



Cia.Hering

3T18

.....



Hering



Hering  
KIDS



DZARM.

Blumenau, 31 de outubro de 2018. A Cia. Hering (B3: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2018 (3T18). As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhares de reais, conforme as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2017 (3T17), exceto quando indicado de outra forma.

<p>Receita Bruta: +3,8% SSS: +4,9%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Crescimento de vendas em todos os canais da Companhia</li> <li>▪ Retomada gradual do SSS impulsionada pelo maior <i>ticket</i> médio e crescimento no número de atendimentos</li> </ul>
<p>Lucro Bruto: -6,3% Mg Bruta<sup>1</sup>: -4,1 p.p.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Itens não recorrentes no 3T17 de +70 bps, referentes à exclusão do ICMS do PIS/COFINS</li> <li>▪ Menor produtividade fabril pelo menor volume de produção e maior remarcação de itens antigos, parcialmente compensados pelo ganho com <i>hedge</i> cambial</li> </ul>
<p>EBITDA: +5,6% Mg EBITDA: +0,5 p.p.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Controle rígido de despesas e ganhos de produtividade, com queda de 10,9% vs 3T17</li> </ul>
<p>Geração de Caixa de R\$ 72,5 mi R\$ +44,5 milhões vs 3T17</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melhor gestão do capital de giro, com aumento do prazo com fornecedores e redução da cobertura de estoques</li> </ul>
<p>Plano de Recompra de Ações</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recompra de 488.800 ações, ao preço médio de R\$ 14,48</li> </ul>

## Mensagem da Administração

A Companhia divulga hoje os resultados do terceiro trimestre de 2018, o qual foi marcado pela retomada gradativa das vendas da Companhia influenciada pelo crescimento de todos os canais, bem como pela recuperação das vendas ao consumidor final, medidas pelo indicador SSS (vendas mesmas lojas).

A criação das duas unidades de negócios e da área de transformação digital, ocorrida em junho após reestruturação organizacional, tem se traduzido em mudanças importantes para acelerar a busca da Companhia por resultados e reforçar o foco no consumidor.

Destaca-se a criação da área de inteligência de *sell-out*, responsável pela recomendação do sortimento da rede de lojas, com foco nas características climáticas de cada região (fria, quente e intermediária) e o aperfeiçoamento do modelo de atendimento dos consultores de franquias, com funções específicas para atender às diferentes necessidades dos franqueados.

Ao longo do 3T18, a Companhia evoluiu na implementação e ampliação do *Omnichannel*, que visa integrar os canais de vendas, ampliar a experiência de compra e fortalecer as relações com o consumidor. O projeto, que já contempla as modalidades de *Pick up in Store*<sup>2</sup> e *Showrooming*<sup>3</sup> implementadas para as 79 lojas próprias da Companhia, contou com a implementação do *Ship-from-Store* para 15 lojas próprias – a modalidade prevê a compra online pelo consumidor, com entrega realizada a partir da loja mais próxima, utilizando a base de estoque da própria loja. Adicionalmente, a Companhia está em fase final de testes da Câmara de Compensação que viabilizará a implementação do projeto para o canal franquias, com piloto programado para 3 lojas até o fim do ano. A Companhia prevê implementar o projeto para a totalidade das lojas até o fim de 2019.

Com o objetivo de acelerar o ciclo de reformas da rede Hering Store, a Companhia simplificou o projeto, favorecendo a redução do custo por m<sup>2</sup>, bem como o período de fechamento da loja durante a reforma. As lojas

<sup>1</sup> Excluindo-se os efeitos da exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e COFINS, retroativos ao 2T17, o declínio no lucro bruto seria de 3,5% e a queda na margem de 3,3 p.p.

<sup>2</sup> *Pick-up in store*: consumidor acessa a loja virtual via desktop ou mobile, realiza o pagamento online e opta por retirar o pedido em uma loja física de sua escolha).

<sup>3</sup> *Showrooming*: cliente efetua a compra em um estabelecimento físico de um produto não encontrado e escolhe recebê-lo em outra loja física ou em sua casa.

reformadas aliadas à melhor operação no ponto de venda, tem apresentado desempenho superior às demais lojas da rede, especialmente pela retomada do fluxo de clientes.

Em outubro, a Companhia reinaugurou a loja no Morumbi Shopping no conceito Hering Experience. A loja oferece experiência única e interativa, proporcionada por funcionalidades de serviços e personalização, totalmente aderente às modalidades do *Omnichannel*. Dentre as evoluções, destacam-se provadores inteligentes, totem conectado para navegação via e-commerce, área de customização de camisetas, ambientes instagramáveis, entre outras.

Adicionalmente, visando engajar a rede e diminuir a dispersão de performance dos franqueados, a Companhia realizou também ajustes em sua política comercial, sendo mais individualizada, contribuindo para um melhor abastecimento das lojas.

Este conjunto de medidas, visa estreitar e manter o bom relacionamento com a rede de franqueados – exemplo disto, é o resultado da Pesquisa de Satisfação com franqueados das redes Hering Store, Hering Kids e PUC, realizada nos meses de agosto e setembro, pelo Instituto da Qualidade, que por mais um ano demonstrou alto nível de satisfação.

A Companhia realizou também a entrega da primeira onda de implementação do canal de vendas B2B (Portal Conecta), para realização de transações comerciais e suporte à venda de produtos para clientes multimarcas e franqueados. A primeira fase contempla a venda programada de reposição pós showroom e venda de oportunidade (saldos). O piloto foi implementado nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com aproximadamente 40% de pedidos realizados por meio do novo sistema.

Em relação às marcas, em continuidade aos investimentos em marketing para retomada do fluxo de clientes, a marca Hering estreou a campanha de Dia dos Pais com celebridade. Já a coleção de Verão contou com a coleção especial de jeans, co-criada com influenciadoras digitais. Destaca-se ainda o relançamento, em outubro, da campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, ícone dos anos 1990 e 2000. A estilista Patrícia Bonaldi foi escolhida pela Hering e pelo IBCC (Instituto Brasileiro de Controle do Câncer), para celebração dos 25 anos da campanha, tendo como porta-vozes da causa, Sabrina Sato, Preta Gil e Fernanda Motta, com a missão de reverberar, sensibilizar e trazer cada vez mais pessoas para apoiar o tema.

No início de outubro, a marca Hering promoveu o lançamento da nova campanha de marketing, uma releitura da campanha “O Básico do Brasil”, de 1997. O remake da música de Noel Rosa “Com Que Roupas?”, foi gravado com Luan Santana, Ludmilla, Cleo e Luisa Sonza – time de cantores com perfis e públicos distintos, buscando evidenciar atributos da marca, como originalidade e espírito jovem. A campanha com conceito 360, passou a ser veiculada em outubro, por meio de TV aberta e fechada, rádios, mobiliários urbanos e digital, redes sociais, além de mídia programática. Já as marcas infantis, Hering Kids e PUC, lançaram coleções de “Tal Pai, tal filho” para a comemoração do Dia dos Pais.

