



Cia.Hering

4T18

.....


Hering


Hering
KIDS


P&C

DZARM



Mensagem da Administração

Após um cenário de tímida recuperação econômica e eventos extraordinários - tais como, greve dos caminhoneiros, Copa do Mundo e temperaturas desfavoráveis ao calendário de coleções, o ano de 2018 apresentou-se bastante desafiador. Neste contexto, a Companhia promoveu importantes avanços na gestão, nas marcas e na execução no ponto de venda, sempre colocando o consumidor final no centro da estratégia. Adicionalmente, a Companhia promoveu a retomada gradual do SSS na rede Hering Store e manteve a operação equilibrada financeiramente, gerando R\$ 298,8 milhões em caixa livre, R\$ 158,6 milhões superior a 2017 expandindo a margem EBITDA em 0,2 p.p. e aumentando o ROIC para 22,0%.

Ao longo do ano, foi feita a alteração da estrutura organizacional da Companhia que culminou com a criação da Diretoria de Negócios Hering e da Diretoria de Negócios Infantil e DZARM, bem como da criação da Diretoria de Transformação Digital, de modo a reforçar ainda mais o foco no consumidor, acelerar a busca por resultados e gerar valor a partir de um modelo de gestão ágil, integrado e digital.

A Companhia promoveu importantes avanços na frente de Omnicanalidade, projeto que visa integrar os canais de vendas e estoques, ampliar a experiência de compra ao proporcionar maior oferta e disponibilidade de produtos e fortalecer o contato com o consumidor. O modelo, que contempla as modalidades *Pick up in Store*, *Showrooming*, *Ship-from-Store* e *Ship-to-Store*, foi implementado para 100% das lojas próprias e pilotado para rede de franquias, com expectativa de *roll-out* para toda a rede ao longo de 2019. Importante frisar que a Companhia está na vanguarda do desenvolvimento deste modelo de negócios no Brasil, que inclui a figura de franquias e uma Câmara de Compensação, a qual visa integrar as transações de acordo com as regras de negócio estabelecidas.

Ainda no âmbito da transformação digital, a Companhia finalizou a implementação do novo portal de vendas B2B (Portal Conecta) para realizar transações comerciais e suporte à venda de produtos para clientes multimarcas e franqueados. O portal já abrange 100% do território nacional e permitiu desde o segundo semestre de 2018, a reposição de compras.

A Companhia também evoluiu em sua gestão de abastecimento, buscando a otimização no sortimento de produtos através da elaboração de um *mix* assertivo para todas lojas e localidades. Esse movimento permitiu maior adesão à recomendação de compra da rede, uma melhor gestão da operação, além da redução de estoques. Adicionalmente, a Companhia expandiu a modalidade de reposição automática para itens básicos de alto giro, que passou de 73 itens para 98.

Ao longo de 2018, 46 lojas aderiram ao novo modelo de reformas. Os resultados das lojas remodeladas nesse formato - com foco no *visual merchandising* e na melhor experiência de compra - aliadas à acertada gestão e operação no ponto de venda, apresentaram crescimento superior quando comparado as demais lojas, com destaque para a retomada de fluxo de clientes.

Adicionalmente, cabe destacar a inauguração das lojas conceito **Hering Experience** no Morumbi Shopping e no Shopping Center Norte. Esse novo conceito de loja oferece uma experiência personalizada e interativa para os clientes, proporcionada por serviços e funcionalidades tecnológicas totalmente aderentes às modalidades do Omnichannel. Dentre essas evoluções destacam-se: provadores inteligentes, tótem conectado para navegação via e-commerce, NPS, área de customização de camisetas, ambientes instagráveis, entre outros. Nessa direção, a Companhia também inaugurou no trimestre um novo formato de loja, denominado **Hering Basic Shop**. A loja possui metragem reduzida e modelo de operação enxuto, cujo sortimento é formado exclusivamente por básicos *best sellers* de alto giro, abastecimento inteligente a partir da reposição automática de 100% dos produtos, o que aumenta a assertividade de compra e reduz rupturas e sobras.

A Companhia encerrou o ano com 761 lojas, das quais 741 no Brasil e 20 no mercado internacional. Foram inauguradas 28 lojas e encerradas 66 unidades, parte do processo de saneamento da rede de lojas,

contribuindo para a diminuição da dispersão de performance entre franquias e manutenção de uma rede mais saudável e sustentável.

Com relação às marcas, a intensificação dos investimentos em marketing apresentou resultados positivos na estratégia de aumento do engajamento com as marcas, aproximação com o público jovem e feminino e retomada do número de atendimentos nas lojas. Destacam-se as campanhas com celebridades e influenciadores digitais, além da presença de datas comemorativas como Carnaval, Dia dos Pais e Dia das Mães. Adicionalmente, a Companhia relançou a campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda” em parceria com o IBCC e lançou a nova campanha “Com que Roupa eu vou?” para a coleção de Alto Verão. Já as marcas infantis, Hering Kids e PUC, seguiram com a estratégia de parcerias com outras marcas, como a Turma da Mônica, Turma do Snoopy e ilustrações da Ana Strumpf.

Por fim, a Companhia conserva o sólido perfil financeiro de compromisso com o retorno de capital através de uma rígida gestão de despesas, forte geração de caixa, balanceamento da operação e distribuição de proventos. A Companhia permanece focada em inovação tecnológica, antecipação de movimentos do mercado e na sua evolução como uma gestora de marcas com capilaridade nos canais de distribuição e produtos de alta qualidade, colocando o consumidor no centro dos negócios.

Blumenau, 28 de fevereiro de 2019. A Cia. Hering (B3: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre de 2018 (4T18). 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 (4T17), exceto quando indicado de outra forma.

DESTAQUES DO TRIMESTRE

- Crescimento do SSS de 13,0% na rede Hering Store
- Crescimento de vendas (*sell-out*) de 13,1% e 27,4% nas Lojas Próprias e E-Commerce, respectivamente
- Desaceleração nas vendas *sell-in* buscando equilíbrio e sustentabilidade das operações
- Abertura líquida de 3 lojas ao longo do trimestre, a despeito da redução de lojas nos últimos 12 meses
- Intensificação das reformas na rede *Hering Store* (25 lojas reformadas no trimestre)
- Inauguração do novo formato de loja - *Hering Basic Shop* e de 2 lojas conceito *Hering Experience*
- Piloto concluído com 7 lojas franqueadas (projeto Omni) com *roll-out* previsto para a rede ao longo de 2019
- Expansão de 9,0% do EBITDA e 1,8 p.p. na margem EBITDA
- Geração de caixa livre de R\$ 65,8 milhões, R\$ 35,1 milhões acima do 4T17
- Distribuição de R\$ 80,0 milhões em proventos (dividendos e JCP)

DESTAQUES CONSOLIDADOS

R\$ Mil	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018 / 2017
Receita Bruta	530.256	537.596	-1,4%	1.806.814	1.841.642	-1,9%
Mercado Interno	519.394	523.043	-0,7%	1.757.183	1.791.367	-1,9%
Mercado Externo	10.862	14.553	-25,4%	49.631	50.275	-1,3%
Receita Líquida	447.946	452.368	-1,0%	1.539.568	1.562.321	-1,5%
Lucro Bruto ^(a)	198.217	199.698	-0,7%	655.988	690.048	-4,9%
<i>Margem Bruta ^(a)</i>	<i>44,3%</i>	<i>44,1%</i>	<i>0,2 p.p.</i>	<i>42,6%</i>	<i>44,2%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>
Lucro Líquido	95.496	86.017	11,0%	239.514	263.781	-9,2%
<i>Margem Líquida</i>	<i>21,3%</i>	<i>19,0%</i>	<i>2,3 p.p.</i>	<i>15,6%</i>	<i>16,9%</i>	<i>-1,3 p.p.</i>
EBITDA ^(b)	88.871	81.503	9,0%	259.557	260.937	-0,5%
<i>Margem EBITDA ^(b)</i>	<i>19,8%</i>	<i>18,0%</i>	<i>1,8 p.p.</i>	<i>16,9%</i>	<i>16,7%</i>	<i>0,2 p.p.</i>
ROIC ^(c)	22,0%	20,9%	1,1 p.p.	22,0%	20,9%	1,1 p.p.

(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	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018 / 2017
Receita Bruta Total	530.256	537.596	-1,4%	1.806.814	1.841.642	-1,9%
Mercado Interno	519.394	523.043	-0,7%	1.757.183	1.791.367	-1,9%
Mercado Externo	10.862	14.553	-25,4%	49.631	50.275	-1,3%
Receita Bruta Mercado Interno	519.394	523.043	-0,7%	1.757.183	1.791.367	-1,9%
Hering	402.538	398.231	1,1%	1.319.306	1.321.317	-0,2%
Hering Kids	63.102	63.152	-0,1%	230.231	243.537	-5,5%
PUC	29.593	32.037	-7,6%	105.437	120.065	-12,2%
DZARM.	16.708	19.102	-12,5%	73.241	71.495	2,4%
Outras ¹	7.453	10.521	-29,2%	28.968	34.953	-17,1%

Participação Mercado Interno	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018 / 2017
Multimarcas	176.938	191.915	-7,8%	736.794	781.216	-5,7%
Franquias	192.635	197.566	-2,5%	619.514	632.470	-2,0%
Lojas Próprias	133.283	117.878	13,1%	344.580	320.434	7,5%
Webstore	14.438	11.336	27,4%	48.950	44.801	9,3%
Outras ¹	2.100	4.348	-51,7%	7.345	12.446	-41,0%
Total	519.394	523.043	-0,7%	1.757.183	1.791.367	-1,9%
Multimarcas	34,0%	36,7%	-2,7 p.p.	41,9%	43,6%	-1,7 p.p.
Franquias	37,1%	37,8%	-0,7 p.p.	35,3%	35,3%	0,0 p.p.
Lojas Próprias	25,7%	22,5%	3,2 p.p.	19,6%	17,9%	1,7 p.p.
Webstore	2,8%	2,2%	0,6 p.p.	2,8%	2,5%	0,3 p.p.
Outras ¹	0,4%	0,8%	-0,4 p.p.	0,4%	0,7%	-0,3 p.p.
Total	100,0%	100,0%	-	100,0%	100,0%	-

A receita bruta da Cia. Hering alcançou R\$ 530,3 milhões, 1,4% inferior ao 4T17, influenciada pela performance das vendas sell-in, com destaque positivo para o desempenho das vendas ao consumidor final e Same Store Sales.

As vendas das lojas próprias apresentaram crescimento de 13,1%, impulsionado pela retomada no número de atendimentos e maior produtividade das vendas. As vendas para as franquias (sell-in) apresentaram queda de 2,5%, apesar do desempenho positivo das vendas aos consumidores finais (sell-out). Vale destacar que a diferença de desempenho entre a receita sell-in e a sell-out é decorrente da evolução da estrutura de incentivos, uma vez que a partir da coleção de Alto Verão as recomendações de compras para os franqueados passaram a ser definidas com base no sell-out realizado no ano anterior e não mais no sell-in, visando manter a sustentabilidade da operação e preservar a saúde da rede ao dimensionar seus estoques versus as vendas realizadas para o consumidor final. Adicionalmente, o piloto das franquias relacionado ao projeto Omnichannel foi concluído em 7 lojas franqueadas, com expectativa de roll-out para a o restante da rede ao longo de 2019.

As vendas do canal multimarcas apresentaram declínio de 7,8% no trimestre, notadamente em razão do menor pedido médio, apesar da maior ativação de clientes no período. Essa queda é influenciada pela redução da venda de saldos e melhor gestão de sobras. No canal e-commerce destaca-se o crescimento de 27,4%, impulsionado pelo aumento de fluxo nas plataformas, fortalecimento dos investimentos de marketing e pelo desempenho da Black Friday, no qual a companhia atingiu recorde de vendas em todas as marcas ao longo de 12 dias de campanha. O mercado externo apresentou retração de 25,4%, principalmente em função do deslocamento de faturamento entre trimestres.

