

Blumenau, 23 de fevereiro de 2017. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre de 2016 (4T16). 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 2015 (4T15), exceto quando indicado de outra forma.

### MERCADO DE CAPITAIS – 30/12/2016

HGTX3: R\$ 15,12 por ação  
Valor de Mercado: R\$ 2,4 bilhões

### TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

24/02/2017 – 11h00 (Brasília)  
Em Português com tradução simultânea para o Inglês

**Brasil:** (+55) 11 3193-1001 ou  
(+55) 11 2820-4001

**EUA:** (+1) 786 924-6977

**Toll-Free:** (+1) 888 700-0802

**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

#### Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças e de RI

#### Bruno Salem Brasil

Gerente de RI

#### Caroline Peretti T. Luccarini

Analista de RI

[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)

### RELAÇÕES COM IMPRENSA

#### Rosilene Schuldt

[rosilene.schuldt@ciahering.com.br](mailto:rosilene.schuldt@ciahering.com.br)

(47) 3321-3619

#### Lenon Hymalaia

[lenon.hymalaia@louresconsultoria.com.br](mailto:lenon.hymalaia@louresconsultoria.com.br)

(11) 3181-5005 / (11) 98327-5464

## 2016: Receita Bruta alcança R\$ 1,7 bilhão,

### Payout de 99,8% com proposta de R\$ 75 mi adicionais

- Receita Bruta total de R\$ 1,7 bilhão, 8,0% inferior a 2015, influenciada pelo desempenho dos canais franquias e multimarcas;
- 100 lojas reformadas em 18 estados, no âmbito do Plano de Reforma de lojas Hering Store;
- Lucro Líquido de R\$ 199,4 milhões, resultado principalmente da retração do resultado operacional. Retração de 29,1% vs 2015 também afetada por ganho não recorrente de liquidação de subsidiária e dívida *intercompany* em 2015;
- Geração de R\$ 209,4 milhões de caixa livre, R\$ 94,7 milhões superior ao ano anterior, favorecida por menor necessidade de capital de giro e menores investimentos.

## 4T16: Receita Bruta alcança R\$ 515,2 milhões, Lucro Líquido de R\$ 50,9 milhões

- Receita Bruta de R\$ 515,2 milhões, 15,3% inferior ao 4T15, impactada pelo desempenho dos canais franquias e multimarcas;
- EBITDA de R\$ 61,0 milhões (-35,4%), margem de 14,1%, decorrente de desalavancagem operacional, reversão de ganhos de ação judicial no ano e depósitos adicionais ao Fundo Protege Goiás;
- Lucro Líquido de R\$ 50,9 milhões, com margem de 11,8%, afetado por deterioração do resultado. Queda de 38,7% vs 4T15 também atribuída a ganho não recorrente em 2015 de R\$ 53,5 milhões em IR&CS.

### Destques Consolidados

R\$ Mil	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
<b>Receita Bruta</b>	<b>515.165</b>	<b>607.896</b>	<b>-15,3%</b>	<b>1.748.432</b>	<b>1.900.101</b>	<b>-8,0%</b>
Mercado Interno	504.941	595.433	-15,2%	1.706.324	1.857.265	-8,1%
Mercado Externo	10.224	12.463	-18,0%	42.108	42.836	-1,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>432.125</b>	<b>507.468</b>	<b>-14,8%</b>	<b>1.475.137</b>	<b>1.588.889</b>	<b>-7,2%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>175.038</b>	<b>195.349</b>	<b>-10,4%</b>	<b>582.026</b>	<b>627.554</b>	<b>-7,3%</b>
Margem Bruta	40,5%	38,5%	2,0 p.p.	39,5%	39,5%	0,0 p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>(a)</sup></b>	<b>182.221</b>	<b>202.117</b>	<b>-9,8%</b>	<b>610.106</b>	<b>653.402</b>	<b>-6,6%</b>
Margem Bruta Caixa <sup>(a)</sup>	42,2%	39,8%	2,4 p.p.	41,4%	41,1%	0,3 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>50.949</b>	<b>83.082</b>	<b>-38,7%</b>	<b>199.417</b>	<b>281.170</b>	<b>-29,1%</b>
Margem Líquida	11,8%	16,4%	-4,6 p.p.	13,5%	17,7%	-4,2 p.p.
<b>EBITDA<sup>(b)</sup></b>	<b>60.951</b>	<b>94.349</b>	<b>-35,4%</b>	<b>207.569</b>	<b>262.876</b>	<b>-21,0%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	14,1%	18,6%	-4,5 p.p.	14,1%	16,5%	-2,4 p.p.
<b>ROIC<sup>(c)</sup></b>	<b>14,0%</b>	<b>17,3%</b>	<b>-3,3 p.p.</b>	<b>14,0%</b>	<b>17,3%</b>	<b>-3,3 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.

---

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2016 foi marcado por evoluções importantes na companhia em meio a um difícil cenário de vendas fruto dos desdobramentos das crises política e econômica do país ao longo de todo o ano. A estratégia baseada na combinação das frentes de Produto e Loja (P&L), iniciada no ano anterior, avançou em 2016 e permanecemos confiantes que sua boa execução, somada a melhora do estado do consumidor, conduzirá a companhia ao próximo ciclo de crescimento.

A melhoria da experiência de compra em nossas lojas esteve no centro das atenções neste ano. Após crescimentos sequenciais na rede de lojas, privilegiamos em 2016 a base existente, com iniciativas de renovação dos pontos de venda e melhoria da execução da operação de loja. O plano de reformas, o maior já executado pela Cia. abrangendo 100 Hering Store em 18 estados, foi concluído com sucesso sendo determinante para que aproximadamente um terço das lojas da marca já estejam no formato mais recente. Promovemos também melhorias na experiência de compra através dos avanços em *visual merchandising* (VM) e abastecimento das lojas, favorecendo a melhor gestão de estoques que, apesar do cenário desafiador de vendas, apresentaram melhoria de qualidade, com menos sobras e menor volume de coleções antigas. Encerramos o ano com 834 lojas – seis a menos que 2015 – das quais 18 delas em outros países da América do Sul.

Outros canais se destacaram na construção de alicerces para ganhos futuros. No *e-commerce*, os avanços em tecnologia e maior exploração da plataforma de vendas digitais, com a implementação de novas funcionalidades como recomendações mais acuradas, campanhas personalizadas, *layout* responsivo e melhoria do descritivo dos produtos com fotos e vídeos se traduziram em crescimento de dois dígitos em visitação e vendas. Estas evoluções, voltadas tanto para melhoria de fluxo de visitas como para aumento de conversão, contribuíram para o bom resultado no ano e nos deixa otimistas com a perspectiva de crescimento acelerado do canal no futuro. Já no multimarcas, o término do projeto de segmentação de clientes em 2016 nos permitirá maior customização de políticas e incentivos baseados em cada perfil de cliente visando aumento de vendas a partir de 2017. Ao final do ano, somávamos 5 *webstores* e 17.538 clientes multimarcas ativos.

