

Blumenau, 25 de abril de 2012. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 1º trimestre de 2012 (1T12). 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 (1T11), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Dados – 30/03/2012

HGTX3: R\$ 47,15 por ação

Valor de Mercado

R\$ 7,7 bilhões

US\$ 4,2 bilhões

Teleconferência – 26/04/2012

Português e Inglês: 14:00 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 [websitesite 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 15,7% no 1T12, com EBITDA de R\$ 90,0 MM e margem EBITDA de 27,5%

Destaques do período (1T12)

- Receita Bruta: crescimento de 15,7%;
- Crescimento de vendas de dois dígitos, com destaque para o desempenho de Hering Kids: +32,9%;
- EBITDA de R\$90,0 milhões (+21,1%), com incremento de 0,8 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 27,5%;
- Lucro Líquido de R\$70,2 milhões (+37,6%);
- Crescimento *same store sales* de 4,0% na rede Hering Store.

A Companhia permanece otimista com relação às perspectivas para o segundo semestre de 2012, embora os desafios apresentados no 1T12 possam se repetir no curto prazo, e reitera sua meta de abrir 75 lojas Hering Store e 20 lojas Hering Kids no ano.

Destaques Consolidados

R\$ Mil	1T11	1T12	Var. 1T12 / 1T11
Receita Bruta	338.530	391.728	15,7%
Mercado Interno	334.433	386.195	15,5%
Mercado Externo	4.097	5.533	35,1%
Receita Líquida	277.666	326.640	17,6%
Lucro Bruto	129.589	151.865	17,2%
Margem Bruta	46,7%	46,5%	-0,2 p.p.
Lucro Bruto Caixa^(a)	132.720	155.998	17,5%
Margem Bruta Caixa ^(a)	47,8%	47,8%	0,0 p.p.
Lucro Líquido	51.019	70.205	37,6%
Margem Líquida	18,4%	21,5%	3,1 p.p.
EBITDA^(b)	74.306	89.975	21,1%
Margem EBITDA ^(b)	26,8%	27,5%	0,8 p.p.
ROIC^(c)	44,5%	49,0%	4,5 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	1T11	1T12	Var. 1T12 / 1T11
Receita Bruta Total	338.530	391.728	15,7%
Mercado Interno	334.433	386.195	15,5%
Mercado Externo	4.097	5.533	35,1%
Receita Bruta Mercado Interno	334.433	386.195	15,5%
Hering	254.554	290.928	14,3%
Varejo	102.685	126.724	23,4%
Franquias	113.796	122.612	7,7%
Webstore	1.523	2.585	69,7%
Lojas Próprias	36.550	39.007	6,7%
Hering Kids	24.224	32.190	32,9%
Varejo	19.667	26.553	35,0%
Franquias (Hering Store)	4.044	3.752	-7,2%
Webstore	139	243	75,4%
Lojas Próprias	375	1.642	338,2%
PUC	26.908	31.084	15,5%
Varejo	17.464	20.803	19,1%
Franquias	8.107	8.759	8,0%
Webstore	210	340	61,9%
Lojas Próprias	1.127	1.182	4,9%
dzarm.	20.742	21.957	5,9%
Varejo	20.303	21.328	5,0%
Franquias	-	-	N.D
Webstore	246	456	85,2%
Lojas Próprias	193	173	-10,2%
Outras	8.005	10.036	25,4%

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	1T11	1T12	1T11	1T12	1T11	1T12	1T11	1T12	1T11	1T12
Varejo Multimarcas	40,3%	43,6%	81,2%	82,5%	64,9%	66,9%	97,9%	97,1%	50,3%	53,2%
Lojas Próprias e Franquias	59,1%	55,6%	18,2%	16,8%	34,3%	32,0%	0,9%	0,8%	49,1%	45,9%
WebStores	0,6%	0,9%	0,6%	0,8%	0,8%	1,1%	1,2%	2,1%	0,6%	0,9%

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$391,7 milhões no 1T12, com crescimento de dois dígitos nas marcas Hering, Hering Kids e PUC.

Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering apresentaram crescimento de dois dígitos, sendo mais expressivo no canal varejo multimarcas, porém com desaceleração na rede de franquias. No conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), a Companhia comercializou as coleções de alto verão e outono / inverno, que foi introduzida após o Carnaval, e trouxe muito tricô e jaquetas como tendência para a estação. Além disso, em função do sucesso da campanha que costuma ocorrer duas vezes ao ano de Jeans, mas que no final de setembro de 2011 incluiu básicos, se repetiu a combinação de Jeans + Básicos no 1T12.

A venda para a rede de franquias foi influenciada pelo ambiente macroeconômico mais desafiador desde o 4T11, que ocasionou maior cautela nas compras feitas pelos franqueados, bem como pelos consumidores nas lojas. Tal fator, associado a um clima menos favorável em março, contribuiu para um nível de crescimento no conceito mesmas lojas também mais baixo que o esperado. No canal varejo multimarcas, no entanto, exerceu menor influência, uma vez que o desaquecimento do mercado tinha surtido um efeito antecipado neste canal ao final de 2011. Assim, seguimos com a estratégia de incrementar vendas para os mesmos clientes por meio da especialização e a qualificação dos pontos de venda.

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 1T12 (+32,9%), com destaque para o contínuo bom desempenho das lojas piloto Hering Kids e as vendas para o canal varejo multimarcas (+35,0%). Os produtos de tecido plano também ganham maior relevância no mix das coleções comercializadas no trimestre.

A Companhia reitera sua intenção de abrir 20 lojas no formato individual Hering Kids ao longo de 2012, sendo maior a probabilidade das inaugurações ocorrerem na segunda metade do ano.

Marca PUC

No 1T12, as vendas brutas da PUC cresceram 15,5%, com destaque para o crescimento das vendas para o canal varejo multimarcas (+19,1%).

Pelo terceiro ano consecutivo, a marca participou do desfile Fashion Week Kids apresentando sua coleção de outono / inverno, com a participação da atriz Juliana Paes.

Marca dzarm.

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 5,9% no 1T12. Na coleção de outono / inverno, a novidade foi a constituição de *lookbook* no catálogo pela primeira vez, incluindo todas as peças da estação vestidas.

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 (+71,1%).

Com o objetivo de melhor explorar o potencial das webstores, em continuidade às ações já implementadas ao final de 2011, tal como a criação de uma estrutura específica de logística e distribuição para atender ao canal online de forma mais eficiente, encontra-se em fase de teste a nova webstore desde fevereiro de 2012. Esperamos que com as melhorias implementadas, o consumidor tenha uma experiência de compra mais agradável e isso impulse as vendas online, com espaço para ganhar maior representatividade sobre as vendas totais da Companhia.

Mercado Internacional

As vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 35,1% no 1T12, representando 1,4% do faturamento total da Companhia.

As vendas no mercado internacional foram impactadas pelo processo de reestruturação da operação no Uruguai. Dada a transição da operação para o novo franqueado, as lojas foram fechadas ao final de março e 3 delas já serão reabertas em abril, sendo as vendas da Companhia afetadas pela formação de estoque nessas lojas.

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 1T11 e o 1T12, foram inauguradas 88 lojas no Brasil, sendo 87 Hering Store, 2 PUC e 3 Hering Kids. Além disso, quatro lojas PUC foram fechadas e no exterior foi aberta a primeira loja Hering Store no Chile. A Companhia segue com 97% da rede Hering Store dentro do novo projeto arquitetônico, restando apenas 11 reformas a serem feitas.

Quantidade de Lojas	1T11	1T12
Hering - Própria	43	47
Hering - Franquia	307	390
Hering Store	350	437
PUC - Própria	6	7
PUC - Franquia	72	69
PUC	78	76
Hering Kids - Própria	2	5
Hering Kids	2	5
dzarm. - Própria	1	1
dzarm.	1	1
Brasil	431	519
Total Mercado Internacional	15	16
TOTAL	446	535

Com relação ao canal varejo multimarcas, ao final do 1T12, a Cia. Hering contava com 16.577 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.108 somente da marca Hering.

3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 20,5% no 1T12, em decorrência, principalmente, da abertura de 87 lojas desde o 1T11 e do incremento de 4,0% das vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*).