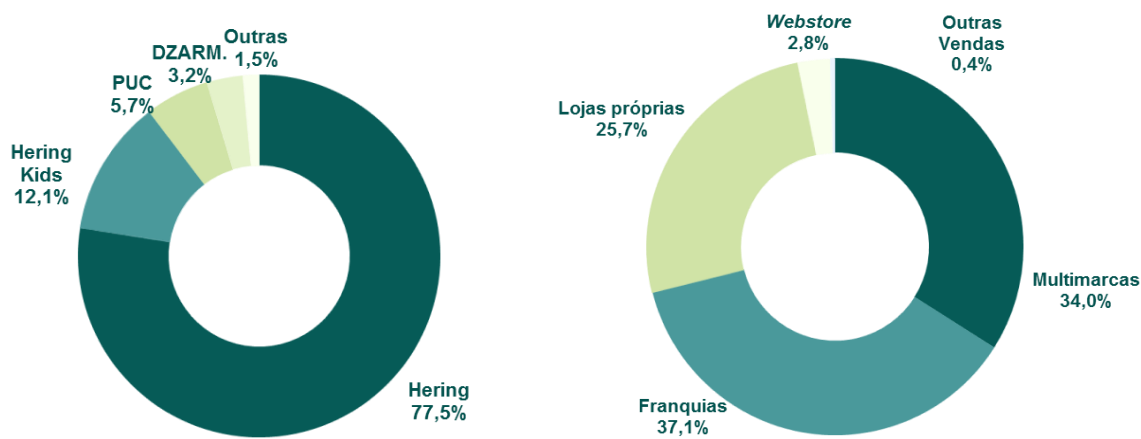
Em 2018 a receita bruta totalizou R\$1.806,8 milhões, queda de 1,9% em relação ao ano anterior, impactada majoritariamente por eventos extraordinários ao longo do 2º trimestre do ano, tais como (i) greve de

¹ Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

caminhoneiros, que impactou o abastecimento dos canais multimarcas e franquias; (ii) redução de fluxo nas lojas em dias de jogos do Brasil na Copa do Mundo; (iii) além de temperaturas mais altas no inverno, prejudicando as vendas das coleções frias.

REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Cia. Hering possui um modelo de distribuição híbrido, que possibilita que seus produtos cheguem ao consumidor final por meio de 761 lojas, 10.505² varejistas multimarcas e 5 *webstores*. No 4T18, as vendas brutas do mercado interno foram distribuídas da seguinte forma:



REDE DE LOJAS

No trimestre foram inauguradas 16 lojas, das quais 8 Hering Store, 5 Hering Kids, 2 Espaço Hering, além da primeira franquia **Hering Basic Shop**, cujo sortimento é composto exclusivamente por itens básicos de alto giro. Neste mesmo período foram encerradas 13 lojas, sendo 10 Hering Store, 2 Hering Kids e 1 PUC, majoritariamente operadas por franqueados.

A Companhia encerrou o ano com 761 lojas, das quais 741 no Brasil e 20 no mercado internacional. No ano foram inauguradas 28 lojas e encerradas 66 unidades, incluindo 4 lojas próprias, principalmente da marca Hering. A Hering Kids teve sua rede reduzida em 1 loja, enquanto que a PUC, em processo de reorganização, encerrou 10 pontos de vendas. A DZARM, que ainda passa por maturação do seu canal de distribuição monomarca, permaneceu com as mesmas lojas que possuía ao final de 2017. Vale destacar a inauguração de 3 novos Espaço Hering além da primeira franquia Hering Basic Shop, já mencionada acima.

² Considera clientes únicos e ativos nos últimos 12 meses.

Quantidade de Lojas	4T18	3T18	4T17
TOTAL	761	759	799
Brasil	741	739	779
Hering Store	579	581	610
Própria*	52	54	57
Franquia	527	527	553
Hering Kids	103	100	104
Própria**	13	13	13
Franquia	90	87	91
PUC	46	47	56
Própria	10	10	9
Franquia	36	37	47
DZARM.	2	3	2
Própria	2	2	2
Espaço Hering	10	8	7
Hering Basic Shop	1	0	0
Própria	0	0	0
Franquia	1	0	0
Mercado Internacional - Franquias	20	20	20

* Não considera Espaço Hering.

** As lojas híbridas deixaram de ser contabilizadas, no 3T18, como Hering Kids e foram incorporadas à Hering Store (3T18: 6, 2T18: 6, 3T17: 5 lojas e 4T17: 5 lojas)

DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais no 4º trimestre de 2018 da rede Hering Store (sell-out), apresentaram crescimento de 9,6% em comparação ao 4T17, influenciadas pela retomada no número de atendimentos e maior produtividade de vendas.

As vendas base mesmas lojas (Same Store Sales), as quais consideram as lojas comparáveis abertas há pelo menos 13 meses, cresceu 13,0% em comparação ao 4T17, resultado do aumento do número de atendimentos, e incremento do ticket médio. A operação das lojas no 4T18, contou com uma melhor qualidade de abastecimento, gestão ativa nos pontos de venda, maior assertividade da coleção e intensificação de campanha de marketing focada em fortalecer os atributos da marca e atrair consumidores às lojas.

Em 2018, as vendas da Hering Store totalizaram R\$ 1.397,0 milhão, 2,4% acima do ano anterior, enquanto que as vendas base mesmas-lojas cresceram 5,3% no mesmo período.

O ritmo da implementação do novo modelo de reformas foi intensificado no 4T18, o qual tem contribuído para melhorar a produtividade das lojas através de uma melhor exposição de produtos, foco no visual merchandising e melhor experiência de compra. Ao longo de 2018, 46 lojas foram reformadas. Destaca-se também, a inauguração das lojas conceito Hering Experience no Morumbi Shopping e no Shopping Center Norte, oferecendo experiência única e interativa com o consumidor e aderência ao conceito de Omnicanalidade. Adicionalmente, a Companhia inaugurou em dezembro de 2018, um novo formato de loja nomeado Hering Basic Shop, cujo sortimento é composto exclusivamente por itens básicos de alto giro, além do baixo investimento e facilidade de operação.

Desempenho da Rede Hering Store ¹	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018/2017
Número de Lojas	579	610	-5,1%	579	610	-5,1%
Franquias	527	553	-4,7%	527	553	-4,7%
Próprias	52	57	-8,8%	52	57	-8,8%
Faturamento da Rede (R\$ mil)	529.697	483.264	9,6%	1.397.044	1.364.861	2,4%
Franquias	430.670	396.089	8,7%	1.147.159	1.133.973	1,2%
Próprias	99.027	87.175	13,6%	249.885	230.888	8,2%
Área de Vendas (m ²)	77.796	83.003	-6,3%	77.796	83.003	-6,3%
Faturamento (R\$ por m ²)	6.809	5.822	16,9%	17.958	16.443	9,2%
Atendimentos	3.575.568	3.433.584	4,1%	9.820.403	10.044.184	-2,2%
Peças	8.174.025	7.796.172	4,8%	21.849.255	21.670.133	0,8%
Peças por Atendimento	2,29	2,27	0,9%	2,22	2,16	2,8%
Preço Médio (R\$)	64,80	61,99	4,5%	63,94	62,98	1,5%
Ticket Médio (R\$)	148,14	140,75	5,3%	142,26	135,89	4,7%
Same Store Sales - sem webstore	12,7%	-1,2%	13,9 p.p	5,1%	-0,9%	6,0 p.p
Same Store Sales- com webstore	13,0%	-1,4%	14,4 p.p	5,3%	-0,7%	6,0 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	4T18	Part. (%)	4T17	Part. (%)	Var. 4T18 / 4T17	2018	Part. (%)	2017	Part. (%)	Var. 2018 / 2017
Receita Bruta de Vendas	530.256	118,4%	537.596	118,8%	-1,4%	1.806.814	117,4%	1.841.642	117,9%	-1,9%
Deduções de Venda	(82.310)	-18,4%	(85.228)	-18,8%	-3,4%	(267.246)	-17,4%	(279.321)	-17,9%	-4,3%
Deduções de Venda Impostos	(107.620)	-24,0%	(106.828)	-23,6%	0,7%	(349.363)	-22,7%	(365.171)	-23,4%	-4,3%
Ajuste a Valor Presente	(9.307)	-2,1%	(14.353)	-3,2%	-35,2%	(36.057)	-2,3%	(46.787)	-3,0%	-22,9%
Deduções de Venda Incentivos	34.617	7,7%	35.953	7,9%	-3,7%	118.174	7,7%	132.637	8,5%	-10,9%
Receita Líquida de Vendas	447.946	100,0%	452.368	100,0%	-1,0%	1.539.568	100,0%	1.562.321	100,0%	-1,5%
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(241.787)	-54,0%	(244.973)	-54,2%	-1,3%	(852.169)	-55,4%	(843.768)	-54,0%	1,0%
Custo dos Produtos Vendidos	(251.720)	-56,2%	(251.265)	-55,5%	0,2%	(888.720)	-57,7%	(876.567)	-56,1%	1,4%
Ajuste a Valor Presente	4.244	0,9%	1.907	0,4%	122,5%	17.098	1,1%	15.135	1,0%	13,0%
Subvenção para Investimentos e Custeio	5.689	1,3%	4.385	1,0%	29,7%	19.453	1,3%	17.664	1,1%	10,1%
Lucro Bruto Caixa	206.159	46,0%	207.395	45,8%	-0,6%	687.399	44,6%	718.553	46,0%	-4,3%
Depreciação e Amortização	(7.942)	-1,8%	(7.697)	-1,7%	3,2%	(31.411)	-2,0%	(28.505)	-1,8%	10,2%
Lucro Bruto	198.217	44,3%	199.698	44,1%	-0,7%	655.988	42,6%	690.048	44,2%	-4,9%
Despesas Operacionais	(124.820)	-27,9%	(134.816)	-29,8%	-7,4%	(458.029)	-29,8%	(490.300)	-31,4%	-6,6%
Vendas	(101.527)	-22,7%	(87.993)	-19,5%	15,4%	(353.649)	-23,0%	(338.064)	-21,6%	4,6%
Empresa	(67.174)	-15,0%	(57.470)	-12,7%	16,9%	(234.480)	-15,2%	(221.535)	-14,2%	5,8%
Lojas	(34.353)	-7,7%	(30.523)	-6,7%	12,5%	(119.169)	-7,7%	(116.529)	-7,5%	2,3%
Perda pela não recuperabilidade de ativos	(2.853)	-0,6%	(3.633)	-0,8%	-21,5%	(8.524)	-0,6%	(12.361)	-0,8%	-31,0%
Generais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(15.601)	-3,5%	(16.051)	-3,5%	-2,8%	(58.162)	-3,8%	(60.512)	-3,9%	-3,9%
Depreciação e Amortização	(7.532)	-1,7%	(8.924)	-2,0%	-15,6%	(30.187)	-2,0%	(32.684)	-2,1%	-7,6%
Participação nos Resultados	-	N.D	(10.850)	-2,4%	N.D	(783)	-0,1%	(25.168)	-1,6%	-96,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	2.693	0,6%	(7.365)	-1,6%	N.D	(6.724)	-0,4%	(21.511)	-1,4%	-68,7%
Lucro Operacional Antes das Financeiras	73.397	16,4%	64.882	14,3%	13,1%	197.959	12,9%	199.748	12,8%	-0,9%
Receitas financeiras	19.190	4,3%	21.615	4,8%	-11,2%	69.329	4,5%	107.793	6,9%	-35,7%
Despesas financeiras	(6.269)	-1,4%	(4.682)	-1,0%	33,9%	(32.125)	-2,1%	(28.684)	-1,8%	12,0%
Total resultado financeiro	12.921	2,9%	16.933	3,7%	-23,7%	37.204	2,4%	79.109	5,1%	-53,0%
Lucro Líquido Antes de CSLL e IRPJ	86.318	19,3%	81.815	18,1%	5,5%	235.163	15,3%	278.857	17,8%	-15,7%
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	1.072	0,2%	(116)	0,0%	N.D	1.241	0,1%	(19.090)	-1,2%	N.D
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	8.106	1,8%	4.318	1,0%	87,7%	3.110	0,2%	4.014	0,3%	-22,5%
Lucro Líquido	95.496	21,3%	86.017	19,0%	11,0%	239.514	15,6%	263.781	16,9%	-9,2%
Atribuível aos acionistas controladores	95.496	21,3%	86.017	19,0%	11,0%	239.514	15,6%	263.781	16,9%	-9,2%
Lucro básico por ação - R\$										
Atribuível aos acionistas controladores	0,3328		0,5328		-37,5%	1,4812		1,6372		-9,5%
EBITDA	88.871	19,8%	81.503	18,0%	9,0%	259.557	16,9%	260.937	16,7%	-0,5%

³ A partir de dez/2017 todas as subvenções passaram a ser tratadas como investimento.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

O lucro bruto da Companhia atingiu R\$ 198,2 milhões, declínio de 0,7%, em consequência da queda de receita, influenciada pelo desempenho das vendas *sell-in* para os canais multimarcas e franquias, conforme comentado anteriormente. Destaca-se o crescimento de margem bruta no trimestre, a qual atingiu 44,3%, (+0,2 p.p.) relacionado ao melhor *mix* de vendas, com maior participação das vendas *sell-out* (lojas próprias e *web*) e redução das vendas de saldo.