Outro conjunto de frentes de trabalho foi desenvolvido para fortalecer Produto, buscando melhor relação de valor para o consumidor (*Value for Money*), com incremento percebido de qualidade e melhor precificação. Desde o início do ano iniciamos a revisão do processo de elaboração das coleções (ou *Product Lifecycle Management*), com ganhos de eficiência no processo. Nessa mesma linha, redesenhamos o escopo e atribuições dos times de Engenharia e Pesquisa & Desenvolvimento para maior participação no processo de elaboração da coleção, estando estes a serviço das estruturas de marcas, e lançamos os projetos Remodelar e Qualidade Total, cujas atribuições são, respectivamente, garantir consistência e padronização de medidas em nossas peças e potencializar aspectos relacionados à qualidade de nossos produtos desde a escolha de insumos, passando por produção e treinamento de fornecedores, até a entrega ao consumidor final. Estas iniciativas entrarão gradativamente no processo de desenvolvimento de coleções ao longo dos próximos anos.

Atividades relacionadas às nossas marcas também merecem destaque. A marca Hering, que mais uma vez permaneceu entre as 25 Marcas Brasileiras mais Valiosas, segundo pesquisa da Interbrand, promoveu importantes melhorias nas frentes de loja e de produto, citadas acima, e também realizou importantes investimentos no desenvolvimento de lideranças. Nas marcas infantis, PUC firmou novas parcerias e seus resultados já apresentam sinais de estabilização, enquanto que a Hering Kids foi a marca com maior crescimento de rede e com os melhores resultados de vendas da companhia em 2016. A marca Hering for you, após dois anos de testes e avaliações de viabilidade, deixou de operar lojas exclusivas, e passou a ser uma linha de produtos dentro da marca Hering (sua linha de produtos pode ser encontrada em lojas Hering Store selecionadas, multimarcas e *webstore*). Já a marca DZARM, segue consolidando novo posicionamento de marca e inaugurou sua primeira franquia *light*: lojas de menor metragem com menor custo envolvido na abertura. O projeto será monitorado e poderá vir a se tornar um importante caminho para o crescimento da marca fora de grandes centros.

No âmbito corporativo, houve avanços importantes nas áreas de tecnologia, logística, governança, gestão de talentos e sucessão. A extensão do sistema SAP para as áreas de logística, faturamento e atendimento da carteira de pedidos foi finalizada ainda no primeiro trimestre. Investimos em automação logística com a aquisição de *sorter* de última geração, o maior investimento da companhia no ano. As estruturas de Governança da companhia foram fortalecidas com a adição de dois novos conselheiros independentes e com a criação do Comitê de Estratégia, cujas principais funções compreendem o assessoramento na elaboração do Plano Estratégico e revisão de oportunidades de investimentos. Não menos importante, realizamos investimentos voltados aos colaboradores objetivando a perenidade do negócio. A gestão de talentos foi reforçada com o programa Jovens Empreendedores e com a realização de *assessments* de competências e *mentoring* para a liderança, em linha com nosso plano sucessão.

Mesmo com as evoluções acima, nossos resultados, em especial nossas vendas, foram negativamente afetados pela recessão econômica e seus efeitos no ambiente de consumo. A receita líquida recuou 7,2% em 2016, principalmente pelo fraco desempenho dos canais multimarcas e franquias. A margem bruta permaneceu estável, com ganho de margem decorrente do menor volume de peças vendidas com desconto ('saldos') e pela melhor gestão de estoques e sobras contraposto pela não diluição de custos fixos. O Lucro antes dos juros, depreciação, amortização e impostos ('EBITDA') foi de R\$ 207,6 milhões, 21,0% inferior a 2015, e o lucro líquido alcançou R\$ 199,4 milhões. A situação patrimonial ao final de dezembro apresentava baixo endividamento e caixa líquido de R\$ 177,0 milhões, alinhado à nossa política conservadora de gestão financeira. Nossos investimentos no ano totalizaram R\$ 51,3 milhões e foram direcionados principalmente à indústria e lojas. Apesar da queda de EBITDA, a geração de caixa livre foi favorecida pela melhor gestão de capital de giro e menores investimentos, acumulando R\$ 209,4 milhões em 2016, 82,5% superior a 2015.

Por fim, permanecemos confiantes em nossa estratégia de negócios e em nossa capacidade de retomar a trajetória de crescimento da companhia a partir de um modelo de negócios diferenciado, marcas fortes e sólida base de gestão e liderança.

**A Administração**

## DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>515.165</b>	<b>607.896</b>	<b>-15,3%</b>	<b>1.748.432</b>	<b>1.900.101</b>	<b>-8,0%</b>
Mercado Interno	504.942	595.433	-15,2%	1.706.324	1.857.265	-8,1%
Mercado Externo	10.223	12.463	-18,0%	42.108	42.836	-1,7%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>504.942</b>	<b>595.433</b>	<b>-15,2%</b>	<b>1.706.324</b>	<b>1.857.265</b>	<b>-8,1%</b>
Hering	384.871	475.420	-19,0%	1.270.664	1.415.010	-10,2%
Hering Kids	64.438	58.410	10,3%	218.233	204.776	6,6%
PUC	31.743	35.861	-11,5%	118.663	130.161	-8,8%
DZARM.	15.629	17.437	-10,4%	64.603	82.428	-21,6%
Outras	8.261	8.305	-0,5%	34.161	24.890	37,2%

Participação Mercado Interno	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
Multimarcas	188.686	220.551	-14,4%	722.669	815.899	-11,4%
Franquias	196.306	258.615	-24,1%	646.043	727.018	-11,1%
Lojas Próprias	100.619	99.360	1,3%	265.424	257.859	2,9%
Webstore	11.070	8.602	28,7%	38.027	31.599	20,3%
<b>Total</b>	<b>496.681</b>	<b>587.128</b>	<b>-15,4%</b>	<b>1.672.163</b>	<b>1.832.375</b>	<b>-8,7%</b>
Multimarcas	38,0%	37,6%	0,4 p.p.	43,2%	44,5%	-1,3 p.p.
Franquias	39,5%	44,0%	-4,5 p.p.	38,6%	39,7%	-1,1 p.p.
Lojas Próprias	20,3%	16,9%	3,4 p.p.	15,9%	14,1%	1,8 p.p.
Webstore	2,2%	1,5%	0,7 p.p.	2,3%	1,7%	0,6 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>

A abertura por canal não considera a linha "outras".

As vendas brutas da companhia totalizaram R\$ 1,7 bilhão em 2016 e R\$ 515,2 milhões no 4T16, declínio de 8,0% e 15,3% em comparação a igual período de 2015, impactadas, majoritariamente, pelos efeitos da recessão econômica e instabilidade do cenário político especialmente pelo desempenho dos canais franquias e multimarcas. Em 2016, a companhia seguiu concentrando esforços nas frentes de melhoria da oferta de **Produto** ("Value for Money"), com maior consistência na entrega de coleções a partir do final do ano e melhor experiência de **Loja (P&L)**. Tais iniciativas, contudo, não foram suficientes para compensar os efeitos negativos do ambiente econômico.

O canal multimarcas apresentou queda de 11,4% e 14,4%, em 2016 e no 4T16, impactado por menores vendas a clientes existentes, fraco desempenho em todas as marcas e pelo fechamento líquido de aproximadamente 700 pontos de venda no ano. Vendas às franquias recuaram 11,1% no acumulado do ano e 24,1% no 4T16, ante menores encomendas ao longo de todo o ano, reflexo da queda de vendas aos consumidores finais observada nas redes de lojas. A retração mais pronunciada no 4T16 decorre do maior volume faturado da coleção de Alto Verão no 3T16, como parte da preparação da rede para o período de grandes vendas. As lojas operadas pela companhia registraram alta de 2,9% em 2016 e 1,3% no 4T16, influenciadas, principalmente, pela adição líquida de 5 lojas no ano, bom desempenho nos *outlets* e melhor gestão das lojas, principalmente relacionado a melhorias em VM e abastecimento. As *webstores* mantiveram trajetória de crescimento de dois dígitos, (+20,3% em 2016 e +28,7% no 4T16), fruto de avanços tecnológicos nas plataformas, investimentos em mídia digital e lançamento de *outlet* online (Espaço Hering), gerando aumento tanto de tráfego quanto de conversão.