Por fim, destaca-se o controle de despesas e geração de caixa da Companhia no trimestre, que permanece focada na recuperação sustentável das vendas, na execução de suas prioridades estratégicas e no balanceamento da operação.

## DESTAQUES CONSOLIDADOS

R\$ Mil	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18 / 9M17
<b>Receita Bruta</b>	<b>450.229</b>	<b>433.689</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.276.558</b>	<b>1.304.046</b>	<b>-2,1%</b>
Mercado Interno	436.810	420.917	3,8%	1.237.789	1.268.324	-2,4%
Mercado Externo	13.419	12.772	5,1%	38.769	35.722	8,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>385.526</b>	<b>375.103</b>	<b>2,8%</b>	<b>1.091.622</b>	<b>1.109.953</b>	<b>-1,7%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>162.026</b>	<b>172.830</b>	<b>-6,3%</b>	<b>457.771</b>	<b>490.350</b>	<b>-6,6%</b>
Margem Bruta	42,0%	46,1%	-4,1 p.p.	41,9%	44,2%	-2,3 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>52.419</b>	<b>51.917</b>	<b>1,0%</b>	<b>144.018</b>	<b>177.764</b>	<b>-19,0%</b>
Margem Líquida	13,6%	13,8%	-0,2 p.p.	13,2%	16,0%	-2,8 p.p.
<b>EBITDA <sup>(b)</sup></b>	<b>67.374</b>	<b>63.817</b>	<b>5,6%</b>	<b>170.686</b>	<b>179.434</b>	<b>-4,9%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	17,5%	17,0%	0,5 p.p.	15,6%	16,2%	-0,6 p.p.
<b>ROIC <sup>(c)</sup></b>	<b>16,2%</b>	<b>15,3%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>16,2%</b>	<b>15,3%</b>	<b>0,9 p.p.</b>

(a) Lucro Bruto e Margem Bruta expurgada a depreciação apropriada ao custo.

(b) Resultado operacional antes dos juros, impostos, depreciações, amortizações e participações.

(c) Últimos 12 meses.

## DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18 / 9M17
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>450.229</b>	<b>433.689</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.276.558</b>	<b>1.304.046</b>	<b>-2,1%</b>
Mercado Interno	436.809	420.918	3,8%	1.237.789	1.268.324	-2,4%
Mercado Externo	13.420	12.771	5,1%	38.769	35.722	8,5%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>436.809</b>	<b>420.918</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.237.789</b>	<b>1.268.324</b>	<b>-2,4%</b>
Hering	325.980	305.224	6,8%	916.768	923.085	-0,7%
Hering Kids	58.610	59.392	-1,3%	167.128	180.387	-7,4%
PUC	26.560	30.434	-12,7%	75.844	88.027	-13,8%
DZARM.	19.339	17.161	12,7%	56.533	52.394	7,9%
Outras <sup>4</sup>	6.320	8.707	-27,4%	21.516	24.431	-11,9%

Participação Mercado Interno	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18 / 9M17
Multimarcas	191.208	186.662	2,4%	559.854	589.298	-5,0%
Franquias	160.625	152.383	5,4%	426.880	434.905	-1,8%
Lojas Próprias	71.242	66.743	6,7%	211.298	202.557	4,3%
Webstore	12.427	12.008	3,5%	34.511	33.466	3,1%
Outras <sup>4</sup>	1.307	3.122	-58,1%	5.246	8.098	-35,2%
<b>Total</b>	<b>436.809</b>	<b>420.918</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.237.789</b>	<b>1.268.324</b>	<b>-2,4%</b>
Multimarcas	43,8%	44,3%	-0,5 p.p.	45,2%	46,5%	-1,3 p.p.
Franquias	36,8%	36,2%	0,6 p.p.	34,5%	34,3%	0,2 p.p.
Lojas Próprias	16,3%	15,9%	0,4 p.p.	17,1%	16,0%	1,1 p.p.
Webstore	2,8%	2,9%	-0,1 p.p.	2,8%	2,6%	0,2 p.p.
Outras <sup>4</sup>	0,3%	0,7%	-0,4 p.p.	0,4%	0,6%	-0,2 p.p.
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

<sup>4</sup> Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

As vendas brutas da Companhia totalizaram R\$ 450,2 milhões no trimestre, 3,8% superior ao mesmo período do ano anterior, influenciadas pelo desempenho positivo em todos nossos canais. O trimestre foi marcado pela retomada gradativa das vendas, com a primeira quinzena de julho ainda impactada pela queda de fluxo nas lojas em razão de jogos da Copa, porém compensada pela melhora sequencial das vendas nos meses de agosto e setembro, com destaque para o Dia dos Pais, que apresentou boa performance tanto na linha masculina, quanto na feminina. Adicionalmente, as temperaturas do trimestre foram adequadas para a coleção comercializada no período, favorecendo a melhora das vendas ao consumidor final (vendas *sell-out*).

As vendas para o canal multimarcas totalizaram R\$ 191,2 milhões no trimestre, crescimento de 2,4% versus o 3T17, notadamente em razão do aumento do pedido médio dos clientes. Adicionalmente, o trimestre foi marcado pela intensificação das vendas de saldo das coleções de Outono e Inverno, em razão do elevado nível de estoque de coleções antigas ao fim do 2T18.

As vendas do canal franquias totalizaram R\$ 160,6 milhões, 5,4% superior ao mesmo período do ano anterior, favorecidas pelo desempenho das vendas do showroom de Alto Verão, ocorrido em agosto, a despeito da redução do número de lojas. No trimestre, houve antecipação de parte do volume faturado do Alto Verão, como parte da preparação da rede para o período de grandes vendas, antecipando a chegada da coleção nas lojas. Ressalta-se a alta adesão à recomendação de sortimento pelas lojas franqueadas, além da expansão da modalidade de reposição automática que passou de 62 para 73 itens. A Companhia segue em busca da redução da dispersão de performance da rede, ao estreitar seu relacionamento por meio de workshops regionais e compartilhamento de boas práticas entre franqueados.

As vendas das lojas operadas pela Companhia totalizaram R\$ 71,2 milhões, alta de 6,7%, favorecidas pela performance de todas as marcas, exceto DZARM., com aumento da produtividade por m<sup>2</sup>, advinda de crescimento do ticket médio e maior número de clientes atendidos.