O lucro bruto de 2018 atingiu R\$ 656,0 milhões, 4,9% inferior ao ano de 2017 e a margem bruta atingiu 42,6%, declínio de 1,6 p.p. O resultado foi impactado pela queda de venda, além da menor produtividade fabril em razão do declínio do volume de produção.

EBITDA E MARGEM EBITDA

O lucro antes de juros, depreciação, amortização e impostos ('EBITDA') atingiu R\$ 88,9 milhões, alta de 9,0% no 4T18, enquanto que a margem EBITDA atingiu 19,8%, alta de 1,8 p.p, essencialmente em razão de:

- Performance do lucro bruto, conforme citada na seção anterior;
- Controle de despesas e busca por ganhos de produtividade da Companhia, contribuindo para o declínio de 7,4% das despesas operacionais, apesar da intensificação dos investimentos em marketing com aumento de R\$ 8,8 milhões vs 4T17 (+61% yoy).
 - Créditos extemporâneos (PIS/COFINS e outros) de R\$ 11,4 milhões;
 - Queda de 2,8% nas despesas administrativas, influenciada pelo declínio em serviços de terceiros e consultorias;
 - Não provisionamento de participação nos lucros em razão dos resultados abaixo do esperado.

O EBITDA do ano atingiu R\$ 259,6 milhões, enquanto que a margem EBITDA atingiu 16,9%, crescimento de 0,2 p.p. vs o mesmo período do ano anterior. Destaca-se a constante procura por ganho de produtividade e austero controle de despesas da Companhia, com queda de 6,6% nas despesas operacionais, que compensaram o declínio na venda e na margem bruta, conforme mencionado anteriormente.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018/2017
Lucro Líquido	95.496	86.017	11,0%	239.514	263.781	-9,2%
(+) IR e CSLL	(9.178)	(4.202)	N.D	(4.351)	15.076	N.D
(-) Receita Financeira Líquida	(12.921)	(16.933)	-23,7%	(37.204)	(79.109)	-53,0%
(+) Depreciações e Amortizações	15.474	16.621	-6,9%	61.598	61.189	0,7%
(=) EBITDA	88.871	81.503	9,0%	259.557	260.937	-0,5%
Margem EBITDA	19,8%	18,0%	1,8 p.p.	16,9%	16,7%	0,2 p.p.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

O lucro líquido no trimestre totalizou R\$ 95,5 milhões, alta de 11,0% quando comparado ao 4T17, essencialmente em razão da menor alíquota efetiva de Imposto de Renda, apesar da queda do resultado financeiro, impactado principalmente pela redução da taxa básica de juro.

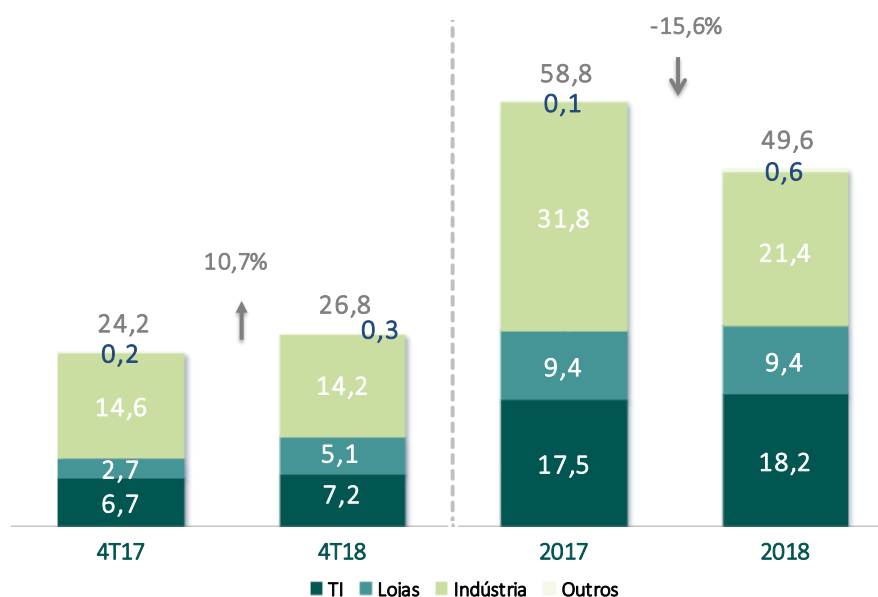
O lucro líquido no ano totalizou R\$ 239,5 milhões, queda de 9,2% versus 2017, em razão da retração das vendas e da queda de R\$ 41,9 milhões do resultado financeiro, devido ao reconhecimento de receita financeira de R\$ 22,7 milhões no 3T17, proveniente de ação judicial relativa a Empréstimo Compulsório à Eletrobrás nas décadas de 80 e 90, além da queda da taxa Selic.

INVESTIMENTOS

Os investimentos no trimestre totalizaram R\$ 26,8 milhões, alta de 10,7% em relação ao 4T17, e sua alocação priorizou:

- Reforma de lojas próprias, notadamente relacionada à inauguração da Experience Store dos Shoppings Morumbi e Center Norte, além da abertura de 2 Espaços Hering no trimestre;
- Investimentos em tecnologia destinados ao projeto *Omnichannel* e implementação de sistema B2B para vendas *sell in*.

Em 2018, os investimentos totalizaram R\$ 49,6 milhões, direcionados notadamente às (i) plantas fabris principalmente para implementação do *Sorter*, sistema automatizado de encaixotamento e distribuição de caixas no Centro de Distribuição de Anápolis, Goiás; (ii) tecnologia para evolução dos novos sistemas e suporte ao negócio e à implementação do *Omnichannel* e (iii) reforma e abertura de lojas.



GERAÇÃO DE CAIXA

No 4T18, a Cia. Hering gerou R\$ 65,8 milhões de caixa livre, R\$ 35,1 milhões acima do 4T17, explicado pela menor necessidade de capital de giro, notadamente na redução do contas a receber de clientes.

Em 2018 a geração de caixa foi de R\$ 298,8 milhões, R\$ 158,6 milhões superior ao mesmo período do ano anterior, influenciada pela menor necessidade de capital de giro, em função do alongamento de prazo com fornecedores, além da redução dos níveis dos estoques.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	4T18	4T17	Var.	2018	2017	Var.
EBITDA	88.871	81.503	7.368	259.557	260.937	(1.380)
Itens Não caixa	4.035	3.204	831	16.664	18.757	(2.093)
AVP Clientes e Fornecedores	4.570	11.069	(6.499)	21.112	28.654	(7.542)
IR&CS Corrente	1.072	(116)	1.188	1.241	(19.090)	20.331
Investimento em Capital de Giro	(5.984)	(40.740)	34.756	49.890	(90.188)	140.078
(Aumento) em contas a receber de clientes	(37.925)	(76.664)	38.739	(13.655)	(21.835)	8.180
(Aumento) redução nos estoques	51.718	69.172	(17.454)	31.114	(38.888)	70.002
Aumento (redução) em fornecedores	(14.052)	(19.052)	5.000	80.737	(44.862)	125.599
Aumento (redução) em obrigações tributárias	6.635	9.516	(2.881)	(6.430)	1.412	(7.842)
Financiamento de franqueados – plano de reformas	(1.191)	1.002	(2.193)	1.273	10.148	(8.875)
Outros	(11.169)	(24.714)	13.545	(43.149)	3.837	(46.986)
CapEx	(26.760)	(24.166)	(2.594)	(49.621)	(58.848)	9.227
Geração de Caixa Livre	65.804	30.754	35.050	298.843	140.222	158.621

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	4T18	4T17	Var.	2018	2017	Var.
DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	98.726	61.487	37.239	362.876	250.999	111.877
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	(6.162)	(6.567)	405	(14.412)	(51.929)	37.517
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(114)	(703)	589	(2.140)	(2.994)	854
Resultado Financeiro	(12.921)	(16.933)	4.012	(37.204)	(79.109)	41.905
AVP Clientes e Fornecedores	4.570	11.069	(6.499)	21.112	28.654	(7.542)
Juros pagos por empréstimos	2.303	-	2.303	3.820	1.520	2.300
DFC - Caixa Líquido gerado pelas atividades de Investimento	(26.760)	(24.166)	(2.594)	(49.621)	(58.848)	9.227
Geração de Caixa Livre	65.804	30.754	35.050	298.843	140.222	158.621

* 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 4T18, o retorno sobre capital investido da Cia. Hering foi de 22,0%, alta de 1,1 p.p. em relação ao 4T17, decorrente da melhora do resultado operacional da Companhia nos últimos 12 meses.

Resultado Operacional	4T18	3T18	Var. 4T18 / 3T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17
EBITDA	259.557	252.189	2,9%	260.937	-0,5%
(-) Depreciação e Amortização	(61.598)	(62.745)	-1,8%	(61.189)	0,7%
(+) Amortização - Fundo do Comércio ¹	5.877	6.108	-3,8%	6.843	-14,1%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente ²	21.112	27.580	-23,5%	28.580	-26,1%
(+) IR&CS - Alíquota efetiva ³	4.351	(625)	-796,2%	(15.076)	-128,9%
Resultado Operacional	229.299	222.507	3,1%	220.095	4,2%
Ativo Permanente	413.235	416.760	-0,8%	420.421	-1,7%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio ¹	48.235	46.589	3,5%	41.756	15,5%
Capital de Giro	581.987	597.811	-2,6%	588.999	-1,2%
Capital Investido Médio*	1.043.457	1.061.159	-1,7%	1.051.176	-0,7%
ROIC**	22,0%	21,0%	1,0 p.p.	20,9%	1,1 p.p.

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

(*) Média dos últimos 12 meses

(**) Alterado para alíquota efetiva no 4T18.

ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 4T18 com caixa líquido de R\$ 320,5 milhões, conforme detalhado abaixo:

Endividamento - R\$ mil	4T18	Part. (%)	3T18	Part. (%)	4T17	Part. (%)
Curto Prazo	-	0%	(27.801)	100%	(27.293)	100%
Longo Prazo	-	0%	-	0%	-	0%
Total da Dívida	-	0%	(27.801)	100%	(27.293)	100%
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	320.540		314.293		148.821	
(=) Caixa Líquido	320.540		286.492		121.528	

REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Os proventos pagos relativos ao exercício de 2018 totalizaram R\$ 150,0 milhões, representando *payout* de 62,63% do lucro líquido da Companhia, conforme detalhado abaixo:

Proposta de distribuição de dividendos	R\$ milhões	R\$ por ação ¹	Aprovado em	Data base	Pago em
Dividendos	30,0	0,1853	28/03/2018	09/04/2018	15/05/2018
Juros Sobre o Capital Próprio	40,0	0,2471	30/05/2018	07/06/2018	27/06/2018
Dividendos	40,0	0,2478	31/10/2018	08/11/2018	28/11/2018
Juros Sobre o Capital Próprio	40,0	0,2478	21/12/2018	03/01/2019	15/01/2019
Proventos pagos	150,0	0,9280	-	-	-
Lucro líquido do exercício - controladora	239,5				
Payout ratio	62,63%				

¹ Valor por ação líquido das ações em tesouraria quando aplicável.

PROGRAMA DE RECOMPRA

Não houve recompra de ações no 4T18. O programa que autorizava a aquisição de até 5 milhões de ações, correspondendo a 4,02% do total de ações em circulação (*free float*) foi encerrado em 01.02.2019. Do total, foram recompradas 488.800 ações, ao preço médio de R\$ 14,48, somando R\$ 7,1 milhões.