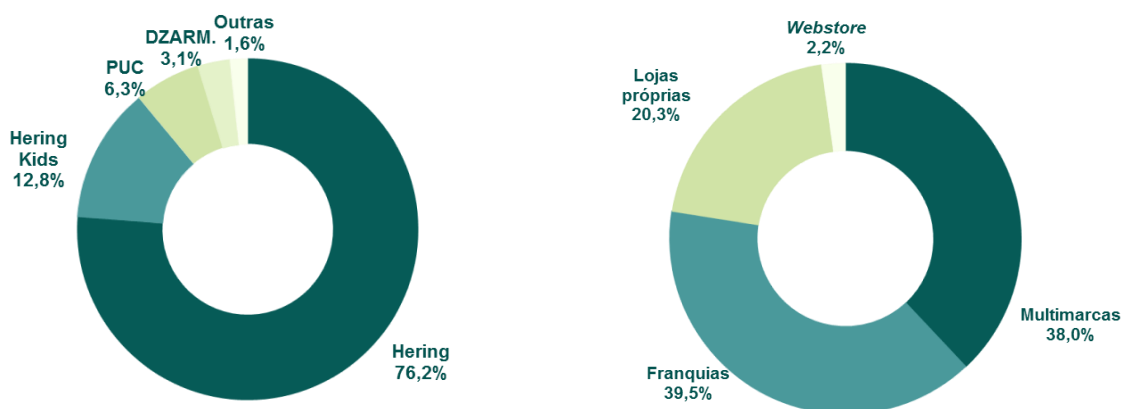
A marca **Hering**, caracterizada por ampla aceitação em todas as classes sociais e faixas etárias, com posicionamento democrático e boa relação custo x benefício, apresentou queda de, respectivamente, 10,2% e 19,0% em 2016 e no 4T16, influenciada negativamente pelo fraco desempenho dos canais multimarcas e franquia e por maior volume faturado, no 3T16, da coleção Alto Verão pelo canal. Ao longo de 2016, a marca concentrou esforços nas frentes P&L: Produto, com revisão do processo de elaboração das coleções (ou *Product Lifecycle Management*) gerando ganhos de eficiência no processo e no desenvolvimento da liderança, e Lojas, contemplando importantes investimentos na melhoria da experiência de compra, incluindo a reforma de lojas.

Nas marcas infantis, a companhia seguiu aperfeiçoando sua estratégia combinada ao atuar com duas marcas de perfis e estilos distintos, porém complementares. A **PUC**, moda diferenciada, colorida e alegre para crianças de classes A e B, declinou 8,8% em 2016 e 11,5% no 4T16, impactada, principalmente, pelo fechamento líquido de 9 lojas no ano e pela queda de vendas no canal multimarcas. A marca, que passou por ajustes em sua proposta de valor e rede de distribuição, apresentou sinais de estabilização de resultados a partir do final do ano. Já a **Hering Kids**, com foco em crianças de todas as classes sociais, oferecendo roupas casuais e com boa relação custo benefício, apresentou crescimento de 6,6% no ano e 10,3% no 4T16, o melhor resultado da companhia, sustentado por boa oferta de produto, experiência de loja e comunicação. A marca teve expansão em sua rede de lojas, contabilizando abertura líquida de 13 lojas no ano.

A **DZARM.**, com foco em mulheres urbanas de classes A e B, que buscam expressar seu poder e autoconfiança, seguiu investindo na consolidação de seu novo posicionamento que acarretou na descontinuação da linha masculina, aproximadamente 30% das vendas. A marca inaugurou, em 2016, sua primeira franquia *light*, caracterizada por lojas de menor metragem com menor custo envolvido na abertura. O projeto será monitorado e poderá se tornar importante caminho para o crescimento da marca. As vendas no ano retraíram 21,6% e 10,4% no 4T16 em decorrência da maior seletividade de clientes no canal multimarcas, em consonância ao novo posicionamento da marca. Apesar do impacto no curto prazo, acreditamos que o novo posicionamento trará bons resultados à marca no futuro.

## REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Cia. Hering possui um modelo de distribuição híbrido, que possibilita que seus produtos cheguem ao consumidor final através de 834 lojas, 17.538 varejistas multimarcas e 05 *webstores*. Em 2016, as vendas brutas do mercado interno foram distribuídas da seguinte forma:



## REDE DE LOJAS

O Plano de Reformas de lojas Hering Store foi prioridade da companhia em 2016 e abrangeu 100 lojas em 18 estados do país. O projeto, atual e moderno, contemplou avanços em visual merchandising, melhor iluminação e organização de produtos por seções remodeladas para jeans e básicos, fachada, dentre outras melhorias. O plano contou com incentivos da companhia de R\$ 8,4 milhões em forma de subsídio além de financiamento de parte do montante investido.

No 4T16 foram inauguradas 15 lojas, das quais 9 Hering Kids e 6 Hering Store, predominantemente operadas por franqueados e localizadas na região Sudeste. Adicionalmente, 5 operações foram encerradas, sendo 4 Hering Store e 1 PUC. Em 2016, a companhia inaugurou 26 lojas no ano, das quais 13 Hering Kids, 12 Hering Store – sendo uma no mercado internacional - e 1 DZARM. Foram encerradas no ano 32 unidades, das quais 3 da marca Hering for you cujos pontos de venda foram convertidos em Hering Kids. Ao final de dezembro a companhia somava 834 lojas assim distribuídas entre as marcas:

Quantidade de Lojas	4T16	3T16	4T15
<b>TOTAL</b>	<b>834</b>	<b>824</b>	<b>840</b>
<b>Brasil</b>	<b>816</b>	<b>806</b>	<b>823</b>
<b>Hering Store</b>	<b>644</b>	<b>642</b>	<b>653</b>
Própria	61	56	57
Franquia	583	586	596
<b>Hering Kids</b>	<b>106</b>	<b>97</b>	<b>93</b>
Própria	18	15	13
Franquia	88	82	80
<b>PUC</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>72</b>
Própria	7	7	8
Franquia	56	57	64
<b>DZARM.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
Própria	2	2	2
Franquia	1	1	0
<b>Hering for you</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Própria	0	0	3
<b>Mercado Internacional - Franquias</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>17</b>

## DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store, que considera as vendas em lojas próprias e franquias para o consumidor final, retraíram 8,9% no ano, totalizando R\$ 1,4 bilhão. No 4T16, a receita de vendas totalizou R\$ 507,2 milhões, queda de 11,6% sobre o 4T15. Já as vendas medidas em lojas comparáveis (critério “mesmas lojas” existentes há pelo menos 12 meses) retraíram 8,6% no ano e 9,8% no 4T16. Os efeitos da retração do cenário macroeconômico e ambiente de consumo contribuíram para redução do fluxo de consumidores nas lojas em todo o país, resultando em menor número de atendimentos realizados e, conseqüentemente, de peças vendidas.