Em função do desaquecimento do mercado, que se iniciou ao final de 2011 e se intensificou no 1T12, fazendo com que nossos clientes permaneçam cautelosos nas suas apostas de compras, o desempenho de vendas da rede no 1T12 permaneceu abaixo das expectativas da Companhia. Foi verificado fluxo mais baixo de consumidores nos shoppings e, além disso, o mês de março foi caracterizado por dias quentes, diferentemente do mesmo mês do ano anterior, cujas temperaturas mais baixas facilitaram a introdução da coleção de outono / inverno, contribuindo para o desempenho de *same stores sales* naquele trimestre de 23,4%. Sendo assim, as vendas no conceito mesmas lojas continuaram apresentando desaceleração, em decorrência da alta base de comparação e de um ambiente mais desafiador, incluindo clima menos favorável e desaquecimento da economia.

O ticket médio apresentou crescimento de 5,1%, contribuindo para a redução do crescimento em base mesmas lojas para +4,0% no trimestre. O preço médio das peças no total da rede apresentou crescimento de 4,7% – menos representativo que nos trimestres anteriores, embora tenha o mesmo efeito decorrente dos aumentos de preços efetuados no final do 1T11. Isso se deveu essencialmente às temperaturas mais altas no mês de março em relação a março de 2011 e, portanto, menor representatividade de produtos de frio com preço mais alto no mix de venda e, além disso, maiores descontos concedidos em lojas próprias devido ao desaquecimento do mercado.

O projeto de reforma de lojas está próximo de ser concluído: foram reformadas 24 lojas entre o 1T11 e o 1T12, o que corresponde a 426 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 1T12 com uma base de 426,8 mil cartões ativos.

	1T11	1T12	Var.
Número de Lojas	350	437	24,9%
Franquias	307	390	27,0%
Próprias	43	47	9,3%
Faturamento da Rede (R\$ mil) ⁽¹⁾	202.569	244.152	20,5%
Franquias (R\$ mil)	166.019	205.145	23,6%
Próprias (R\$ mil)	36.550	39.007	6,7%
Crescimento Same Store Sales ⁽²⁾	23,4%	4,0%	-19,3 p.p
Área de Vendas (m²)	45.439	58.506	28,8%
Faturamento (R\$ por m²)	4.495	4.216	-6,2%
Atendimentos	2.417.260	2.773.204	14,7%
Peças	5.237.956	6.031.427	15,1%
Peças por Atendimento	2,17	2,17	0,4%
Preço Médio (R\$)	38,67	40,48	4,7%
Ticket Médio (R\$)	83,80	88,04	5,1%

⁽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 0,7 p.p. no 1T12, representando 19,4% 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. Apesar disso, a Cia. Hering decidiu reduzir seu nível de importação para o restante de 2012 devido à dificuldade em trabalhar com o maior *lead time* para algumas categorias de produto.

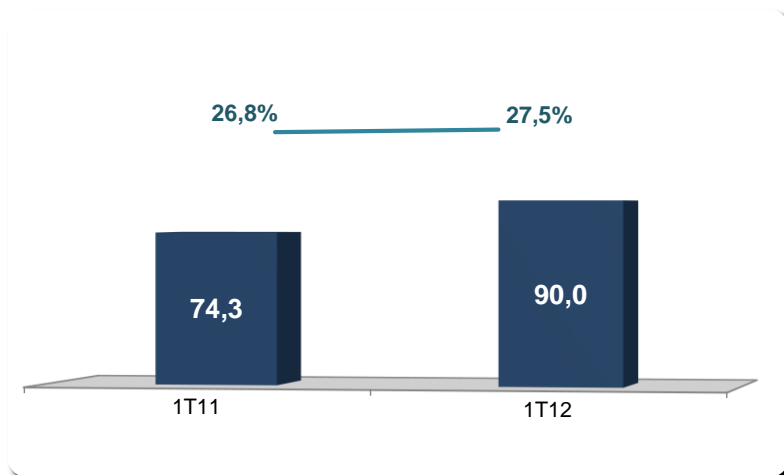
Processo Produtivo*	1T11	1T12	Var.
Produção	81,3%	80,6%	-0,7 p.p.
Interna	39,7%	40,1%	0,4 p.p.
Terceirização	41,7%	40,5%	-1,2 p.p.
Outsourcing	18,7%	19,4%	0,7 p.p.
Mercado Interno	3,6%	3,4%	-0,2 p.p.
Importação	15,1%	16,0%	0,9 p.p.