RECONHECIMENTOS

Em 2018, a Cia Hering recebeu importantes premiações que refletem o reconhecimento do mercado à sua atuação, dentre elas:

- 500 Maiores do Sul (revista Amanhã em parceria com a PWC)
- As 60 Marcas Mais Valiosas do Brasil (Bloomberg)
- Cia. Hering é Destaque Empresarial do Ano (ABIT)
- Eficiência Logística (Infraero)
- Empresa de moda que mais respeita o consumidor (revista Consumidor Moderno em parceria com a Cromo Solutions)
- Empresas com melhor reputação do Brasil (revista Exame em parceria com a MERCOS)
- Empresas Mais do Estadão (Estadão em parceria com a Austin Rating e FIA)

- Melhores Empresas do País (revista Época Negócios em parceria com a Fundação Dom Cabral, Boa Vista e Economática)
- Excelência em Franchising (ABF)
- Hering é reconhecida no estudo Marcas Mais do Estadão (jornal O Estado de S. Paulo em parceria com Troiano Branding)
- Melhores e Maiores (Exame)
- Melhores Franquias do Brasil (revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios em parceria com a Serasa Experian)
- Top Mind of 2018 (portal El Hombre)
- Veja 50 Anos (revista Veja)

COLABORADORES

Ao longo de 2018 a Companhia aprimorou suas ações de gestão de pessoas, com a implementação de um novo modelo organizacional orientado por unidades de negócio, aumentando a velocidade de resposta ao consumidor.

A Companhia fortaleceu seu planejamento de pessoas através do mapeamento de sucessores para todas as posições de liderança da Cia, bem como investimentos na contratação de uma nova turma de Jovens Empreendedores - *trainees*, com o objetivo de aumentar o *pipeline* de futuros líderes na organização.

A Companhia buscou fortalecer a cultura organizacional através de ações que reforcem as competências de liderança e inovação. Concluiu, também, o programa de educação executiva desenvolvido em parceria com instituição de ensino renomada de São Paulo, com o objetivo de reforçar a atuação Estratégica dos seus líderes. O desenvolvimento contínuo foi uma estratégia de aceleração de carreira, que impactou em mais de 50% de aproveitamento interno nas posições de liderança. Além do Programa Jovens Empreendedores – *trainees*, a Companhia fomentou a busca por jovens talentos com o novo programa de estágio e jovens aprendizes.

A Companhia também investiu no fortalecimento de seu posicionamento como marca empregadora para profissionais do mercado, com o crescimento de 65% de sua base de seguidores do LinkedIn, atingindo 174.000 pessoas ao final de 2018. A Companhia finalizou o ano com 6.319 colaboradores.

ORÇAMENTO DE CAPITAL

A Companhia apresenta na tabela abaixo, o orçamento de capital para o exercício de 2019, em atendimento à Instrução Normativa 480/09, publicada pela CVM em 07 de dezembro de 2009.

Orçamento de Capital - 2019	
Investimentos	R\$ mil
Tecnologia da Informação	17.864
Lojas	16.608
Industrial	13.058
Logística	3.874
Outros	967
Total Geral	52.371

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 2018, os auditores independentes da Companhia não foram contratados para outros serviços adicionais ao exame das demonstrações financeiras do período.

PERSPECTIVA

Iniciamos 2019 otimistas em relação ao ambiente de consumo, com a melhora gradual nos indicadores econômicos e aumento dos níveis de confiança do consumidor. Seguimos focados na execução das frentes estratégicas relacionadas ao consumidor, com melhorias no desenvolvimento de nossas operações, cultura organizacional e agilidade na execução.

A retomada do crescimento das vendas e a manutenção de uma operação equilibrada são fatores chave para a melhoria dos nossos resultados. Nossos esforços concentram-se na sustentação do SSS e consequente expansão de vendas em todos os canais. Seguimos focados em aumentar o desejo de consumo das nossas marcas, através da manutenção dos investimentos em marketing e foco no relacionamento com o consumidor, com implementação de ferramenta de CRM, entre outras iniciativas.

Permanecemos comprometidos com uma gestão austera de despesas, sólida geração de caixa e estrutura de capital conservadora, a partir de um modelo de negócios diferenciado, com marcas fortes e reconhecidas e sólida base de gestão e liderança.

EVOLUÇÕES NA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Dando continuidade à nossa estratégia de consolidar o foco no consumidor e atuar com mais agilidade e sinergia no modelo de gestão, comunicamos evoluções no nosso modelo organizacional.

Ronaldo Loos, Diretor do canal Multimarcas, inicia um processo de transição e deixará a Cia ao final de abril, após um ciclo de 40 anos de contribuições significativas na consolidação do nosso modelo de negócios. A gestão do canal Multimarcas será conduzida por um novo Gerente Geral, uma contratação externa, a qual iniciará conosco em março.

Na Diretoria Industrial, Edgar de Oliveira também iniciará um processo de transição até abril, concluindo uma trajetória de 38 anos dedicados a desenvolver uma diferenciada matriz híbrida de produção. Esse cargo será ocupado por um talento interno da Cia.

Neste novo modelo, Thiago Hering assume a posição de Diretor Executivo de Negócios, responsável pelas estruturas de negócio da Cia, incluindo todas marcas, operações de lojas, transformação digital e varejo multimarcas. Romael Soso, diretor responsável pelas Marcas Hering Kids, PUC e Dzarm e Guilherme Farinelli, diretor de Transformação Digital, passam a se reportar diretamente para o Thiago Hering.

BALANÇO PATRIMONIAL

R\$ mil

ATIVO	31/12/2018	31/12/2017	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/12/2018	31/12/2017
Circulante	1.189.322	1.019.690	Circulante	364.873	286.346
Caixa e equivalente de caixa	320.540	148.821	Empréstimos e financiamentos	-	27.293
Contas a receber de clientes	459.074	455.326	Fornecedores	207.909	127.172
Estoques	320.142	349.535	Salários e encargos sociais	42.584	40.315
Impostos a recuperar	77.134	51.604	Parcelamentos tributários e previdenciários	976	959
Instrumentos financeiros derivativos	-	545	Obrigações tributárias	20.155	24.279
Outras contas a receber	10.767	12.739	Provisões para contingências	2.420	2.450
Despesas antecipadas	1.665	1.120	Outras provisões	32.262	52.962
Não Circulante	514.807	518.470	Incentivos fiscais	172	1.554
Realizável a longo prazo	97.783	87.897	Dividendos e JSCP a pagar	40.726	740
Aplicações financeiras	4.830	5.237	Instrumentos financeiros derivativos	170	-
Títulos e contas a receber	17.923	15.913	Outras contas a pagar	17.499	8.622
Contas a receber de clientes	8.782	7.399	Não Circulante	19.180	18.902
Impostos a recuperar	16.271	10.485	Exigível a longo prazo	19.180	18.902
Empréstimos compulsórios	-	2.614	Parcelamentos tributários e previdenciários	1.550	2.505
Imposto de renda e contribuição social diferidos	49.977	46.249	Provisões para contingências	14.309	14.194
Imobilizado	305.695	315.452	Outras provisões	104	104
Intangível	111.329	115.121	Benefícios a empregados	2.499	1.387
TOTAL DO ATIVO	1.704.129	1.538.160	Incentivos fiscais	633	619
			Outras contas a pagar	85	93
			Patrimônio Líquido	1.320.076	1.232.912
			Capital social	369.618	369.618
			Reserva de capital	35.982	30.815
			Ações em tesouraria	(6.372)	-
			Reserva de lucros	914.694	825.458
			Ajuste de avaliação patrimonial	6.786	7.021
			Outros resultados abrangentes	(632)	-
			Participação de acionistas não controladore	1.704.129	1.538.160

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

R\$ Mil	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018 / 2017
Receita Bruta de Vendas	530.256	537.596	-1,4%	1.806.814	1.841.642	-1,9%
Mercado Interno	519.394	523.043	-0,7%	1.757.183	1.791.367	-1,9%
Mercado Externo	10.862	14.553	-25,4%	49.631	50.275	-1,3%
Deduções de Venda	(82.310)	(85.228)	-3,4%	(267.246)	(279.321)	-4,3%
Receita Líquida de Vendas	447.946	452.368	-1,0%	1.539.568	1.562.321	-1,5%
Custo dos Produtos Vendidos	(249.729)	(252.670)	-1,2%	(883.580)	(872.273)	1,3%
Lucro Bruto	198.217	199.698	-0,7%	655.988	690.048	-4,9%
Despesas Operacionais	(124.820)	(134.816)	-7,4%	(458.029)	(490.300)	-6,6%
Vendas	(101.527)	(87.993)	15,4%	(353.649)	(338.064)	4,6%
Perda pela não recuperabilidade de ativos	(2.853)	(3.633)	-21,5%	(8.524)	(12.361)	-31,0%
Remuneração dos Administradores	(2.204)	(2.408)	-8,5%	(8.951)	(9.338)	-4,1%
Gerais e Administrativas	(13.397)	(13.643)	-1,8%	(49.211)	(51.174)	-3,8%
Depreciação e Amortização	(15.474)	(16.621)	-6,9%	(61.598)	(61.189)	0,7%
(-) Apropriada ao Custo	7.942	7.697	3,2%	31.411	28.505	10,2%
Participação nos Resultados	-	(10.850)	N.D	(783)	(25.168)	-96,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	2.693	(7.365)	N.D	(6.724)	(21.511)	-68,7%
Lucro Operacional Antes das Financeiras	73.397	64.882	13,1%	197.959	199.748	-0,9%
Receitas financeiras	19.190	21.615	-11,2%	69.329	107.793	-35,7%
Despesas financeiras	(6.269)	(4.682)	33,9%	(32.125)	(28.684)	12,0%
Total resultado financeiro	12.921	16.933	-23,7%	37.204	79.109	-53,0%
Lucro Líquido Antes de CSLL e IRPJ	86.318	81.815	5,5%	235.163	278.857	-15,7%
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	1.072	(116)	N.D	1.241	(19.090)	N.D
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	8.106	4.318	87,7%	3.110	4.014	-22,5%
Lucro Líquido	95.496	86.017	11,0%	239.514	263.781	-9,2%
Atribuível aos acionistas controladores	95.496	86.017	11,0%	239.514	263.781	-9,2%
Lucro básico por ação - R\$						
Atribuível aos acionistas controladores	0,3328	0,5328	-37,5%	1,4812	1,6372	-9,5%
EBITDA	88.871	81.503	9,0%	259.557	260.937	-0,5%

FLUXO DE CAIXA

R\$ Mil	4T18	4T17	2018	2017
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido	95.496	86.017	239.514	263.781
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(8.106)	(4.318)	(3.110)	(4.014)
Variação monetária, cambial e juros não realizados	114	703	2.140	2.994
Depreciação e amortização	15.474	16.621	61.598	61.189
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	2.852	3.632	8.524	12.361
Baixa de ativos imobilizados e intangíveis	90	146	1.572	292
Plano de opção de compra de ações	1.227	1.192	5.167	4.730
(Reversão) líquida de constituição de provisão para ajuste a valor de realização estoques	(1.602)	(4.260)	(1.721)	(2.561)
Empréstimos compulsórios	-	-	-	(2.614)
(Reversão) líquida de constituição de provisão para contingências	1.405	2.616	2.870	6.446
Benefícios a empregados	63	(122)	252	103
Variações nos ativos e passivos				
(Aumento) em contas a receber de clientes	(37.925)	(76.664)	(13.655)	(21.835)
(Aumento) redução nos estoques	51.718	69.172	31.114	(38.888)
(Aumento) em impostos a recuperar	(4.097)	(12.488)	(31.316)	(12.100)
(Aumento) redução em outros ativos	(1.540)	(5.905)	2.576	1.583
Aumento (redução) em fornecedores	(14.052)	(19.052)	80.737	(44.862)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	(6.723)	(5.319)	(13.136)	24.502
Aumento (redução) em IRPJ e CSLL	1.035	(2.610)	972	11.428
IRPJ e CSLL pagos	(992)	-	(992)	(11.436)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	6.592	12.126	(6.410)	1.420
Juros pagos por empréstimos	(2.303)	-	(3.820)	(1.520)
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	98.726	61.487	362.876	250.999
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de ativo imobilizado	(20.465)	(17.577)	(33.341)	(40.197)
Aquisições de ativo intangível	(6.295)	(6.589)	(16.280)	(18.651)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(26.760)	(24.166)	(49.621)	(58.848)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento de capital	-	-	-	8.925
Aplicações financeiras	(60)	(77)	407	(413)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(40.047)	(91.934)	(109.986)	(259.870)
Pagamento de empréstimos	(25.612)	(503)	(25.612)	(1.916)
Aquisição de ações para tesouraria	-	-	(7.080)	-
Alienação de ações em tesouraria, pelo exercício de opção de compra	-	-	735	5.189
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(65.719)	(92.514)	(141.536)	(248.085)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	6.247	(55.193)	171.719	(55.934)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	6.247	(55.193)	171.719	(55.934)
No início do exercício	314.293	204.014	148.821	204.755
No fim do exercício	320.540	148.821	320.540	148.821

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 CAPITALIS – 31/12/2018**HGTX3:** R\$ 29,00 por ação**Valor de Mercado:** R\$ 4,7 bilhões**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS**

01/03/2019 – 11h00 (Brasília)

Em Português com tradução simultânea para o Inglês

Brasil: (+55) 11 3193-1001 ou (+55) 11 2820-4001**EUA:** (+1) 646 828-8246 ou (+1) 646 291-8936**Toll-Free:** (+1) 800 492-3904 ou (+1) 800 469-5743**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**RELAÇÕES COM INVESTIDORES****Fabio Hering**

Presidente

Rafael Bossolani

Diretor Financeiro e de RI

Mariana Santo

Gerente de RI

Caroline Luccarini

Especialista de RI

RELAÇÕES COM IMPRENSA**Rosilene Schuldt**rosilene.schuldt@ciahering.com.br

(47) 3321-3619

Ana Claudia Camaraanaclaudia.camara@approach.com.br

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

www.ciahering.com.br/ri

Tel.: (11) 3371-4867/4805

ri@ciahering.com.br



Cia.Hering

4Q18



Hering



Hering
KIDS



MESSAGE FROM MANAGEMENT

After a timid scenario of economic recovery and extraordinary events - such as the truckers' strike, the World Cup and unfavorable temperatures to the collection calendar, the 2018 year was very challenging. In this context, the Company has made important advances in management, in the brands and in the point of sale execution, always putting the final consumer at the center of the strategy. In addition, the Company promoted a gradual SSS resumption in the Hering Store network and maintained the operation financially balanced, generating R\$ 298.8 million in free cash, R\$ 158.6 million higher than in 2017, expanding the EBITDA margin in 20 bp and increasing ROIC to 22.0%.

