



Blumenau, 19 de julho de 2012. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2012 (2T12). 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 (2T11), exceto quando estiver indicado de outra forma.

## Dados – 30/06/2012

HGTX3: R\$ 38,10 por ação

## Valor de Mercado

R\$ 6,3 bilhões

US\$ 3,1 bilhões

## Teleconferência – 20/07/2012

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](http://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 8,9% no 2T12, com EBITDA de R\$ 110 MM e margem EBITDA de 28,7%**

## Destques do período (2T12)

- Receita Bruta total de R\$ 460,7 milhões, representando crescimento de 8,9%;
- Destaque para o desempenho de vendas de Hering Kids e de PUC: +52,7% e 20,8%, respectivamente e desaceleração nas marcas Hering e dzarm., para +4,7% e 3,9%, respectivamente;
- EBITDA de R\$ 110,0 milhões (+12,8%), com incremento de 0,6 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 28,7%;
- Lucro Líquido de R\$ 85,2 milhões (+10,1%);
- Crescimento *same store sales* de -3,9% na rede Hering Store.

A Companhia acredita que os desafios que se apresentaram no 1º semestre podem se perpetuar por parte do 2º semestre, mas segue otimista com relação às perspectivas para o final do ano de 2012, e reitera sua meta de abrir 75 lojas Hering Store e 20 lojas Hering Kids no ano.

## Destques Consolidados

R\$ Mil	2T11	2T12	Var. 2T12 / 2T11	1S11	1S12	Var. 1S12 / 1S11
<b>Receita Bruta</b>	<b>422.894</b>	<b>460.732</b>	<b>8,9%</b>	<b>761.424</b>	<b>852.460</b>	<b>12,0%</b>
Mercado Interno	417.060	453.846	8,8%	751.493	840.041	11,8%
Mercado Externo	5.834	6.886	18,0%	9.931	12.419	25,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>346.984</b>	<b>382.882</b>	<b>10,3%</b>	<b>624.650</b>	<b>709.522</b>	<b>13,6%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>163.673</b>	<b>173.067</b>	<b>5,7%</b>	<b>293.262</b>	<b>324.932</b>	<b>10,8%</b>
Margem Bruta	47,2%	45,2%	-2,0 p.p.	46,9%	45,8%	-1,2 p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>(a)</sup></b>	<b>166.983</b>	<b>177.239</b>	<b>6,1%</b>	<b>299.703</b>	<b>333.237</b>	<b>11,2%</b>
Margem Bruta Caixa <sup>(a)</sup>	48,1%	46,3%	-1,8 p.p.	48,0%	47,0%	-1,0 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>77.343</b>	<b>85.169</b>	<b>10,1%</b>	<b>128.362</b>	<b>155.374</b>	<b>21,0%</b>
Margem Líquida	22,3%	22,2%	0,0 p.p.	20,5%	21,9%	1,3 p.p.
<b>EBITDA<sup>(b)</sup></b>	<b>97.550</b>	<b>110.008</b>	<b>12,8%</b>	<b>171.856</b>	<b>199.983</b>	<b>16,4%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	28,1%	28,7%	0,6 p.p.	27,5%	28,2%	0,7 p.p.
<b>ROIC<sup>(c)</sup></b>	<b>47,4%</b>	<b>50,6%</b>	<b>3,1 p.p.</b>	<b>47,4%</b>	<b>50,6%</b>	<b>3,1 p.p.</b>

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

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

(c) Últimos 12 meses - vide item nr. 8

## 1) DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	2T11	2T12	Var. 2T12 / 2T11	1S11	1S12	Var. 1S12 / 1S11
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>422.894</b>	<b>460.732</b>	<b>8,9%</b>	<b>761.424</b>	<b>852.460</b>	<b>12,0%</b>
Mercado Interno	417.060	453.846	8,8%	751.493	840.041	11,8%
Mercado Externo	5.834	6.886	18,0%	9.931	12.419	25,1%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>417.060</b>	<b>453.846</b>	<b>8,8%</b>	<b>751.493</b>	<b>840.041</b>	<b>11,8%</b>
<b>Hering</b>	<b>319.707</b>	<b>334.719</b>	<b>4,7%</b>	<b>574.262</b>	<b>625.647</b>	<b>8,9%</b>
Varejo	136.760	145.260	6,2%	239.446	271.984	13,6%
Franquias	129.624	137.589	6,1%	243.420	260.201	6,9%
Webstore	2.692	3.011	11,8%	4.215	5.596	32,8%
Lojas Próprias	50.631	48.859	-3,5%	87.181	87.866	0,8%
<b>Hering Kids</b>	<b>28.912</b>	<b>44.140</b>	<b>52,7%</b>	<b>53.398</b>	<b>76.330</b>	<b>42,9%</b>
Varejo	24.418	33.601	37,6%	44.084	60.154	36,5%
Franquias (Hering Store)	3.343	7.706	130,5%	7.387	11.458	55,1%
Webstore	284	481	69,4%	423	725	71,4%
Lojas Próprias	867	2.352	171,3%	1.504	3.993	165,5%
<b>PUC</b>	<b>29.054</b>	<b>35.100</b>	<b>20,8%</b>	<b>55.699</b>	<b>66.184</b>	<b>18,8%</b>
Varejo	19.517	24.730	26,7%	36.981	45.533	23,1%
Franquias	7.996	7.885	-1,4%	16.103	16.644	3,4%
Webstore	304	632	107,9%	514	972	89,1%
Lojas Próprias	1.237	1.853	49,8%	2.101	3.035	44,5%
<b>dzarm.</b>	<b>27.249</b>	<b>28.304</b>	<b>3,9%</b>	<b>47.991</b>	<b>50.261</b>	<b>4,7%</b>
Varejo	26.565	27.595	3,9%	46.868	48.923	4,4%
Franquias	-	-	N.D	-	-	N.D
Webstore	388	548	41,2%	634	1.004	58,4%
Lojas Próprias	296	161	-45,6%	489	334	-31,7%
<b>Outras</b>	<b>12.138</b>	<b>11.583</b>	<b>-4,6%</b>	<b>20.143</b>	<b>21.619</b>	<b>7,3%</b>

