

Blumenau, 18 de outubro de 2012. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2012 (3T12). 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 2011 (3T11), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Dados – 28/09/2012

HGTX3: R\$ 45,83 por ação

Valor de Mercado

R\$ 7,5 bilhões

US\$ 3,7 bilhões

Teleconferência – 19/10/2012

Português e Inglês: 11:00 horas (Brasília)

Tel.: (+55 11) 2188 0155 (Brasil)

Tel.: (+1) 646 843 6054 (EUA)

Tel.: (+44) 203 051 6929 (Europa)

O áudio da teleconferência será transmitido ao vivo pela internet, acompanhado da apresentação de slides disponível no website www.ciahering.com.br/ri.

Relações com Investidores

Fabio Hering

Presidente

Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças e de RI

Patrícia Salem

Gerente de RI

Tel.: (11) 3371-4867

ri@hering.com.br



Receita Bruta da Cia. Hering apresenta crescimento de 0,5% no 3T12, com EBITDA de R\$ 74 MM e margem EBITDA de 23,0%

Destaques do período (3T12)

- Receita Bruta total de R\$ 388,4 milhões, representando crescimento de 0,5%;
- Crescimento de +2,1% na marca Hering, +4,1% em Hering Kids, +10,5% em PUC e -3,6% em dzarm.;
- EBITDA de R\$ 74,4 milhões, com perda de 4,7 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 23,0%;
- Lucro Líquido de R\$ 54,6 milhões;
- Crescimento *same store sales* de 1% na rede Hering Store;
- 16 aberturas de novas lojas na rede Hering Store.

A Companhia acredita que o desempenho do 3º trimestre ainda foi reflexo do cenário presente no 2º trimestre, no entanto, já percebeu uma retomada de ordem de compra em todos os canais, o que traz confiança para a perspectiva do 4º trimestre. Reiteramos a meta de abrir 20 lojas Hering Kids e atualizamos a previsão de aberturas na rede Hering Store para 87 novas lojas no ano.

Destaques Consolidados

R\$ Mil	3T11	3T12	Var. 3T12 / 3T11	9M11	9M12	Var. 9M12 / 9M11
Receita Bruta	386.573	388.428	0,5%	1.147.997	1.240.888	8,1%
Mercado Interno	378.352	380.947	0,7%	1.129.845	1.220.988	8,1%
Mercado Externo	8.221	7.481	-9,0%	18.152	19.900	9,6%
Receita Líquida	320.696	323.970	1,0%	945.346	1.033.492	9,3%
Lucro Bruto	154.409	142.184	-7,9%	447.671	467.116	4,3%
Margem Bruta	48,1%	43,9%	-4,3 p.p.	47,4%	45,2%	-2,2 p.p.
Lucro Bruto Caixa^(a)	158.199	146.270	-7,5%	457.902	479.507	4,7%
Margem Bruta Caixa ^(a)	49,3%	45,1%	-4,2 p.p.	48,4%	46,4%	-2,0 p.p.
Lucro Líquido	63.699	54.630	-14,2%	192.061	210.004	9,3%
Margem Líquida	19,9%	16,9%	-3,0 p.p.	20,3%	20,3%	0,0 p.p.
EBITDA^(b)	88.800	74.431	-16,2%	260.656	274.414	5,3%
Margem EBITDA ^(b)	27,7%	23,0%	-4,7 p.p.	27,6%	26,6%	-1,0 p.p.
ROIC^(c)	46,2%	50,1%	4,0 p.p.	46,2%	50,1%	4,0 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 - vide item nr. 8

1) DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	3T11	3T12	Var.		9M11	9M12	Var.	
			3T12 / 3T11				9M12 / 9M11	
Receita Bruta Total	386.573	388.428	0,5%		1.147.997	1.240.888	8,1%	
Mercado Interno	378.352	380.947	0,7%		1.129.845	1.220.988	8,1%	
Mercado Externo	8.221	7.481	-9,0%		18.152	19.900	9,6%	
Receita Bruta Mercado Interno	378.352	380.947	0,7%		1.129.845	1.220.988	8,1%	
Hering	275.039	280.903	2,1%		849.300	910.091	7,2%	
Varejo	120.318	106.243	-11,7%		359.764	378.226	5,1%	
Franquias	111.639	126.937	13,7%		355.059	390.681	10,0%	
Webstore	2.298	3.704	61,2%		6.513	9.300	42,8%	
Lojas Próprias	40.784	44.019	7,9%		127.964	131.884	3,1%	
Hering Kids	31.291	32.577	4,1%		84.689	108.907	28,6%	
Varejo	27.401	26.605	-2,9%		71.486	86.760	21,4%	
Franquias (Hering Store)	2.894	3.636	25,6%		10.281	15.094	46,8%	
Webstore	210	431	105,2%		633	1.155	82,5%	
Lojas Próprias	786	1.905	142,4%		2.289	5.898	157,7%	
PUC	33.343	36.842	10,5%		89.042	103.442	16,2%	
Varejo	23.847	25.564	7,2%		60.828	71.097	16,9%	
Franquias	8.119	9.266	14,1%		24.221	26.326	8,7%	
Webstore	246	498	102,4%		760	1.470	93,4%	
Lojas Próprias	1.131	1.514	33,9%		3.233	4.549	40,7%	
dzarm.	24.085	23.208	-3,6%		72.076	73.470	1,9%	
Varejo	23.547	22.127	-6,0%		70.416	71.051	0,9%	
Franquias	-	-	N.D		-	-	N.D	
Webstore	378	878	132,3%		1.011	1.882	86,2%	
Lojas Próprias	160	203	26,9%		649	537	-17,3%	
Outras	14.594	7.417	-49,2%		34.738	25.078	-27,8%	

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	3T11	3T12	3T11	3T12	3T11	3T12	3T11	3T12	3T11	3T12
Varejo Multimarcas	43,7%	37,8%	87,6%	81,7%	71,5%	69,4%	97,8%	95,3%	55,4%	49,3%
Lojas Próprias e Franquias	55,4%	60,9%	11,8%	17,0%	27,7%	29,3%	0,7%	0,9%	43,7%	49,2%
WebStores	0,8%	1,3%	0,7%	1,3%	0,7%	1,4%	1,6%	3,8%	0,8%	1,4%

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 388,4 milhões no 3T12 com crescimento de 0,5%, ainda reflexo de um cenário desafiador presente desde o trimestre passado e dificuldades enfrentadas na migração para novo centro de distribuição. O canal de franquias cresceu 13,3% enquanto o canal de varejo multimarcas caiu 10,4%.

