

Blumenau, 27 de outubro de 2011. 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 2011 (3T11). 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 2010 (3T10), exceto quando estiver indicado de outra forma.

## Dados – 30/09/2011

HGTX3: R\$ 31,41 por ação

## Valor de Mercado

R\$ 5,1 bilhões

US\$ 2,8 bilhões

## Teleconferência – 28/10/2011

Português e Inglês: 11:00 horas (Brasília)

Tel.: (+55 11) 4688-6361 (Brasil)

Tel.: (+1) 888-700-0802 (EUA)

Tel.: (+1) 786-924-6977 (Outros)

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



## Cia. Hering encerra o 3T11 com crescimento de 34,6% na Receita Bruta e expansão de 3,2 p.p. na margem EBITDA

### Destaques do período (3T11)

- Receita Bruta total de R\$ 386,6 milhões no trimestre (+34,6%);
- Crescimento de dois dígitos nas vendas das quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.);
- EBITDA de R\$ 88,8 milhões (+54,4%), com incremento de 3,2 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 27,7%;
- Lucro Líquido de R\$ 63,7 milhões (+63,0%);
- Crescimento *same store sales* de 9,0% na rede Hering Store.

Apesar das incertezas quanto ao ambiente macroeconômico, a Companhia mantém-se otimista em relação às perspectivas de crescimento e de resultado para o 4T11. A meta de atingir ao menos 418 lojas Hering Store ao final do ano foi revisada para 433 lojas, o que significará, portanto, 86 lojas inauguradas ao longo de 2011.

### Destaques Consolidados

R\$ Mil	3T10	3T11	Var. 3T11 / 3T10	9M10	9M11	Var. 9M11 / 9M10
<b>Receita Bruta</b>	<b>287.295</b>	<b>386.573</b>	<b>34,6%</b>	<b>827.737</b>	<b>1.147.997</b>	<b>38,7%</b>
Mercado Interno	279.820	378.352	35,2%	810.391	1.129.845	39,4%
Mercado Externo	7.475	8.221	10,0%	17.346	18.152	4,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>235.180</b>	<b>320.696</b>	<b>36,4%</b>	<b>682.526</b>	<b>945.346</b>	<b>38,5%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>113.832</b>	<b>154.409</b>	<b>35,6%</b>	<b>331.386</b>	<b>447.671</b>	<b>35,1%</b>
Margem Bruta	48,4%	48,1%	-0,3 p.p.	48,6%	47,4%	-1,2 p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>(a)</sup></b>	<b>116.449</b>	<b>158.199</b>	<b>35,9%</b>	<b>339.012</b>	<b>457.902</b>	<b>35,1%</b>
Margem Bruta Caixa	49,5%	49,3%	-0,2 p.p.	49,7%	48,4%	-1,2 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>39.077</b>	<b>63.699</b>	<b>63,0%</b>	<b>111.211</b>	<b>192.061</b>	<b>72,7%</b>
Margem Líquida	16,6%	19,9%	3,2 p.p.	16,3%	20,3%	4,0 p.p.
<b>EBITDA<sup>(b)</sup></b>	<b>57.499</b>	<b>88.800</b>	<b>54,4%</b>	<b>173.604</b>	<b>260.656</b>	<b>50,1%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	24,4%	27,7%	3,2 p.p.	25,4%	27,6%	2,1 p.p.
<b>ROIC<sup>(c)</sup></b>	<b>38,5%</b>	<b>46,2%</b>	<b>7,7 p.p.</b>	<b>38,5%</b>	<b>46,2%</b>	<b>7,7 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	3T10	3T11	Var. 3T11 / 3T10	9M10	9M11	Var. 9M11 / 9M10
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>287.295</b>	<b>386.573</b>	<b>34,6%</b>	<b>827.737</b>	<b>1.147.997</b>	<b>38,7%</b>
Mercado Interno	279.820	378.352	35,2%	810.392	1.129.845	39,4%
Mercado Externo	7.475	8.221	10,0%	17.346	18.152	4,6%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>279.820</b>	<b>378.352</b>	<b>35,2%</b>	<b>810.392</b>	<b>1.129.845</b>	<b>39,4%</b>
<b>Hering</b>	<b>207.269</b>	<b>275.039</b>	<b>32,7%</b>	<b>617.529</b>	<b>849.300</b>	<b>37,5%</b>
Varejo	91.097	120.318	32,1%	264.776	359.764	35,9%
Franquias	78.572	111.639	42,1%	243.673	355.059	45,7%
Webstore	1.037	2.298	121,7%	2.792	6.513	133,3%
Lojas Próprias	36.562	40.784	11,5%	106.288	127.964	20,4%
<b>Hering Kids</b>	<b>21.323</b>	<b>31.291</b>	<b>46,8%</b>	<b>57.881</b>	<b>84.689</b>	<b>46,3%</b>
Varejo	19.133	27.401	43,2%	49.842	71.486	43,4%
Franquias (Hering Store)	2.093	2.894	38,3%	7.786	10.281	32,0%
Webstore	97	210	116,8%	252	633	150,9%
Lojas Próprias	-	786	N.D	-	2.289	N.D
<b>PUC</b>	<b>26.522</b>	<b>33.343</b>	<b>25,7%</b>	<b>68.914</b>	<b>89.042</b>	<b>29,2%</b>
Varejo	17.613	23.847	35,4%	43.314	60.828	40,4%
Franquias	7.489	8.119	8,4%	21.366	24.221	13,4%
Webstore	132	246	86,2%	290	760	162,4%
Lojas Próprias	1.288	1.131	-12,2%	3.944	3.233	-18,0%
<b>dzarm.</b>	<b>18.337</b>	<b>24.085</b>	<b>31,3%</b>	<b>48.982</b>	<b>72.076</b>	<b>47,1%</b>
Varejo	18.232	23.547	29,2%	48.877	70.416	44,1%
Franquias	-	-	N.D	-	-	N.D
Webstore	105	378	261,5%	105	1.011	867,7%
Lojas Próprias	-	160	N.D	-	649	N.D
<b>Outras</b>	<b>6.370</b>	<b>14.594</b>	<b>129,1%</b>	<b>17.086</b>	<b>34.738</b>	<b>103,3%</b>