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	2T11	2T12	2T11	2T12	2T11	2T12	2T11	2T12	2T11	2T12
Varejo Multimarcas	42,8%	43,4%	84,5%	76,1%	67,2%	70,5%	97,5%	97,5%	52,6%	53,5%
Lojas Próprias e Franquias	56,4%	55,7%	14,6%	22,8%	31,8%	27,7%	1,1%	0,6%	46,5%	45,5%
WebStores	0,8%	0,9%	1,0%	1,1%	1,0%	1,8%	1,4%	1,9%	0,9%	1,0%

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 460,7 milhões no 2T12 com crescimento de um dígito, abaixo da expectativa da Companhia, com exceção do desempenho de Hering Kids e PUC, marcas que apresentaram crescimentos expressivos de +52,7% e 20,8%, respectivamente.

### Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering apresentaram crescimento de 4,7%, com comportamento similar entre os canais de franquias e varejo, refletindo uma maior cautela por parte dos franqueados e varejistas multimarcas em relação ao cenário atual. No conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), a Companhia comercializou as coleções de outono e inverno, período em que os principais eventos são o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, bem como a coleção de meia estação.

A venda tanto para a rede de franquias e varejo multimarcas quanto para o consumidor final foi influenciada por uma combinação de fatores que tiveram como consequência uma contínua desaceleração no conceito *sell in* (venda para lojas) e no *sell out* (venda para o consumidor final). Tais fatores foram associados a um ambiente macroeconômico desafiador, clima desfavorável, e por um pior desempenho de algumas categorias de produto em nossas coleções mais recentes.

### 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 o maior crescimento dentre as marcas no 2T12 (+52,7%), com

destaque para o contínuo bom desempenho das lojas piloto Hering Kids e as vendas para o canal varejo multimarcas (+37,6%).

A Companhia reitera sua intenção de abrir 20 lojas no formato individual Hering Kids, com expectativa de inaugurações concentradas no 4º trimestre de 2012.

### **Marca PUC**

No 2T12, as vendas brutas da PUC apresentaram melhora em relação ao 1T12, tendo crescido 20,8%, com destaque para o crescimento das vendas para o canal varejo multimarcas (+26,7%) e nas lojas próprias (+49,8%).

O grande *hit* da coleção de inverno foi a campanha da “Festa do Pijama”, na qual foram vendidos pijamas que brilham no escuro. A combinação dessa campanha bem sucedida à captura de resultados como consequência do reposicionamento da marca feito ao final de 2010 impulsionaram as vendas nas lojas.

No canal franquias, a queda nas vendas foi consequência da reestruturação que vem sendo implementada na rede, incluindo fechamento e realocação de algumas lojas.

### **Marca dzarm.**

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 3,9% no 2T12. Assim como a marca Hering, dzarm. foi afetada por um ambiente de mercado mais desafiador, o que afetou nossas vendas para o canal multimarcas.

### **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 (+27,4%).

No entanto, em função do recente lançamento da nova webstore, que ainda está passando por ajustes para melhor funcionamento da plataforma, e de um ambiente de vendas menos propício, houve uma desaceleração no nível de crescimento deste canal. Esperamos, de qualquer forma, que com as melhorias implementadas nesta versão atualizada da webstore, o consumidor tenha uma experiência de compra mais agradável e isso impulse as vendas online, com possibilidade de ganho de maior representatividade nas vendas totais da Companhia.

### **Mercado Internacional**

As vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 18,0% no 2T12, representando 1,5% do faturamento total da Companhia, essencialmente devido ao câmbio desvalorizado em relação ao mesmo período do ano anterior.

A transição da operação no Uruguai para o novo franqueado foi realizada com sucesso, e as lojas apresentaram bom resultado após sua reabertura.

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 2T11 e o 2T12, a rede Hering Store aumentou em 89 lojas. Foram inauguradas no 2T12 28 lojas Hering Store no Brasil, sendo 1 própria e 27 franquias, foi fechada 1 loja e houve conversão de uma loja própria para franquia. A Companhia segue com 98% da rede Hering Store dentro do novo projeto arquitetônico, restando apenas 11 reformas a serem feitas.

Quantidade de Lojas	2T11	1T12	2T12
Hering - Própria	45	47	48
Hering - Franquia	330	390	416
<b>Hering Store</b>	<b>375</b>	<b>437</b>	<b>464</b>
PUC - Própria	6	7	7
PUC - Franquia	71	69	69
<b>PUC</b>	<b>77</b>	<b>76</b>	<b>76</b>
Hering Kids - Própria	3	5	5
<b>Hering Kids</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
dzarm. - Própria	1	1	1
<b>dzarm.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Brasil	456	519	546
Total Mercado Internacional	16	16	16
<b>TOTAL</b>	<b>472</b>	<b>535</b>	<b>562</b>

Com relação ao canal varejo multimarcas, ao final do 2T12, a Cia. Hering contava com 16.806 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.227 somente da marca Hering.

### 3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 11,8% no 2T12, em decorrência da expansão da rede em 89 lojas desde o 2T11. As vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*) apresentaram queda de -3,9%.

O desempenho de vendas da rede no 2T12 permaneceu abaixo das expectativas, sendo atribuível tanto a questões macroeconômicas quanto a fatores específicos da Cia. Hering. Com relação ao macro, configuram-se o contínuo desaquecimento do mercado, comprometimento de renda do consumidor e clima desfavorável. Já com relação aos fatores associados à Companhia, menor assertividade na composição dos itens das últimas coleções parecem ter prejudicado as vendas na Hering Store, algo que se destaca ainda mais em períodos de venda mais fraca.