A desaceleração de vendas também é parcialmente atribuída ao fechamento temporário das lojas em decorrência da execução do Plano de Reformas da rede que abrangeu a renovação de 100 lojas em 18 estados do país, principalmente no 4T16 devido a concentração de reformas neste período. O projeto, atual e moderno, contemplou avanços na experiência de compra dos consumidores, através da evolução em VM, iluminação e organização de produtos por seções para jeans e básicos, dentre outras melhorias. O plano contou com incentivos da companhia de R\$ 8,4 milhões em forma de subsídio além de financiamento de parte do montante investido. Concluído este ciclo, aproximadamente 1/3 das lojas da rede já se encontram no formato mais atual.

Os Espaços Hering (lojas *outlet*) apresentaram bom desempenho no ano. O segmento cresceu dois dígitos e contribuiu positivamente para o crescimento de 3,0% nas vendas de lojas próprias no ano e 1,7% no 4T16. O desempenho de lojas próprias também foi influenciado positivamente pela abertura líquida de 4 lojas no ano.

O preço médio por artigo cresceu 6,6% no ano e 3,3% no 4T16, explicado, em parte, pela melhor gestão de estoques durante todo o ano, resultando em menos sobras de produtos, reduzindo a necessidade de venda de itens remarcados em relação a 2015.

Desempenho da Rede Hering Store	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
<b>Número de Lojas</b>	<b>644</b>	<b>653</b>	<b>-1,4%</b>	<b>644</b>	<b>653</b>	<b>-1,4%</b>
Franquias	583	596	-2,2%	583	596	-2,2%
Próprias	61	57	7,0%	61	57	7,0%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil) <sup>(1)</sup></b>	<b>507.176</b>	<b>573.937</b>	<b>-11,6%</b>	<b>1.436.834</b>	<b>1.577.456</b>	<b>-8,9%</b>
Franquias	416.573	484.883	-14,1%	1.198.684	1.346.228	-11,0%
Próprias	90.603	89.054	1,7%	238.150	231.228	3,0%
<b>Crescimento Same Store Sales <sup>(2)</sup></b>	<b>-9,8%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>-4,7 p.p</b>	<b>-8,6%</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-5,1 p.p</b>
Área de Vendas (m²)	90.248	91.356	-1,2%	90.248	91.356	-1,2%
Faturamento (R\$ por m²)	5.620	6.304	-10,9%	15.921	17.501	-9,0%
Atendimentos	4.070.869	4.849.379	-16,1%	11.846.201	13.828.828	-14,3%
Peças	8.749.704	10.231.060	-14,5%	24.710.379	28.925.449	-14,6%
Peças por Atendimento	2,15	2,11	1,9%	2,09	2,09	0,0%
Preço Médio (R\$)	57,96	56,10	3,3%	58,15	54,54	6,6%
Ticket Médio (R\$)	124,59	118,35	5,3%	121,29	114,07	6,3%

<sup>(1)</sup> Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito sell-out).

<sup>(2)</sup> Comparado a igual período do ano anterior.

## DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	4T16	Part. (%)	4T15	Part. (%)	Var. 4T16 / 4T15	2016	Part. (%)	2015	Part. (%)	Var. 2016 / 2015
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>515.165</b>	<b>119,2%</b>	<b>607.896</b>	<b>119,8%</b>	<b>-15,3%</b>	<b>1.748.432</b>	<b>118,5%</b>	<b>1.900.101</b>	<b>119,6%</b>	<b>-8,0%</b>
Deduções de Venda	(83.040)	-19,2%	(100.428)	-19,8%	-17,3%	(273.295)	-18,5%	(311.212)	-19,6%	-12,2%
Deduções de Venda Impostos	(113.783)	-26,3%	(123.546)	-24,3%	-7,9%	(362.390)	-24,6%	(388.305)	-24,4%	-6,7%
Ajuste a Valor Presente	(12.703)	-2,9%	(14.821)	-2,9%	-14,3%	(42.323)	-2,9%	(39.358)	-2,5%	7,5%
Deduções de Venda Incentivos	43.446	10,1%	37.939	7,5%	14,5%	131.418	8,9%	116.451	7,3%	12,9%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>432.125</b>	<b>100,0%</b>	<b>507.468</b>	<b>100,0%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>1.475.137</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.588.889</b>	<b>100,0%</b>	<b>-7,2%</b>
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(249.904)	-57,8%	(305.351)	-60,2%	-18,2%	(865.031)	-58,6%	(935.487)	-58,9%	-7,5%
Custo dos Produtos Vendidos	(260.908)	-60,4%	(318.711)	-62,8%	-18,1%	(903.324)	-61,2%	(974.008)	-61,3%	-7,3%
Ajuste a Valor Presente	6.028	1,4%	6.725	1,3%	-10,4%	24.878	1,7%	20.320	1,3%	22,4%
Subvenção para Custeio	4.976	1,2%	6.635	1,3%	-25,0%	13.415	0,9%	18.201	1,1%	-26,3%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>182.221</b>	<b>42,2%</b>	<b>202.117</b>	<b>39,8%</b>	<b>-9,8%</b>	<b>610.106</b>	<b>41,4%</b>	<b>653.402</b>	<b>41,1%</b>	<b>-6,6%</b>
Depreciação e Amortização	(7.183)	-1,7%	(6.768)	-1,3%	6,1%	(28.080)	-1,9%	(25.848)	-1,6%	8,6%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>175.038</b>	<b>40,5%</b>	<b>195.349</b>	<b>38,5%</b>	<b>-10,4%</b>	<b>582.026</b>	<b>39,5%</b>	<b>627.554</b>	<b>39,5%</b>	<b>-7,3%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(128.763)</b>	<b>-29,8%</b>	<b>(113.212)</b>	<b>-22,3%</b>	<b>13,7%</b>	<b>(431.104)</b>	<b>-29,2%</b>	<b>(411.855)</b>	<b>-25,9%</b>	<b>4,7%</b>
Vendas	(99.408)	-23,0%	(91.957)	-18,1%	8,1%	(325.344)	-22,1%	(318.494)	-20,0%	2,2%
Empresa	(70.185)	-16,2%	(64.599)	-12,7%	8,6%	(226.734)	-15,4%	(225.766)	-14,2%	0,4%
Fixa	(39.812)	-9,2%	(34.936)	-6,9%	14,0%	(121.660)	-8,2%	(119.891)	-7,5%	1,5%
Variável	(30.373)	-7,0%	(29.663)	-5,8%	2,4%	(105.074)	-7,1%	(105.875)	-6,7%	-0,8%
Lojas	(29.223)	-6,8%	(27.358)	-5,4%	6,8%	(98.610)	-6,7%	(92.728)	-5,8%	6,3%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(14.829)	-3,4%	(14.247)	-2,8%	4,1%	(53.685)	-3,6%	(54.089)	-3,4%	-0,7%
Depreciação e Amortização	(7.493)	-1,7%	(5.444)	-1,1%	37,6%	(28.567)	-1,9%	(21.329)	-1,3%	33,9%
Participação nos Resultados	-	N.D	1.841	0,4%	N.D	-	N.D	-	N.D	N.D
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(7.033)	-1,6%	(3.405)	-0,7%	106,5%	(23.508)	-1,6%	(17.943)	-1,1%	31,0%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>46.275</b>	<b>10,7%</b>	<b>82.137</b>	<b>16,2%</b>	<b>-43,7%</b>	<b>150.922</b>	<b>10,2%</b>	<b>215.699</b>	<b>13,6%</b>	<b>-30,0%</b>
Receitas financeiras	7.220	1,7%	17.728	3,5%	-59,3%	90.967	6,2%	77.961	4,9%	16,7%
Despesas financeiras	(10.676)	-2,5%	(8.899)	-1,8%	20,0%	(44.289)	-3,0%	(38.485)	-2,4%	15,1%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>(3.456)</b>	<b>-0,8%</b>	<b>8.829</b>	<b>1,7%</b>	<b>N.D</b>	<b>46.678</b>	<b>3,2%</b>	<b>39.476</b>	<b>2,5%</b>	<b>18,2%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>42.819</b>	<b>9,9%</b>	<b>90.966</b>	<b>17,9%</b>	<b>-52,9%</b>	<b>197.600</b>	<b>13,4%</b>	<b>255.175</b>	<b>16,1%</b>	<b>-22,6%</b>
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	7.776	1,8%	(107)	0,0%	N.D	1.766	0,1%	1.631	0,1%	8,3%
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	354	0,1%	(7.777)	-1,5%	N.D	51	0,0%	24.364	1,5%	-99,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>50.949</b>	<b>11,8%</b>	<b>83.082</b>	<b>16,4%</b>	<b>-38,7%</b>	<b>199.417</b>	<b>13,5%</b>	<b>281.170</b>	<b>17,7%</b>	<b>-29,1%</b>
Atribuível aos acionistas controladores	50.949	11,8%	83.082	16,4%	-38,7%	199.417	13,5%	281.170	17,7%	-29,1%
Atribuível aos acionistas não controladores	-	N.D	-	N.D	N.D	-	N.D	-	N.D	N.D
<b>Lucro básico por ação - R\$</b>										
Atribuível aos acionistas controladores	0,3167		0,5191		-39,0%	1,2396		1,7361		-28,6%
<b>EBITDA</b>	<b>60.951</b>	<b>14,1%</b>	<b>94.349</b>	<b>18,6%</b>	<b>-35,4%</b>	<b>207.569</b>	<b>14,1%</b>	<b>262.876</b>	<b>16,5%</b>	<b>-21,0%</b>