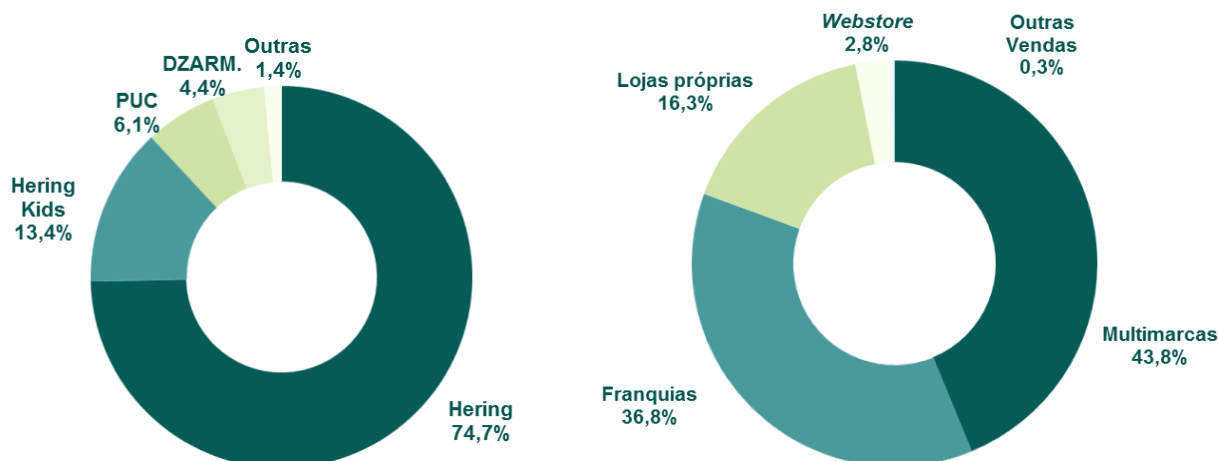
Vendas realizadas por meio das *webstores* totalizaram R\$ 12,4 milhões, 3,5% superior ao mesmo período de 2017, com destaque ao desempenho das marcas Hering e Hering Kids. O canal foi impactado positivamente pelo aumento na taxa de conversão e pela maior efetivação de compras (taxa de aprovação) que foram parcialmente compensados pelo menor número de acessos.

As vendas para o mercado externo, o qual atende 20 lojas franqueadas na América do Sul, bem como clientes multimarcas, totalizaram R\$ 13,4 milhões, alta de 5,1% em comparação ao mesmo período do ano anterior, notadamente em função da variação da taxa de câmbio média do trimestre.

No acumulado até setembro, as vendas brutas da Companhia totalizaram R\$ 1,3 bilhão, queda de 2,1% em relação ao mesmo período de 2017, influenciadas pelo desempenho do canal franquias e multimarcas, cujas vendas declinaram respectivamente 1,8% e 5,0%. O desempenho dos primeiros nove meses do ano, foi notadamente prejudicado pelos eventos extraordinários ocorridos ao longo do segundo trimestre, como greve dos caminhoneiros, jogos da Copa do Mundo e temperaturas altas para o período.

## REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Cia. Hering possui um modelo de distribuição híbrido, que possibilita que seus produtos cheguem ao consumidor final por meio de 739 lojas, 16.479 varejistas multimarcas e 5 *webstores*. No 3T18, as vendas brutas do mercado interno foram distribuídas da seguinte forma:



## REDE DE LOJAS

No trimestre foram inauguradas 6 lojas, sendo 4 Hering Kids e 2 Hering Store, todas franqueadas, e localizadas nas regiões Sudeste e Nordeste. Neste mesmo período foram encerradas 18 lojas, sendo 16 Hering Store, 1 Hering Kids e 1 PUC. Os encerramentos incluem 3 lojas próprias e 15 lojas operadas por franqueados, localizadas principalmente na região Sudeste.

Quantidade de Lojas	3T18	2T18	3T17
<b>TOTAL</b>	<b>759</b>	<b>771</b>	<b>805</b>
<b>Brasil</b>	<b>739</b>	<b>751</b>	<b>786</b>
<b>Hering Store</b>	<b>581</b>	<b>595</b>	<b>616</b>
Própria*	54	57	57
Franquia	527	538	559
<b>Hering Kids</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>102</b>
Própria**	13	13	13
Franquia	87	84	89
<b>PUC</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>58</b>
Própria	10	10	7
Franquia	37	38	51
<b>DZARM.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Própria	2	2	2
Franquia	1	1	1
<b>Espaço Hering (Outlet)</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>
<b>Mercado Internacional - Franquias</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>19</b>

\* Não considera Espaço Hering (Outlet).

\*\* As lojas híbridas deixaram de ser contabilizadas, no 3T18, como Hering Kids e foram incorporadas à Hering Store (3T18: 6, 2T18: 6 e 3T17: 5 lojas)

### Ciclo de Reformas Hering Store

Em 2018, a Companhia iniciou novo ciclo de reformas de lojas, dentre lojas próprias e principalmente franquias. O projeto contempla alterações nas fachadas, melhora da iluminação, mais espaços para exposição de produtos e maior flexibilidade para ajustes no *layout* da loja.

Vinte e cinco lojas foram remodeladas neste formato, sendo 19 lojas franqueadas e 6 próprias. O novo modelo já está presente em 16 cidades em todas as regiões do Brasil. As lojas reformadas apresentam crescimento de vendas diferenciado, com destaque para o aumento do número de atendimentos e produtividade de vendas por m<sup>2</sup>.

Em razão da boa performance das lojas reformadas e com o objetivo de acelerar o processo de atualização dos pontos de vendas, a Companhia revisitou o modelo de execução das reformas, reduzindo substancialmente o custo por m<sup>2</sup> inicial e o período de fechamentos das lojas. Com isso, a Companhia espera remodelar aproximadamente 70 lojas até fevereiro de 2019, entre próprias e franquias.

### Hering Experience

Reinaugurada no início de outubro, no Morumbi Shopping, a Hering Experience é uma loja conceito que oferece experiência única e interativa, proporcionada por funcionalidades de serviços e personalização, 100% aderente ao conceito *omnichannel*.

A loja, que visa ampliar a experiência de compra e fortalecer as relações com o consumidor, tem provadores inteligentes, com tela *touch screen* para consulta de produtos e solicitação de itens aos vendedores, totem conectado para navegação no *e-commerce*, impressora de estampas para customização, espelho interativo, que permite navegar no catálogo de produtos e escolher modelos e variações de cores disponíveis, vitrine interativa para fotos e outros ambientes instagramáveis. A Hering Experience concentra diferentes modelos de canais de venda, conceito do *omnichannel*, onde é possível fazer compras por meio de dispositivos na loja e receber o produto em casa, ou retirar em um *locker* disponível na loja os produtos comprados pelo site.

Os produtos da loja dispõem de etiquetas com RFID, que garantem atualização automática do sistema no momento da venda, garantindo um estoque com sortimento adequado à demanda. A equipe de loja tem à disposição um *dashboard*, que, baseado na disposição dos produtos, sinaliza as áreas mais quentes e frias segundo o interesse dos clientes, a identificação dos sentimentos dos visitantes em relação às peças, por meio de análise facial, além de traçar o perfil dos visitantes da loja, orientando estratégias de disposição de produtos na loja.