O projeto de reforma de lojas está próximo de ser concluído: foram reformadas 19 lojas entre o 2T11 e o 2T12, o que corresponde a 453 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 2T12 com uma base de 479,4 mil cartões ativos.

	2T11	2T12	Var.	1S11	1S12	Var.
<b>Número de Lojas</b>	<b>375</b>	<b>464</b>	<b>23,7%</b>	<b>375</b>	<b>464</b>	<b>23,7%</b>
Franquias	330	416	26,1%	330	416	26,1%
Próprias	45	48	6,7%	45	48	6,7%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil) <sup>(1)</sup></b>	<b>313.449</b>	<b>350.345</b>	<b>11,8%</b>	<b>515.955</b>	<b>594.497</b>	<b>15,2%</b>
Franquias (R\$ mil)	262.818	301.486	14,7%	428.775	506.632	18,2%
Próprias (R\$ mil)	50.631	48.858	-3,5%	87.180	87.865	0,8%
<b>Crescimento Same Store Sales <sup>(2)</sup></b>	<b>16,3%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-20,2 p.p</b>	<b>19,0%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-19,8 p.p</b>
Área de Vendas (m²)	48.665	62.334	28,1%	48.665	62.334	28,1%
Faturamento (R\$ por m²)	6.573	5.731	-12,8%	11.070	9.947	-10,1%
Atendimentos	2.829.678	3.095.931	9,4%	5.246.321	5.869.135	11,9%
Peças	5.898.040	6.553.929	11,1%	11.137.172	12.585.356	13,0%
Peças por Atendimento	2,08	2,12	1,6%	2,12	2,14	1,0%
Preço Médio (R\$)	53,14	53,46	0,6%	46,33	47,24	2,0%
Ticket Médio (R\$)	110,77	113,16	2,2%	98,35	101,29	3,0%

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

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

#### 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 4,3 p.p. no 2T12, representando 23,1% do total de peças vendidas no período. As parcerias com fornecedores internacionais, principalmente da Ásia, continuaram reforçando o posicionamento das marcas ao permitir o desenvolvimento de produtos com valor agregado e custos competitivos. Ainda assim, 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.

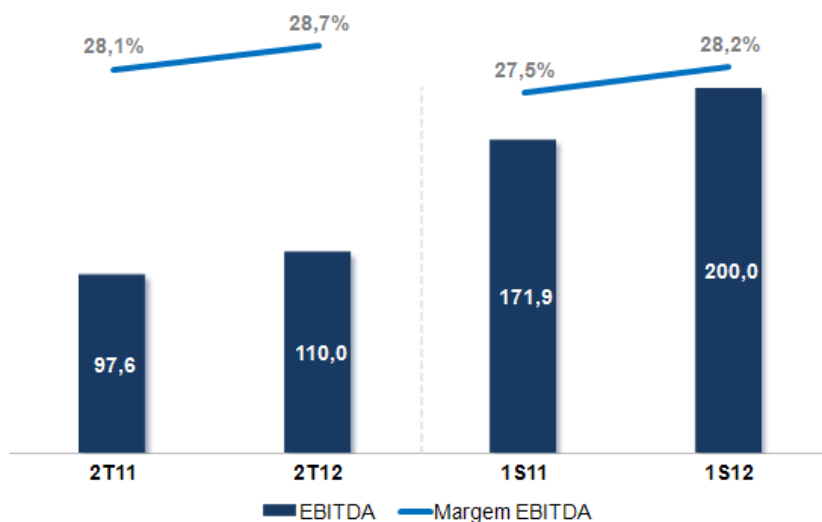
Processo Produtivo*	2T11	2T12	Var.	1S11	1S12	Var.
<b>Produção</b>	<b>81,2%</b>	<b>76,9%</b>	<b>-4,3 p.p.</b>	<b>82,1%</b>	<b>78,7%</b>	<b>-3,4 p.p.</b>
Interna	37,1%	39,2%	2,2 p.p.	38,8%	39,7%	0,9 p.p.
Terceirização	44,1%	37,7%	-6,4 p.p.	43,3%	39,1%	-4,3 p.p.
<b>Outsourcing</b>	<b>18,8%</b>	<b>23,1%</b>	<b>4,3 p.p.</b>	<b>17,9%</b>	<b>21,3%</b>	<b>3,4 p.p.</b>
Mercado Interno	2,8%	4,2%	1,3 p.p.	3,1%	3,8%	0,7 p.p.
Importação	16,0%	18,9%	2,9 p.p.	14,8%	17,5%	2,7 p.p.

\* Refere-se a volume de peças vendidas.