A inauguração do novo CD em Goiás em setembro trouxe algumas dificuldades de atendimento de ordens do 3º trimestre no início da operação, sendo transferidas para o 4º trimestre. Como privilegiamos o canal de franquias, causou maior discrepância na performance do canal varejo multimarcas. Este efeito se verificou em todas as marcas, dificultando a análise da performance individual de cada uma no canal multimarca.

Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering apresentaram crescimento de 2,1%, o que reflete um comportamento ainda conservador nas ordens colocadas em função do ambiente desafiador e do problema enfrentado na mudança para novo CD. No conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), a Companhia comercializou as coleções de meia estação e verão, principalmente. O mês de julho foi marcado por descontos significativos tanto no *sell in* quanto *sell out*, no intuito de desovar os estoques restantes dos meses anteriores. Na rede de lojas, isso se deu através do evento promocional Rapa, que foi seguido do evento de Dia dos Pais e campanha com pólos e camisas na categoria masculina, e a campanha que reforça os básicos na categoria feminina com os produtos "sarja colors". No *sell out* o *same stores sales* ficou em 1%, o que, embora ainda fraco, indica melhora em relação ao 2T12 devido a menor relevância dos efeitos climáticos e de assertividade da coleção.

No 3T12, a Companhia explorou a marca através de ação de mídia na TV com o slogan “Básicos nada Básicos”, sendo veiculado em horário nobre nas principais capitais.

Marca Hering Kids

Ainda sob o impacto da nova estratégia da Companhia para o mercado infantil adotada a partir do 4T10, as vendas brutas da Hering Kids apresentaram um dos melhores crescimentos dentre as marcas no 3T12 (+4,1%).

A marca também contou com ampla liquidação da coleção de outono/inverno no mês de julho nas lojas. Em setembro, foi inaugurada a primeira franquia no formato individual Hering Kids, dando início ao processo de implementação de uma rede neste modelo. A Companhia reitera sua intenção de abrir 20 lojas Hering Kids no ano, com aberturas concentradas no 4º trimestre de 2012.

Marca PUC

No 3T12, as vendas brutas da PUC apresentaram o maior crescimento entre todas as marcas (+10,5%). Este desempenho é resultado da combinação de ajustes que vêm sendo implementados na rede de lojas desde o reposicionamento da marca no final de 2010 e de esforços na construção das coleções.

O mês de julho foi caracterizado por evento promocional das coleções de outono/inverno, seguido de campanha para o Dia dos Pais com pijama que brilha no escuro, produto desenvolvido tanto para as crianças quanto para os pais.

Marca dzarm.

As vendas brutas da dzarm. apresentaram queda de 3,6% no 3T12. Assim como a marca Hering, dzarm. foi prejudicada por um ambiente de mercado mais desafiador e migração para novo centro de distribuição, o que afetou nossas vendas para o canal multimarcas.

O destaque no trimestre foi a linha de produtos desenvolvidos para a “balada”.

Webstore

A operação de *e-commerce* da Cia. Hering engloba as quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.) e, assim como em trimestres recentes, apresentou o crescimento mais expressivo dentre todos os canais de distribuição da Companhia (+76,0%).

O recente lançamento da nova webstore, que envolveu investimentos em nova plataforma de TI, logística e CD exclusivo às vendas online, já passou pelo período de ajustes técnicos e a operação voltou a ter uma boa performance.

Mercado Internacional

As vendas brutas ao mercado externo apresentaram queda de 9,0% no 3T12, representando 1,9% do faturamento total da Companhia, essencialmente devido ao desempenho mais fraco de vendas para multimarcas internacionais.

Foi inaugurada no período nova loja no Paraguai no Shopping Pinhedo, em Assunção. Adicionalmente, foi replicado o trabalho em mídias sociais realizado no início do ano no Chile para o Paraguai e Uruguai.

Apesar dos obstáculos existentes no modelo de exportação a partir do Brasil, a Companhia continua buscando maneiras de explorar o potencial de suas marcas na América do Sul.

2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

No período entre o 3T11 e o 3T12, a rede Hering Store aumentou em 88 lojas. Foram inauguradas no 3T12 16 lojas Hering Store no Brasil, sendo 1 própria e 15 franquias, além de 1 PUC e a 1ª franquia de Hering

Kids. A Companhia segue com 98% da rede Hering Store dentro do novo projeto arquitetônico, restando apenas 11 reformas a serem feitas, e permanece confiante em seu plano de expansão, com diversas lojas em projeto com abertura esperada para o 4T12.

Quantidade de Lojas	3T11	2T12	3T12
Hering - Própria	45	48	49
Hering - Franquia	347	416	431
Hering Store	392	464	480
PUC - Própria	6	7	7
PUC - Franquia	70	69	70
PUC	76	76	77
Hering Kids - Própria	4	5	5
Hering Kids - Franquia	0	0	1
Hering Kids	4	5	6
dzarm. - Própria	1	1	1
dzarm.	1	1	1
Brasil	473	546	564
Total Mercado Internacional	16	16	17
TOTAL	489	562	581

Com relação ao canal varejo multimarcas, ao final do 3T12, a Cia. Hering contava com 16.963 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.334 somente da marca Hering.