* Refere-se a volume de peças vendidas.

5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	1T11	Part. (%)	1T12	Part. (%)
Receita Bruta de Vendas	338.530	121,9%	391.728	119,9%
Deduções de Venda	(60.864)	-21,9%	(65.088)	-19,9%
Deduções de Venda Impostos	(71.537)	-25,8%	(82.314)	-25,2%
Ajuste a Valor Presente	(7.602)	-2,7%	(8.415)	-2,6%
Deduções de Venda Incentivos	18.275	6,6%	25.641	7,8%
Receita Líquida de Vendas	277.666	100,0%	326.640	100,0%
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(144.946)	-52,2%	(170.642)	-52,2%
Custo dos Produtos Vendidos	(149.312)	-53,8%	(176.540)	-54,0%
Ajuste a Valor Presente	2.479	0,9%	3.378	1,0%
Subvenção para Custeio	1.887	0,7%	2.520	0,8%
Lucro Bruto Caixa	132.720	47,8%	155.998	47,8%
Depreciação e Amortização	(3.131)	-1,1%	(4.133)	-1,3%
Lucro Bruto	129.589	46,7%	151.865	46,5%
Despesas Operacionais	(62.098)	-22,4%	(70.239)	-21,5%
Vendas	(43.905)	-15,8%	(52.804)	-16,2%
Empresa	(30.691)	-11,1%	(36.953)	-11,3%
Fixa	(13.255)	-4,8%	(15.506)	-4,7%
Variável	(17.436)	-6,3%	(21.447)	-6,6%
Lojas	(13.214)	-4,8%	(15.851)	-4,9%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(7.766)	-2,8%	(9.852)	-3,0%
Depreciação e Amortização	(3.684)	-1,3%	(4.216)	-1,3%
Participação nos Resultados	(6.467)	-2,3%	(4.118)	-1,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(276)	-0,1%	751	0,2%
Lucro Antes das Financeiras	67.491	24,3%	81.626	25,0%
Receitas financeiras	11.506	4,1%	21.516	6,6%
Despesas financeiras	(7.584)	-2,7%	(7.415)	-2,3%
Total resultado financeiro	3.922	1,4%	14.101	4,3%
Lucro Operacional	71.413	25,7%	95.727	29,3%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(14.939)	-5,4%	(19.220)	-5,9%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(5.455)	-2,0%	(6.302)	-1,9%
Lucro Líquido	51.019	18,4%	70.205	21,5%
Atribuível aos acionistas da Companhia	51.019	18,4%	70.205	21,5%
EBITDA	74.306	26,8%	89.975	27,5%