Throughout the year, the Company's organizational structure was changed, culminating in the creation of the Hering Brand Business Unit and the children and DZARM business unit, as well as the creation of the Digital Transformation managing department, in order to strengthen focus on the consumer, drive results and generate value with an agile, integrated and digital business model.

The Company has made important advances in the *Omnicanalidade* front, a project that aims to integrate the sales and inventory channels, increase the purchasing experience by providing greater offer and products availability and strengthen contact with the consumer. The model, which includes the Pick up in Store, Showrooming, Ship-from-Store and Ship-to-Store modalities, has been implemented for 100% of its own stores and piloted for franchise network, with roll-out expectation for the whole network in 2019. It is worth mentioning that the Company is at the forefront of the development of this business model in Brazil, which includes the figure of franchises and a Compensation Camera, which aims to integrate the transactions according to the established business rules.

Still in the scope of digital transformation, the Company finished the implementation of the new B2B sales portal (Portal Conecta) to carry out commercial transactions and support products sale to multibrand and franchised clients. The portal already covers 100% of the national territory and has allowed since the second half of 2018, the replacement of the purchases.

The Company also evolved in its supply management, seeking to optimize the products assortment through the elaboration of an assertive mix for all stores and localities. This movement allowed greater adherence to the purchase recommendation to the network, better operation management, and inventories reduction. Besides, the Company expanded the automatic replenishment modality for high turnover basic items, from 73 to 98 items.

Throughout 2018, 46 stores adhered to the new refurbishment model. The results of the stores in this format - focused on the visual merchandising and in the best shopping experience - combined with correct point of sale management and operation, showed higher growth when compared to other stores, highlighting the customer flow resumption.

Additionally, it is worth mentioning the inauguration of the **Hering Experience** concept stores in Morumbi Shopping and Shopping Center Norte. This new store concept offers a personalized and interactive experience for customers, provided by services and technological functionalities fully adhering to Omnichannel modalities. Among these evolutions are: smart fitting room, connected totem to navigate via e-commerce, NPS, t-shirts customization area, *instagrammable* environments, among others. In this direction, the Company also inaugurated in the quarter a new store format, called **Hering Basic Shop**. The store has reduced size and lean operation model, whose assortment is formed exclusively by basic best sellers of high turnover, intelligent supply from the automatic replenishment of 100% of the products, which increases the purchase assertiveness and reduces ruptures and leftovers.

The Company closed the year with 761 stores, of which 741 in Brazil and 20 in the international market. 28 stores were opened and 66 units were closed, part of the store network cleaning process, contributing to

the dispersion reduction of the performance between franchises and maintenance of a more healthy and sustainable network.

Regarding the brands, the marketing investments intensification showed positive results in the strategy of increasing engagement with brands, approaching the young and female public and resuming the traffic in the stores. The highlights include campaigns with celebrities and digital influencers, as well as the presence of commemorative dates such as Carnival, Father's Day and Mother's Day. In addition, the Company relaunched the "*Câncer de Mama no Alvo da Moda*" campaign in partnership with the IBCC and launched the new "*Com que Roupa eu vou?*" campaign for the High Summer collection. The children's brands, Hering Kids and PUC, followed the strategy of partnerships with other brands, such as *Turma da Mônica*, *Turma do Snoopy* and illustrations done by Ana Strumpf.

Finally, the Company maintain its solid financial profile of commitment to return capital through a strict expense management, strong cash generation, balanced operations and revenues distribution. The Company remains focused on technological innovation, anticipation of market movements and its evolution as a brand manager with distribution channels capillarity and high-quality products, always placing the consumer at the center.

Blumenau, February 28th, 2019. Cia. Hering (B3: HGTX3), one of the largest retail and apparel designer and manufacturer in Brazil, announces the results of the fourth quarter of 2018 (4Q18). The Company information, unless otherwise indicated, is based on consolidated figures in thousands of Reais, according to International Accounting Standards (IFRS). All comparisons refer to the same period of 2017 (4Q17), except when otherwise indicated.

HIGHLIGHTS OF THE QUARTER

- 13.0% of SSS growth in the Hering Store network
- Sales growth (sell-out) of 13.1% and 27.4% in Own Stores and E-Commerce, respectively
- Deceleration in sell-in sales aiming at balance and sustainability of operations
- Net opening of 3 stores during the quarter, despite the reduction of stores in the last 12 months
- Refurbishment intensification in the Hering Store network (25 refurbished stores in the quarter)
- New store format opening - Hering Basic Shop and 2 Hering Experience concept stores
- Pilot completed with 7 franchised stores (Omni project) with roll-out planned for the network throughout 2019
- EBITDA increase of 9.0% and 180 bp in EBITDA margin
- Generation of R\$ 65.8 million in free cash, R\$ 35.1 million higher than 4Q17
- Dividends and Interest on Capital distribution totaled R\$ 80.0 million in the quarter

CONSOLIDATED HIGHLIGHTS

R\$ Thousand	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Change 2018 / 2017
Gross Revenue	530,256	537,596	-1.4%	1,806,814	1,841,642	-1.9%
Domestic Market	519,394	523,043	-0.7%	1,757,183	1,791,367	-1.9%
Foreign Market	10,862	14,553	-25.4%	49,631	50,275	-1.3%
Net Revenue	447,946	452,368	-1.0%	1,539,568	1,562,321	-1.5%
Gross Profit ^(a)	198,217	199,698	-0.7%	655,988	690,048	-4.9%
<i>Gross Margin ^(a)</i>	<i>44.3%</i>	<i>44.1%</i>	<i>20 bp</i>	<i>42.6%</i>	<i>44.2%</i>	<i>-160 bp</i>
Net Income	95,496	86,017	11.0%	239,514	263,781	-9.2%
<i>Net Margin</i>	<i>21.3%</i>	<i>19.0%</i>	<i>230 bp</i>	<i>15.6%</i>	<i>16.9%</i>	<i>-130 bp</i>
EBITDA ^(b)	88,871	81,503	9.0%	259,557	260,937	-0.5%
<i>EBITDA Margin ^(b)</i>	<i>19.8%</i>	<i>18.0%</i>	<i>180 bp</i>	<i>16.9%</i>	<i>16.7%</i>	<i>20 bp</i>
ROIC ^(c)	22.0%	20.9%	110 bp	22.0%	20.9%	110 bp

(a) Gross Profit and Gross Margin without Depreciation allocated to cost

(b) Earnings before interest, taxes, depreciation, amortization and participations

(c) Last 12 months

SALES PERFORMANCE

Gross Revenues - R\$ thous.	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Change 2018 / 2017
Gross Revenue	530,256	537,596	-1.4%	1,806,814	1,841,642	-1.9%
Domestic Market	519,394	523,043	-0.7%	1,757,183	1,791,367	-1.9%
Foreign Market	10,862	14,553	-25.4%	49,631	50,275	-1.3%
Domestic Market Gross Revenue	519,394	523,043	-0.7%	1,757,183	1,791,367	-1.9%
Hering	402,538	398,231	1.1%	1,319,306	1,321,317	-0.2%
Hering Kids	63,102	63,152	-0.1%	230,231	243,537	-5.5%
PUC	29,593	32,037	-7.6%	105,437	120,065	-12.2%
DZARM.	16,708	19,102	-12.5%	73,241	71,495	2.4%
Other ⁴	7,453	10,521	-29.2%	28,968	34,953	-17.1%

Domestic Market Share	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Change 2018 / 2017
Multibrand	176,938	191,915	-7.8%	736,794	781,216	-5.7%
Franchise	192,635	197,566	-2.5%	619,514	632,470	-2.0%
Owned Stores	133,283	117,878	13.1%	344,580	320,434	7.5%
Webstore	14,438	11,336	27.4%	48,950	44,801	9.3%
Other ⁴	2,100	4,348	-51.7%	7,345	12,446	-41.0%
Total	519,394	523,043	-0.7%	1,757,183	1,791,367	-1.9%
Multibrand	34.0%	36.7%	-270 bp	41.9%	43.6%	-170 bp
Franchise	37.1%	37.8%	-70 bp	35.3%	35.3%	0 bp
Owned Stores	25.7%	22.5%	320 bp	19.6%	17.9%	170 bp
Webstore	2.8%	2.2%	60 bp	2.8%	2.5%	30 bp
Other ⁴	0.4%	0.8%	-40 bp	0.4%	0.7%	-30 bp
Total	100.0%	100.0%	-	100.0%	100.0%	-

Cia. Hering's gross revenue reached R\$ 530.3 million, 1.4% lower than 4Q17, influenced by the sell-in performance, with a positive highlight for the final consumer sales performance and Same Store Sales.

Own stores sales increased 13.1%, driven by check-out resumption and higher sales productivity. Sales for franchises (sell-in) declined 2.5%, despite the positive sales performance to final costumers (sell-out). It is worth mentioning that the performance difference between sell-in and sell-out revenues is due to the evolution of the incentive structure, since from the High Summer collection the recommendations for purchases for franchisees are now defined based on the sell-out carried out in the previous year instead of the sell-in, in order to maintain operations' sustainability and preserve the network health by sizing its inventories versus the sales made to the final consumer. In addition, the franchise pilot related to the Omnichannel project was completed in 7 franchised stores, with the roll-out planned for the entire network throughout 2019.

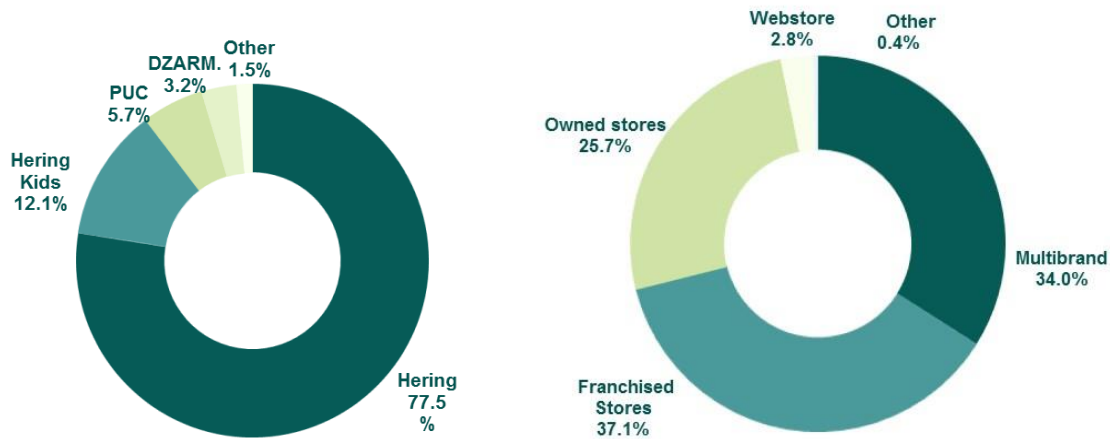
Sales of the multibrand channel declined 7.8% in the quarter, mainly due to the lower average order, despite the greater customers activation in the period. This decrease is influenced by sales reduction of balances and better leftovers management. In the e-commerce channel stands out the 27.4% growth, driven by an increased flow on the platforms, strengthening of marketing investments and the Black Friday performance, in which the company reached record sales in all brands over 12 days of campaign. The external market decreased by 25.4%, mainly related to the shift in sales between quarters.