3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 17,8% no 3T12, em decorrência da expansão da rede em 88 lojas desde o 3T11. As vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*) apresentaram aumento de 1,0%.

O desempenho de vendas da rede no 3T12 apresentou melhorias em relação ao 2T12 principalmente pela menor relevância das variações climáticas, embora ainda impactado negativamente pelo ambiente macroeconômico e menor assertividade na composição dos itens em algumas categorias de produto. A performance fraca de *same store sales* do 2T12 resultou em promoções mais intensas no evento Rapa no mês de julho para liquidar os produtos restantes da coleção outono/inverno na rede.

O projeto de reforma de lojas está próximo de ser concluído: foram reformadas 19 lojas entre o 3T11 e o 3T12, o que corresponde a 469 lojas dentro do novo projeto arquitetônico, restando apenas 11 lojas a serem reformuladas, casos estes específicos, tais como pontos a serem realocados ou lojas com previsão de expansão de área.

O cartão de crédito Hering Store, administrado pela Financeira Losango (pertencente ao Banco HSBC), finalizou o 3T12 com uma base de 531,0 mil cartões ativos.

	3T11	3T12	Var.	9M11	9M12	Var.
Número de Lojas	392	480	22,4%	392	480	22,4%
Franquias	347	431	24,2%	347	431	24,2%
Próprias	45	49	8,9%	45	49	8,9%
Faturamento da Rede (R\$ mil) ⁽¹⁾	257.321	303.015	17,8%	773.276	897.512	16,1%
Franquias (R\$ mil)	216.537	258.997	19,6%	645.312	765.628	18,6%
Próprias (R\$ mil)	40.784	44.019	7,9%	127.964	131.884	3,1%
Crescimento Same Store Sales ⁽²⁾	9,0%	1,0%	-8,0 p.p	15,6%	-0,2%	-15,8 p.p
Área de Vendas (m ²)	51.812	65.205	25,8%	51.812	65.205	25,8%
Faturamento (R\$ por m ²)	5.091	4.716	-7,4%	16.161	14.663	-9,3%
Atendimentos	2.626.868	3.113.672	18,5%	7.873.189	8.982.807	14,1%
Peças	5.610.529	6.814.849	21,5%	16.747.701	19.400.205	15,8%
Peças por Atendimento	2,14	2,19	2,5%	2,13	2,16	1,5%
Preço Médio (R\$)	45,86	44,46	-3,1%	46,17	46,26	0,2%
Ticket Médio (R\$)	97,96	97,32	-0,7%	98,22	99,91	1,7%

⁽¹⁾ Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito sell out).

⁽²⁾ Comparado a igual período do ano anterior.

4) PROCESSO PRODUTIVO

Com a adoção de um modelo de produção híbrido, que combina produção própria, terceirizada e *outsourcing* (compra de produto acabado), a Cia. Hering conseguiu atender, com flexibilidade e velocidade, ao aumento de volume registrado no trimestre.

A compra de produtos acabados cresceu 2,7 p.p. no 3T12, representando 17,9% do total de peças vendidas no período. A Cia. Hering vem reduzindo níveis de importação devido à dificuldade em trabalhar com o maior *lead time* para algumas categorias de produto, bem como ao maior nível de câmbio, o que se reflete na manutenção da participação dos importados no processo produtivo no 3T12.

Inauguramos em setembro novo centro de distribuição em Anápolis, Goiás, a cerca de 1 km de nossa produção em DAIA (Distrito Agroindustrial de Anápolis). O CD, construído no modelo *built to suit*, possui estrutura mais moderna e maior capacidade de atendimento em relação ao CD anterior, contando com 17.000 m² em galpão com pé direito de 12 metros de altura, 21 docas (5 de entrada e 16 de saída), instalado em terreno com área de 68.000 m², havendo capacidade para posterior ampliação.

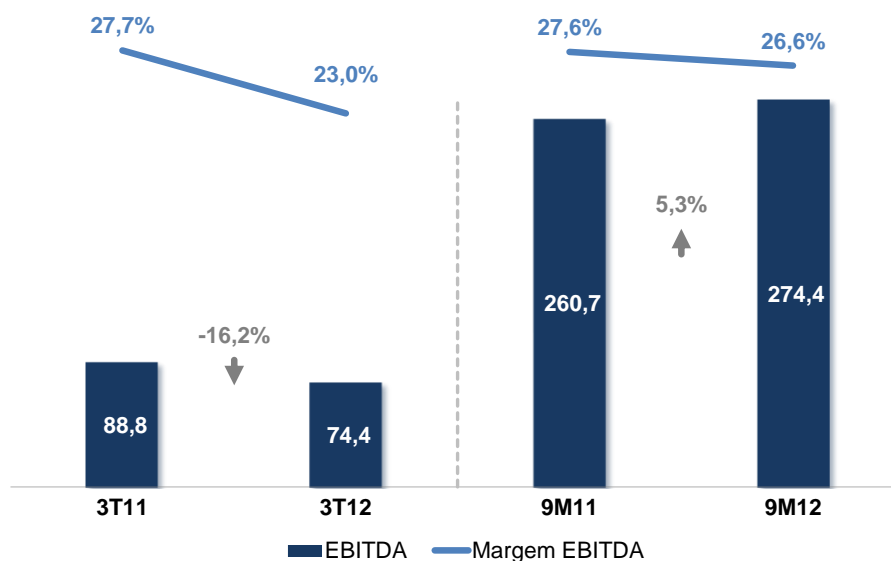
Processo Produtivo*	3T11	3T12	Var.	9M11	9M12	Var.
Produção	84,9%	82,1%	-2,7 p.p.	83,1%	79,9%	-3,2 p.p.
Interna	45,3%	41,9%	-3,4 p.p.	41,0%	40,4%	-0,6 p.p.
Terceirização	39,6%	40,3%	0,7 p.p.	42,1%	39,5%	-2,6 p.p.
Outsourcing	15,1%	17,9%	2,7 p.p.	16,9%	20,1%	3,2 p.p.
Mercado Interno	1,8%	4,7%	2,8 p.p.	2,7%	4,1%	1,4 p.p.
Importação	13,3%	13,2%	-0,1 p.p.	14,2%	16,0%	1,8 p.p.