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

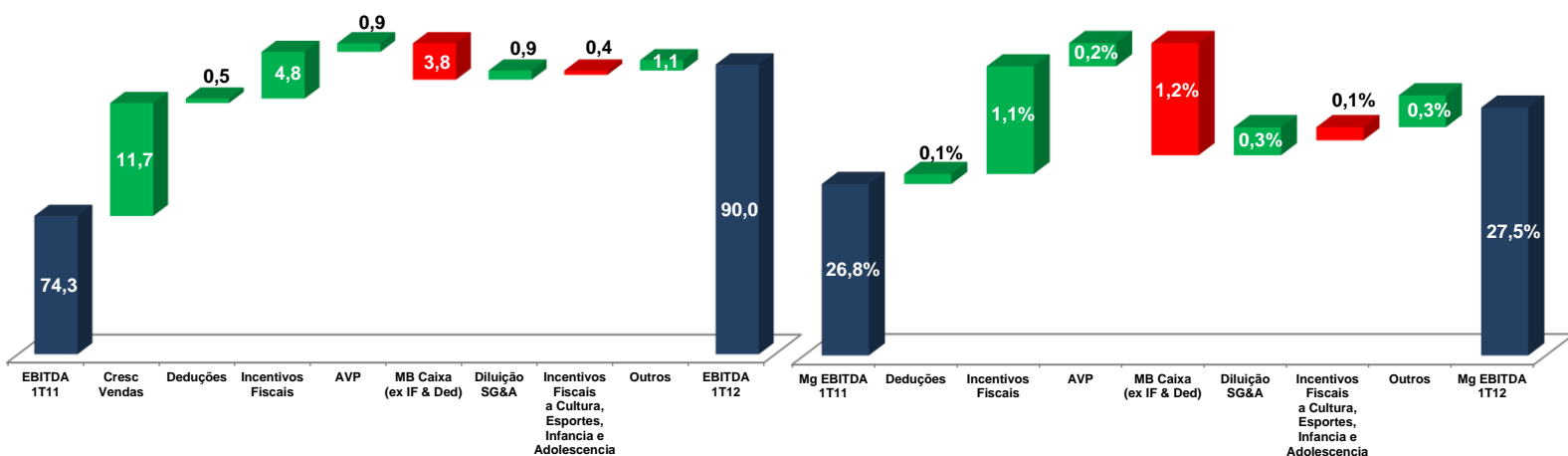


O EBITDA apresentou crescimento de 21,1% no 1T12, com incremento de margem de 0,8 p.p.. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 15,7% na **receita bruta de vendas**.
- Maior nível de incentivos fiscais sobre vendas, devido à maior representatividade da produção e vendas no Estado de Goiás no 1T12 em relação ao 1T11 e a novos benefícios reconhecidos a partir do 3T11.
- Ainda que o algodão não tenha exercido mais pressão, portanto, impacto positivo em relação ao 1T11, a margem bruta caixa se manteve estável no 1T12 principalmente em função de maior desconto concedido na venda das lojas próprias.
- Redução nas despesas de participação de resultados devido ao menor atingimento das métricas no 1T12 vs 1T11, aumento na representatividade das despesas administrativas por conta do período de incidência de projetos de consultoria, e despesas de vendas variáveis com maior proporção em relação à receita líquida em função de maior relevância de vendas ao canal varejo multimarcas no trimestre.
- Outras receitas operacionais de R\$1,1 milhão principalmente decorrente da redução de INSS, em acordo com a Lei 12.546/11 (Brasil maior).

EBITDA - Variação 1T12 (R\$ milhões)

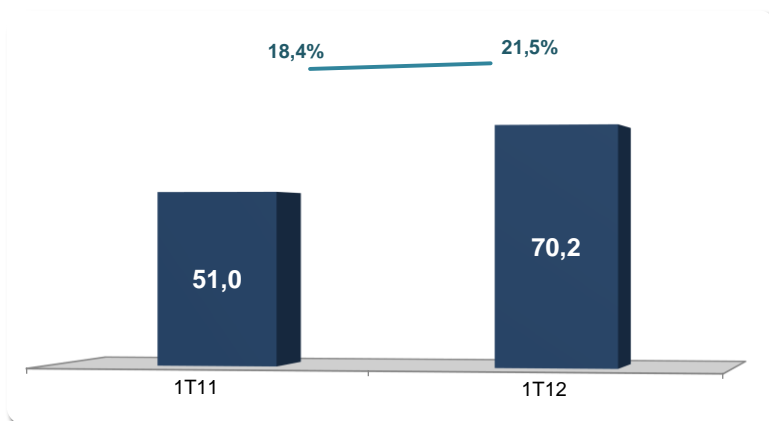
Margem EBITDA - Variação 1T12



Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	1T11	1T12	Var.
Lucro Líquido	51.019	70.205	37,6%
(+) IR e CSLL	20.394	25.522	25,1%
(-) Receita Financeira Líquida	(3.922)	(14.101)	259,5%
(+) Depreciações e Amortizações	6.815	8.349	22,5%
(=) EBITDA	74.306	89.975	21,1%
Margem EBITDA	26,8%	27,5%	0,8 p.p.

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



O lucro líquido da Cia. Hering apresentou crescimento de 37,6% no 1T12, com ganho de 3,1 p.p. na margem líquida. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Melhor desempenho operacional, refletido nos crescimentos tanto de EBITDA quanto de margem EBITDA.
- Aumento do resultado financeiro em função de benefício de R\$4,3 milhões no pagamento antecipado ao BNDES.
- Menor incidência de imposto de renda e contribuição social, em função da constituição de subvenções para investimentos em 2011, que deixaram de compor a base de cálculo destes tributos no período.