## EBITDA E MARGEM EBITDA

O lucro operacional antes de juros, depreciação, amortização e impostos ('EBITDA') apresentou queda de 21,0% em 2016 e de 35,4% no 4T16, enquanto que margem EBITDA caiu, respectivamente, 2,4 p.p. e 4,5 p.p. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Queda de 8,0% nas vendas brutas do ano e 15,3% no 4T16;
- Margem bruta de 39,5% em 2016, estável em comparação ao ano anterior. No 4T16 a margem bruta alcançou 40,5% (+2,0 p.p.) e decorre da melhor gestão de estoques, que possibilitou a diminuição de sobras de coleções antigas com conseqüente redução do volume de peças vendidas com remarcações, mesmo contraposto parcialmente pela não diluição de custos fixos decorrente da retração de receita;
- Impacto negativo no 4T16 proveniente de reversão de ganhos de ação judicial relativa a Empréstimo Compulsório efetuado à Eletrobrás na década de 90 (R\$ 7,5 milhões foram reconhecidos no 2T16 em 'Outras receitas e despesas' e R\$ 16,7 milhões, no 3T16, em 'Receita financeira'), causada por liminar concedida pela justiça (para maiores detalhes vide Nota Explicativa 12). No ano o efeito é nulo;
- Aumento nas Despesas Operacionais (4,7% no ano e 13,7% no 4T16), devido principalmente ao aumento nas 'Despesas de vendas', essencialmente em função de (i) subsidio a franqueados para reforma de lojas Hering Store, que totalizou R\$ 8,4 milhões no ano (R\$ 5,6 milhões no 4T16); (ii) reajuste salarial; (iii) abertura líquida de 5 lojas próprias em 2016 e (iv) aumento de provisão para devedor duvidoso (PDD).
- Crescimento de 106,5% em 'Outras receitas e despesas' proveniente, principalmente, da contribuição de R\$ 22,0 milhões no ano (R\$ 12,0 milhões no 4T16) ao Fundo Protege, parcialmente contrapostas por ganhos provenientes de reavaliação atuarial do plano de saúde e previdência no 4T16.

Em função dos resultados abaixo do planejado, não houve pagamento de participação nos resultados em 2016.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
<b>Lucro Líquido</b>	<b>50.949</b>	<b>83.082</b>	<b>-38,7%</b>	<b>199.417</b>	<b>281.170</b>	<b>-29,1%</b>
(+) IR e CSLL	(8.130)	7.884	-203,1%	(1.817)	(25.995)	-93,0%
(-) Receita Financeira Líquida	3.456	(8.829)	-139,1%	(46.678)	(39.476)	18,2%
(+) Depreciações e Amortizações	14.676	12.212	20,2%	56.647	47.177	20,1%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>60.951</b>	<b>94.349</b>	<b>-35,4%</b>	<b>207.569</b>	<b>262.876</b>	<b>-21,0%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>14,1%</b>	<b>18,6%</b>	<b>-4,5 p.p.</b>	<b>14,1%</b>	<b>16,5%</b>	<b>-2,4 p.p.</b>

## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

O lucro líquido da companhia apresentou retração de 29,1% em 2016 e 38,7% no 4T16, atingindo, respectivamente, R\$ 199,4 milhões e R\$ 50,9 milhões. Afeta a base de comparação o reconhecimento, em 2015, de ganho de R\$ 53,5 milhões em Imposto de Renda e Contribuição Social (IR&CS) proveniente de liquidação e dissolução da subsidiária Hering Overseas e liquidação de dívida *intercompany*. A deterioração do resultado operacional, citada acima, foi compensada parcialmente por:

- Efeitos positivos em IR&CS decorrentes das exclusões da base de cálculo de (i) maior subvenção para investimentos devido ao aumento da participação de produtos locais no *mix* de venda e (ii) montante de Juros Sobre Capital Próprio 35,5% superior ao declarado em 2015. No ano, o Lucro Operacional (antes dos tributos sobre o lucro) foi inferior à soma das referidas exclusões, o que explica o ganho na linha de IR&CS;

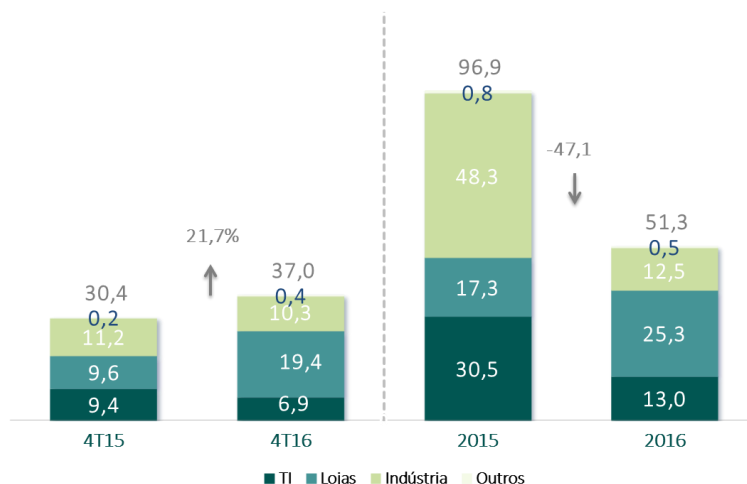


Conforme comentado na seção 'EBITDA', o resultado financeiro do trimestre foi impactado pela reversão de receita financeira de R\$ 16,7 milhões, reconhecida no 3T16, advinda de ação judicial relativa a Empréstimo Compulsório efetuado à Eletrobrás. No acumulado do ano, entretanto, a receita financeira líquida atingiu R\$ 46,7 milhões, 18,2% superior ao período anterior, devido principalmente a maior receita com juros provenientes de clientes e de aplicações, favorecidas pelo maior caixa médio da companhia no ano.

## INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 51,3 milhões no ano e R\$ 37,0 milhões no 4T16. A alta de 21,7% no trimestre é atribuída, principalmente, à reforma de lojas próprias, inauguração e aquisição de pontos de venda que totalizaram 8 lojas.

A retração de 47,1% em 2016 é explicada pela (i) redução do montante destinado às instalações fabris após ciclo de investimentos ocorrido em 2015, que culminou com a inauguração da planta em São Luís de Montes Belos (GO) além de investimentos direcionados ao principal Centro de Distribuição da companhia localizado em Goiás e (ii) menor necessidade de investimentos em tecnologia, após implementação do sistema SAP no início do ano.



## GERAÇÃO DE CAIXA

Em 2016, a Cia. Hering apresentou geração de R\$ 209,4 milhões de caixa livre, R\$ 94,7 milhões superior a 2015, devido, principalmente a menor necessidade de capital de giro e menores investimentos, que mais do que compensam a queda de EBITDA no período. No 4T16, houve geração negativa de R\$ 2,4 milhões de caixa, R\$ 24,4 milhões inferior ao gerado no mesmo período do ano anterior principalmente devido a piora do resultado operacional.

Parte integrante do Plano de Reforma de Lojas, uma parcela do montante investido por franqueados foi financiada pela companhia, sendo que R\$ 14,7 milhões permaneciam a receber em 31 de dezembro, registrado na rubrica 'outras contas a receber'.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	4T16	4T15	Var.	2016	2015	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>60.951</b>	<b>94.349</b>	<b>(33.398)</b>	<b>207.569</b>	<b>262.876</b>	<b>(55.307)</b>
Itens Não caixa	24.585	5.673	18.912	21.176	25.693	(4.517)
AVP Clientes e Fornecedores	5.611	5.195	416	20.326	18.219	2.107
IR&CS Corrente	7.776	(107)	7.883	1.766	1.631	135
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>(64.295)</b>	<b>(52.792)</b>	<b>(11.503)</b>	<b>9.847</b>	<b>(96.812)</b>	<b>106.659</b>
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(70.136)	(99.421)	29.285	29.688	9.931	19.757
(Aumento) redução nos estoques	23.463	73.323	(49.860)	4.020	(28.908)	32.928
Aumento (redução) em fornecedores	8.500	(12.454)	20.954	21.081	(20.420)	41.501
Aumento (redução) em obrigações tributárias	6.336	6.469	(133)	(14.707)	(24.745)	10.038
Plano de Reforma - Financiamento	(6.053)	(734)	(5.319)	(14.665)	(734)	(13.931)
Outros	(26.405)	(19.975)	(6.430)	(15.570)	(31.936)	16.366
<b>CapEx</b>	<b>(37.056)</b>	<b>(30.329)</b>	<b>(6.727)</b>	<b>(51.314)</b>	<b>(96.915)</b>	<b>45.601</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>(2.428)</b>	<b>21.989</b>	<b>(24.417)</b>	<b>209.370</b>	<b>114.692</b>	<b>94.678</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	4T16	4T15	Var.	2016	2015	Var.
<b>DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>26.271</b>	<b>55.952</b>	<b>(29.681)</b>	<b>287.746</b>	<b>232.654</b>	<b>55.092</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>8.357</b>	<b>(3.634)</b>	<b>11.991</b>	<b>(27.062)</b>	<b>(21.047)</b>	<b>(6.015)</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(804)	(45)	(759)	(804)	(663)	(141)
Resultado Financeiro	3.456	(8.829)	12.285	(46.678)	(39.476)	(7.202)
AVP Clientes e Fornecedores	5.611	5.195	416	20.326	18.219	2.107
Juros pagos por empréstimos	94	45	49	94	873	(779)
<b>DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>(37.056)</b>	<b>(30.329)</b>	<b>(6.727)</b>	<b>(51.314)</b>	<b>(96.915)</b>	<b>45.601</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>(2.428)</b>	<b>21.989</b>	<b>(24.417)</b>	<b>209.370</b>	<b>114.692</b>	<b>94.678</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

O ROIC, retorno sobre capital investido da Cia. Hering foi de 14,0% ao final de 2016, com queda de 3,3 p.p. em relação ao ano anterior. O resultado é explicado, principalmente, pela piora no resultado operacional da companhia, parcialmente contraposto por menor taxa efetiva de imposto de renda, menor investimento em capital de giro e montante de Juros Sobre Capital Próprio 35,5% superior ao declarado em 2015.

Resultado Operacional	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15
EBITDA	207.569	262.876	-21,0%
(-) Depreciação e Amortização	(56.647)	(47.177)	20,1%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	5.164	4.705	9,8%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	20.141	17.930	12,3%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(67.184)	(86.760)	-22,6%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	28.588	21.099	35,5%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>137.631</b>	<b>172.673</b>	<b>-20,3%</b>
Ativo Permanente	425.530	402.675	5,7%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	35.658	31.080	14,7%
Capital de Giro	520.232	563.620	-7,7%
<b>Capital Investido Médio*</b>	<b>981.421</b>	<b>997.375</b>	<b>-1,6%</b>
<b>ROIC</b>	<b>14,0%</b>	<b>17,3%</b>	<b>-3,3 p.p.</b>

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

(\*) Média dos últimos 4 trimestres

## ENDIVIDAMENTO

Por mais um ano a Cia. Hering encerra o exercício fiscal com caixa líquido, alinhado à política conservadora de gestão financeira. Ao final de 2016 havia R\$ 204,8 milhões em caixa e aplicações financeiras e caixa líquido de R\$ 177,0 milhões. O crescimento do caixa advém da forte geração de caixa do ano, conforme comentado na respectiva seção.

Endividamento - R\$ mil	4T16	Part. (%)	3T16	Part. (%)	4T15	Part. (%)
Curto Prazo	(2.123)	8%	-	0%	(1.308)	100%
Longo Prazo	(25.612)	92%	-	0%	-	0%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(27.735)</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>	<b>(1.308)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	204.755		270.599		108.093	
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>177.020</b>		<b>270.599</b>		<b>106.785</b>	

## REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Os proventos já pagos relativos ao exercício de 2016 totalizaram R\$ 124,1 milhões, conforme detalhado abaixo:

- Em Reunião do Conselho de Administração de 24 de maio de 2016 foi aprovada a distribuição de juros sobre capital próprio no valor total de R\$ 42,1 milhões (R\$ 0,2616 por ação). O pagamento foi realizado em 28 de junho de 2016.
- Em Reunião do Conselho de Administração de 26 de outubro de 2016 foi aprovada a distribuição de dividendos no valor total de R\$ 40,0 milhões (R\$ 0,2485 por ação) com base na posição acionária de 04/11/2016. O pagamento foi realizado em 29 de novembro de 2016.
- Em Reunião do Conselho de Administração de 30 de novembro de 2016 foi aprovada a distribuição de juros sobre o capital próprio no valor total de R\$ 42,0 milhões (R\$ 0,2610 por ação) com base na posição acionária de 07/12/2016. O pagamento foi realizado em 16 de dezembro de 2016.

