

## FATO RELEVANTE

### DESEMPENHO DE VENDAS NO 4º TRIMESTRE E ANO DE 2018

A CIA. HERING (B3: HGTX3), comunica aos seus acionistas e ao mercado em geral informações prévias sobre o desempenho de vendas do quarto trimestre e do ano de 2018.

#### 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

#### PRÉVIA DO DESEMPENHO DE VENDAS 4T18 e ano (dados não auditados)

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 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.

Receita Bruta - R\$ mil	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	12M18	12M17	Var. 12M18 / 12M17
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>530.256</b>	<b>537.596</b>	<b>-1,4%</b>	<b>1.806.814</b>	<b>1.841.642</b>	<b>-1,9%</b>
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%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>519.394</b>	<b>523.043</b>	<b>-0,7%</b>	<b>1.757.183</b>	<b>1.791.367</b>	<b>-1,9%</b>
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 <sup>1</sup>	7.453	10.521	-29,2%	28.968	34.953	-17,1%

  

Venda dos canais - mercado interno	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	12M18	12M17	Var. 12M18 / 12M17
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 <sup>1</sup>	2.100	4.348	-51,7%	7.345	12.446	-41,0%
<b>Total</b>	<b>519.394</b>	<b>523.043</b>	<b>-0,7%</b>	<b>1.757.183</b>	<b>1.791.367</b>	<b>-1,9%</b>

## REDE HERING STORE (dados não auditados)

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 <sup>1</sup>	4T18	4T17	Var. 4T18 / 4T17	2018	2017	Var. 2018/2017
<b>Número de Lojas</b>	<b>579</b>	<b>610</b>	<b>-5,1%</b>	<b>579</b>	<b>610</b>	<b>-5,1%</b>
Franquias	527	553	-4,7%	527	553	-4,7%
Próprias	52	57	-8,8%	52	57	-8,8%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil)</b>	<b>529.697</b>	<b>483.264</b>	<b>9,6%</b>	<b>1.397.044</b>	<b>1.364.861</b>	<b>2,4%</b>
Franquias	430.670	396.089	8,7%	1.396.794	1.133.973	23,2%
Próprias	99.027	87.175	13,6%	249.885	230.888	8,2%
Área de Vendas (m <sup>2</sup> )	77.796	83.003	-6,3%	77.796	83.003	-6,3%
Faturamento (R\$ por m <sup>2</sup> )	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%
<i>Ticket</i> Médio (R\$)	148,14	140,75	5,3%	142,26	135,89	4,7%
<b>Same Store Sales - sem webstore</b>	<b>12,7%</b>	<b>-1,2%</b>	13,9 p.p.	<b>5,1%</b>	<b>-0,9%</b>	6,0 p.p.
<b>Same Store Sales- com webstore</b>	<b>13,0%</b>	<b>-1,4%</b>	14,4 p.p.	<b>5,3%</b>	<b>-0,7%</b>	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.

<sup>1</sup> Considera a venda de itens de segunda linha e sobras.

## REDE DE LOJAS

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 Espaços Hering além da primeira franquia Hering Basic Shop, já mencionada acima.

Quantidade de Lojas	2018	2017
<b>TOTAL</b>	<b>761</b>	<b>799</b>
<b>Brasil</b>	<b>741</b>	<b>779</b>
<b>Hering Store</b>	<b>579</b>	<b>610</b>
Própria*	52	57
Franquia	527	553
<b>Hering Kids</b>	<b>103</b>	<b>104</b>
Própria**	13	13
Franquia	90	91
<b>PUC</b>	<b>46</b>	<b>56</b>
Própria	10	9
Franquia	36	47
<b>DZARM.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Própria	2	2
<b>Espaço Hering</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
<b>Hering Basic Shop</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Própria	0	0
Franquia	1	0
<b>Mercado Internacional - Franquias</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

\* Não considera Espaço Hering (Outlet).

\*\* As lojas híbridas deixaram de ser contabilizadas, no 3T18, como Hering Kids e foram incorporadas à Hering Store.

Blumenau, 15 de janeiro de 2019.