6) GERAÇÃO DE CAIXA

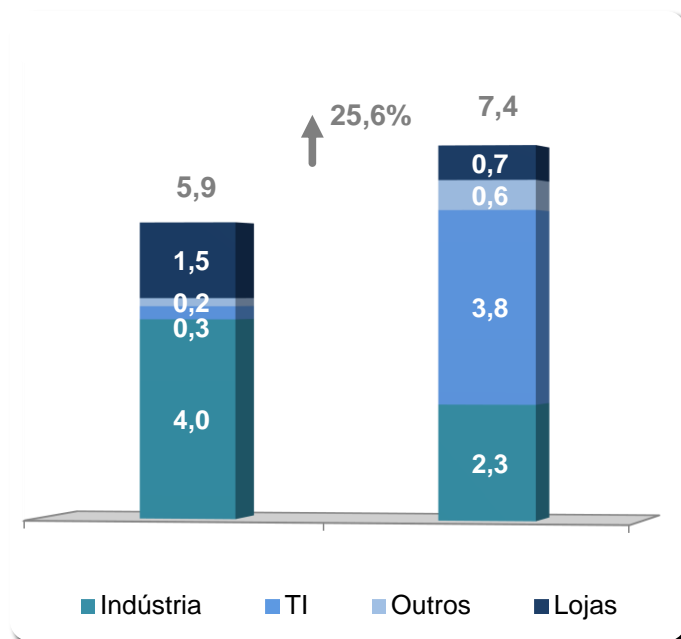
No 1T12, a Cia. Hering registrou um incremento de R\$ 13,8 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 1T11. Esse resultado é consequência, principalmente, do crescimento do EBITDA e da menor necessidade de investimentos e de capital de giro.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	1T11	1T12	Var.
EBITDA	74.306	89.975	15.669
Itens Não caixa	365	946	581
IR&CS Corrente	(14.939)	(19.220)	(4.281)
Investimento em Capital de Giro	(17.938)	(14.643)	3.295
Redução em contas a receber de clientes	17.559	44.090	26.531
(Aumento) nos estoques	(13.781)	(24.618)	(10.837)
Aumento (redução) em fornecedores	(12.818)	4.857	17.675
Aumento (redução) em obrigações tributárias	2.512	(33.681)	(36.193)
Outros	(11.410)	(5.291)	6.119
CapEx	(5.870)	(7.373)	(1.503)
Geração de Caixa Livre	35.924	49.685	13.761

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	1T11	1T12	Var.
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	45.804	71.410	25.606
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	(4.010)	(14.352)	(10.342)
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.348)	(1.050)	298
Resultado Financeiro	(3.922)	(14.101)	(10.179)
Juros pagos por empréstimos	1.260	799	(461)
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento	(5.870)	(7.373)	(1.503)
Geração de Caixa Livre	35.924	49.685	13.761

7) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 7,4 milhões no 1T12, sendo a maior parte destinada à área industrial (R\$ 2,3 milhões) e à infraestrutura de TI (R\$ 3,8 milhões) por conta do processo de extensão do SAP para outras atividades.



8) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 1T12, o ROIC da Cia. Hering foi de 49,0%, uma expansão significativa em relação ao 1T11 de + 4,5 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	1T11	1T12	Var. 2012/2011
EBITDA	303.775	410.133	35,0%
(-) Depreciação e Amortização	(24.983)	(30.880)	23,6%
(+) Amortização - Fundo do Comércio ¹	4.404	5.218	18,5%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente ²	17.257	25.865	49,9%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) ³	(98.752)	(142.504)	44,3%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP ³	6.436	10.558	64,0%
Resultado Operacional	208.137	278.390	33,8%
Ativo Permanente	242.422	260.909	7,6%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio ¹	8.278	13.279	60,4%
Capital de Giro	216.885	293.820	35,5%
Capital Investido Médio*	467.586	568.008	21,5%
ROIC	44,5%	49,0%	4,5 p.p.

Notas explicativas às demonstrações financeiras: (1) Nr. 15; (2) Nr. 32; (3) Nr. 33

(*) Média dos últimos 4 trimestres

9) ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 1T12 com R\$ 260,1 milhões em caixa e aplicações financeiras e um caixa líquido de R\$ 229,8 milhões. Em linha com a estratégia adotada de não renovar empréstimos bancários com juros elevados, a dívida da Companhia sofreu uma redução de R\$ 4,6 milhões.

