  
caixa

-

**R\$ 120,1M**

Empréstimos e  
Financiamentos

=

**R\$ 365,2**

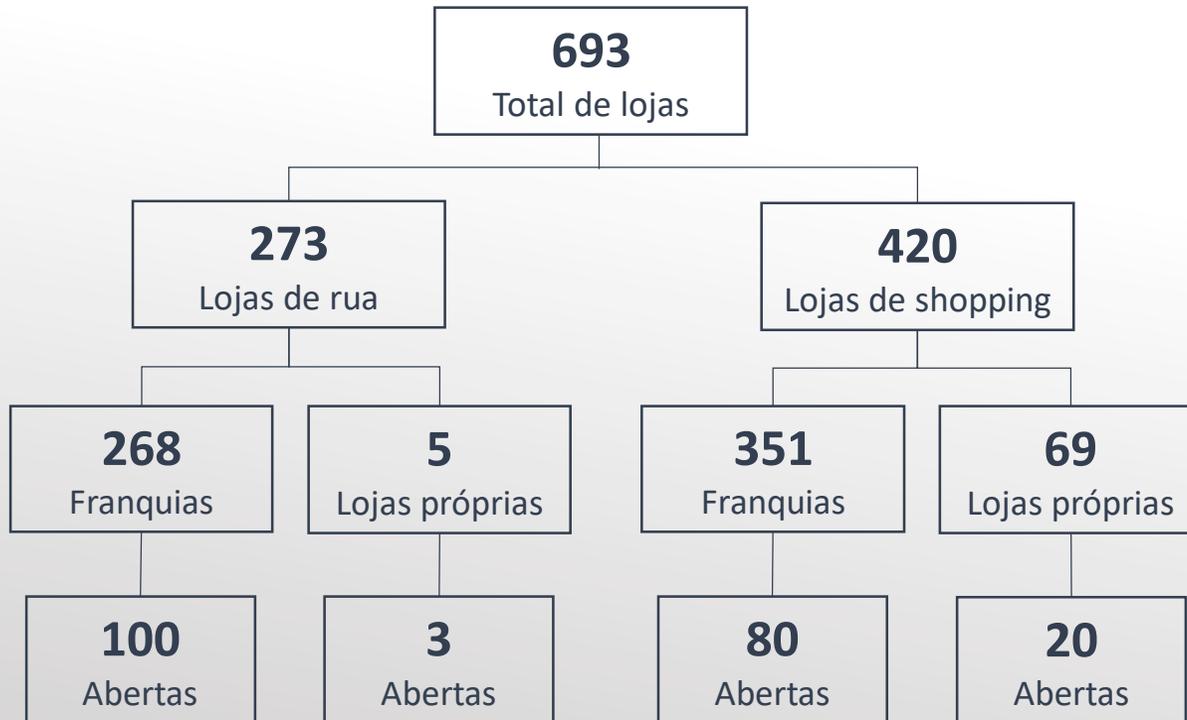
Caixa Líquido em  
Março/2020

\*Captação adicional de R\$80 milhões ao longo de abr/20 não incluída nos dados acima

# Eventos Subsequentes



## Reabertura gradual das lojas\*



*203 lojas abertas – 30% da rede*

## Eventos subsequentes



Reavaliação do portfólio e estratégia de posicionamento no **mercado infantil**

### CRÉDITO FISCAL

Êxito na ação judicial referente a **exclusão do ICMS** da base de cálculo do PIS e da COFINS, no valor total ainda não auditado de **R\$ 279,4 milhões**

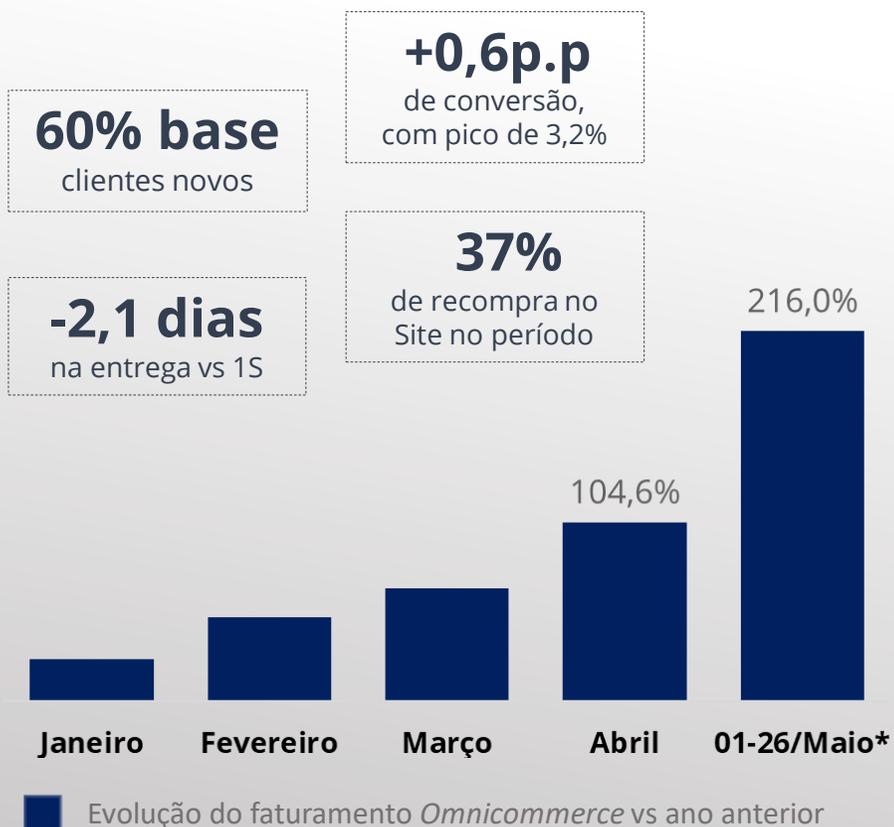
\*Data 27/05/2020 - Rede Hering Store, Outlets e Basic Shop.