In 2018, gross revenue totaled R\$ 1,806.8 million, a 1.9% decrease over the previous year, impacted mainly by extraordinary events during the second quarter of the year, such as (i) truck strike, which impacted the supply of multibrand and franchises channels; (ii) flow reduction in stores on days of games in Brazil at the World Cup; (iii) besides to higher temperatures in winter, harming sales of cold collection.

⁴ It considers selling of second-line items and leftovers.

DISTRIBUTION NETWORK

Cia. Hering relies on a multichannel model of distribution that allows its products to reach the final consumer through 761 stores, 10,505⁵ multibrand retailers and 5 *webstores*. In the 4Q18, gross sales in domestic market were distributed as follows:



STORE NETWORK

In the quarter 16 stores were opened, of which 8 Hering Store, 5 Hering Kids, 2 Espaço Hering, in addition to the first **Hering Basic Shop** franchise, whose assortment consists exclusively of high turnover basic items. In the same period, 13 stores were closed, of which 10 Hering Store, 2 Hering Kids and 1 PUC, mostly operated by franchisees.

The Company closed the year with 761 stores, of which 741 in Brazil and 20 in the international market. In the year 28 stores were opened and 66 units were closed, including 4 own stores, mainly of the Hering brand. Hering Kids had its network reduced in 1 store, while PUC, in process of reorganization, closed 10 points of sales. DZARM, which is still undergoing maturation of its single-channel distribution channel, remained with the same stores it owned at the end of 2017. It is worth mentioning the inauguration of 3 new Espaço Hering in addition to the first Hering Basic Shop franchise, mentioned above.

⁵ It considers unique and active customers in the last 12 months.

Number of Stores	4Q18	3Q18	4Q17
TOTAL	761	759	799
Brazil	741	739	779
Hering Store	579	581	610
Owned*	52	54	57
Franchised	527	527	553
Hering Kids	103	100	104
Owned**	13	13	13
Franchised	90	87	91
PUC	46	47	56
Owned	10	10	9
Franchised	36	37	47
DZARM.	2	3	2
Owned	2	2	2
Espaço Hering	10	8	7
Hering Basic Shop	1	0	0
Owned	0	0	0
Franchised	1	0	0
Foreign - Franchised	20	20	20

* Does not consider Espaço Hering (outlet).

** Hybrid stores were no longer accounted as Hering Kids in 3Q18 and were incorporated into the Hering Store (3Q18: 6, 2Q18: 6 and 3Q17: 5 stores)

HERING STORE NETWORK PERFORMANCE

Total sales in the fourth quarter of 2018 of the Hering Store network (sell-out), grew 9.6% compared to 4Q17, influenced by check-outs resumption and higher sales productivity.

Same Store Sales, which considered comparable stores open for at least 13 months, increased by 13.0% compared to 4Q17, as a result of higher check-outs and an increase in the average ticket. The 4Q18 stores operation, had a better supply quality, active management in the points of sale, greater collection assertiveness and marketing campaign intensification focused on strengthening the brand attributes and attract consumers to the stores.

Hering Store sales totaled R\$ 1,397.0 million in 2018, 2.4% higher compared to the previous year, while same-store sales grew 5.3% in the same period.

The implementation pace of the new refurbishment model was intensified in 4Q18, which has contributed to improving store productivity through better product exposure, focus on visual merchandising, and improved shopping experience. 46 stores were renovated throughout 2018. The inauguration of the Hering Experience concept stores in Morumbi Shopping and Shopping Center Norte stands out, offering a unique and interactive experience with the consumer and adherence to the Omnicanality concept. In addition, in December 2018, the Company opened a new store format named Hering Basic Shop, whose assortment consists exclusively of high turnover basic items, as well as low investment and ease of operation.

Hering Store Chain Performance ¹	4Q18	4Q17	Chg. 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Var. 2018/2017
Number of Stores	579	610	-5.1%	579	610	-5.1%
Franchise	527	553	-4.7%	527	553	-4.7%
Owned	52	57	-8.8%	52	57	-8.8%
Sales (R\$ thousand)	529,697	483,264	9.6%	1,397,044	1,364,861	2.4%
Franchise	430,670	396,089	8.7%	1,147,159	1,133,973	1.2%
Owned	99,027	87,175	13.6%	249,885	230,888	8.2%
Sales Area (sq. meter)	77,796	83,003	-6.3%	77,796	83,003	-6.3%
Sales (R\$ per sq. meter)	6,809	5,822	16.9%	17,958	16,443	9.2%
Check-Outs	3,575,568	3,433,584	4.1%	9,820,403	10,044,184	-2.2%
Items	8,174,025	7,796,172	4.8%	21,849,255	21,670,133	0.8%
Items per Check-Out	2.29	2.27	0.9%	2.22	2.16	2.8%
Average Sales Price (R\$)	64.80	61.99	4.5%	63.94	62.98	1.5%
Average Sales Ticket (R\$)	148.14	140.75	5.3%	142.26	135.89	4.7%
Same Store Sales - without webstore	12.7%	-1.2%	1390 bp	5.1%	-0.9%	600 bp
Same Store Sales - with webstore	13.0%	-1.4%	1440 bp	5.3%	-0.7%	600 bp

⁽¹⁾ The amounts referred to the sales to final costumers ('sell out'). Does not consider outlet and webstore sales. Hybrid stores were no longer accounted as Hering Kids in 3Q18. They were incorporated into the Hering Store.

ECONOMIC AND FINANCIAL PERFORMANCE

R\$ Thousand	4Q18	Part. (%)	4Q17	Part. (%)	Chg. 4Q18 / 4Q17	2018	Part. (%)	2017	Part. (%)	Chg. 2018 / 2017
Gross Revenue	530,256	118.4%	537,596	118.8%	-1.4%	1,806,814	117.4%	1,841,642	117.9%	-1.9%
Sales Deduction	(82,310)	-18.4%	(85,228)	-18.8%	-3.4%	(267,246)	-17.4%	(279,321)	-17.9%	-4.3%
Sales Deduction taxes and AVP	(107,620)	-24.0%	(106,828)	-23.6%	0.7%	(349,363)	-22.7%	(365,171)	-23.4%	-4.3%
AVP (Adjustment to Present Value)	(9,307)	-2.1%	(14,353)	-3.2%	-35.2%	(36,057)	-2.3%	(46,787)	-3.0%	-22.9%
Sales Deduction Tax Incentives	34,617	7.7%	35,953	7.9%	-3.7%	118,174	7.7%	132,637	8.5%	-10.9%
Net Revenue	447,946	100.0%	452,368	100.0%	-1.0%	1,539,568	100.0%	1,562,321	100.0%	-1.5%
Total Cost of Goods Sold	(241,787)	-54.0%	(244,973)	-54.2%	-1.3%	(852,169)	-55.4%	(843,768)	-54.0%	1.0%
Cost of Goods Sold	(251,720)	-56.2%	(251,265)	-55.5%	0.2%	(888,720)	-57.7%	(876,567)	-56.1%	1.4%
AVP (Adjustment to Present Value)	4,244	0.9%	1,907	0.4%	122.5%	17,098	1.1%	15,135	1.0%	13.0%
Subvention for Expenditure	5,689	1.3%	4,385	1.0%	29.7%	19,453	1.3%	17,664	1.1%	10.1%
Cash Gross Profit	206,159	46.0%	207,395	45.8%	-0.6%	687,399	44.6%	718,553	46.0%	-4.3%
Depreciation and Amortization	(7,942)	-1.8%	(7,697)	-1.7%	3.2%	(31,411)	-2.0%	(28,505)	-1.8%	10.2%
Gross Profit	198,217	44.3%	199,698	44.1%	-0.7%	655,988	42.6%	690,048	44.2%	-4.9%
Operating Expenses	(124,820)	-27.9%	(134,816)	-29.8%	-7.4%	(458,029)	-29.8%	(490,300)	-31.4%	-6.6%
Selling Expenses	(101,527)	-22.7%	(87,993)	-19.5%	15.4%	(353,649)	-23.0%	(338,064)	-21.6%	4.6%
Company	(67,174)	-15.0%	(57,470)	-12.7%	16.9%	(234,480)	-15.2%	(221,535)	-14.2%	5.8%
Stores	(34,353)	-7.7%	(30,523)	-6.7%	12.5%	(119,169)	-7.7%	(116,529)	-7.5%	2.3%
Loss due to non-recoverability of assets	(2,853)	-0.6%	(3,633)	-0.8%	-21.5%	(8,524)	-0.6%	(12,361)	-0.8%	-31.0%
Administrative and General Exp. and Management Remuneration	(15,601)	-3.5%	(16,051)	-3.5%	-2.8%	(58,162)	-3.8%	(60,512)	-3.9%	-3.9%
Depreciation and Amortization	(7,532)	-1.7%	(8,924)	-2.0%	-15.6%	(30,187)	-2.0%	(32,684)	-2.1%	-7.6%
Profit Sharing	-	N.D	(10,850)	-2.4%	N.A	(783)	-0.1%	(25,168)	-1.6%	-96.9%
Other Operating Income (Expenses), net	2,693	0.6%	(7,365)	-1.6%	N.A	(6,724)	-0.4%	(21,511)	-1.4%	-68.7%
Operating Income Before Financial Results	73,397	16.4%	64,882	14.3%	13.1%	197,959	12.9%	199,748	12.8%	-0.9%
Financial income	19,190	4.3%	21,615	4.8%	-11.2%	69,329	4.5%	107,793	6.9%	-35.7%
Financial expenses	(6,269)	-1.4%	(4,682)	-1.0%	33.9%	(32,125)	-2.1%	(28,684)	-1.8%	12.0%
Total Financial Income (Expenses)	12,921	2.9%	16,933	3.7%	-23.7%	37,204	2.4%	79,109	5.1%	-53.0%
Operating Income Before Interest in Subsidiaries	86,318	19.3%	81,815	18.1%	5.5%	235,163	15.3%	278,857	17.8%	-15.7%
Income and Social Contribution Taxes - Current	1,072	0.2%	(116)	0.0%	N.A	1,241	0.1%	(19,090)	-1.2%	N.A
Income and Social Contribution Taxes - Deferred	8,106	1.8%	4,318	1.0%	87.7%	3,110	0.2%	4,014	0.3%	-22.5%
Net Income for the Period	95,496	21.3%	86,017	19.0%	11.0%	239,514	15.6%	263,781	16.9%	-9.2%
Controlling shareholders	95,496	21.3%	86,017	19.0%	11.0%	239,514	15.6%	263,781	16.9%	-9.2%
Basic earnings per share - R\$										
Controlling shareholders	0.3328		0.5328		-37.5%	1.4812		1.6372		-9.5%
EBITDA	88,871	19.8%	81,503	18.0%	9.0%	259,557	16.9%	260,937	16.7%	-0.5%

⁶ As of dec/2017, all subvention were treated as investment.

GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

The Company's gross profit reached R\$ 198.2 million, a 0.7% decrease, due to a revenue decline, influenced by the performance of sell-in sales to the multibrand and franchises channels, as previously mentioned. It stands out the gross margin maintenance in the quarter, which reached 44.3% (+20 bp) related to the better sales mix, with higher participation of sell out sales (owned stores and web) and balance sales reduction.

Gross profit in 2018 reached R\$ 656.0 million, 4.9% lower than in 2017 while gross margin reached 42.6%, a decline of 160 bp. The result was impacted by the sales decrease, as well as lower manufacturing productivity due to the decline in production volume.

EBITDA AND EBITDA MARGIN

Earnings before interest, depreciation, amortization and taxes ('EBITDA') reached R\$ 88.9 million, a 9.0% increase in 4Q18, while EBITDA margin reached 19.8%, an increase of 180 bp, mainly as a result of:

- Gross profit performance, as mentioned in the previous section;
- Expenses control and search for productivity gains of the Company, contributing to the decline of 7.4% in operating expenses, despite the marketing investments increase of R\$ 8.8 million vs. 4Q17 (+61% yoy).
 - Extemporaneous credits (PIS/COFINS and others) of R\$ 11.4 million;
 - 2.8% decrease in administrative expenses, influenced by the decline in third-party services and consultancies;
 - Non-provisioning of profit sharing due to below-expected results.