#### 5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	2T11	Part. (%)	2T12	Part. (%)	1S11	Part. (%)	1S12	Part. (%)
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>422.894</b>	<b>121,9%</b>	<b>460.732</b>	<b>120,3%</b>	<b>761.424</b>	<b>121,9%</b>	<b>852.460</b>	<b>120,1%</b>
Deduções de Venda	(75.910)	-21,9%	(77.850)	-20,3%	(136.774)	-21,9%	(142.938)	-20,1%
Deduções de Venda Impostos	(90.490)	-26,1%	(98.249)	-25,7%	(162.027)	-25,9%	(180.563)	-25,4%
Ajuste a Valor Presente	(9.355)	-2,7%	(8.903)	-2,3%	(16.957)	-2,7%	(17.318)	-2,4%
Deduções de Venda Incentivos	23.935	6,9%	29.302	7,7%	42.210	6,8%	54.943	7,7%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>346.984</b>	<b>100,0%</b>	<b>382.882</b>	<b>100,0%</b>	<b>624.650</b>	<b>100,0%</b>	<b>709.522</b>	<b>100,0%</b>
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(180.001)	-51,9%	(205.643)	-53,7%	(324.947)	-52,0%	(376.285)	-53,0%
Custo dos Produtos Vendidos	(185.180)	-53,4%	(212.468)	-55,5%	(334.492)	-53,5%	(389.008)	-54,8%
Ajuste a Valor Presente	2.504	0,7%	2.798	0,7%	4.983	0,8%	6.176	0,9%
Subvenção para Custeio	2.675	0,8%	4.027	1,1%	4.562	0,7%	6.547	0,9%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>166.983</b>	<b>48,1%</b>	<b>177.239</b>	<b>46,3%</b>	<b>299.703</b>	<b>48,0%</b>	<b>333.237</b>	<b>47,0%</b>
Depreciação e Amortização	(3.310)	-1,0%	(4.172)	-1,1%	(6.441)	-1,0%	(8.305)	-1,2%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>163.673</b>	<b>47,2%</b>	<b>173.067</b>	<b>45,2%</b>	<b>293.262</b>	<b>46,9%</b>	<b>324.932</b>	<b>45,8%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(73.152)</b>	<b>-21,1%</b>	<b>(71.499)</b>	<b>-18,7%</b>	<b>(135.250)</b>	<b>-21,7%</b>	<b>(141.738)</b>	<b>-20,0%</b>
Vendas	(53.511)	-15,4%	(57.199)	-14,9%	(97.416)	-15,6%	(110.003)	-15,5%
Empresa	(39.661)	-11,4%	(41.701)	-10,9%	(70.352)	-11,3%	(78.654)	-11,1%
Fixa	(16.361)	-4,7%	(17.063)	-4,5%	(29.616)	-4,7%	(32.559)	-4,6%
Variável	(23.300)	-6,7%	(24.638)	-6,4%	(40.736)	-6,5%	(46.085)	-6,5%
Lojas	(13.850)	-4,0%	(15.498)	-4,0%	(27.064)	-4,3%	(31.349)	-4,4%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(8.784)	-2,5%	(10.658)	-2,8%	(16.550)	-2,6%	(20.510)	-2,9%
Depreciação e Amortização	(3.719)	-1,1%	(4.268)	-1,1%	(7.403)	-1,2%	(8.484)	-1,2%
Participação nos Resultados	(8.170)	-2,4%	1.000	0,3%	(14.637)	-2,3%	(3.118)	-0,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	1.032	0,3%	(374)	-0,1%	756	0,1%	377	0,1%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>90.521</b>	<b>26,1%</b>	<b>101.568</b>	<b>26,5%</b>	<b>158.012</b>	<b>25,3%</b>	<b>183.194</b>	<b>25,8%</b>
Receitas financeiras	17.526	5,1%	15.037	3,9%	29.032	4,6%	36.553	5,2%
Despesas financeiras	(7.835)	-2,3%	(7.608)	-2,0%	(15.419)	-2,5%	(15.023)	-2,1%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>9.691</b>	<b>2,8%</b>	<b>7.429</b>	<b>1,9%</b>	<b>13.613</b>	<b>2,2%</b>	<b>21.530</b>	<b>3,0%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>100.212</b>	<b>28,9%</b>	<b>108.997</b>	<b>28,5%</b>	<b>171.625</b>	<b>27,5%</b>	<b>204.724</b>	<b>28,9%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(26.900)	-7,8%	(25.329)	-6,6%	(41.839)	-6,7%	(44.549)	-6,3%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	4.031	1,2%	1.501	0,4%	(1.424)	-0,2%	(4.801)	-0,7%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>77.343</b>	<b>22,3%</b>	<b>85.169</b>	<b>22,2%</b>	<b>128.362</b>	<b>20,5%</b>	<b>155.374</b>	<b>21,9%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	77.343	22,3%	85.169	22,2%	128.362	20,5%	155.374	21,9%
<b>EBITDA</b>	<b>97.550</b>	<b>28,1%</b>	<b>110.008</b>	<b>28,7%</b>	<b>171.856</b>	<b>27,5%</b>	<b>199.983</b>	<b>28,2%</b>