Algumas das novidades foram desenvolvidas por *startups*, que se apresentaram no *Retail Tech Pitch Day*, realizado pela Companhia em agosto, com o objetivo de incentivar propostas inovadoras voltadas para o varejo e possibilidade de expansão de funcionalidades para outras lojas próprias e franquias.



Hering Store – Morumbi Shopping – São Paulo, SP

## DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas da rede de lojas Hering Store (próprias e franquias) aos consumidores finais (critério 'sell-out') apresentaram alta de 2,0%, totalizando R\$ 292,4 milhões no trimestre e as vendas em lojas comparáveis, medidas pelo indicador *Same Store Sales*, apresentaram alta de 4,9%. O período foi beneficiado pela melhora das vendas nos meses de agosto e setembro, com destaque para o Dia dos Pais. Adicionalmente, as temperaturas do trimestre foram adequadas para a coleção comercializada no período, favorecendo a melhora das vendas ao consumidor final (vendas sell-out).

Lojas operadas pela Companhia, apesar da redução do número de lojas, apresentaram crescimento de 7,5%, totalizando R\$ 51,2 milhões, influenciado pela retomada no número de atendimentos e aumento do ticket médio, em função de um melhor abastecimento da coleção de Verão e operação no ponto de venda. As vendas das franquias apresentaram crescimento de 0,9%, explicado pelo aumento do *ticket* médio e melhor produtividade de vendas, compensando a queda em atendimentos em função da redução do número de lojas.

Desempenho da Rede Hering Store <sup>1</sup>	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18 / 9M17
<b>Número de Lojas</b>	<b>581</b>	<b>616</b>	<b>-5,7%</b>	<b>581</b>	<b>616</b>	<b>-5,7%</b>
Franquias	527	559	-5,7%	527	559	-5,7%
Próprias	54	57	-5,3%	54	57	-5,3%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil)</b>	<b>292.398</b>	<b>286.706</b>	<b>2,0%</b>	<b>867.347</b>	<b>881.597</b>	<b>-1,6%</b>
Franquias	241.215	239.093	0,9%	716.490	737.884	-2,9%
Próprias	51.183	47.612	7,5%	150.857	143.713	5,0%
Área de Vendas (m <sup>2</sup> )	79.084	84.206	-6,1%	79.084	84.206	-6,1%
Faturamento (R\$ por m <sup>2</sup> )	3.697	3.405	8,6%	10.967	10.470	4,8%
Atendimentos	2.106.238	2.150.338	-2,1%	6.244.835	6.610.600	-5,5%
Peças	4.630.427	4.646.522	-0,3%	13.675.230	13.873.961	-1,4%
Peças por Atendimento	2,20	2,16	1,9%	2,19	2,10	4,3%
Preço Médio (R\$)	63,15	61,70	2,3%	63,42	63,54	-0,2%
<i>Ticket</i> Médio (R\$)	138,82	133,33	4,1%	138,89	133,36	4,1%
<b><i>Same Store Sales - sem webstore</i></b>	<b>4,7%</b>	<b>3,7%</b>	1,0 p.p	<b>1,0%</b>	<b>-0,7%</b>	1,7 p.p
<b><i>Same Store Sales- com webstore</i></b>	<b>4,9%</b>	<b>3,8%</b>	1,1 p.p	<b>1,2%</b>	<b>-0,3%</b>	1,5 p.p

(1) Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito sell-out). Não considera outlet e webstore. As lojas híbridas deixaram de ser contabilizadas no 3T18 como Hering Kids e foram incorporadas à Hering Store.



## DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	3T18		3T17		Var. 3T18 / 3T17		9M18		Var. 9M18 / 9M17	
	Part. (%)		Part. (%)				Part. (%)		Part. (%)	
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>450.229</b>	<b>116,8%</b>	<b>433.689</b>	<b>115,6%</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.276.558</b>	<b>116,9%</b>	<b>1.304.046</b>	<b>117,5%</b>	<b>-2,1%</b>
Deduções de Venda	(64.703)	-16,8%	(58.586)	-15,6%	10,4%	(184.936)	-16,9%	(194.093)	-17,5%	-4,7%
Deduções de Venda Impostos	(87.567)	-22,7%	(79.977)	-21,3%	9,5%	(241.743)	-22,1%	(258.343)	-23,3%	-6,4%
Ajuste a Valor Presente	(8.468)	-2,2%	(10.939)	-2,9%	-22,6%	(26.750)	-2,5%	(32.434)	-2,9%	-17,5%
Deduções de Venda Incentivos	31.332	8,1%	32.330	8,6%	-3,1%	83.557	7,7%	96.684	8,7%	-13,6%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>385.526</b>	<b>100,0%</b>	<b>375.103</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1.091.622</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.109.953</b>	<b>100,0%</b>	<b>-1,7%</b>
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(215.394)	-55,9%	(195.203)	-52,0%	10,3%	(610.382)	-55,9%	(598.795)	-53,9%	1,9%
Custo dos Produtos Vendidos	(224.577)	-58,3%	(202.595)	-54,0%	10,9%	(637.000)	-58,4%	(625.302)	-56,3%	1,9%
Ajuste a Valor Presente	5.047	1,3%	3.046	0,8%	65,7%	12.854	1,2%	13.228	1,2%	-2,8%
Subvenção para Investimento <sup>5</sup>	4.136	1,1%	4.346	1,2%	-4,8%	13.764	1,3%	13.279	1,2%	3,7%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>170.132</b>	<b>44,1%</b>	<b>179.900</b>	<b>48,0%</b>	<b>-5,4%</b>	<b>481.240</b>	<b>44,1%</b>	<b>511.158</b>	<b>46,1%</b>	<b>-5,9%</b>
Depreciação e Amortização	(8.106)	-2,1%	(7.070)	-1,9%	14,7%	(23.469)	-2,1%	(20.808)	-1,9%	12,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>162.026</b>	<b>42,0%</b>	<b>172.830</b>	<b>46,1%</b>	<b>-6,3%</b>	<b>457.771</b>	<b>41,9%</b>	<b>490.350</b>	<b>44,2%</b>	<b>-6,6%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(110.722)</b>	<b>-28,7%</b>	<b>(124.254)</b>	<b>-33,1%</b>	<b>-10,9%</b>	<b>(333.209)</b>	<b>-30,5%</b>	<b>(355.484)</b>	<b>-32,0%</b>	<b>-6,3%</b>
Vendas	(87.371)	-22,7%	(87.324)	-23,3%	0,1%	(257.793)	-23,6%	(258.799)	-23,3%	-0,4%
Empresa	(59.482)	-15,4%	(58.480)	-15,6%	1,7%	(172.979)	-15,8%	(172.793)	-15,6%	0,1%
Fixa	(34.319)	-8,9%	(33.439)	-8,9%	2,6%	(99.757)	-9,1%	(97.392)	-8,8%	2,4%
Variável	(25.163)	-6,5%	(25.041)	-6,7%	0,5%	(73.222)	-6,7%	(75.401)	-6,8%	-2,9%
Lojas	(27.889)	-7,2%	(28.844)	-7,7%	-3,3%	(84.814)	-7,8%	(86.006)	-7,7%	-1,4%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(14.190)	-3,7%	(15.411)	-4,1%	-7,9%	(42.561)	-3,9%	(44.461)	-4,0%	-4,3%
Depreciação e Amortização	(7.964)	-2,1%	(8.171)	-2,2%	-2,5%	(22.655)	-2,1%	(23.760)	-2,1%	-4,7%
Participação nos Resultados	-	N.D	(6.694)	-1,8%	N.D	(783)	-0,1%	(14.318)	-1,3%	-94,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(1.197)	-0,3%	(6.654)	-1,8%	-82,0%	(9.417)	-0,9%	(14.146)	-1,3%	-33,4%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>51.304</b>	<b>13,3%</b>	<b>48.576</b>	<b>13,0%</b>	<b>5,6%</b>	<b>124.562</b>	<b>11,4%</b>	<b>134.866</b>	<b>12,2%</b>	<b>-7,6%</b>
Receitas financeiras	16.824	4,4%	19.061	5,1%	-11,7%	50.139	4,6%	86.178	7,8%	-41,8%
Despesas financeiras	(8.544)	-2,2%	(5.744)	-1,5%	48,7%	(25.856)	-2,4%	(24.002)	-2,2%	7,7%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>8.280</b>	<b>2,1%</b>	<b>13.317</b>	<b>3,6%</b>	<b>-37,8%</b>	<b>24.283</b>	<b>2,2%</b>	<b>62.176</b>	<b>5,6%</b>	<b>-60,9%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>59.584</b>	<b>15,5%</b>	<b>61.893</b>	<b>16,5%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>148.845</b>	<b>13,6%</b>	<b>197.042</b>	<b>17,8%</b>	<b>-24,5%</b>
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	(17)	0,0%	(7.591)	-2,0%	-99,8%	169	0,0%	(18.974)	-1,7%	N.D
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	(7.148)	-1,9%	(2.385)	-0,6%	199,7%	(4.996)	-0,5%	(304)	0,0%	1543,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>52.419</b>	<b>13,6%</b>	<b>51.917</b>	<b>13,8%</b>	<b>1,0%</b>	<b>144.018</b>	<b>13,2%</b>	<b>177.764</b>	<b>16,0%</b>	<b>-19,0%</b>
Atribuível aos acionistas controladores	52.419	13,6%	51.917	13,8%	1,0%	144.018	13,2%	177.764	16,0%	-19,0%
<b>Lucro básico por ação - R\$</b>										
Atribuível aos acionistas controladores	0,3240		0,3222		0,6%	0,8900		1,1044		-19,4%
<b>EBITDA</b>	<b>67.374</b>	<b>17,5%</b>	<b>63.817</b>	<b>17,0%</b>	<b>5,6%</b>	<b>170.686</b>	<b>15,6%</b>	<b>179.434</b>	<b>16,2%</b>	<b>-4,9%</b>

## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Declínio de 6,3% no lucro bruto, em consequência da queda de 4,1 p.p na margem bruta, influenciada pelo reconhecimento, no 3T17, de R\$ 4,9 milhões retroativo ao 2T17, relativos à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e COFINS, impactando a base de comparação. Excluindo este efeito, o declínio no lucro bruto seria de 3,5% e a queda na margem de 3,3 p.p.

A retração na margem bruta foi influenciada, principalmente pela menor produtividade fabril em razão do menor volume de produção e maior remarketing de itens antigos. Esta queda foi parcialmente compensada por ganho com hedge cambial.

## EBITDA E MARGEM EBITDA

O lucro antes de juros, depreciação, amortização e impostos ('EBITDA') atingiu R\$ 67,4 milhões, alta de 5,6% no 3T18, enquanto que a margem EBITDA atingiu 17,5%, alta de 0,5 p.p, essencialmente em razão de:

- Crescimento de 3,8% das vendas brutas da Companhia, conforme comentado na respectiva seção;
- Controle de despesas e busca por ganhos de produtividade da Companhia, apesar do crescimento de vendas, contribuindo para o declínio de 10,9% das despesas operacionais, essencialmente em razão de:

<sup>5</sup> A partir de dez/2017 todas as subvenções passaram a ser tratadas como investimento.

- Créditos fiscais extemporâneos de R\$ 8,6 milhões no trimestre, neutralizaram o aumento de R\$ 3,6 milhões nas despesas com indenizações trabalhistas advindas da reestruturação das áreas administrativas, balanceamento das unidades de produção e fechamento de duas unidades fabris;
- Queda de 9,2% nas despesas administrativas, influenciada pelo declínio em serviços de terceiros, notadamente com licenças de softwares e menores despesas com serviços de consultoria;
- Despesas com vendas mantiveram-se estáveis, em função do faseamento de despesas com propaganda e marketing, que se concentrarão no quarto trimestre do ano;
- Não provisionamento de participação nos lucros em razão dos resultados abaixo do esperado.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18/9M17
<b>Lucro Líquido</b>	<b>52.419</b>	<b>51.917</b>	<b>1,0%</b>	<b>144.018</b>	<b>177.764</b>	<b>-19,0%</b>
(+) IR e CSLL	7.165	9.976	N.D	4.827	19.278	N.D
(-) Receita Financeira Líquida	(8.280)	(13.317)	-37,8%	(24.283)	(62.176)	-60,9%
(+) Depreciações e Amortizações	16.070	15.241	5,4%	46.124	44.568	3,5%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>67.374</b>	<b>63.817</b>	<b>5,6%</b>	<b>170.686</b>	<b>179.434</b>	<b>-4,9%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>17,5%</b>	<b>17,0%</b>	<b>0,5 p.p.</b>	<b>15,6%</b>	<b>16,2%</b>	<b>-0,6 p.p.</b>

## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

O lucro líquido no trimestre totalizou R\$ 52,4 milhões, alta de 1,0% quando comparado ao 3T17, essencialmente em razão de:

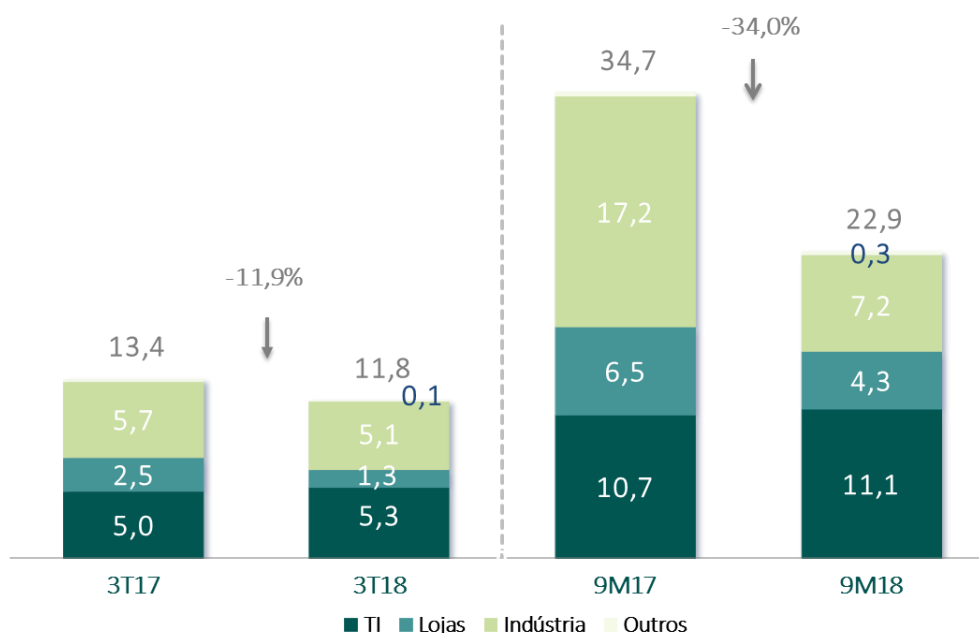
- Menor alíquota de Imposto de Renda, decorrente da maior participação de subvenção de investimento, resultado de reclassificação na linha de subvenção de custeio para investimento;
- Resultado financeiro de R\$ 8,3 milhões, retração de 37,8%, decorrente do menor volume de receita financeira, resultado da queda da taxa básica de juros.

## INVESTIMENTOS

Os investimentos no trimestre totalizaram R\$ 11,8 milhões, queda de 11,9% em relação ao 3T17, e sua alocação priorizou:

- Investimentos em tecnologia destinados ao projeto *Omnichannel* e consequente integração de sistemas de vendas e para implementação de sistema B2B para vendas *sell in*;
- Reforma de lojas próprias, conforme comentado na seção 'Rede de Lojas'.

No acumulado dos 9 meses, a redução dos investimentos, notadamente em instalações fabris, está relacionada à concentração dos investimentos em 2017, principalmente para implementação do *Sorter*, sistema automatizado de encaixotamento e distribuição de caixas no Centro de Distribuição de Anápolis, Goiás.



## GERAÇÃO DE CAIXA

No 3T18, a Cia. Hering gerou R\$ 72,5 milhões de caixa livre, R\$ 44,5 milhões acima do 3T17, explicado pela menor necessidade de capital de giro, notadamente no alongamento de prazos com fornecedores e no controle de estoques. No acumulado do ano, a geração de caixa foi de R\$ 233,0 milhões, R\$ 123,6 milhões superior ao mesmo período do ano anterior, influenciada pela menor necessidade de capital de giro.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	3T18	3T17	Var.	9M18	9M17	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>67.374</b>	<b>63.817</b>	<b>3.557</b>	<b>170.686</b>	<b>179.434</b>	<b>(8.748)</b>
Itens Não caixa	5.293	3.871	1.422	12.629	15.553	(2.924)
AVP Clientes e Fornecedores	3.342	6.821	(3.479)	16.542	17.585	(1.043)
IR&CS Corrente	(17)	(7.591)	7.574	169	(18.974)	19.143
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>8.260</b>	<b>(25.587)</b>	<b>33.847</b>	<b>55.874</b>	<b>(49.448)</b>	<b>105.322</b>
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(30.938)	19.989	(50.927)	24.270	54.829	(30.559)
(Aumento) redução nos estoques	(15.189)	(50.075)	34.886	(20.604)	(108.060)	87.456
Aumento (Redução) em fornecedores	53.015	(8.814)	61.829	94.789	(25.810)	120.599
(Redução) em obrigações tributárias	1.960	1.672	288	(13.065)	(8.104)	(4.961)
Financiamento de franqueados – plano de reformas	(936)	3.144	(4.080)	2.464	9.146	(6.682)
Outros	348	8.497	(8.149)	(31.980)	28.551	(60.531)
<b>CapEx</b>	<b>(11.782)</b>	<b>(13.386)</b>	<b>1.604</b>	<b>(22.861)</b>	<b>(34.682)</b>	<b>11.821</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>72.470</b>	<b>27.945</b>	<b>44.525</b>	<b>233.039</b>	<b>109.468</b>	<b>123.571</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	3T18	3T17	Var.	9M18	9M17	Var.
<b>DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>89.365</b>	<b>48.070</b>	<b>41.295</b>	<b>264.150</b>	<b>189.512</b>	<b>74.638</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>(5.113)</b>	<b>(6.739)</b>	<b>1.626</b>	<b>(8.250)</b>	<b>(45.362)</b>	<b>37.112</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(684)	(742)	58	(2.026)	(2.291)	265
Resultado Financeiro	(8.280)	(13.317)	5.037	(24.283)	(62.176)	37.893
AVP Clientes e Fornecedores	3.342	6.821	(3.479)	16.542	17.585	(1.043)
Juros pagos por empréstimos	509	499	10	1.517	1.520	(3)
<b>DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>(11.782)</b>	<b>(13.386)</b>	<b>1.604</b>	<b>(22.861)</b>	<b>(34.682)</b>	<b>11.821</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>72.470</b>	<b>27.945</b>	<b>44.525</b>	<b>233.039</b>	<b>109.468</b>	<b>123.571</b>

\* O DFC Gerencial não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e IFRS. As informações acima são preparadas para gerenciamento da Companhia e não foram objeto de exame por parte dos auditores independentes.

\*\* As provisões nas contas de Capital de Giro desta DFC foram reportadas na linha Itens Não Caixa, e que explica a diferença entre o saldo efetivo de balanço.

## RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO – ROIC

No 3T18, o retorno sobre capital investido da Cia. Hering foi de 16,2%, alta de 0,9 p.p. em relação ao 3T17, decorrente da melhora do resultado operacional da Companhia nos últimos 12 meses.

Resultado Operacional	3T18	2T18	Var. 3T18 / 2T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17
EBITDA	250.668	248.632	0,8%	240.385	4,3%
(-) Depreciação e Amortização	(62.745)	(61.916)	1,3%	(59.244)	5,9%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	6.108	6.849	-10,8%	6.371	-4,1%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	27.580	31.044	-11,2%	23.105	19,4%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(77.907)	(79.209)	-1,6%	(81.553)	-4,5%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	27.877	27.877	0,0%	28.897	-3,5%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>171.581</b>	<b>173.276</b>	<b>-1,0%</b>	<b>157.961</b>	<b>8,6%</b>
Ativo Permanente	417.109	419.419	-0,6%	419.365	-0,5%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	45.351	44.783	1,3%	40.045	13,3%
Capital de Giro	598.615	605.813	-1,2%	571.489	4,7%
<b>Capital Investido Médio*</b>	<b>1.061.076</b>	<b>1.070.015</b>	<b>-0,8%</b>	<b>1.030.899</b>	<b>2,9%</b>
<b>ROIC**</b>	<b>16,2%</b>	<b>16,2%</b>	<b>0,0 p.p.</b>	<b>15,3%</b>	<b>0,9 p.p.</b>

Notas explicativas às demonstrações financeiras: (1) Nr. 15; (2) Nr. 33; (3) Nr. 34.