EBITDA for the year reached R\$ 259.6 million, while EBITDA margin hit 16.9%, growth of 20 bp vs. the same period last year. It stands out the constant demand for productivity gain and the austere expenses control of the Company, with a 6.6% decrease in operating expenses, which offset the sales and gross margin decline, as mentioned previously.

Reconciliation of EBITDA - R\$ thousand	4Q18	4Q17	Chg. 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Chg. 2018/2017
Net Income	95,496	86,017	11.0%	239,514	263,781	-9.2%
(+) Income and Social Contribution Tax	(9,178)	(4,202)	N.A	(4,351)	15,076	N.A
(-) Net Financial Income	(12,921)	(16,933)	-23.7%	(37,204)	(79,109)	-53.0%
(+) Depreciation and Amortization	15,474	16,621	-6.9%	61,598	61,189	0.7%
= EBITDA	88,871	81,503	9.0%	259,557	260,937	-0.5%
EBITDA Margin	19.8%	18.0%	180 bp	16.9%	16.7%	20 bp

NET INCOME AND NET MARGIN

Net income for the quarter totaled R\$ 95.5 million, an increase of 11.0% when compared to 4Q17, mainly explained by lower effective Income Tax rate, despite financial result decline, mainly impacted by the reduction in basic interest rates.

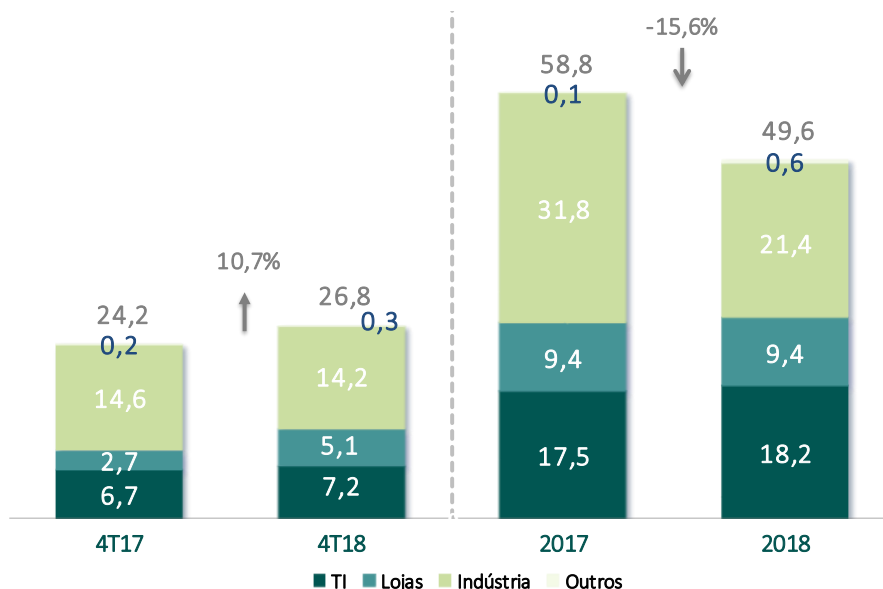
Net income for the year totaled R\$ 239.5 million, a 9.2% decrease versus 2017, due to the sales decline and the R\$ 41.9 million drop in financial income, due to the recognition of R\$ 22.7 million in financial income in 3Q17, from a lawsuit related to Compulsory Loan to Eletrobrás in the 80's and 90's and, in addition to a decrease in the Selic rate.

INVESTMENTS

Investments in the quarter totaled R\$ 26.8 million, an increase of 10.7% over 4Q17, and its allocation prioritized:

- Own Stores reform, notably related to the inauguration of the Experience Store at Morumbi and Center Norte Shopping, besides the opening of 2 Espaço Hering in the quarter;
- Investments in technology directed to the Omnichannel project and the implementation of a B2B system for *sell in* sales.

In 2018, investments totaled R\$ 49.6 million, mainly directed to (i) industrial plants mainly for the Sorter implementation, an automated boxing and distribution system (Sorter) in the Anápolis/GO Distribution Center; (ii) technology to evolve the new systems and business support and to the Omnichannel's implementation, and (iii) stores opening and remodeling.



CASH FLOW

In 4Q18, Cia. Hering generated R\$ 65.8 million of free cash, R\$ 35.1 million higher than in 4Q17, explained by lower working capital need, notably in the reduction of trade accounts receivable.

In 2018 cash generation was R\$ 298.8 million, R\$ 158.6 million higher than the same period of the previous year, influenced by lower working capital need, as a result of the extension of supplier's term, in addition to the inventory levels reduction.

Cash Flow - Consolidated (R\$ thousand)	4Q18	4Q17	Chg.	2018	2017	Chg.
EBITDA	88,871	81,503	7,368	259,557	260,937	(1,380)
No cash items	4,035	3,204	831	16,664	18,757	(2,093)
AVP (Adjustment to Present Value) - Clients and Suppliers	4,570	11,069	(6,499)	21,112	28,654	(7,542)
Current Income tax and Social Contribution	1,072	(116)	1,188	1,241	(19,090)	20,331
Working Capital Capex	(5,984)	(40,740)	34,756	49,890	(90,188)	140,078
(Increase) in trade accounts receivable	(37,925)	(76,664)	38,739	(13,655)	(21,835)	8,180
(Increase) decrease in inventories	51,718	69,172	(17,454)	31,114	(38,888)	70,002
Increase (decrease) in accounts payable to suppliers	(14,052)	(19,052)	5,000	80,737	(44,862)	125,599
Increase (decrease) in taxes payable	6,635	9,516	(2,881)	(6,430)	1,412	(7,842)
Refurbishment Project - Franchisee Financing	(1,191)	1,002	(2,193)	1,273	10,148	(8,875)
Others	(11,169)	(24,714)	13,545	(43,149)	3,837	(46,986)
CapEx	(26,760)	(24,166)	(2,594)	(49,621)	(58,848)	9,227
Free Cash Flow	65,804	30,754	35,050	298,843	140,222	158,621

Reconciliation from accounting Cash flow to adjusted Cash flow (R\$ thousand)	4Q18	4Q17	Chg.	2018	2017	Chg.
DFC - Cash provided by operating activities	98,726	61,487	37,239	362,876	250,999	111,877
Adjustment – Financial items allocated to operating cash	(6,162)	(6,567)	405	(14,412)	(51,929)	37,517
Unrealized exchange and monetary variation	(114)	(703)	589	(2,140)	(2,994)	854
Financial Result	(12,921)	(16,933)	4,012	(37,204)	(79,109)	41,905
AVP (Adjustment to Present Value) - Clients and Suppliers	4,570	11,069	(6,499)	21,112	28,654	(7,542)
Interest paid on loans	2,303	-	2,303	3,820	1,520	2,300
DFC - Cash flows from investing activities	(26,760)	(24,166)	(2,594)	(49,621)	(58,848)	9,227
Free Cash Flow	65,804	30,754	35,050	298,843	140,222	158,621

* The adjusted cash flow as presented above is not a Brazilian Generally Accepted Accounting Practice and IFRS financial performance measurement. The information on this table was calculated for the management of the Company and has not been audited by independent auditors.

** Working Capital provisions in this Cash Flow Statement were reported as Non-cash items, which explains the difference between the reported figures in the balance sheet.

RETURN ON INVESTED CAPITAL – ROIC

In 4Q18, Cia. Hering's Return on Invested Capital ('ROIC'), was 22.0%, 110 bp higher compared to 4Q17, due to the improvement in the Company's operating result in the last 12 months.

Return on Invested Capital (ROIC) - R\$ thousands	4Q18	3Q18	Chg. 4Q18 / 3Q18	4Q17	Chg. 4Q18 / 4Q17
EBITDA	259.557	252.189	2,9%	260.937	-0,5%
(-) Depretiation and Amortization	(61.598)	(62.745)	-1,8%	(61.189)	0,7%
(+) Amortization - Right of use properties ¹	5.877	6.108	-3,8%	6.843	-14,1%
(+) Financial Results - Adjust to Present Value ²	21.112	27.580	-23,5%	28.580	-26,1%
(+) IR&CS - Effective rate ³	4.351	(625)	-796,2%	(15.076)	-128,9%
Operating Income	229.299	222.507	3,1%	220.095	4,2%
Fixed Assets	413.235	416.760	-0,8%	420.421	-1,7%
Accumulated amortization - Right of use properties	48.235	46.589	3,5%	41.756	15,5%
Working capital	581.987	597.811	-2,6%	588.999	-1,2%
Average Invested Capital*	1.043.457	1.061.159	-1,7%	1.051.176	-0,7%
ROIC**	22,0%	21,0%	100 bp	20,9%	110 bp

Notes to the financial statements: (1) Nr. 15; (2) Nr. 33; (3) Nr. 34

(*) Last 4 quarters average

(**) Changed to effective tax rate in the 4Q18.

INDEBTEDNESS

Cia. Hering ended 4Q18 with a net cash of R\$ 320.5 million, as detailed below:

Indebtedness - R\$ thousand	4Q18	% of total debt	3Q18	% of total debt	4Q17	% of total debt
Short Term	-	0%	(27,801)	100%	(27,293)	100%
Long Term	-	0%	-	0%	-	0%
Total	-	0%	(27,801)	100%	(27,293)	100%
(-) Cash and Cash Equivalents	320,540		314,293		148,821	
(=) Net Cash	320,540		286,492		121,528	

SHAREHOLDERS REMUNERATION

The payout for the 2018 financial year totaled R\$ 150.0 million, representing a 62.63% payout ratio of the Company's net income, as detailed below:

Payout Proposal	R\$ million	R\$ per share ¹	Approved in	Record date	Paid in
Dividends	30.0	0.1853	03/28/2018	04/09/2018	05/15/2018
Interest on capital	40.0	0.2471	05/30/2018	06/07/2018	06/27/2018
Dividends	40.0	0.2478	10/31/2018	11/08/2018	11/28/2018
Interest on capital	40.0	0.2478	12/21/2018	01/03/2019	01/15/2019
Already paid	150.0	0.9280	-	-	-
Net Income - Attributable to shareholders	239.5				
Payout ratio	62.63%				

¹ Value per share net of treasury shares - when applicable.

BUYBACK PROGRAM

There was no share buyback in 4Q18. The program that authorized the acquisition of up to 5 million shares, corresponding to 4.02% of total outstanding shares (free float), was closed on 02.01.2019. In total, 488,800 shares were repurchased, at an average price of R\$ 14.48, totaling R\$ 7.1 million.

ACKNOWLEDGMENTS

In 2018, Cia Hering received important awards that reflect the recognition of the market to its performance, among them:

- 500 Greater Southern (*Amanhã* magazine in partnership with PWC)
- Brazil's 60 Most Valuable Brands (Bloomberg)
- Cia. Hering is Corporate Highlight of the Year (ABIT)
- Logistics Efficiency (Infraero)
- Fashion company that most respects the consumer (magazine *Consumidor Moderno* in partnership with Cromas Solutions)
- Companies with the best reputation in Brazil (*Exame* magazine in partnership with MERCOS)
- *Empresas Mais do Estadão* (Estadão in partnership with Austin Rating and FIA)
- The Best Companies in the Country (*Época Negócios* magazine in partnership with *Fundação Dom Cabral*, *Boa Vista* and *Economática*)
- Excellence in Franchising (ABF)

- Hering is recognized in the study 'More Brands of Estadão' (newspaper *O Estado de S. Paulo* in partnership with Troiano Branding)
- The Best and Biggest (Exame)
- Best Franchises in Brazil (*Pequenas Empresas & Grandes Negócios* magazine in partnership with Serasa Experian)
- Top of Mind 2018 (portal El Hombre)
- Veja 50 Years (*Veja* magazine)

EMPLOYEES

Throughout 2018, the Company improved its people management actions, with the implementation of a new organizational model oriented by business units, increasing the response speed to the consumer. The Company strengthened its people planning by mapping successors to all Company's leadership positions, as well as investments in hiring a new time of Young Entrepreneurs - trainees, with the goal of increasing the pipeline of future leaders in the organization. The Company sought to strengthen the organizational culture through actions that reinforce leadership and innovation skills. It also concluded the executive education program developed in partnership with a renowned teaching institution in São Paulo, with the objective of strengthening the strategic performance of its leaders. Continuous development was a career acceleration strategy which impacted more than 50% of in-house utilization in leadership positions. In addition to the Young Entrepreneurs - trainees, the Company fostered the search for young talents with the new internship program and young apprentices. The Company also invested in strengthening its position as an employer brand for professionals in the market, with a 65% growth in its LinkedIn followers, reaching 174,000 at the end of 2018. Cia. Hering ended the year with 6,319 employees.