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

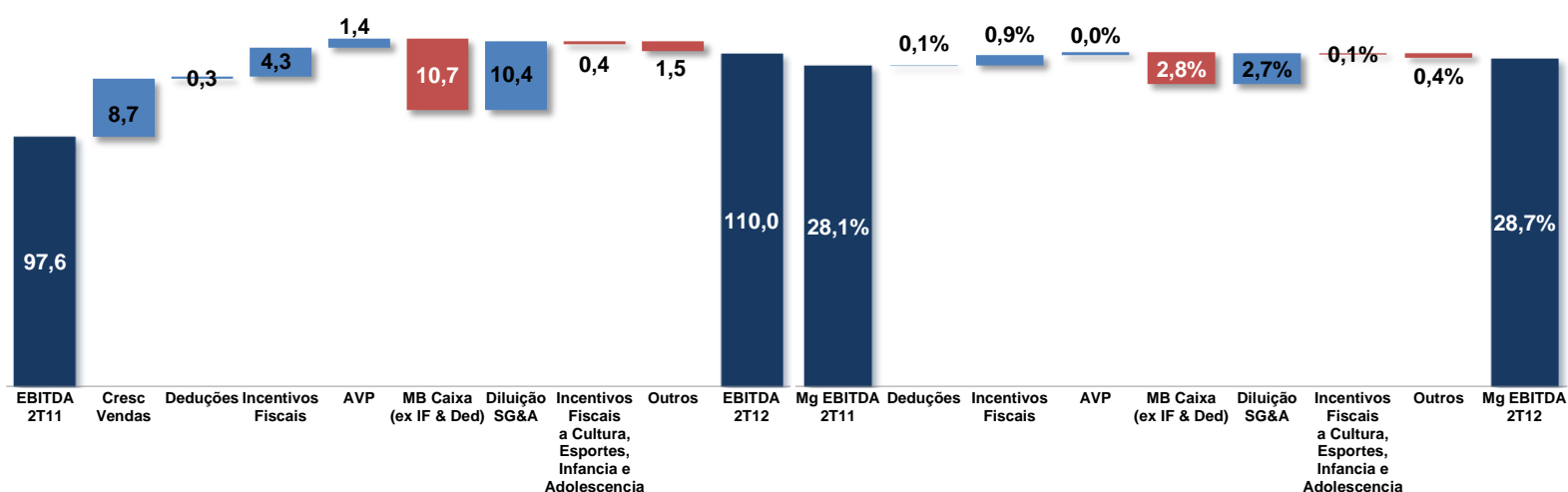


O EBITDA apresentou crescimento de 12,8% no 2T12, com incremento de margem de 0,6 p.p. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 8,9% na **receita bruta de vendas**.
- Maior nível de incentivos fiscais sobre vendas, devido à maior representatividade de plantas incentivadas bem como de produtos importados no mix de vendas.
- Queda de 2,0 p.p. na margem bruta em função de maior atividade promocional como consequência de um desempenho de vendas aquém do esperado, o que mais do que compensou os benefícios da queda no preço do algodão, bem como o incremento nos incentivos fiscais.
- Não provisionamento de participação de resultados e reversão de parte dessas despesas relativas ao 1T12 devido ao menor atingimento dos indicadores de resultado da Companhia.
- Maior rigidez no controle das despesas operacionais

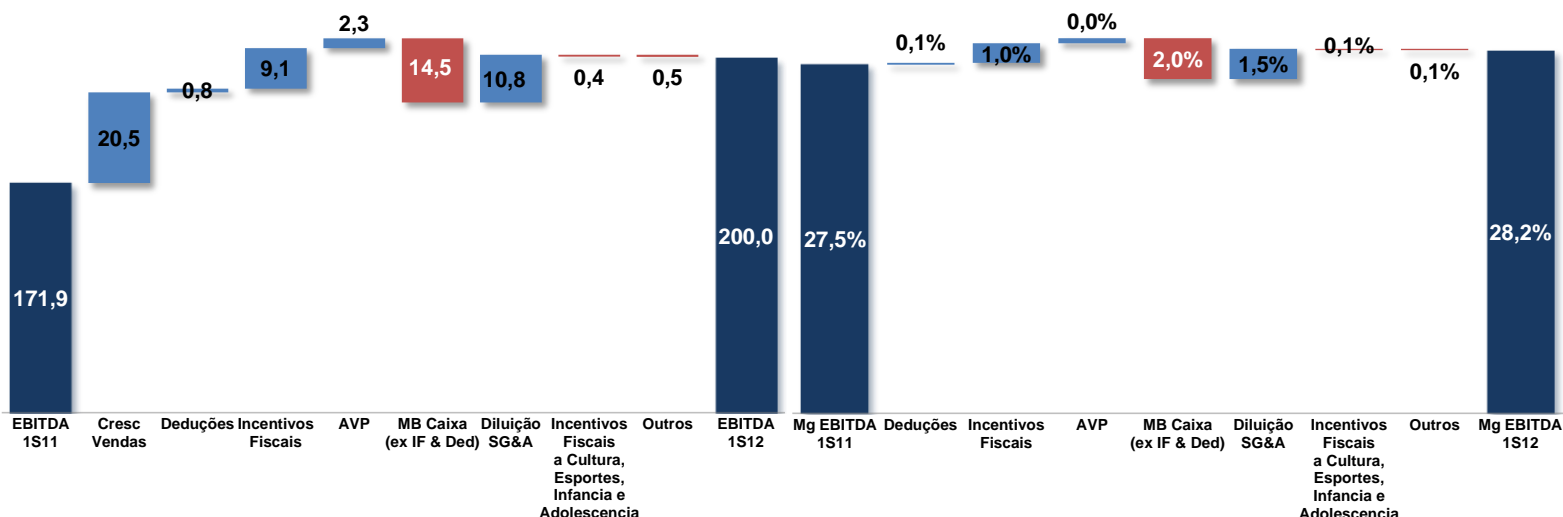
EBITDA - Variação 2T12 (R\$ milhões)

Margem EBITDA - Variação 2T12



EBITDA - Variação 1S12 (R\$ milhões)

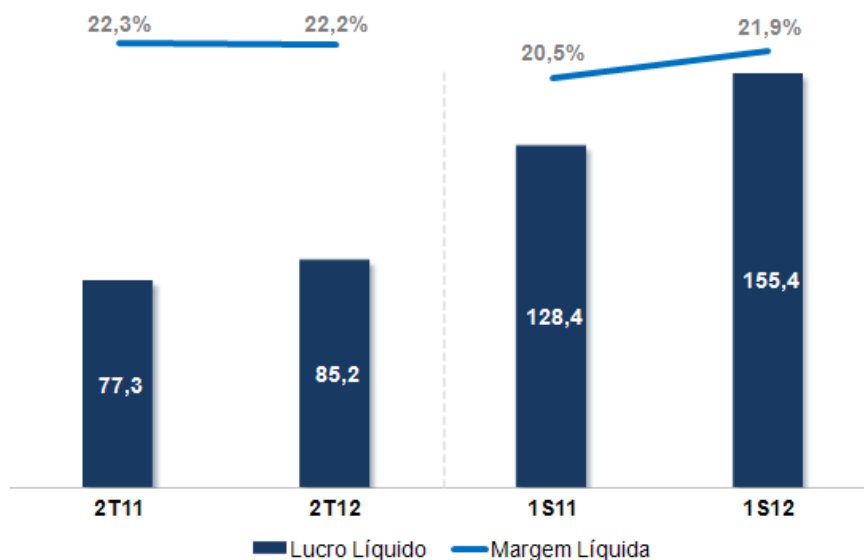
Margem EBITDA - Variação 1S12



### Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	2T11	2T12	Var.	1S11	1S12	Var.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>77.343</b>	<b>85.169</b>	<b>10,1%</b>	<b>128.362</b>	<b>155.374</b>	<b>21,0%</b>
(+) IR e CSLL	22.869	23.828	4,2%	43.263	49.350	14,1%
(-) Receita Financeira Líquida	(9.691)	(7.429)	-23,3%	(13.613)	(21.530)	58,2%
(+) Depreciações e Amortizações	7.029	8.440	20,1%	13.844	16.789	21,3%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>97.550</b>	<b>110.008</b>	<b>12,8%</b>	<b>171.856</b>	<b>199.983</b>	<b>16,4%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>28,1%</b>	<b>28,7%</b>	<b>0,6 p.p.</b>	<b>27,5%</b>	<b>28,2%</b>	<b>0,7 p.p.</b>