Endividamento - R\$ mil	4T10	Part. (%)	1T11	Part. (%)	4T11	Part. (%)	1T12	Part. (%)
Curto Prazo	(27.799)	52%	(27.916)	55%	(11.800)	34%	(8.891)	29%
Longo Prazo	(26.105)	48%	(23.081)	45%	(23.122)	66%	(21.385)	71%
Total da Dívida	(53.904)	100%	(50.997)	100%	(34.922)	100%	(30.276)	100%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	115.806		124.778		200.786		260.055	
(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido	61.902		73.781		165.864		229.779	

10) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Foi sugerida em Proposta da Administração pela Companhia a distribuição de dividendos referentes ao exercício de 2011 no montante de R\$ 106,2 milhões (R\$ 0,65 por ação), a ser aprovada em Assembleia Geral de Acionistas a se instalar em 26 de abril de 2012.

11) AUDITORES INDEPENDENTES

Em função da aprovação em reunião do Conselho de Administração de 26 de outubro de 2011 da contratação da empresa Deloitte Touche Thomatsu, como auditores independentes da Companhia, a partir de 01 de janeiro de 2012, a Deloitte passa a ser responsável pela auditoria de nossas Demonstrações Financeiras.

12) PERSPECTIVAS

Apesar de um início de ano mais desafiador, a Cia. Hering se mantém otimista em relação às suas perspectivas de crescimento. A desaceleração do consumo combinada às bases difíceis de comparação do primeiro trimestre de 2011 e fatores climáticos que prejudicaram nosso desempenho de vendas ao longo do primeiro trimestre deste ano poderão continuar a influenciar nossos resultados no curto prazo. Ainda assim, estamos 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, apesar dos resultados expressivos já alcançados, ainda demonstra alto potencial de crescimento. Devido ao alto nível de crescimento sustentado desde 2007 e estágio mais avançado de implementação de nossa estratégia, não devemos repetir nos próximos anos o mesmo ritmo de crescimento apresentado no passado recente. Na rede Hering Store, reafirmamos a meta de atingir 507 lojas ao final de 2012 e 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, os resultados permanecem positivos nas lojas piloto Hering Kids, dando confiança à Companhia para a expansão deste formato em 2012, com abertura de 20 lojas dentro do modelo de franquias. Já na rede de lojas PUC, daremos continuidade aos ajustes como consequência do reposicionamento da marca feito em 2010, podendo implicar na descontinuidade ou realocação de algumas operações. Em ambas as marcas, seguiremos em busca do aumento de participação no canal varejo multimarcas.

Na dzarm., daremos continuidade à estratégia atual, aliada a investimentos na marca através de ações de marketing e da abertura de mais lojas *flagship* da marca.

No varejo online, os investimentos efetuados em 2011 na nova infraestrutura de tecnologia, logística, e o lançamento das novas webstores, nos permitirão capturar o alto potencial de crescimento desse canal.

Em relação às margens, ainda que às pressões nos custos de matéria prima em função da queda do preço do algodão tenham se dissipado, algumas ações promocionais podem continuar a afetar negativamente a margem bruta no 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	31/03/12	31/12/11	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/03/12	31/12/11
Circulante	835.411	801.256	Circulante	240.845	281.442
Caixa e equivalente de caixa	259.095	199.849	Empréstimos e financiamentos	8.891	11.800
Contas a receber de clientes	317.777	361.867	Fornecedores	129.415	124.558
Estoques	241.975	217.357	Salários e encargos sociais	31.973	27.851
Impostos a recuperar	10.488	13.778	Parcelamentos tributários e previdenciários	8.397	8.223
Outras contas a receber	4.553	7.756	Obrigações tributárias	29.659	61.223
Despesas antecipadas	1.523	649	Provisões para contingências e outras provisões	20.013	35.969
Não Circulante	298.141	306.770	Incentivos fiscais	5.402	4.678
Realizável a longo prazo	31.741	38.794	Dividendos a pagar	366	421
Aplicações financeiras	960	937	Outras contas a pagar	6.729	6.719
Títulos e contas a receber	7.635	7.948	Não Circulante	111.161	115.773
Impostos a recuperar	8.149	8.676	Exigível a longo prazo	111.161	115.773
Imposto de renda e contribuição social diferidos	14.997	21.233	Empréstimos e financiamentos	21.385	23.122
Imobilizado	235.048	238.638	Parcelamentos tributários e previdenciários	20.074	21.725
Intangível	31.352	29.338	Impostos diferidos	5.187	5.121
TOTAL DO ATIVO	1.133.552	1.108.026	Provisões para contingências e outras provisões	9.607	9.486
			Benefícios a empregados	13.155	13.155
			Incentivos fiscais	41.395	42.759
			Outras contas a pagar	358	405
			Patrimônio Líquido	781.546	710.811
			Capital social	230.063	229.879
			Reserva de capital	4.415	3.911
			Reserva de lucros	362.359	362.359
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.209	8.432
			Lucros acumulados	70.270	-
			Dividendos adicionais propostos	106.230	106.230
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.133.552	1.108.026