CAPITAL BUDGET

The Company presents in the table below, the capital budget for the fiscal year of 2019, according to the Normative Instruction 480/09, published by CVM on December 07, 2009.

Capital budget and working capital - 2019	
Investments	R\$ thousand
Industry	17,864
Stores	16,608
Logistics	13,058
IT	3,874
Other	967
Total	52,371

INDEPENDENT AUDITORS

Cia. Hering policy with its independent auditors in relation to services not related to external auditing is based on principles that preserve the independence of the auditors. These principles are based on the fact that the auditor should not assess his/her own work, nor carry out managerial functions or even advocate for its customer. During the period ended on December 31, 2018, the Company's independent auditors were not hired for other services beyond the examination of the financial statements of the period.

OUTLOOK

We started 2019 optimistic about the consumer environment, with gradual improvement in economic indicators and increased levels of consumer confidence. We continue focused on the implementation of the strategic related to the consumer, with improvements in the development of our operations, organizational culture and agility in execution.

The sales growth resumption and the maintenance of a balanced operation are key factors for our results improvement. Our efforts are focused on sustaining SSS and consequent sales growth across all channels. We continue to focus on increasing the consumer desire of our brands, through the maintenance of investments in marketing, focusing on understanding and relationship with the consumer, with the implementation of CRM tool, among other initiatives. Additionally, we will continue to focus on working capital optimization and consequent cash cycle reduction.

We remain committed to an austere management of expenses, solid cash generation and conservative capital structure, based on a distinctive business model, with strong and recognized brands and a solid base of management and leadership.

ORGANIZATIONAL STRUCTURE'S EVOLUTIONS

Continuing our strategy of consolidating the focus on the consumer and acting with more agility and synergy in the management model, we announce evolutions in our organizational model.

Ronaldo Loos, Director of the Multibrand channel, initiates a transition process and he will leave the Company by the end of April, after a cycle of 40 years of significant contributions in the consolidation of our businesses model. The Multibrand channel management will be conducted by a new General Manager, an external hiring that will be starting with us in March.

In the Industrial Managing Area, Edgar de Oliveira will also initiate a transition process until April, concluding a history of 38 years dedicated to develop a differentiated hybrid source of production. This position will be occupied by an internal talent of the Company

In this new model, Thiago Hering will be in charge of the position of Executive Director of Business Managing Area, responsible for the company's business structures, including all brands, store operations, digital transformation and multibrand retail. Romael Soso, director responsible for the brands Hering Kids, PUC and Dzarm and Guilherme Farinelli, director of Digital Transformation, they will both be reporting directly to Thiago Hering.

BALANCE SHEET

R\$ thousand

ASSETS	12/31/2018	12/31/2017	LIABILITIES AND SHAREHOLDER'S EQUITY	12/31/2018	12/31/2017
Current assets	1,189,322	1,019,690	Current liabilities	364,873	286,346
Cash and cash equivalents	320,540	148,821	Borrowings and financing	-	27,293
Trade accounts receivable	459,074	455,326	Trade payables	207,909	127,172
Inventories	320,142	349,535	Payroll and related taxes	42,584	40,315
Recoverable taxes	77,134	51,604	Taxes in Installments	976	959
Derivative financial liabilities	-	545	Taxes and social security contributions payable	20,155	24,279
Other accounts receivable	10,767	12,739	Provisions for contingencies	2,420	2,450
Prepaid expenses	1,665	1,120	Other provisions	32,262	52,962
Noncurrent assets	514,807	518,470	Tax incentive obligations	172	1,554
Long-term receivables	97,783	87,897	Interest on equity and dividends payable	40,726	740
Interest-earning bank deposits	4,830	5,237	Derivative financial liabilities	170	-
Other accounts receivable	17,923	15,913	Other accounts payable	17,499	8,622
Trade accounts receivable	8,782	7,399	Noncurrent liabilities	19,180	18,902
Recoverable taxes	16,271	10,485	Noncurrent liabilities	19,180	18,902
Compulsory loans	-	2,614	Taxes in Installments	1,550	2,505
Deferred income and social contribution taxes	49,977	46,249	Provisions for contingencies	14,309	14,194
Property, plant and equipment	305,695	315,452	Other provisions	104	104
Intangible assets	111,329	115,121	Employee Benefits	2,499	1,387
TOTAL ASSETS	1,704,129	1,538,160	Tax incentive obligations	633	619
			Other accounts payable	85	93
			Shareholder's equity	1,320,076	1,232,912
			Capital	369,618	369,618
			Capital reserve	35,982	30,815
			Treasury shares	(6,372)	-
			Earnings reserve	914,694	825,458
			Valuation adjustments to equity	6,786	7,021
			Other comprehensive income	(632)	-
			TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDER'S EQUITY	1,704,129	1,538,160

INCOME STATEMENT

R\$ Thousand	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Change 2018 / 2017
Revenues	530,256	537,596	-1.4%	1,806,814	1,841,642	-1.9%
Domestic Market	519,394	523,043	-0.7%	1,757,183	1,791,367	-1.9%
Foreign Market	10,862	14,553	-25.4%	49,631	50,275	-1.3%
Sales Deduction	(82,310)	(85,228)	-3.4%	(267,246)	(279,321)	-4.3%
Net Revenue	447,946	452,368	-1.0%	1,539,568	1,562,321	-1.5%
Cost of Goods Sold	(249,729)	(252,670)	-1.2%	(883,580)	(872,273)	1.3%
Gross Profit	198,217	199,698	-0.7%	655,988	690,048	-4.9%
Operating Expenses	(124,820)	(134,816)	-7.4%	(458,029)	(490,300)	-6.6%
Selling Expenses	(101,527)	(87,993)	15.4%	(353,649)	(338,064)	4.6%
Loss due to non-recoverability of assets	(2,853)	(3,633)	-21.5%	(8,524)	(12,361)	-31.0%
Management Remuneration	(2,204)	(2,408)	-8.5%	(8,951)	(9,338)	-4.1%
Administrative and General Expenses	(13,397)	(13,643)	-1.8%	(49,211)	(51,174)	-3.8%
Depreciation and Amortization	(15,474)	(16,621)	-6.9%	(61,598)	(61,189)	0.7%
(-) Allocated to Cost	7,942	7,697	3.2%	31,411	28,505	10.2%
Profit Sharing	-	(10,850)	N.D.	(783)	(25,168)	-96.9%
Other Operating Income (Expenses), net	2,693	(7,365)	N.D.	(6,724)	(21,511)	-68.7%
Operating Income Before Financial Results	73,397	64,882	13.1%	197,959	199,748	-0.9%
Financial income	19,190	21,615	-11.2%	69,329	107,793	-35.7%
Financial expenses	(6,269)	(4,682)	33.9%	(32,125)	(28,684)	12.0%
Total Financial Income (Expenses)	12,921	16,933	-23.7%	37,204	79,109	-53.0%
Operating Income Before Interest in Subsidiaries	86,318	81,815	5.5%	235,163	278,857	-15.7%
Income and Social Contribution Taxes - Current	1,072	(116)	N.D.	1,241	(19,090)	N.D.
Income and Social Contribution Taxes - Deferred	8,106	4,318	87.7%	3,110	4,014	-22.5%
Net Income for the Period	95,496	86,017	11.0%	239,514	263,781	-9.2%
Controlling shareholders	95,496	86,017	11.0%	239,514	263,781	-9.2%
Basic earnings per share - R\$						
Controlling shareholders	0.3328	0.5328	-37.5%	1.4812	1.6372	-9.5%
EBITDA	88,871	81,503	9.0%	259,557	260,937	-0.5%

CASH FLOW

R\$ Thousand	4Q18	4Q17	2018	2017
Cash flow from operating activities				
Net income for the period	95.496	86.017	239.514	263.781
Adjustments to reconcile net income to net cash generated by operating activities:				
Deferred taxes	(8.106)	(4.318)	(3.110)	(4.014)
Unrealized exchange and monetary variation	114	703	2.140	2.994
Depreciation and amortization	15.474	16.621	61.598	61.189
Loss by reduction of recoverable amount from accounts receivable	2.852	3.632	8.524	12.361
Write-off of fixed assets	90	146	1.572	292
Stock option plan	1.227	1.192	5.167	4.730
(Reversal) net of formation of provision for adjustment to the realizable value of inventory	(1.602)	(4.260)	(1.721)	(2.561)
Compulsory loans	-	-	-	(2.614)
(Reversal) net of formation of provisions for contingencies	1.405	2.616	2.870	6.446
Employee Benefits	63	(122)	252	103
Changes in assets and liabilities				
(Increase) in trade accounts receivable	(37.925)	(76.664)	(13.655)	(21.835)
(Increase) decrease in inventories	51.718	69.172	31.114	(38.888)
(Increase) in recoverable taxes	(4.097)	(12.488)	(31.316)	(12.100)
(Increase) decrease in other accounts receivable	(1.540)	(5.905)	2.576	1.583
Increase (decrease) in accounts payable to suppliers	(14.052)	(19.052)	80.737	(44.862)
Increase (decrease) in accounts payable and provisions	(6.723)	(5.319)	(13.136)	24.502
Increase (decrease) in IRPJ e CSLL	1.035	(2.610)	972	11.428
Income tax and social contribution paid	(992)	-	(992)	(11.436)
Increase (decrease) in taxes payable	6.592	12.126	(6.410)	1.420
Interest paid on loans	(2.303)	-	(3.820)	(1.520)
Cash provided by operating activities	98.726	61.487	362.876	250.999
Cash flows from investing activities				
Purchase of property, plant and equipment	(20.465)	(17.577)	(33.341)	(40.197)
Purchase of intangible	(6.295)	(6.589)	(16.280)	(18.651)
Cash used in investing activities	(26.760)	(24.166)	(49.621)	(58.848)
Cash flows from financing activities				
Capital increase	-	-	-	8.925
Interest-earning bank deposits	(60)	(77)	407	(413)
Interest on equity and dividends	(40.047)	(91.934)	(109.986)	(259.870)
Repayments of loans	(25.612)	(503)	(25.612)	(1.916)
Acquisition of treasury shares	-	-	(7.080)	-
Disposal of shares in treasury, by exercise of call option	-	-	735	5.189
Cash used in financing activities	(65.719)	(92.514)	(141.536)	(248.085)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	6.247	(55.193)	171.719	(55.934)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	6.247	(55.193)	171.719	(55.934)
At beginning of period	314.293	204.014	148.821	204.755
At end of period	320.540	148.821	320.540	148.821

Disclaimer: The statements contained in this release relative to the business outlook, operational and financial performance projections and references to the Company's growth potential are mere forecasts based on the management's expectations about its future performance. These forward-looking statements are highly dependent on market performance, on the economic status of Brazil, the industry and on international markets, and may, therefore, change.

CAPITAL MARKETS– 12/31/2018**HGTX3:** R\$ 29.00 per share**Market Cap:** R\$ 4.7 billion**CONFERENCE CALL**

03/01/2019 – 11:00 a.m. (BRT) / 9:00 a.m. (NYC) / 2:00 p.m. (GMT)

In Portuguese - simultaneous translation to English

Brazil: (+55) 11 3193-1001 or (+55) 11 2820-4001**EUA:** (+1) 646 828-8246 or (+1) 646 291-8936**Toll-Free:** (+1) 800 492-3904 or (+1) 800 469-5743**Access code:** Hering**WEBCAST**Conference audio will be broadcast on the internet,
with the slide show available at www.ciahering.com.br/ir**INVESTOR RELATIONS****Fabio Hering**

CEO

Rafael Bossolani

CFO and IRO

Mariana Santo

RI manager

Caroline Luccarini

RI specialist

PRESS RELATIONS**Rosilene Schuldt**rosilene.schuldt@ciahering.com.br

+55 (47) 3321-3619

Ana Claudia Camaraanaclaudia.camara@approach.com.br

+55 (11) 3846-5787 / +55 (11) 96318-2165

www.ciahering.com.br/ir

Tel.: +55 (11) 3371-4867/4805

ri@ciahering.com.br

Cia.Hering



 Hering

Hering  Kids



D Z A R M