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	3T10	3T11	3T10	3T11	3T10	3T11	3T10	3T11	3T10	3T11
Varejo Multimarcas	44,0%	43,7%	89,7%	87,6%	66,3%	71,5%	99,4%	97,8%	54,5%	55,4%
Lojas Próprias e Franquias	55,5%	55,4%	9,8%	11,8%	33,1%	27,7%	0,0%	0,7%	45,0%	43,7%
WebStores	0,5%	0,8%	0,5%	0,7%	0,5%	0,7%	0,6%	1,6%	0,5%	0,8%

No 3T11, a Cia Hering manteve o bom desempenho apresentado no trimestre anterior: as vendas brutas totalizaram R\$ 386,6 milhões, com crescimento acima de 25% nas quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.).

### Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering mantiveram crescimento expressivo em todos os canais de distribuição. No conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), a Companhia comercializou as coleções de meia estação e verão, complementadas por coleções *fast fashion* para o Dia dos Pais, pela linha *color blocking* para o verão e camisas xadrez como um produto adicional ao catálogo de meia estação. Além disso, no final de setembro, foi introduzida uma nova cartela com mais cores para a linha de produtos básicos, em linha com as tendências atuais de moda.

A venda para a rede de franquias foi influenciada pela forte expansão do número de lojas em relação ao 3T10 (+89 lojas), bem como na continuidade de aposta da rede no incremento das vendas no conceito mesmas lojas. No canal varejo multimarcas, seguimos com a estratégia de incrementar vendas para os mesmos clientes através 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 cresceram 46,8% no 3T11, com destaque para as vendas para o canal varejo multimarcas (43,2%) e o bom desempenho das lojas piloto Hering Kids.

Pelo segundo ano consecutivo, a marca participou do desfile Fashion Week Kids, voltado ao mercado de vestuário infantil, apresentando sua coleção de verão e alto verão, com repercussão de mídia.

Em setembro, foi inaugurada mais uma loja piloto, no Shopping Ibirapuera em São Paulo, totalizando 4 lojas Hering Kids. Para o 4T11, está prevista a inauguração de mais uma loja piloto no Shopping Interlagos.

Os bons resultados já atingidos pelas lojas piloto bem como resultados das avaliações quantitativas e qualitativas efetuadas ao longo dos últimos meses, aumentaram a confiança da administração na viabilidade do desenvolvimento de uma rede de lojas Hering Kids, cuja decisão deve ser tomada ao longo do 4T11.