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



O lucro líquido da Cia. Hering apresentou crescimento de 10,1% no 2T12, com margem líquida praticamente estável. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Crescimentos tanto de EBITDA quanto de margem EBITDA.
- Menor incidência de imposto de renda e contribuição social, em função da constituição de subvenções para investimentos que deixaram de compor a base de cálculo destes tributos no período.

- Por outro lado, uma menor receita financeira líquida no 2T12 em função de ganhos não recorrentes de cerca de R\$ 4,8 milhões no 2T11.

## 6) GERAÇÃO DE CAIXA

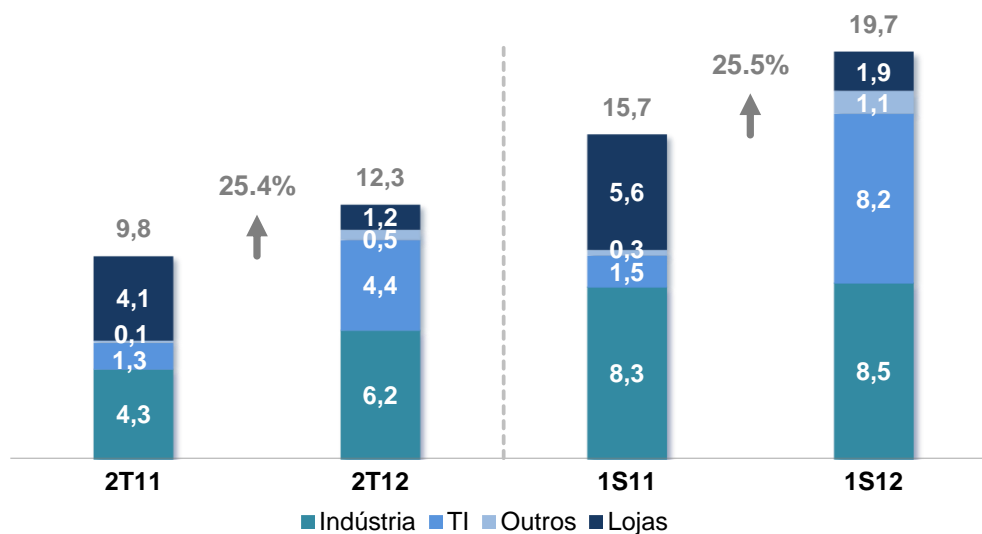
No 2T12, a Cia. Hering registrou um incremento de R\$ 50,6 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 2T11. Esse resultado é consequência, principalmente, do crescimento do EBITDA e da menor necessidade de investimentos e de capital de giro, com redução dos estoques.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	2T11	2T12	Var.	1S11	1S12	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>97.550</b>	<b>110.008</b>	<b>12.458</b>	<b>171.856</b>	<b>199.983</b>	<b>28.127</b>
Itens Não caixa	674	953	279	1.039	1.899	860
IR&CS Corrente	(26.900)	(25.329)	1.571	(41.839)	(44.549)	(2.710)
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>(21.380)</b>	<b>17.484</b>	<b>38.864</b>	<b>(39.318)</b>	<b>2.999</b>	<b>42.317</b>
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(47.156)	(38.824)	8.332	(29.597)	5.266	34.863
Redução (aumento) nos estoques	7.116	34.086	26.970	(6.665)	9.468	16.133
Aumento (redução) em fornecedores	3.463	(964)	(4.427)	(9.355)	3.893	13.248
Aumento (redução) em obrigações tributárias	9.049	18.782	9.733	11.561	(14.899)	(26.460)
Outros	6.148	4.404	(1.744)	(5.262)	(729)	4.533
<b>CapEx</b>	<b>(9.801)</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(2.547)</b>	<b>(15.671)</b>	<b>(19.721)</b>	<b>(4.050)</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>40.143</b>	<b>90.768</b>	<b>50.625</b>	<b>76.067</b>	<b>140.611</b>	<b>64.544</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	2T11	2T12	Var.	1S11	1S12	Var.
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>59.691</b>	<b>111.084</b>	<b>51.393</b>	<b>105.495</b>	<b>182.494</b>	<b>76.999</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>(9.747)</b>	<b>(7.968)</b>	<b>1.779</b>	<b>(13.757)</b>	<b>(22.162)</b>	<b>(8.405)</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.201)	(1.220)	(19)	(2.549)	(2.112)	437
Resultado Financeiro	(9.691)	(7.429)	2.262	(13.613)	(21.530)	(7.917)
Juros pagos por empréstimos	1.145	681	(464)	2.405	1.480	(925)
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>(9.801)</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(2.547)</b>	<b>(15.671)</b>	<b>(19.721)</b>	<b>(4.050)</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>40.143</b>	<b>90.768</b>	<b>50.625</b>	<b>76.067</b>	<b>140.611</b>	<b>64.544</b>

## 7) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 12,3 milhões no 2T12, sendo a maior parte destinada à área industrial (R\$ 6,2 milhões) e à infraestrutura de TI (R\$ 4,4 milhões) por conta do processo de extensão do SAP para outras atividades.