**Rafael Bossolani**  
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Tel.: (11) 3371-4867/4805  
e-mail: [ri@ciahering.com.br](mailto:ri@ciahering.com.br)  
[www.ciahering.com.br](http://www.ciahering.com.br)

## MATERIAL FACT

### 4Q18 AND 2018 SALES PERFORMANCE

CIA. HERING (B3: HGTX3) announces to its shareholders and the general market preview information on the 4Q18 and 2018 sales performance.

#### 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

#### 4Q18 AND 2018 SALES PERFORMANCE PREVIEW (unaudited figures)

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.

Gross Revenues - R\$ thous.	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	12M18	12M17	Change 12M18 / 12M17
<b>Gross Revenue</b>	<b>530,256</b>	<b>537,596</b>	<b>-1.4%</b>	<b>1,806,814</b>	<b>1,841,642</b>	<b>-1.9%</b>
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%
<b>Domestic Market Gross Revenue</b>	<b>519,394</b>	<b>523,043</b>	<b>-0.7%</b>	<b>1,757,183</b>	<b>1,791,367</b>	<b>-1.9%</b>
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 <sup>1</sup>	7,453	10,521	-29.2%	28,968	34,953	-17.1%

  

Channels sale - internal market	4Q18	4Q17	Change 4Q18 / 4Q17	12M18	12M17	Change 12M18 / 12M17
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 <sup>1</sup>	2,100	4,348	-51.7%	7,345	12,446	-41.0%
<b>Total</b>	<b>519,394</b>	<b>523,043</b>	<b>-0.7%</b>	<b>1,757,183</b>	<b>1,791,367</b>	<b>-1.9%</b>

## HERING STORE NETWORK (unaudited data)

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 <sup>1</sup>	4Q18	4Q17	Chg. 4Q18 / 4Q17	2018	2017	Var. 2018/2017
<b>Number of Stores</b>	<b>579</b>	<b>610</b>	<b>-5.1%</b>	<b>579</b>	<b>610</b>	<b>-5.1%</b>
Franchise	527	553	-4.7%	527	553	-4.7%
Owned	52	57	-8.8%	52	57	-8.8%
<b>Sales (R\$ thousand)</b>	<b>529,697</b>	<b>483,264</b>	<b>9.6%</b>	<b>1,397,044</b>	<b>1,364,861</b>	<b>2.4%</b>
Franchise	430,670	396,089	8.7%	1,396,794	1,133,973	23.2%
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%
<b>Same Store Sales - without webstore</b>	<b>12.7%</b>	<b>-1.2%</b>	1390 bp	<b>5.1%</b>	<b>-0.9%</b>	600 bp
<b>Same Store Sales - with webstore</b>	<b>13.0%</b>	<b>-1.4%</b>	1440 bp	<b>5.3%</b>	<b>-0.7%</b>	600 bp

<sup>(1)</sup> The amounts referred to the sales to final customers ('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.

<sup>2</sup> It considers selling of second-line items and leftovers.

# Cia.Hering

## STORE NETWORK

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.

Number of Stores	2018	2017
<b>TOTAL</b>	<b>761</b>	<b>799</b>
<b>Brazil</b>	<b>741</b>	<b>779</b>
<b>Hering Store</b>	<b>579</b>	<b>610</b>
Owned*	52	57
Franchised	527	553
<b>Hering Kids</b>	<b>103</b>	<b>104</b>
Owned**	13	13
Franchised	90	91
<b>PUC</b>	<b>46</b>	<b>56</b>
Owned	10	9
Franchised	36	47
<b>DZARM.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Owned	2	2
<b>Espaço Hering</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
<b>Hering Basic Shop</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Owned	0	0
Franchised	1	0
<b>International Market - Franchises</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

\* Does not consider Espaço Hering.

\*\* Hybrid stores were no longer accounted as Hering Kids in 3Q18 and were incorporated into the Hering Store.

Blumenau, January 15th 2019.

**Rafael Bossolani**

CFO and Investor Relations Officer

Phone: +55 (11) 3371-4867/4805

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

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