## **Marca PUC**

No 3T11, as vendas brutas da PUC cresceram 25,7%, com destaque para o crescimento das vendas para o canal varejo multimarcas (+35,4%).

Entre as ações promovidas durante o trimestre, destacam-se as coleções meia estação e verão, com cores mais vibrantes; a campanha de Dia dos Pais, com camisa polo para o pai, filho e bebê e bata para filha e “bebéia”; e os pijamas com estampa que brilha no escuro, novidade trazida pela marca há cerca de um ano e que vem apresentando crescimento expressivo de vendas. Em setembro, começou a ser comercializada nas lojas a linha praia, que deverá permanecer até o final do ano.

A partir do 4T10, com a revisão da estratégia da Companhia para o mercado infantil, a marca passou por ajustes no sortimento de produtos e nas faixas de preço de forma a reforçar seu posicionamento nos segmentos *Better* e *Premium*. Como consequência, a Companhia está reavaliando a aderência das lojas da rede PUC à nova estratégia, o que pode ocasionar ajustes pontuais na rede atual.

## **Marca dzarm.**

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 31,3% no 3T11, ainda beneficiada pela nova estratégia da marca a partir do segundo semestre de 2009.

Nas coleções meia estação e verão, destacam-se a participação cada vez maior de produtos em tecido plano e a inclusão da linha de calçados, com um mix completo incluindo tênis, sandálias, sapatilhas e botas. Os acessórios também vêm ganhando espaço na coleção, com bolsas, carteiras e lenços, reforçando a estratégia de oferecer o look completo ao cliente.

Nas redes sociais, a marca conquista a cada dia mais seguidores, crescendo consideravelmente sua participação no Facebook e Twitter.

Com a inauguração da primeira loja ‘flagship’ dzarm. no final de 2010, a marca foi reintroduzida em shopping centers. O novo formato tem oferecido aos consumidores uma experiência de compra diferenciada, a partir de um projeto arquitetônico inovador, que reforça o posicionamento da marca no conceito jeans casual, focado no público jovem. Embora os resultados quantitativos até então sejam modestos, a loja tem apresentado importante papel no desenvolvimento da marca, assim a Companhia está avaliando a possibilidade de investir na abertura de mais algumas lojas *flagships*.

## **Webstore**

Assim como no trimestre anterior, o crescimento mais expressivo (128,6%) dentre todos os canais de distribuição da Companhia ficou para as vendas online, que englobam as quatro marcas da Cia. Hering.

A Companhia segue implementando uma série de ações para melhor explorar o potencial das webstores. Foi criada uma estrutura específica de logística e distribuição para atender ao canal online de forma mais eficiente. No 4T11 será lançada a nova webstore da marca Hering com uma série de melhorias tanto no

desempenho do site quanto na experiência da compra proporcionada aos nossos consumidores. Com essas melhorias implementadas, estaremos preparados para ser mais proativos e acelerar o crescimento das vendas online.

A forte presença da Cia. Hering nas redes sociais (Facebook, Twitter) também tem contribuído para estreitar o relacionamento do consumidor com as marcas, facilitando o seu acesso às compras online.

## Mercado Internacional

Representando 2,1% do faturamento total da Companhia, as vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 10,0% no 3T11. A Cia. Hering encerrou o período com 16 lojas no exterior.

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. Em linha com essa estratégia, em 4 de outubro foi inaugurada a primeira loja franqueada no Chile.

A Cia. Hering está reestruturando sua operação no Uruguai, desfazendo sua relação com o franqueado da região e avaliando alternativas para dar continuidade às lojas em 2012.

## 2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

No período entre o 3T10 e o 3T11, a Cia. Hering inaugurou 95 lojas no Brasil: 89 Hering Store, 1 PUC, 1 dzarm. e 4 Hering Kids, sendo que uma loja própria PUC foi convertida para Hering Kids. Também foi inaugurada uma Hering Store no Paraguai.

No 3T11, foram abertas 17 franquias na rede Hering Store. Com a remodelação de 10 lojas da rede, a Companhia encerra o período com 95% da rede Hering Store dentro do novo projeto arquitetônico, restando 20 lojas a serem reformadas.

