

Cia. Hering registra crescimento de 22,3% do Lucro Líquido

Companhia ainda avançou no crescimento mesmas lojas e na integração dos canais físicos e digitais

A estratégia da Cia. Hering de implantar um novo ciclo de crescimento, anunciada no início de 2019, continua gerando efeitos positivos para os negócios da companhia. No 3T19, a empresa apresentou recuperação em seus resultados, registrando um incremento de 6,6% nas vendas mesmas lojas (SSS) das redes Hering e Hering Kids, em comparação com mesmo período do ano anterior.

De acordo com o presidente da Cia. Hering, Fabio Hering, este novo ciclo de crescimento é o foco das principais frentes estratégicas da companhia. “Trabalhamos para melhorar a experiência dos consumidores, inovar os produtos e buscar a eficiência operacional, o aumento dos investimentos e o crescimento do desejo de compra das marcas. Nossa proposta, ainda, é engajar e fortalecer a nossa rede de negócios, por meio da transformação cultural e digital que já é realidade na Cia. Hering”, destaca o executivo.

A melhora no *mix* de vendas, com maior participação das vendas de lojas próprias e *webstores* e redução da venda de saldos, além da melhor produtividade fabril e alavancagem operacional, foram os responsáveis pelo atingimento de 45% da margem bruta. O crescimento deste indicador favoreceu a alta de 16,9% no EBITDA, que atingiu R\$ 78,8 milhões, e de 2,8 p.p na margem EBITDA, a qual chegou a 20,3%, em comparação ao 3T18.

Expansão da frente de omnicanalidade

A integração dos canais físicos e digitais, uma das prioridades deste ano para a Cia. Hering, alcançou importantes avanços no terceiro trimestre de 2019. No período, 163 novas lojas franqueadas foram inseridas neste ecossistema, somando-se a um total de 521 lojas.

Outra novidade é a implantação de uma nova modalidade multicanal, a qual permite que os Centros de Distribuição enviem diretamente às lojas físicas os produtos comprados pelo consumidor no e-commerce das marcas.

“Entendemos que a integração dos canais garante a melhora da experiência de compra e maior fidelização dos consumidores às nossas marcas”, analisa o diretor Financeiro e de Relações com Investidores da companhia, Rafael Bossolani.

As *webstores*, inclusive, totalizaram R\$ 19,0 milhões, desempenho 53,2% superior ao 3T18 com crescimento de dois dígitos em todas as marcas. Este resultado se deve à manutenção dos investimentos em marketing, que favorecem a ampliação do fluxo nas plataformas e a experiência de compra. Ao longo do trimestre, a companhia aperfeiçoou as ferramentas de busca e a interação dos consumidores, por meio do uso de

Inteligência Artificial. O e-commerce, ainda, apresentou crescimento de 1,5 p.p., correspondendo a 4,3% do faturamento total da Cia. Hering.

Destaca-se também a performance positiva das lojas próprias, cujas vendas chegaram a R\$ 81,3 milhões, 14,2% acima do 3T18. O desempenho é atribuído ao crescimento do SSS e aumento da produtividade por m² em razão da maior conversão de vendas. Além disso, os *outlets* tiveram um crescimento no número de atendimentos, uma vez que a companhia abriu seis Espaço Hering nos últimos 12 meses.

Já as vendas para franquias totalizaram R\$ 160,3 milhões, declínio de 0,2% em relação ao 3T18, devido à redução no número de lojas, a despeito do crescimento do SSS. “Vale destacar que a rede mantém níveis de estoques saudáveis, um efeito do alinhamento que temos feito entre as vendas *sell-in* e *sell-out*”, ressalta Bossolani.

A Cia. Hering permanece engajada com a melhoria da operação na rede de lojas, por meio do correto abastecimento, inclusão de novos itens de reposição automática – que contribuem para a redução de sobras e faltas –, e da manutenção de patamares elevados de adesão às recomendações de compra por parte dos franqueados.

“Somos a maior rede de franquias de vestuário do Brasil e as nossas iniciativas junto a este canal reforçam o nosso compromisso de manter a saúde da rede e a satisfação dos nossos franqueados”, salienta Fabio Hering. Prova disso é que, no período, a Cia. Hering atingiu o maior nível histórico de satisfação destes clientes, de acordo com o resultado evidenciado na Pesquisa de Satisfação dos Franqueados, promovida anualmente.

Por último, o canal multimarcas alcançou R\$ 180,2 milhões, 5,7% inferior ao 3T18, em decorrência da diminuição da venda de saldos e à melhor gestão de sobras, colaborando para a geração de patamares de venda mais saudáveis a médio e longo prazos.