# O DESENHO DO "NOVO" NORMAL

# Aceleração do Digital e novos canais de venda

## Performance do canal e-commerce



**Power Cash +  
Wallet Virtual**

**11 dias retorno - ROI 4**

**Ship-from**

**1T20 +90% vs LY**

**Hering e Você  
em casa!**

(Jornada do conforto)

**40%** das vendas

**Cupom da sua  
loja do**

**R\$ 400k** comissões

**Entrega Super  
Expressa**

**WhatsApp**

**3.304** pedidos

**Personal  
Shopper**

**Personalização**

**Marketplace  
in e out**

### PRIORIDADES

**Garantia de disponibilidade, melhora na usabilidade e ampliação da capacidade do CD Web**

\*Os valores referentes aos meses de Abril e Maio ainda não foram auditados.

# Aceleração do Digital e novos canais de venda



Fazer acontecer <sup>1</sup>

## Novas modalidades e serviços

### “Social Selling”

Pagamento de comissão a vendedores de lojas franquizadas, multimarcas e colaboradores para vendas no Site (2.000 vendedores)

### “Dark Kitchen”

Operação em lojas fechadas para venda *delivery* e *drive-thru* através das modalidades *pick up* (~300 lojas) e *ship from* (~250 lojas)

### Venda via WhatsApp

Ativação da oferta a clientes com catálogo digital, estoque integrado e link de pagamento via *WhatsApp*

### Marketplace in e out

Fortalecimento de presença nos principais *marketplaces* e ampliação de portfólio no *e-commerce* com parcerias

### Key Accounts

Ampliação dos *leads* no canal de *Key Accounts* e piloto *shop-in-shop* de básicos essenciais em uma das maiores redes de hipermercados do Brasil

# Fortalecendo a proposta de valor



*Facilitar escolhas,  
descomplicar a vida <sup>1</sup>*



## Posicionamento Sustentável

Construir uma resposta sistêmica e solidária para o negócio, sociedade e planeta valorizando a cadeia e produto local.



## A Nova Experiência

Digital, conteúdo Live, facilidade de compra, core à mão, novos serviços e “sem fricção”.

## CONFORTO&BÁSICO

Liderar a jornada do conforto tornando-se epicentro de conversas e agente de mudança cultural.

Fincar nossa bandeira nesse terreno com a marca principal e conceitos sinérgicos.



## O Produto é Soberano

*Design, qualidade, procedência, tecnologia e preço justo para garantir uma “smart choice”.*

## Muito Além de *Omni*, “*Anywhere, Anyone*” commerce

*All-in* na digitalização, cauda longa e novo cardápio de serviços.

Inovação nos formatos de negócio sob conceito de “*revenue share*”.

Prepare-se para um novo papel!





# Planejando os diferentes horizontes

## REAGIR

## RETOMAR

## REDESENHAR

### CULTURA E GENTE

Proteger as pessoas e criar ambiente seguro

Acolher os “vulneráveis” e estimular os protagonistas sob novo *mindset*

Metodologia ágil, *data driven* e multidisciplinaridade

### FINANCEIRO

Contingenciar despesas e suspender investimentos

Estabelecer Centro de Comando e priorizar investimentos

Equilíbrio entre foco no *P&L* e geração de valor a longo prazo

### CONSUMIDOR E ANALYTICS

Pesquisar e entender novos comportamentos e tendências de consumo

Ativar clientes fiéis e fidelizar clientes “em digitalização”

Desenhar nova jornada e experiência de compra e melhor maneira de servir

### MARCAS E PRODUTOS

Endereçar o contexto “*Stay Home*”, resposta solidária e foco nas categorias chave

Foco no *core business*, Digital e geração de conteúdo, reavaliar portfólio de marcas e testar novas categorias

Novo portfólio de marcas, ampliação da matriz de produtos e cauda longa *e-commerce*

### SUPPLY CHAIN E LOGÍSTICA

Revisar compras, negociar contratos e organizar a “última milha” do *e-commerce*

Regionalizar produtos, adaptar modelo de alocação, redimensionar parque fabril e constituir *HUBs* regionais

Digitalização “*end-to-end*”, nova matriz de *sourcing* e implantar *push and pull*

### VENDAS E OPERAÇÕES

Acelerar a venda *online*, desenvolver *Key Accounts* e testar novos canais

Novo modelo de operação de loja, expandir formatos DTC e experimentar modelo *revenue share*

Forte presença no Digital, novos canais de venda, “*Anywhere Commerce*” e controle total do *sell-out*



# PERGUNTAS



# Cia.Hering

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

[ri.ciahering.com.br](http://ri.ciahering.com.br)

(11) 3371-4867/4805/4784

[ri@hering.com.br](mailto:ri@hering.com.br)