Demonstração de Resultados - IFRS
(R\$ mil)

R\$ Mil	1T11	1T12	Var. 1T12 / 1T11
Receita Bruta de Vendas	338.530	391.728	15,7%
Deduções de Venda	(60.864)	(65.088)	6,9%
Deduções de Venda Impostos	(71.537)	(82.314)	15,1%
Ajuste a Valor Presente	(7.602)	(8.415)	10,7%
Deduções de Venda Incentivos	18.275	25.641	40,3%
Receita Líquida de Vendas	277.666	326.640	17,6%
Total Custo dos Produtos Vendidos	(148.077)	(174.775)	18,0%
Custo dos Produtos Vendidos	(149.312)	(176.540)	18,2%
Ajuste a Valor Presente	2.479	3.378	36,3%
Depreciação e Amortização	(3.131)	(4.133)	32,0%
Subvenção para Custeio	1.887	2.520	33,5%
Lucro Bruto	129.589	151.865	17,2%
Despesas Operacionais	(62.098)	(70.239)	13,1%
Vendas	(43.905)	(52.804)	20,3%
Empresa	(30.691)	(36.953)	20,4%
Fixa	(13.255)	(15.506)	17,0%
Variável	(17.436)	(21.447)	23,0%
Lojas	(13.214)	(15.851)	20,0%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(7.766)	(9.852)	26,9%
Depreciação e Amortização	(3.684)	(4.216)	14,4%
Participação nos Resultados	(6.467)	(4.118)	-36,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(276)	751	N.D
Lucro Antes das Financeiras	67.491	81.626	20,9%
Receitas financeiras	11.506	21.516	87,0%
Despesas financeiras	(7.584)	(7.415)	-2,2%
Total resultado financeiro	3.922	14.101	259,5%
Lucro Operacional	71.413	95.727	34,0%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(14.939)	(19.220)	28,7%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(5.455)	(6.302)	15,5%
Lucro Líquido	51.019	70.205	37,6%
Atribuível aos acionistas da Companhia	51.019	70.205	37,6%
EBITDA	74.306	89.975	21,1%

Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	1T11	1T12
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro líquido do período	51.019	70.205
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:		
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	5.455	6.302
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.348	1.050
Depreciação e amortização	6.815	8.349
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	1.098	374
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	3	600
Plano de opção de compra de ações	362	504
Ajuste de avaliação patrimonial	-	(158)
Variações nos ativos e passivos		
Redução em contas a receber de clientes	16.461	43.716
(Aumento) nos estoques	(13.781)	(24.618)
Redução em impostos a recuperar	2.000	3.817
Redução em outros ativos	6.592	2.642
Aumento (redução) em fornecedores	(12.818)	4.857
(Redução) em contas a pagar e provisões	(20.002)	(11.750)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	2.512	(33.681)
Juros pagos por empréstimos	(1.260)	(799)
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	45.804	71.410
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Aquisições de ativo imobilizado	(5.234)	(3.135)
Aquisições de ativo intangível	(636)	(4.238)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(5.870)	(7.373)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos		
Aumento de capital	-	184
Aplicações financeiras	(9)	(23)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(27.967)	(55)
Empréstimos tomados	1.419	9.428
Pagamento de empréstimos	(4.414)	(14.325)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(30.971)	(4.791)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	8.963	59.246
No início do exercício	114.549	199.849
No fim do exercício	123.512	259.095
	8.963	59.246

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.