Quantidade de Lojas	3T10	3T11
Hering - Própria	42	45
Hering - Franquia	261	347
<b>Hering Store</b>	<b>303</b>	<b>392</b>
PUC - Própria	7	6
PUC - Franquia	68	70
<b>PUC</b>	<b>75</b>	<b>76</b>
Hering Kids - Própria	0	4
<b>Hering Kids</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
dzarm. - Própria	0	1
<b>dzarm.</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Brasil	378	473
Total Mercado Internacional	15	16
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>489</b>

Ao final do 3T11, a Empresa contava com 16.386 clientes no varejo multimarcas, dos quais 12.833 somente da marca Hering.

### 3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 31,9% no 3T11, em decorrência, principalmente, da abertura de 89 lojas no período e do incremento de 9,0% das vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*).

O terceiro trimestre foi desafiador e o desempenho de vendas da rede ficou abaixo de nossas expectativas. Em um trimestre com base de comparação mais difícil devido ao forte crescimento de SSS no 3T10 (+33,6%), e aspectos conjunturais menos favoráveis, tivemos dificuldades em executar nossa estratégia de forma adequada e sustentar taxas crescimentos de SSS de dois dígitos. Entendemos que alguns dos desafios que enfrentamos no 3T11 foram pontuais, e estamos nos preparando para ambiente mais favorável para o 4T11 que concentra os principais eventos do ano para o setor de vestuário.

O preço médio das peças novamente apresentou crescimento mais significativo (+15,8%), tanto em função em função dos aumentos de preços efetuados no final do 1T11 quanto em função de mudanças no mix de produtos comercializados. As categorias de tecido plano e *jeanswear* seguem com crescimentos expressivos o que tem ajudado no aumento de preço médio, entretanto a queda no número de peças por atendimentos fez com que crescimento do ticket médio ficasse em 10,3%.

O projeto de reforma de lojas permanece avançando: entre o 3T10 e 3T11 foram reformadas 33 lojas, o que corresponde a 372 lojas dentro do novo projeto arquitetônico, faltando somente 20 lojas a serem reformuladas.

O cartão de crédito Hering Store, administrado pela Financeira Losango (pertencente ao Banco HSBC), finalizou o 3T11 com uma base de 323,8 mil cartões ativos.

Desempenho Hering Store	3T10	3T11	Var.	Ac 3T10	Ac 3T11	Var.
<b>Número de Lojas</b>	<b>303</b>	<b>392</b>	<b>29,4%</b>	<b>303</b>	<b>392</b>	<b>29,4%</b>
Franquias	261	347	33,0%	261	347	33,0%
Próprias	42	45	7,1%	42	45	7,1%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil) <sup>(1)</sup></b>	<b>195.094.144</b>	<b>257.320.961</b>	<b>31,9%</b>	<b>559.617.797</b>	<b>773.276.424</b>	<b>38,2%</b>
Franquias (R\$ mil)	158.531.932	216.537.088	36,6%	453.329.379	645.312.135	42,3%
Próprias (R\$ mil)	36.562.213	40.783.873	11,5%	106.288.418	127.964.289	20,4%
<b>Crescimento Same Store Sales <sup>(2)</sup></b>	<b>33,6%</b>	<b>9,0%</b>	<b>-24,6 p.p</b>	<b>26,8%</b>	<b>15,6%</b>	<b>-11,2 p.p</b>
Área de Vendas (m <sup>2</sup> )	38.763	51.812	33,7%	38.763	51.812	33,7%
Faturamento (R\$ por m <sup>2</sup> )	5.163	5.091	-1,4%	15.227	16.161	6,1%
Atendimentos	2.196.420	2.626.868	19,6%	6.226.526	7.873.189	26,4%
Peças	4.925.048	5.610.529	13,9%	13.792.522	16.747.701	21,4%
Peças por Atendimento	2,24	2,14	-4,7%	2,22	2,13	-4,0%
Preço Médio (R\$)	39,61	45,86	15,8%	40,57	46,17	13,8%
Ticket Médio (R\$)	88,82	97,96	10,3%	89,88	98,22	9,3%

<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 3,4 p.p. no 3T11, representando 15,1% do total de peças vendidas no período. As parcerias com fornecedores internacionais, principalmente da Ásia, reforçaram o posicionamento das marcas ao permitir o desenvolvimento de produtos com valor agregado e custos competitivos.