(\*) Média dos últimos 12 meses

(\*\*) Neste trimestre, houve retificação de valores reportados no 2T18 e 3T17 no cálculo do ROIC (resultado financeiro e IR&CS – Benefício Fiscal JSCP, respectivamente).

## ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 3T18 com caixa líquido de R\$ 286,5 milhões, aumento de R\$ 109,6 milhões, conforme detalhado abaixo:

Endividamento - R\$ mil	3T18	Part. (%)	2T18	Part. (%)	3T17	Part. (%)
Curto Prazo	(27.801)	100%	(27.627)	100%	(1.481)	5%
Longo Prazo	-	0%	-	0%	(25.612)	95%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(27.801)</b>	<b>100%</b>	<b>(27.627)</b>	<b>100%</b>	<b>(27.093)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	314.293		245.836		204.014	
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>286.492</b>		<b>218.209</b>		<b>176.921</b>	

## REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Em reunião do Conselho de Administração em 31.10.2018, foi aprovada a distribuição de dividendos no montante de R\$ 40,0 milhões (R\$ 0,25 por ação), com base na posição acionária de 08.11.2018. As ações da Companhia passaram a ser negociadas “ex dividendos” a partir de 09.11.2018 e os dividendos serão pagos em 28.11.2018.

---

## PROGRAMA DE RECOMPRA

No 3T18, foram recompradas 488.800 ações, ao preço médio de R\$ 14,48, somando R\$ 7,1 milhões. O programa, aprovado em 01.08.2017 em Reunião do Conselho de Administração, autoriza a aquisição de até 5 milhões de ações, correspondendo a 4,02% do total de ações em circulação (*free float*) com vigência até 01.02.2019.

---

## PERSPECTIVAS

Sob as óticas econômica e política, o ano de 2018 tem se mostrado bastante desafiador. As projeções no início do ano apontavam para um crescimento do varejo mais acentuado, aumento do nível de confiança do consumidor e consequente recuperação econômica. Entretanto, o cenário que vivenciamos nos últimos meses, revelou um consumidor cauteloso em sua decisão de compra, avaliando o custo benefício de suas escolhas e evitando o endividamento.

Nesse contexto, com a máxima de colocar o consumidor no centro ao entender sua jornada de compra e propiciar uma melhor experiência de loja, a Companhia fez importantes alterações em sua estrutura organizacional. Esse *mindset* orientado para uma cultura de varejo, que visa garantir a adequada execução no ponto de venda, já trouxe resultados no curto prazo, os quais podem ser traduzidos na melhora da adesão à recomendação de compra feita pelos franqueados combinada a uma política comercial mais diretiva e consequente crescimento do *same store sales*.

Permanecemos comprometidos com uma gestão austera de despesas, forte geração de caixa, confiantes em nossa estratégia e capacidade de criação de valor ao acionista com uma sólida base de gestão e liderança com forte traço empreendedor e inovador.

## BALANÇO PATRIMONIAL

R\$ mil

ATIVO	30/09/2018	31/12/2017	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/09/2018	31/12/2017
<b>Circulante</b>	<b>1.195.329</b>	<b>1.019.690</b>	<b>Circulante</b>	<b>363.565</b>	<b>286.346</b>
Caixa e equivalente de caixa	314.293	148.821	Empréstimos e financiamentos	27.801	27.293
Contas a receber de clientes	424.609	455.326	Fornecedores	221.961	127.172
Estoques	370.258	349.535	Salários e encargos sociais	53.759	40.315
Impostos a recuperar	73.309	51.604	Parcelamentos tributários e previdenciários	972	959
Instrumentos financeiros derivativos	3.906	545	Obrigações tributárias	13.147	24.279
Outras contas a receber	3.433	12.739	Provisões para contingências	2.420	2.450
Despesas antecipadas	5.521	1.120	Outras provisões	27.398	52.962
<b>Não Circulante</b>	<b>491.635</b>	<b>518.470</b>	Incentivos fiscais	165	1.554
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>85.807</b>	<b>87.897</b>	Dividendos e JSCP a pagar	783	740
Aplicações financeiras	4.770	5.237	Outras contas a pagar	15.159	8.622
Títulos e contas a receber	15.955	15.913	<b>Não Circulante</b>	<b>18.189</b>	<b>18.902</b>
Contas a receber de clientes	8.174	7.399	<b>Exigível a longo prazo</b>	<b>18.189</b>	<b>18.902</b>
Impostos a recuperar	15.999	10.485	Parcelamentos tributários e previdenciários	1.795	2.505
Empréstimos compulsórios	-	2.614	Provisões para contingências	13.858	14.194
Imposto de renda e contribuição social diferidos	40.909	46.249	Outras provisões	104	104
<b>Imobilizado</b>	<b>295.713</b>	<b>315.452</b>	Benefícios a empregados	1.576	1.387
<b>Intangível</b>	<b>110.115</b>	<b>115.121</b>	Incentivos fiscais	772	619
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1.686.964</b>	<b>1.538.160</b>	Outras contas a pagar	84	93
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.305.210</b>	<b>1.232.912</b>
			Capital social	369.618	369.618
			Reserva de capital	34.755	30.815
			Ações em tesouraria	(6.372)	-
			Reserva de lucros	825.485	825.458
			Ajuste de avaliação patrimonial	6.844	7.021
			Outros resultados abrangentes	667	-
			Lucros acumulados	74.213	-
			<b>Participação de acionistas não controladores</b>	<b>1.686.964</b>	<b>1.538.160</b>