* Refere-se a volume de peças vendidas.

5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	3T11	Part. (%)	3T12	Part. (%)	9M11	Part. (%)	9M12	Part. (%)
Receita Bruta de Vendas	386.573	120,5%	388.428	119,9%	1.147.997	121,4%	1.240.888	120,1%
Deduções de Venda	(65.877)	-20,5%	(64.458)	-19,9%	(202.651)	-21,4%	(207.396)	-20,1%
Deduções de Venda Impostos	(82.432)	-25,7%	(82.608)	-25,5%	(244.459)	-25,9%	(263.171)	-25,5%
Ajuste a Valor Presente	(8.631)	-2,7%	(7.508)	-2,3%	(25.588)	-2,7%	(24.826)	-2,4%
Deduções de Venda Incentivos	25.186	7,9%	25.658	7,9%	67.396	7,1%	80.601	7,8%
Receita Líquida de Vendas	320.696	100,0%	323.970	100,0%	945.346	100,0%	1.033.492	100,0%
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(162.497)	-50,7%	(177.700)	-54,9%	(487.444)	-51,6%	(553.985)	-53,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(167.834)	-52,3%	(184.187)	-56,9%	(502.326)	-53,1%	(573.195)	-55,5%
Ajuste a Valor Presente	2.830	0,9%	3.367	1,0%	7.813	0,8%	9.543	0,9%
Subvenção para Custeio	2.507	0,8%	3.120	1,0%	7.069	0,7%	9.667	0,9%
Lucro Bruto Caixa	158.199	49,3%	146.270	45,1%	457.902	48,4%	479.507	46,4%
Depreciação e Amortização	(3.790)	-1,2%	(4.086)	-1,3%	(10.231)	-1,1%	(12.391)	-1,2%
Lucro Bruto	154.409	48,1%	142.184	43,9%	447.671	47,4%	467.116	45,2%
Despesas Operacionais	(73.322)	-22,9%	(76.210)	-23,5%	(208.572)	-22,1%	(217.948)	-21,1%
Vendas	(52.889)	-16,5%	(59.865)	-18,5%	(150.305)	-15,9%	(169.868)	-16,4%
Empresa	(38.661)	-12,1%	(43.905)	-13,6%	(109.013)	-11,5%	(122.559)	-11,9%
Fixa	(16.848)	-5,3%	(24.880)	-7,7%	(46.464)	-4,9%	(57.449)	-5,6%
Variável	(21.813)	-6,8%	(19.025)	-5,9%	(62.549)	-6,6%	(65.110)	-6,3%
Lojas	(14.228)	-4,4%	(15.960)	-4,9%	(41.292)	-4,4%	(47.309)	-4,6%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(9.517)	-3,0%	(11.624)	-3,6%	(26.067)	-2,8%	(32.134)	-3,1%
Depreciação e Amortização	(3.923)	-1,2%	(4.371)	-1,3%	(11.326)	-1,2%	(12.855)	-1,2%
Participação nos Resultados	(6.087)	-1,9%	(573)	-0,2%	(20.724)	-2,2%	(3.691)	-0,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(906)	-0,3%	223	0,1%	(150)	0,0%	600	0,1%
Lucro Antes das Financeiras	81.087	25,3%	65.974	20,4%	239.099	25,3%	249.168	24,1%
Receitas financeiras	15.438	4,8%	15.186	4,7%	44.470	4,7%	51.739	5,0%
Despesas financeiras	(9.548)	-3,0%	(7.104)	-2,2%	(24.967)	-2,6%	(22.127)	-2,1%
Total resultado financeiro	5.890	1,8%	8.082	2,5%	19.503	2,1%	29.612	2,9%
Lucro Operacional	86.977	27,1%	74.056	22,9%	258.602	27,4%	278.780	27,0%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(23.187)	-7,2%	(18.022)	-5,6%	(65.026)	-6,9%	(62.571)	-6,1%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(91)	0,0%	(1.404)	-0,4%	(1.515)	-0,2%	(6.205)	-0,6%
Lucro Líquido	63.699	19,9%	54.630	16,9%	192.061	20,3%	210.004	20,3%
Atribuível aos acionistas da Companhia	63.699	19,9%	54.630	16,9%	192.061	20,3%	210.004	20,3%
EBITDA	88.800	27,7%	74.431	23,0%	260.656	27,6%	274.414	26,6%

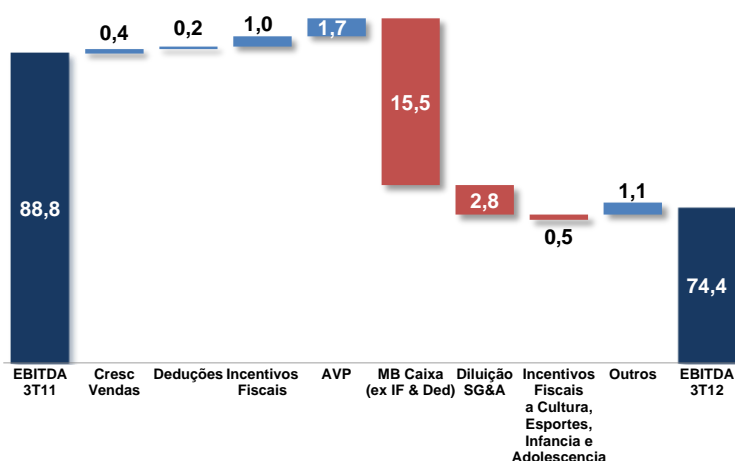
EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)