## 8) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 2T12, o ROIC da Cia. Hering foi de 50,6%, uma expansão significativa em relação ao 2T11 de + 3,1 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.

<b>Resultado Operacional - R\$ mil</b>	<b>2T11</b>	<b>2T12</b>	<b>Var. 2012/2011</b>
EBITDA	332.251	422.591	27,2%
(-) Depreciação e Amortização	(26.392)	(32.291)	22,4%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	4.609	5.621	21,9%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	20.287	26.081	28,6%
(-) IR&CS - Aliquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(110.858)	(145.490)	31,2%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	21.145	12.704	-39,9%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>241.042</b>	<b>289.215</b>	<b>20,0%</b>
Ativo Permanente	248.274	265.454	6,9%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	9.431	14.684	55,7%
Capital de Giro	250.708	291.987	16,5%
<b>Capital Investido Médio*</b>	<b>508.412</b>	<b>572.125</b>	<b>12,5%</b>
<b>ROIC</b>	<b>47,4%</b>	<b>50,6%</b>	<b>3,1 p.p.</b>

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 2T12 com um caixa líquido de R\$ 207,3 milhões, e a dívida da Companhia sofreu uma redução de R\$ 2,4 milhões.

<b>Endividamento - R\$ mil</b>	<b>1T11</b>	<b>Part. (%)</b>	<b>2T11</b>	<b>Part. (%)</b>	<b>1T12</b>	<b>Part. (%)</b>	<b>2T12</b>	<b>Part. (%)</b>
Curto Prazo	(27.916)	55%	(26.323)	59%	(8.891)	29%	(27.420)	98%
Longo Prazo	(23.081)	45%	(18.086)	41%	(21.385)	71%	(455)	2%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(50.997)</b>	<b>100%</b>	<b>(44.409)</b>	<b>100%</b>	<b>(30.276)</b>	<b>100%</b>	<b>(27.875)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	124.778		130.881		260.055		235.137	
<b>(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido</b>	<b>73.781</b>		<b>86.472</b>		<b>229.779</b>		<b>207.262</b>	

## 10) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Conforme aprovado em Assembleia Geral Ordinária instalada em 26 de abril de 2012, foi distribuído o montante de R\$ 106,2 milhões (R\$ 0,65 por ação) a título de dividendos referentes ao exercício de 2011 em 18 de maio de 2012. Adicionalmente, foi aprovado em Reunião do Conselho de Administração de 14 de junho de 2012, o pagamento de juros sobre capital próprio no valor total de R\$ 21,0 milhões (R\$ 0,128 por ação) em 27 de junho de 2012, a serem imputados aos dividendos mínimos obrigatórios do exercício social de 2012.

## 11) PERSPECTIVAS

A Cia. Hering enfrentou um primeiro semestre bastante desafiador. Nosso desempenho foi prejudicado por uma série de fatores como a desaceleração do consumo de vestuário, aliada ao clima adverso durante as coleções de outono e inverno, às bases difíceis de comparação do primeiro semestre de 2011, e também um menor acerto em algumas categorias das nossas coleções recentes. Acreditamos esses fatores podem continuar a prejudicar nossos resultados nos próximos meses, contudo seguimos confiantes na capacidade de crescimento de nossas marcas e 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 apresentado nos últimos anos. Medidas já estão sendo tomadas no sentido de oferecer um *mix* de produtos mais assertivo em nossas próximas coleções, bem como investimentos adicionais em ações de marketing.

Na rede Hering Store, estamos confortáveis com a meta de atingir 507 lojas ao final de 2012, considerando o estágio avançado com a maior parte das 75 novas lojas do *guidance* em fase de projeto ou já inauguradas. 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, as lojas piloto Hering Kids continuam apresentando resultados positivos. Mantemos a previsão de abertura de 20 lojas nesse ano, sendo a maioria delas durante o 4T12. A rede de lojas PUC já tem apresentado melhorias na sua performance dado o 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, esperamos que uma vez que o período de ajustes nas novas webstores se finalize, os investimentos efetuados em 2011 nesta nova infraestrutura de tecnologia, logística, e o relançamento das webstores, nos permitirão capturar o alto potencial de crescimento desse canal.

Em relação às margens, ainda que o preço o algodão esteja em níveis bem mais baixos, a alta do dólar bem como a possibilidade de ações promocionais adicionais podem vir a exercer pressão sobre nossos resultados nos próximos trimestres.

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	30/06/12	31/12/11	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/06/12	31/12/11
<b>Circulante</b>	<b>815.969</b>	<b>801.256</b>	<b>Circulante</b>	<b>282.579</b>	<b>281.442</b>
Caixa e equivalente de caixa	234.157	199.849	Empréstimos e financiamentos	27.420	11.800
Contas a receber de clientes	356.601	361.867	Fornecedores	128.451	124.558
Estoques	207.889	217.357	Salários e encargos sociais	36.333	27.851
Impostos a recuperar	9.393	13.778	Parcelamentos tributários e previdenciários	8.552	8.223
Outras contas a receber	6.446	7.756	Obrigações tributárias	48.163	61.223
Despesas antecipadas	1.483	649	Provisões para contingências e outras provisões	21.644	35.969
<b>Não Circulante</b>	<b>302.570</b>	<b>306.770</b>	Incentivos fiscais	6.350	4.678
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>32.466</b>	<b>38.794</b>	Dividendos a pagar	405	421
Aplicações financeiras	980	937	Outras contas a pagar	5.261	6.719
Títulos e contas a receber	7.205	7.948	<b>Não Circulante</b>	<b>89.408</b>	<b>115.773</b>
Impostos a recuperar	7.830	8.676	Empréstimos e financiamentos	455	23.122
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.451	21.233	Parcelamentos tributários e previdenciários	18.295	21.725
<b>Imobilizado</b>	<b>237.256</b>	<b>238.638</b>	Impostos diferidos	5.140	5.121
<b>Intangível</b>	<b>32.848</b>	<b>29.338</b>	Provisões para contingências e outras provisões	9.531	9.486
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1.118.539</b>	<b>1.108.026</b>	Benefícios a empregados	13.155	13.155
			Incentivos fiscais	42.349	42.759
			Outras contas a pagar	483	405
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>746.552</b>	<b>710.811</b>
			Capital social	235.974	229.879
			Reserva de capital	5.006	3.911
			Reserva de lucros	362.359	362.359
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.302	8.432
			Lucros acumulados	134.911	-
			Dividendos adicionais propostos	-	106.230
			<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.118.539</b>	<b>1.108.026</b>

## Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	2T11	2T12	Var. 2T12 / 2T11	1S11	1S12	Var. 1S12 / 1S11
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>422.894</b>	<b>460.732</b>	<b>8,9%</b>	<b>761.424</b>	<b>852.460</b>	<b>12,0%</b>
Mercado Interno	417.060	453.846	8,8%	751.493	840.041	11,8%
Mercado Externo	5.834	6.886	18,0%	9.931	12.419	25,1%
Deduções de Venda	(75.910)	(77.850)	2,6%	(136.774)	(142.938)	4,5%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>346.984</b>	<b>382.882</b>	<b>10,3%</b>	<b>624.650</b>	<b>709.522</b>	<b>13,6%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(183.311)	(209.815)	14,5%	(331.388)	(384.590)	16,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>163.673</b>	<b>173.067</b>	<b>5,7%</b>	<b>293.262</b>	<b>324.932</b>	<b>10,8%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(73.152)</b>	<b>(71.499)</b>	<b>-2,3%</b>	<b>(135.250)</b>	<b>(141.738)</b>	<b>4,8%</b>
Vendas	(53.511)	(57.199)	6,9%	(97.416)	(110.003)	12,9%
Remuneração dos Administradores	(1.558)	(1.681)	7,9%	(3.219)	(3.472)	7,9%
Gerais e Administrativas	(7.226)	(8.977)	24,2%	(13.331)	(17.038)	27,8%
Depreciação e Amortização	(7.029)	(8.440)	20,1%	(13.844)	(16.789)	21,3%
(-) Apropriada ao Custo	3.310	4.172	26,0%	6.441	8.305	28,9%
Participação nos Resultados	(8.170)	1.000	N.D	(14.637)	(3.118)	-78,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	1.032	(374)	N.D	756	377	-50,1%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>90.521</b>	<b>101.568</b>	<b>12,2%</b>	<b>158.012</b>	<b>183.194</b>	<b>15,9%</b>
Receitas financeiras	17.526	15.037	-14,2%	29.032	36.553	25,9%
Despesas financeiras	(7.835)	(7.608)	-2,9%	(15.419)	(15.023)	-2,6%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>9.691</b>	<b>7.429</b>	<b>-23,3%</b>	<b>13.613</b>	<b>21.530</b>	<b>58,2%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>100.212</b>	<b>108.997</b>	<b>8,8%</b>	<b>171.625</b>	<b>204.724</b>	<b>19,3%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(26.900)	(25.329)	-5,8%	(41.839)	(44.549)	6,5%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	4.031	1.501	-62,8%	(1.424)	(4.801)	237,1%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>77.343</b>	<b>85.169</b>	<b>10,1%</b>	<b>128.362</b>	<b>155.374</b>	<b>21,0%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	77.343	85.169	10,1%	128.362	155.374	21,0%
<b>EBITDA</b>	<b>97.550</b>	<b>110.008</b>	<b>12,8%</b>	<b>171.856</b>	<b>199.983</b>	<b>16,4%</b>

## Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	2T11	2T12	1S11	1S12
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido do período	77.343	85.169	128.362	155.374
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(4.031)	(1.501)	1.424	4.801
Varição monetária, cambial e juros não realizados	1.201	1.220	2.549	2.112
Depreciação e amortização	7.029	8.440	13.844	16.789
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	1.818	200	2.916	574
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	222	204	225	804
Plano de opção de compra de ações	452	591	814	1.095
Ajuste de avaliação patrimonial	-	-	-	-
<b>Variações nos ativos e passivos</b>				
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(48.974)	(39.024)	(32.513)	4.692
(Aumento) redução nos estoques	7.116	34.086	(6.665)	9.468
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(5.930)	1.414	(3.930)	5.231
(Aumento) redução em outros ativos	(926)	(1.423)	5.666	1.219
Aumento (redução) em fornecedores	3.463	(964)	(9.355)	3.893
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	13.004	4.571	(6.998)	(7.179)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	9.049	18.782	11.561	(14.899)
Juros pagos por empréstimos	(1.145)	(681)	(2.405)	(1.480)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>59.691</b>	<b>111.084</b>	<b>105.495</b>	<b>182.494</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Aquisições de ativo imobilizado	(7.104)	(8.654)	(12.338)	(11.789)
Aquisições de ativo intangível	(2.697)	(3.694)	(3.333)	(7.932)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(9.801)</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(15.671)</b>	<b>(19.721)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aumento de capital	3.586	5.911	3.586	6.095
Aplicações financeiras	380	(20)	371	(43)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(40.729)	(127.210)	(68.696)	(127.265)
Empréstimos tomados	-	-	1.419	9.428
Pagamento de empréstimos	(6.644)	(2.355)	(11.058)	(16.680)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(43.407)</b>	<b>(123.674)</b>	<b>(74.378)</b>	<b>(128.465)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>6.483</b>	<b>(24.938)</b>	<b>15.446</b>	<b>34.308</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
No início do exercício	123.512	259.095	114.549	199.849
No fim do exercício	129.995	234.157	129.995	234.157
	<b>6.483</b>	<b>(24.938)</b>	<b>15.446</b>	<b>34.308</b>

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.