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

R\$ Mil	3T18	3T17	Var. 3T18 / 3T17	9M18	9M17	Var. 9M18 / 9M17
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>450.229</b>	<b>433.689</b>	<b>3,8%</b>	<b>1.276.558</b>	<b>1.304.046</b>	<b>-2,1%</b>
Mercado Interno	436.810	420.917	3,8%	1.237.789	1.268.324	-2,4%
Mercado Externo	13.419	12.772	5,1%	38.769	35.722	8,5%
Deduções de Venda	(64.703)	(58.586)	10,4%	(184.936)	(194.093)	-4,7%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>385.526</b>	<b>375.103</b>	<b>2,8%</b>	<b>1.091.622</b>	<b>1.109.953</b>	<b>-1,7%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(223.500)	(202.273)	10,5%	(633.851)	(619.603)	2,3%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>162.026</b>	<b>172.830</b>	<b>-6,3%</b>	<b>457.771</b>	<b>490.350</b>	<b>-6,6%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(110.722)</b>	<b>(124.254)</b>	<b>-10,9%</b>	<b>(333.209)</b>	<b>(355.484)</b>	<b>-6,3%</b>
Vendas	(87.371)	(87.324)	0,1%	(257.793)	(258.799)	-0,4%
Remuneração dos Administradores	(2.204)	(2.217)	-0,6%	(6.747)	(6.930)	-2,6%
Gerais e Administrativas	(11.986)	(13.194)	-9,2%	(35.814)	(37.531)	-4,6%
Depreciação e Amortização	(16.070)	(15.241)	5,4%	(46.124)	(44.568)	3,5%
(-) Apropriada ao Custo	8.106	7.070	14,7%	23.469	20.808	12,8%
Participação nos Resultados	-	(6.694)	N.D	(783)	(14.318)	-94,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(1.197)	(6.654)	-82,0%	(9.417)	(14.146)	-33,4%
<b>Lucro Operacional Antes das Financeiras</b>	<b>51.304</b>	<b>48.576</b>	<b>5,6%</b>	<b>124.562</b>	<b>134.866</b>	<b>-7,6%</b>
Receitas financeiras	16.824	19.061	-11,7%	50.139	86.178	-41,8%
Despesas financeiras	(8.544)	(5.744)	48,7%	(25.856)	(24.002)	7,7%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>8.280</b>	<b>13.317</b>	<b>-37,8%</b>	<b>24.283</b>	<b>62.176</b>	<b>-60,9%</b>
<b>Lucro Líquido Antes de CSLL e IRPJ</b>	<b>59.584</b>	<b>61.893</b>	<b>-3,7%</b>	<b>148.845</b>	<b>197.042</b>	<b>-24,5%</b>
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	(17)	(7.591)	-99,8%	169	(18.974)	N.D
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	(7.148)	(2.385)	199,7%	(4.996)	(304)	1543,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>52.419</b>	<b>51.917</b>	<b>1,0%</b>	<b>144.018</b>	<b>177.764</b>	<b>-19,0%</b>
Atribuível aos acionistas controladores	52.419	51.917	1,0%	144.018	177.764	-19,0%
<b>Lucro básico por ação - R\$</b>						
Atribuível aos acionistas controladores	0,3240	0,3222	0,6%	0,8900	1,1044	-19,4%
<b>EBITDA</b>	<b>67.374</b>	<b>63.817</b>	<b>5,6%</b>	<b>170.686</b>	<b>179.434</b>	<b>-4,9%</b>

## FLUXO DE CAIXA

R\$ Mil	3T18	3T17	9M18	9M17
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido	52.419	51.917	144.018	177.764
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	7.148	2.385	4.996	304
Varição monetária, cambial e juros não realizados	684	742	2.026	2.291
Depreciação e amortização	16.070	15.241	46.124	44.568
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	2.763	3.344	5.672	8.729
Baixa de ativos imobilizados e intangíveis	224	25	1.482	146
Plano de opção de compra de ações	974	969	3.940	3.538
Provisão para ajuste a valor de realização estoques	249	(1.634)	(119)	1.699
Empréstimos compulsórios	-	(429)	-	(2.614)
Provisão para contingências	1.020	1.521	1.465	3.830
Benefícios a empregados	63	75	189	225
<b>Variações nos ativos e passivos</b>				
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(30.938)	19.989	24.270	54.829
(Aumento) redução nos estoques	(15.189)	(50.075)	(20.604)	(108.060)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(8.712)	1.142	(27.219)	388
Redução em outros ativos	1.852	1.250	4.116	7.488
Aumento (Redução) em fornecedores	53.015	(8.814)	94.789	(25.810)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	6.272	9.249	(6.413)	29.821
Aumento em IRPJ e CSLL	(51)	2.655	(63)	14.038
IRPJ e CSLL pagos	-	(56)	-	(11.436)
(Redução) em obrigações tributárias	2.011	(927)	(13.002)	(10.706)
Juros pagos por empréstimos	(509)	(499)	(1.517)	(1.520)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>89.365</b>	<b>48.070</b>	<b>264.150</b>	<b>189.512</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Aquisições de ativo imobilizado	(6.838)	(7.726)	(12.876)	(22.620)
Aquisições de ativo intangível	(4.944)	(5.660)	(9.985)	(12.062)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(11.782)</b>	<b>(13.386)</b>	<b>(22.861)</b>	<b>(34.682)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aumento de capital	-	8.160	-	8.925
Aplicações financeiras	(56)	(97)	467	(336)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(2.725)	(49.986)	(69.939)	(167.936)
Pagamento de empréstimos	-	(1.413)	-	(1.413)
Aquisição de ações para tesouraria	(7.080)	-	(7.080)	-
Alienação de ações em tesouraria, pelo exercício de opção de compra	735	-	735	5.189
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(9.126)</b>	<b>(43.336)</b>	<b>(75.817)</b>	<b>(155.571)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>68.457</b>	<b>(8.652)</b>	<b>165.472</b>	<b>(741)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>68.457</b>	<b>(8.652)</b>	<b>165.472</b>	<b>(741)</b>
No início do exercício	245.836	212.666	148.821	204.755
No fim do exercício	314.293	204.014	314.293	204.014

**Aviso/Disclaimer:** Declarações contidas neste comunicado relativas às perspectivas dos negócios, projeções de resultados operacionais e financeiros e referências ao potencial de crescimento da Companhia constituem meras previsões, baseadas nas expectativas da Administração em relação ao seu desempenho futuro. Essas expectativas são altamente dependentes do comportamento do mercado, da situação econômica do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais, estando, portanto, sujeitas a mudanças.

**MERCADO DE CAPITAIS – 30/09/2018****HGTX3:** R\$ 17,77 por ação**Valor de Mercado:** R\$ 2,9 bilhões**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS**

01/11/2018 – 12h00 (Brasília)

Em Português com tradução simultânea para o Inglês

**Brasil:** (+55) 11 3193-1001 ou (+55) 11 2820-4001**EUA:** (+1) 646 828-8246**Toll-Free:** (+1) 800 492-3904**Código de acesso:** Hering**WEBCAST**

O áudio da teleconferência será transmitido pela internet,

acompanhado da apresentação de *slides* disponível em: [www.ciahering.com.br/ri](http://www.ciahering.com.br/ri)**RELAÇÕES COM INVESTIDORES****Fabio Hering**

Presidente

**Rafael Bossolani**

Diretor de Finanças e de RI

**Mariana Santo**

Gerente de RI

**Caroline Luccarini**

Analista de RI

**Camilla Milanez**

Analista de RI

**RELAÇÕES COM IMPRENSA****Rosilene Schuldt**[rosilene.schuldt@ciahering.com.br](mailto:rosilene.schuldt@ciahering.com.br)

(47) 3321-3619

**Ana Claudia Camara**[anaclaudia.camara@approach.com.br](mailto:anaclaudia.camara@approach.com.br)

(11) 3846-5787 / (11) 96318-2165

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

Tel.: (11) 3371-4867/4805

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



# Cia.Hering



 Hering

Hering  Kids



DZARM.