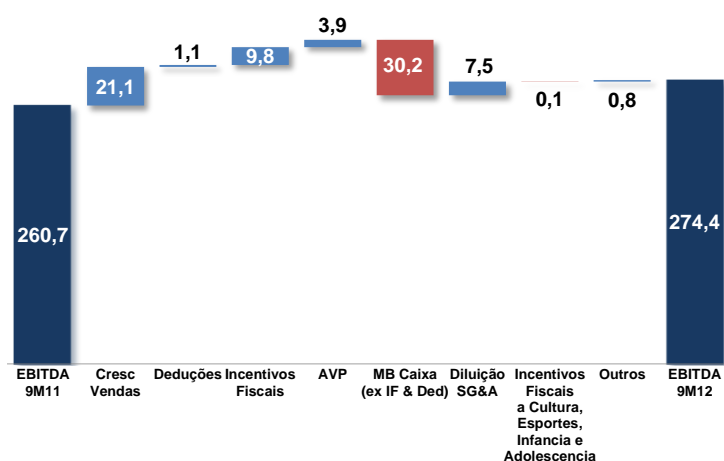
O EBITDA apresentou queda de 16,2% no 3T12, com contração de margem de 4,7 p.p. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 0,5% na **receita bruta de vendas**, em função de ambiente desafiador e atraso nas entregas durante a migração para novo CD em Goiás.
- Queda de 4,2 p.p. na margem bruta caixa em função de maior atividade promocional, principalmente no mês de julho, campanhas específicas com descontos, e desempenho de vendas aquém do esperado.
- Crescimento de despesas operacionais em 3,9%, havendo três efeitos relevantes: gasto pontual em marketing associado à campanha de televisão, baixo provisionamento de participação de resultados devido ao menor atingimento dos indicadores de resultado da Companhia, e efeito não recorrente de aproximadamente R\$ 1,4 milhão nas despesas gerais e administrativas por conta de projetos de consultoria.

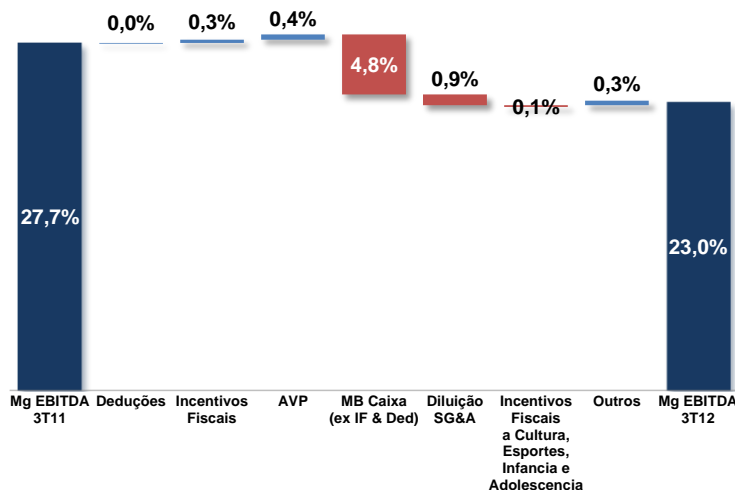
EBITDA - Variação 3T12 (R\$ milhões)



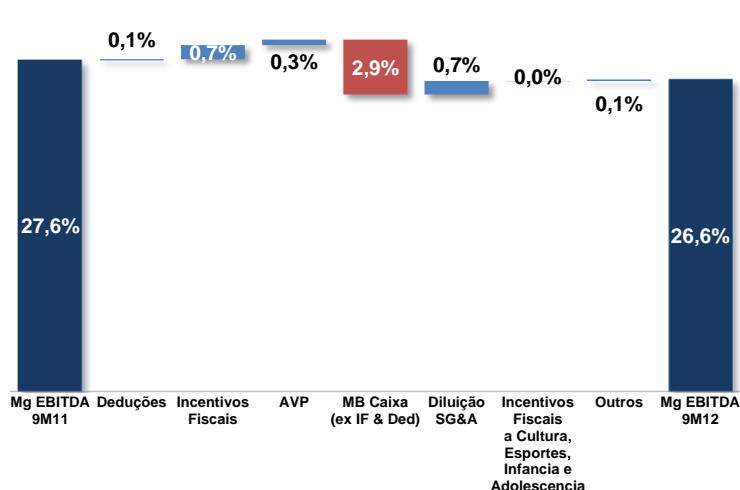
EBITDA - Variação 9M12 (R\$ milhões)