“Seguimos focados na revitalização do nosso canal multimarcas por meio do novo modelo de gestão e proposta de valor, com destaque para o início da leitura do *sell-out* e estoque de cerca de 400 clientes multimarcas, previsto para ocorrer no próximo trimestre”, avalia Bossolani.

A Cia. Hering encerrou o trimestre com 727 pontos de venda, sendo 20 destes localizados no exterior, 10.512 varejistas multimarcas e cinco *webstores*.

Ações das marcas

No trimestre, a Hering firmou uma parceria com a Disney e lançou uma coleção exclusiva do filme “O Rei Leão”, além de patrocinar a pré-estreia do longa, que contou com a presença de celebridades e influenciadores digitais. No período, a marca manteve sua consistência de comunicação com o conceito “Hering e você, você e Hering. Juntinhos!”, para o período de Dia dos Pais, lançou a campanha de jeans para diferentes *shapes*, uma linha de jeans sustentável – confeccionado com algodão reciclado e que leva menos água e produtos químicos no processo de beneficiamento – e a Hering Pets – mostrando potencial para a expansão do portfólio de produtos da marca.

A Hering Kids, por sua vez, lançou a coleção “Candy Color”, que imprimiu tonalidades suaves ao básico e em peças de moda. Já a PUC realizou ações com influenciadoras e trouxe *looks* com elementos lúdicos que incentivavam a imaginação das crianças, enquanto que a feminina DZARM lançou coleções alternativas e cápsulas exclusivas, além de patrocinar eventos estratégicos, como o show da dupla Sandy e Júnior.

Dados operacionais

A receita bruta atingiu R\$ 452,6 milhões, 0,5% acima do terceiro trimestre de 2018, com desempenho positivo dos canais de lojas próprias e *webstores*, apesar do maior desafio nos canais multimarcas e franquias. No 3T19, o lucro bruto alcançou R\$ 174,7 milhões, representando um crescimento de 7,8% sobre o mesmo período do ano anterior e o lucro líquido da Cia. Hering totalizou R\$ 64,1 milhões, 22,3% acima do 3T18. Além disso, o EBITDA atingiu R\$ 78,8 milhões, alta de 16,9% no 3T19, enquanto que a margem EBITDA atingiu 20,3%, aumento de 2,8 p.p.

As despesas operacionais da companhia totalizaram R\$ 118,5 milhões, elevação de 7,0% em relação ao 3T18, em razão dos maiores investimentos em marketing, de prêmios em lojas, do provisionamento R\$ 4,4 milhões relacionado à participação de resultados, além de fatores não recorrentes, como indenizações trabalhistas em função de reestruturações organizacionais. Já o retorno sobre capital investido da Cia. Hering foi de 22,3%, alta de 1,5 p.p. ante o 3T18, justificado pela melhora do resultado operacional e pelo controle do capital investido durante os últimos 12 meses.

Sobre a Cia. Hering

Há 139 anos no mercado, a Cia. Hering é uma organização multimarca no lifestyle casual e é considerada a maior rede de franquias de vestuário do Brasil. A companhia, reconhecida por acompanhar as transformações históricas e culturais do país, já vestiu mais de cinco gerações de brasileiros. Gestora das marcas Hering, Hering Kids, PUC e DZARM, a companhia produz e comercializa uma completa linha de vestuário e acessórios de moda e básicos para os públicos feminino, masculino e infantil. Sob um modelo híbrido de produção – abrangendo fabricação própria, terceirização de etapas produtivas e outsourcing, a Cia. Hering distribui seus produtos por meio de lojas próprias, franquias, varejo multimarcas e e-commerce. A integração destes canais também está entre as prioridades da Cia. para consolidar a experiência de seus consumidores. A omnicanalidade, que conecta pontos de venda físicos e digitais, está implementada em suas lojas próprias e em andamento em suas franquias. Atualmente, são 707 lojas no Brasil e 20 no exterior, com presença no Uruguai, Bolívia e Paraguai. Com sedes administrativas em Blumenau (SC) e São Paulo (SP), a empresa possui dois centros de distribuição, localizados em Santa Catarina e Goiás, duas unidades produtivas em Santa Catarina, quatro em Goiás e uma no Rio Grande do Norte, empregando mais de 5.400 colaboradores. Para mais informações, acesse: <http://www.ciahering.com.br/> | Facebook: /ciaheringinstitucional | LinkedIn: /company/cia-hering

Gestão de relacionamento com a imprensa:

APPROACH COMUNICAÇÃO (11) 3846-5787

Talita Caetano: talita.caetano@approach.com.br Ramal 34 | Atendimento

Ana Claudia Camara: anaclaudia.camara@approach.com.br Ramal 71 | Gerência