Em adição ao montante já distribuído, a Administração submeterá a aprovação da Assembleia Geral Ordinária, a realizar-se em abril de 2017, proposta de distribuição de R\$ 75,0 milhões em dividendos complementares que, se aprovada, representará um *payout ratio* para o ano de 99,8%, conforme demonstrado abaixo.

Proposta de distribuição de dividendos	R\$ milhões	R\$ por ação <sup>1</sup>	Aprovado em	Data base	Pago em
<b>Proventos já pagos</b>	<b>124,1</b>	<b>0,7711</b>			
Juros Sobre o Capital Próprio	42,1	0,2616	24/05/2016	30/05/2016	28/06/2016
Dividendos	40,0	0,2485	26/10/2016	04/11/2016	29/11/2016
Juros Sobre o Capital Próprio	42,0	0,2610	30/11/2016	07/12/2016	16/12/2016
<b>+ Dividendos complementares propostos<sup>2</sup></b>	<b>75,0</b>	<b>0,4661</b>	A definir <sup>2</sup>	A definir <sup>2</sup>	A definir <sup>2</sup>
<b>= Dividendos totais propostos<sup>2</sup></b>	<b>199,1</b>	<b>1,2372</b>	-	-	-
Lucro líquido do exercício - controladora	199,4				
<b>Payout ratio</b>	<b>99,8%</b>				

<sup>1</sup> Valor por ação líquido das ações em tesouraria quando aplicável.

<sup>2</sup> A ser ratificado em Assembleia Geral de Acionistas.

---

## PROGRAMA DE RECOMPRA

Não houve recompra de ações relativas ao programa aprovado em reunião realizada em 29/07/2015, que autorizava aquisição de até 8 milhões de ações, correspondentes a 6,38% do total de ações em circulação, encerrado em 27/07/2016. Em 28/07/2016 o Conselho de Administração aprovou a renovação do programa por mais 12 meses e, portanto, será encerrado em 27/07/2017. Sob esse programa, também não houve recompra de ações em 2016.

---

## RECONHECIMENTOS

Em 2016, a Cia. Hering recebeu importantes premiações que refletem o reconhecimento do mercado à sua atuação, dentre elas:

- 25 Marcas Brasileiras mais Valiosas (Interbrand)
- Selo de Excelência em Franchising 2016 (ABF)
- Empresas mais Admiradas do Brasil (Officina Sophia)
- Marcas mais Democráticas do Brasil (Revista Consumidor Moderno)
- Estadão Melhores Serviços Varejo Têxtil (Estadão)
- 100 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa (Revista Gestão RH)
- Top of Mind (Instituto Mapa em parceria com Grupo RBS)
- Os RHs mais admirados do Brasil (Revista Gestão RH)
- Estadão Empresas Mais (Estadão)
- Troféu Transparência 2016 (ANEFAC)

---

## COLABORADORES

Ao longo de 2016, aprimoramos nossas ações de gestão de pessoas, viabilizando maior foco em nossos negócios através de uma estrutura centrada na gestão de marcas, de maneira a aprimorar nossas competências para sustentar nosso crescimento futuro. A companhia finalizou o ano com 7.195 colaboradores.

---

## PERSPECTIVAS

Após dois anos de forte recessão, iniciamos 2017 com expectativas de melhoria gradual da economia e crescimento do PIB que, todavia, ainda não se materializou neste início de ano. Assim sendo, estamos otimistas com as perspectivas para o ano, apesar dos desafios que ainda persistem no curto prazo. Nosso foco segue na implementação da estratégia baseada em **Produto e Loja (P&L)** que, juntamente com a recuperação econômica, devem contribuir para retomada do crescimento de vendas e consequente melhoria de resultados ao longo do ano.

As evoluções em **Produto** começam a ficar mais evidentes a partir das próximas coleções. Todas as marcas apresentaram importantes evoluções nas coleções outono e inverno de 2017, com avanços em design e Value for Money que tem se traduzido no crescimento das encomendas, tanto do canal franquia quanto multimarcas, nos últimos showrooms. O processo de melhoria das coleções ainda deve perdurar por vários trimestres, com destaque para a marca Hering.

Em 2017 teremos continuidade das iniciativas relacionadas a **Lojas** iniciadas em 2016. O plano de reformas da rede Hering Store continuará avançando para o restante da rede, embora em menor velocidade, e combinado com as evoluções em VM e abastecimento buscam proporcionar uma melhor experiência de compra para os consumidores. No canal multimarcas, a prioridade segue na implementação do plano de segmentação de clientes, que tem por objetivo aumentar as vendas para o canal a partir de nova estratégia de atuação ajustada as necessidades específicas de cada segmento. No canal online seguimos investindo no plano de aumento de fluxo de clientes e conversão das webstores, canal onde acreditamos apresentar maior potencial de crescimento nos próximos anos.

Por fim, permanecemos confiantes em nossa estratégia de negócios com foco na geração de valor ao longo de anos, advinda de marcas fortes e reconhecidas, modelo de negócios diferenciado e sólida base de gestão e liderança.

---

## ORÇAMENTO DE CAPITAL PROPOSTO PELA ADMINISTRAÇÃO

A Companhia apresenta na tabela abaixo, o orçamento de capital para o exercício de 2017 sujeito a aprovação em Assembleia Geral Ordinária, em atendimento à Instrução Normativa 480/09, publicada pela CVM na data de 07 de dezembro de 2009.

Orçamento de Capital - 2017	
<b>Investimentos</b>	<b>R\$ mil</b>
Lojas	22.000
Industrial	14.725
Logística	14.347
Tecnologia da Informação	16.829
<b>Total Geral</b>	<b>67.901</b>
<b>Fontes Próprias (Geração de caixa da operação)</b>	<b>67.901</b>

---

## AUDITORES INDEPENDENTES

A política da Cia. Hering junto aos seus auditores independentes, no que diz respeito à prestação de serviços não relacionados à auditoria externa, está suportada nos princípios que preservam a independência do auditor. Esses princípios se baseiam no fato de que o auditor não deve auditar seu próprio trabalho, nem exercer funções gerenciais ou ainda advogar por seu cliente. Durante o exercício de 31 de dezembro de 2016, os auditores independentes da Companhia não foram contratados para outros serviços adicionais ao exame das demonstrações financeiras do período.

## BALANÇO PATRIMONIAL

R\$ mil

ATIVO	2016	2015
<b>Circulante</b>	<b>1.007.976</b>	<b>965.638</b>
Caixa e equivalente de caixa	204.755	108.093
Contas a receber de clientes	449.173	494.861
Estoques	308.086	318.343
Impostos a recuperar	25.358	32.639
Instrumentos financeiros derivativos	-	4.620
Outras contas a receber	18.926	6.058
Despesas antecipadas	1.678	1.024
<b>Não Circulante</b>	<b>520.715</b>	<b>506.854</b>
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>94.367</b>	<b>67.877</b>
Aplicações financeiras	4.824	2.994
Títulos e contas a receber	18.154	10.730
Impostos a recuperar	24.631	14.515
Empréstimos compulsórios	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	42.680	39.638
<b>Imobilizado</b>	<b>310.353</b>	<b>325.285</b>
<b>Intangível</b>	<b>115.995</b>	<b>113.692</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1.528.691</b>	<b>1.472.492</b>

PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2016	2015
<b>Circulante</b>	<b>275.152</b>	<b>262.072</b>
Empréstimos e financiamentos	2.123	1.308
Fornecedores	172.034	150.953
Salários e encargos sociais	44.733	42.214
Parcelamentos tributários e previdenciários	987	911
Obrigações tributárias	20.648	20.262
Provisões para contingências	2.000	1.700
Outras provisões	24.865	20.954
Incentivos fiscais	1.501	11.332
Dividendos e JSCP a pagar	627	599
Instrumentos financeiros derivativos	1.525	-
Outras contas a pagar	4.109	11.839
<b>Não Circulante</b>	<b>44.132</b>	<b>36.456</b>
<b>Exigível a longo prazo</b>	<b>44.132</b>	<b>36.456</b>
Empréstimos e financiamentos	25.612	-
Parcelamentos tributários e previdenciários	3.339	7.488
Provisões para contingências	10.908	9.471
Outras provisões	1.983	1.788
Benefícios a empregados	154	14.372
Incentivos fiscais	2.029	3.218
Outras contas a pagar	107	119
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.209.407</b>	<b>1.173.964</b>
Capital social	359.424	346.368
Reserva de capital	26.085	20.569
Ações em tesouraria	(4.614)	(41.323)
Reserva de lucros	822.864	796.779
Ajuste de avaliação patrimonial - Outros resultados abran	5.648	11.577
Dividendos adicionais propostos	-	39.994
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.528.691</b>	<b>1.472.492</b>

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

R\$ Mil	4T16	4T15	Var. 4T16 / 4T15	2016	2015	Var. 2016 / 2015
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>515.165</b>	<b>607.896</b>	<b>-15,3%</b>	<b>1.748.432</b>	<b>1.900.101</b>	<b>-8,0%</b>
Mercado Interno	504.941	595.433	-15,2%	1.706.324	1.857.265	-8,1%
Mercado Externo	10.224	12.463	-18,0%	42.108	42.836	-1,7%
Deduções de Venda	(83.040)	(100.428)	-17,3%	(273.295)	(311.212)	-12,2%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>432.125</b>	<b>507.468</b>	<b>-14,8%</b>	<b>1.475.137</b>	<b>1.588.889</b>	<b>-7,2%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(257.087)	(312.119)	-17,6%	(893.111)	(961.335)	-7,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>175.038</b>	<b>195.349</b>	<b>-10,4%</b>	<b>582.026</b>	<b>627.554</b>	<b>-7,3%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(128.763)</b>	<b>(113.212)</b>	<b>13,7%</b>	<b>(431.104)</b>	<b>(411.855)</b>	<b>4,7%</b>
Vendas	(99.408)	(91.957)	8,1%	(325.344)	(318.494)	2,2%
Remuneração dos Administradores	(2.366)	(2.185)	8,3%	(9.084)	(8.578)	5,9%
Gerais e Administrativas	(12.463)	(12.062)	3,3%	(44.601)	(45.511)	-2,0%
Depreciação e Amortização	(14.676)	(12.212)	20,2%	(56.647)	(47.177)	20,1%
(-) Apropriada ao Custo	7.183	6.768	6,1%	28.080	25.848	8,6%
Participação nos Resultados	-	1.841	N.D	-	-	N.D
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(7.033)	(3.405)	106,5%	(23.508)	(17.943)	31,0%
<b>Lucro Operacional Antes das Financeiras</b>	<b>46.275</b>	<b>82.137</b>	<b>-43,7%</b>	<b>150.922</b>	<b>215.699</b>	<b>-30,0%</b>
Receitas financeiras	7.220	17.728	-59,3%	90.967	77.961	16,7%
Despesas financeiras	(10.676)	(8.899)	20,0%	(44.289)	(38.485)	15,1%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>(3.456)</b>	<b>8.829</b>	<b>N.D</b>	<b>46.678</b>	<b>39.476</b>	<b>18,2%</b>
<b>Lucro Líquido Antes de CSLL e IRPJ</b>	<b>42.819</b>	<b>90.966</b>	<b>-52,9%</b>	<b>197.600</b>	<b>255.175</b>	<b>-22,6%</b>
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	7.776	(107)	N.D	1.766	1.631	8,3%
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	354	(7.777)	N.D	51	24.364	-99,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>50.949</b>	<b>83.082</b>	<b>-38,7%</b>	<b>199.417</b>	<b>281.170</b>	<b>-29,1%</b>
Atribuível aos acionistas controladores	50.949	83.082	-38,7%	199.417	281.170	-29,1%
<b>Lucro básico por ação - R\$</b>						
Atribuível aos acionistas controladores	0,3167	0,6638	-52,3%	1,2396	1,7361	-28,6%
<b>EBITDA</b>	<b>60.951</b>	<b>94.349</b>	<b>-35,4%</b>	<b>207.569</b>	<b>262.876</b>	<b>-21,0%</b>

## FLUXO DE CAIXA

R\$ Mil	4T16	4T15	2016	2015
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido	50.949	83.082	199.417	281.170
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(354)	7.777	(51)	(24.364)
Variação monetária, cambial e juros não realizados	804	45	804	663
Depreciação e amortização	14.676	12.212	56.647	47.177
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	5.749	2.028	11.922	5.838
Baixa de ativos imobilizados e intangíveis	203	88	438	551
Plano de opção de compra de ações	1.359	1.535	5.516	5.573
Provisão para ajuste a valor de realização estoques	463	2.430	6.237	7.573
Empréstimos compulsórios	24.402	-	-	-
Provisão para contingências	1.509	(1.102)	4.579	4.358
Benefícios a empregados	(15.958)	694	(14.374)	1.800
<b>Variações nos ativos e passivos</b>				
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(70.136)	(99.421)	29.688	9.931
(Aumento) redução nos estoques	23.463	73.323	4.020	(28.908)
(Aumento) em impostos a recuperar	(10.125)	(1.135)	(2.835)	(29.779)
(Aumento) em outros ativos	(8.884)	(5.739)	(9.468)	(4.574)
Aumento (redução) em fornecedores	8.500	(12.454)	21.081	(20.420)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	(6.591)	(13.835)	(11.074)	1.683
Aumento em IRPJ e CSLL	1.385	84	5.198	14.051
IRPJ e CSLL pagos	(1.466)	(84)	(5.188)	(22.239)
Aumento (redução) aumento em obrigações tributárias	6.417	6.469	(14.717)	(16.557)
Juros pagos por empréstimos	(94)	(45)	(94)	(873)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>26.271</b>	<b>55.952</b>	<b>287.746</b>	<b>232.654</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Aquisições de ativo imobilizado	(11.096)	(17.914)	(19.350)	(63.650)
Aquisições de ativo intangível	(25.960)	(12.415)	(31.964)	(33.265)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(37.056)</b>	<b>(30.329)</b>	<b>(51.314)</b>	<b>(96.915)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aplicações financeiras	(129)	(80)	(1.830)	(795)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(81.955)	(64.146)	(164.033)	(141.995)
Empréstimos tomados	27.025	1.308	27.025	1.652
Pagamento de empréstimos	-	-	(1.308)	(23.556)
Aquisição de ações para tesouraria	-	-	-	(44.988)
Alienação de ações em tesouraria, pelo exercício de opção de compra	-	-	376	-
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(55.059)</b>	<b>(62.918)</b>	<b>(139.770)</b>	<b>(209.682)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(65.844)</b>	<b>(37.295)</b>	<b>96.662</b>	<b>(73.943)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(65.844)</b>	<b>(37.295)</b>	<b>96.662</b>	<b>(73.943)</b>
No início do exercício	270.599	145.388	108.093	182.036
No fim do exercício	204.755	108.093	204.755	108.093

**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.