Margem EBITDA - Variação 3T12



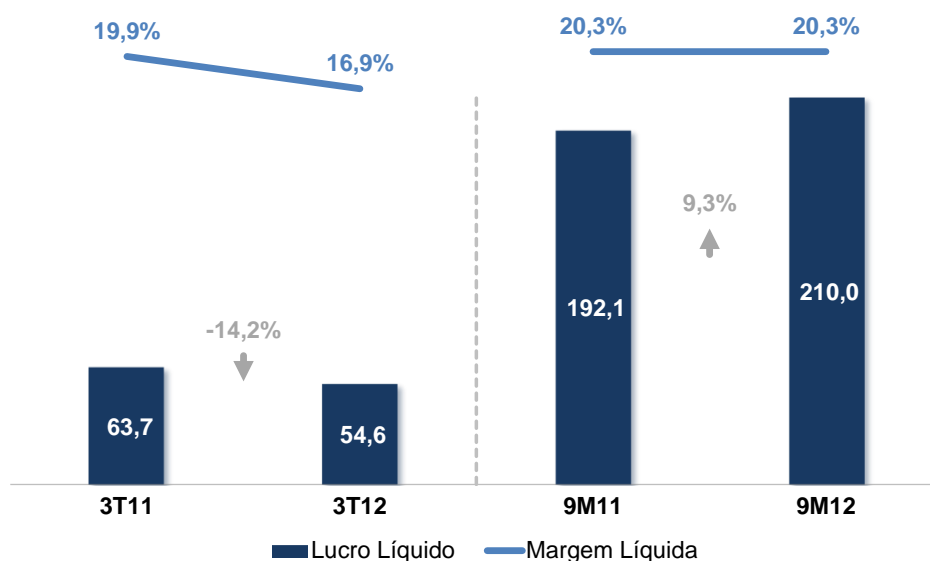
Margem EBITDA - Variação 9M12



Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	3T11	3T12	Var.	9M11	9M12	Var.
Lucro Líquido	63.699	54.630	-14,2%	192.061	210.004	9,3%
(+) IR e CSLL	23.278	19.426	-16,5%	66.541	68.776	3,4%
(-) Receita Financeira Líquida	(5.890)	(8.082)	37,2%	(19.503)	(29.612)	51,8%
(+) Depreciações e Amortizações	7.713	8.457	9,6%	21.557	25.246	17,1%
(=) EBITDA	88.800	74.431	-16,2%	260.656	274.414	5,3%
Margem EBITDA	27,7%	23,0%	-4,7 p.p.	27,6%	26,6%	-1,0 p.p.

Lucro Líquido (R\$ milhões) e Margem Líquida (%)



O lucro líquido da Cia. Hering apresentou queda de 14,2% no 3T12, com contração de 3,0 p.p na margem líquida. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Resultado operacional mais fraco com queda tanto de EBITDA quanto de margem EBITDA.
- Por outro lado, maior receita financeira líquida no 3T12 compensou parte da queda na margem operacional. Isso se deve ao maior nível de despesa financeira no 3T11 em variação cambial, período no qual a cotação do dólar subiu 19%.

6) GERAÇÃO DE CAIXA

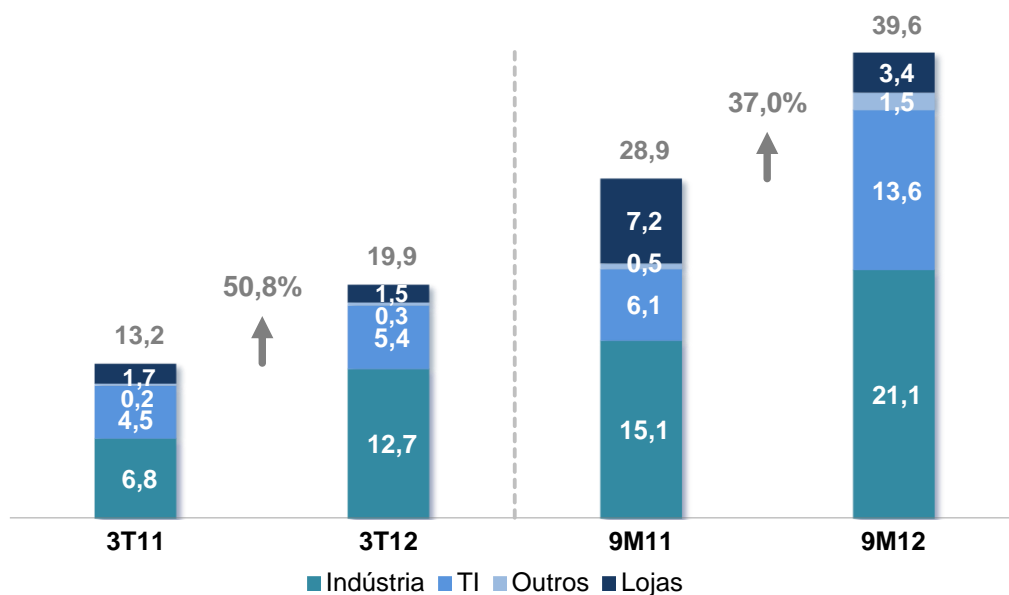
No 3T12, a Cia. Hering registrou um incremento de R\$ 31,1 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 3T11. Esse resultado é consequência de menor investimento no capital de giro, associado ao menor nível de crescimento e reduções de estoque de produto acabado em relação ao ano anterior.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	3T11	3T12	Var.	9M11	9M12	Var.
EBITDA	88.800	74.431	(14.369)	260.656	274.414	13.758
Itens Não caixa	603	815	212	1.642	2.556	914
IR&CS Corrente	(23.187)	(18.022)	5.165	(65.026)	(62.571)	2.455
Investimento em Capital de Giro	2.010	48.779	46.769	(37.308)	51.936	89.244
Redução em contas a receber de clientes	34.599	33.835	(764)	5.002	39.101	34.099
Redução (aumento) nos estoques	(26.047)	(10.459)	15.588	(32.712)	3.158	35.870
Aumento (redução) em fornecedores	(1.675)	20.610	22.285	(11.030)	24.503	35.533
Aumento (redução) em obrigações tributárias	4.466	(1.748)	(6.214)	16.027	(16.647)	(32.674)
Outros	(9.333)	6.541	15.874	(14.595)	1.821	16.416
CapEx	(13.224)	(19.875)	(6.651)	(28.895)	(39.596)	(10.701)
Geração de Caixa Livre	55.002	86.128	31.126	131.069	226.739	95.670

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	3T11	3T12	Var.	9M11	9M12	Var.
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	74.217	113.636	39.419	179.712	296.130	116.418
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	(5.991)	(7.633)	(1.642)	(19.748)	(29.795)	(10.047)
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.164)	(151)	1.013	(3.713)	(2.263)	1.450
Resultado Financeiro	(5.890)	(8.082)	(2.192)	(19.503)	(29.612)	(10.109)
Juros pagos por empréstimos	1.063	600	(463)	3.468	2.080	(1.388)
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento	(13.224)	(19.875)	(6.651)	(28.895)	(39.596)	(10.701)
Geração de Caixa Livre	55.002	86.128	31.126	131.069	226.739	95.670

7) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 19,9 milhões no 3T12, sendo a maior parte destinada à área industrial (R\$ 12,7 milhões) e à infraestrutura de TI (R\$ 5,4 milhões) por conta do processo de extensão do SAP para outras atividades.



8) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 3T12, o ROIC da Cia. Hering foi de 50,1%, uma expansão significativa em relação ao 3T11 de + 4,0 p.p.

Esse desempenho é resultado da adoção de um modelo de negócios que combina alta alavancagem operacional com baixa necessidade de investimentos em ativos fixos.

Resultado Operacional	3T11	3T12	Var. 2012/2011
EBITDA	363.552	408.222	12,3%
(-) Depreciação e Amortização	(28.466)	(33.035)	16,1%
(+) Amortização - Fundo do Comércio ¹	4.961	5.805	17,0%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente ²	23.041	31.295	35,8%
(-) IR&CS - Aliquota Vigente (34%) ³	(121.979)	(141.097)	15,7%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP ³	8.210	12.704	54,7%
Resultado Operacional	249.319	283.893	13,9%
Ativo Permanente	252.240	271.500	7,6%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio ¹	10.671	16.135	51,2%
Capital de Giro	276.883	278.570	0,6%
Capital Investido Médio*	539.794	566.205	4,9%
ROIC	46,2%	50,1%	4,0 p.p.

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

(*) Média dos últimos 4 trimestres

9) ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 3T12 com um caixa líquido de R\$ 301,0 milhões, e a dívida da Companhia sofreu uma redução de R\$ 2,1 milhões.

Endividamento - R\$ mil	2T11	Part. (%)	3T11	Part. (%)	2T12	Part. (%)	3T12	Part. (%)
Curto Prazo	(26.323)	59%	(25.796)	62%	(27.420)	98%	(25.474)	99%
Longo Prazo	(18.086)	41%	(15.750)	38%	(455)	2%	(303)	1%
Total da Dívida	(44.409)	100%	(41.546)	100%	(27.875)	100%	(25.777)	100%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	130.881		188.903		235.137		326.814	
(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido	86.472		147.357		207.262		301.037	

10) PERSPECTIVAS

O ano de 2012 tem se mostrado bastante desafiador. Nosso desempenho foi prejudicado por uma série de fatores, tanto de mercado quanto internos, que nos levaram a um desempenho abaixo do esperado em termos de vendas e resultados ao longo dos últimos trimestres. Entretanto, acreditamos que com as ações tomadas pela administração aliadas a sinais de melhora no ambiente macroeconômico, o desempenho de vendas de nossas marcas tende a se normalizar. Esse cenário tem sido corroborado pelo resultado do *showroom* de alto verão - principal coleção do ano - e pelo recente aumento de demanda tanto pela rede de franquias quanto pelo varejo multimarcas. Dessa forma, seguimos confiantes na capacidade de crescimento de nossas marcas e no potencial de geração de valor através do nosso modelo de negócios.

A Companhia seguirá explorando o potencial de suas quatro marcas, principalmente na marca Hering que ainda demonstra alto potencial de crescimento, embora não nos mesmos níveis apresentados nos últimos anos. Na rede Hering Store, ainda vemos significativo potencial de expansão e, em função do cronograma avançado de aberturas e do contínuo interesse de nossos franqueados em abrir novas lojas, estamos atualizando o *guidance* de inaugurações neste ano para 87 lojas, a fim de atingir 519 lojas ao final de 2012. Continuaremos explorando oportunidades de crescimento no conceito mesmas lojas por meio da melhora da oferta do *mix* de produtos, ações de *visual merchandising* e aumento do fluxo de clientes nas lojas. No varejo multimarcas, ainda vemos espaço para ganhar *market share* nos clientes atuais via qualificação da distribuição.

No mercado infantil, iniciamos a implementação da rede de lojas Hering Kids com a inauguração da 1ª franquia no 3T12 e seguiremos com a estratégia de expansão, mantendo a previsão de abertura de 20 lojas nesse ano, estando todas dentro do cronograma. A rede de lojas PUC já tem apresentado melhorias na sua performance com base no reposicionamento da marca feito em 2010, e daremos continuidade aos ajustes resultantes disso, com mais lojas a serem descontinuadas ou realocadas. Em ambas as marcas, seguiremos em busca do aumento de participação no canal varejo multimarcas.

Na dzarm., em combinação à continuidade da estratégia atual, investiremos na marca através de ações de marketing e da abertura de mais lojas *flagship*.

No varejo online, uma vez que os investimentos e eventuais ajustes necessários em infraestrutura de tecnologia e logística já tenham sido concretizados, esperamos capturar o alto potencial de crescimento desse canal.

Independente dos desafios de curto prazo, a Cia. Hering continuará apostando no seu potencial de crescimento orgânico, explorando o potencial de nossas marcas combinado com um modelo de negócios que gera alto retorno sobre o capital investido. Esta combinação tem permitido à Empresa registrar um crescimento sustentado, com incremento de margem e rentabilidade, enquanto nos mantemos atentos a outras oportunidades de crescimento que venham a surgir.

Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	30/09/12	31/12/11	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/09/12	31/12/11
Circulante	882.623	801.256	Circulante	307.247	281.442
Caixa e equivalente de caixa	325.815	199.849	Empréstimos e financiamentos	25.474	11.800
Contas a receber de clientes	322.766	361.867	Fornecedores	149.061	124.558
Estoques	218.348	221.506	Salários e encargos sociais	41.291	27.851
Impostos a recuperar	11.982	13.778	Parcelamentos tributários e previdenciários	8.689	8.223
Outras contas a receber	2.475	3.607	Obrigações tributárias	48.945	61.223
Despesas antecipadas	1.237	649	Provisões para contingências e outras provisões	17.962	35.969
Não Circulante	307.729	301.649	Incentivos fiscais	7.171	4.678
Realizável a longo prazo	26.211	33.673	Dividendos a pagar	399	421
Aplicações financeiras	999	937	Outras contas a pagar	8.255	6.719
Títulos e contas a receber	7.271	7.948	Não Circulante	81.698	110.652
Impostos a recuperar	8.034	8.676	Exigível a longo prazo	81.698	110.652
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9.907	16.112	Empréstimos e financiamentos	303	23.122
Imobilizado	246.579	238.638	Parcelamentos tributários e previdenciários	15.499	21.725
Intangível	34.939	29.338	Provisões para contingências e outras provisões	9.673	9.486
TOTAL DO ATIVO	1.190.352	1.102.905	Benefícios a empregados	14.194	13.155
			Incentivos fiscais	41.657	42.759
			Outras contas a pagar	372	405
			Patrimônio Líquido	801.407	710.811
			Capital social	235.974	229.879
			Reserva de capital	5.659	3.911
			Reserva de lucros	362.359	362.359
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.236	8.432
			Lucros acumulados	189.179	-
			Dividendos adicionais propostos	-	106.230
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.190.352	1.102.905

Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	3T11	3T12	Var. 3T12 / 3T11	9M11	9M12	Var. 9M12 / 9M11
Receita Bruta de Vendas	386.573	388.428	0,5%	1.147.997	1.240.888	8,1%
Deduções de Venda	(65.877)	(64.458)	-2,2%	(202.651)	(207.396)	2,3%
Deduções de Venda Impostos	(82.432)	(82.608)	0,2%	(244.459)	(263.171)	7,7%
Ajuste a Valor Presente	(8.631)	(7.508)	-13,0%	(25.588)	(24.826)	-3,0%
Deduções de Venda Incentivos	25.186	25.658	1,9%	67.396	80.601	19,6%
Receita Líquida de Vendas	320.696	323.970	1,0%	945.346	1.033.492	9,3%
Total Custo dos Produtos Vendidos	(166.287)	(181.786)	9,3%	(497.675)	(566.376)	13,8%
Custo dos Produtos Vendidos	(167.834)	(184.187)	9,7%	(502.326)	(573.195)	14,1%
Ajuste a Valor Presente	2.830	3.367	19,0%	7.813	9.543	22,1%
Depreciação e Amortização	(3.790)	(4.086)	7,8%	(10.231)	(12.391)	21,1%
Subvenção para Custeio	2.507	3.120	24,5%	7.069	9.667	36,8%
Lucro Bruto	154.409	142.184	-7,9%	447.671	467.116	4,3%
Despesas Operacionais	(73.322)	(76.210)	3,9%	(208.572)	(217.948)	4,5%
Vendas	(52.889)	(59.865)	13,2%	(150.305)	(169.868)	13,0%
Empresa	(38.661)	(43.905)	13,6%	(109.013)	(122.559)	12,4%
Fixa	(16.848)	(24.880)	47,7%	(46.464)	(57.449)	23,6%
Variável	(21.813)	(19.025)	-12,8%	(62.549)	(65.110)	4,1%
Lojas	(14.228)	(15.960)	12,2%	(41.292)	(47.309)	14,6%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(9.517)	(11.624)	22,1%	(26.067)	(32.134)	23,3%
Depreciação e Amortização	(3.923)	(4.371)	11,4%	(11.326)	(12.855)	13,5%
Participação nos Resultados	(6.087)	(573)	-90,6%	(20.724)	(3.691)	-82,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(906)	223	N.D	(150)	600	N.D
Lucro Antes das Financeiras	81.087	65.974	-18,6%	239.099	249.168	4,2%
Receitas financeiras	15.438	15.186	-1,6%	44.470	51.739	16,3%
Despesas financeiras	(9.548)	(7.104)	-25,6%	(24.967)	(22.127)	-11,4%
Total resultado financeiro	5.890	8.082	37,2%	19.503	29.612	51,8%
Lucro Operacional	86.977	74.056	-14,9%	258.602	278.780	7,8%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(23.187)	(18.022)	-22,3%	(65.026)	(62.571)	-3,8%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(91)	(1.404)	1442,9%	(1.515)	(6.205)	309,6%
Lucro Líquido	63.699	54.630	-14,2%	192.061	210.004	9,3%
Atribuível aos acionistas da Companhia	63.699	54.630	-14,2%	192.061	210.004	9,3%
EBITDA	88.800	74.431	-16,2%	260.656	274.414	5,3%

Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	3T11	3T12	9M11	9M12
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	63.699	54.630	192.061	210.004
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	91	1.404	1.515	6.205
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.164	151	3.713	2.263
Depreciação e amortização	7.713	8.457	21.557	25.246
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	1.548	(171)	4.464	403
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	100	4	325	808
Plano de opção de compra de ações	503	653	1.317	1.748
Variações nos ativos e passivos				
Redução em contas a receber de clientes	33.051	34.006	538	38.698
(Aumento) redução nos estoques	(26.047)	(10.459)	(32.712)	3.158
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(6.073)	(2.793)	(10.003)	2.438
(Aumento) redução em outros ativos	(5.907)	4.151	(241)	1.221
Aumento (redução) em fornecedores	(1.675)	20.610	(11.030)	24.503
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	2.647	5.341	(4.351)	(1.838)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	4.466	(1.748)	16.027	(16.647)
Juros pagos por empréstimos	(1.063)	(600)	(3.468)	(2.080)
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	74.217	113.636	179.712	296.130
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de ativo imobilizado	(8.854)	(15.551)	(21.192)	(27.340)
Aquisições de ativo intangível	(4.370)	(4.324)	(7.703)	(12.256)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(13.224)	(19.875)	(28.895)	(39.596)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento de capital	-	-	3.586	6.095
Aplicações financeiras	(27)	(19)	344	(62)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(7)	(8)	(68.703)	(127.273)
Empréstimos tomados	-	-	1.419	9.428
Pagamento de empréstimos	(2.964)	(2.076)	(14.022)	(18.756)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(2.998)	(2.103)	(77.376)	(130.568)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa				
	57.995	91.658	73.441	125.966
No início do exercício	129.995	234.157	114.549	199.849
No fim do exercício	187.990	325.815	187.990	325.815
	57.995	91.658	73.441	125.966

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.