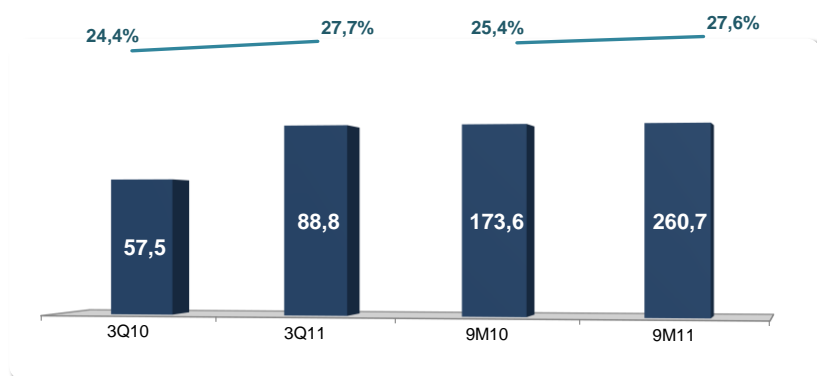
Processo Produtivo*	3T10	3T11	Var.	9M10	9M11	Var.
<b>Produção</b>	<b>88,3%</b>	<b>84,9%</b>	<b>-3,4 p.p.</b>	<b>85,3%</b>	<b>83,1%</b>	<b>-2,2 p.p.</b>
Interna	44,9%	45,3%	0,4 p.p.	43,5%	41,0%	-2,5 p.p.
Terceirização	43,4%	39,6%	-3,8 p.p.	41,8%	42,1%	0,3 p.p.
<b>Outsourcing</b>	<b>11,7%</b>	<b>15,1%</b>	<b>3,4 p.p.</b>	<b>14,7%</b>	<b>16,9%</b>	<b>2,2 p.p.</b>
Mercado Interno	3,9%	1,8%	-2,0 p.p.	3,9%	2,7%	-1,2 p.p.
Importação	7,8%	13,3%	5,4 p.p.	10,8%	14,2%	3,4 p.p.

\* Refere-se a volume de peças vendidas.

## 5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

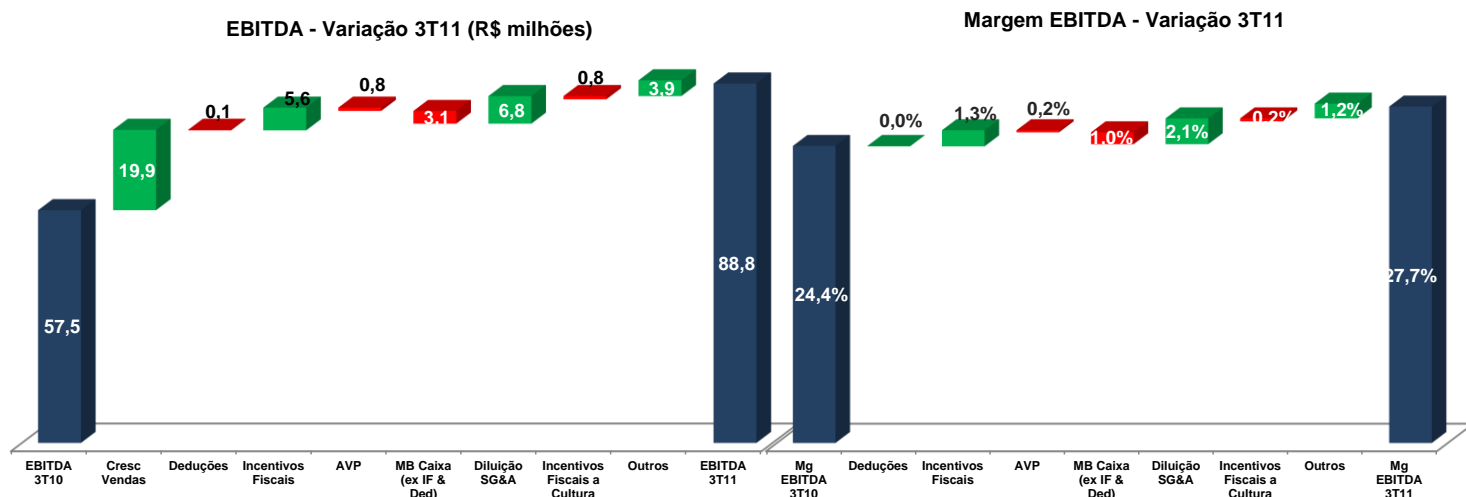
R\$ Mil	3T10	Part. (%)	3T11	Part. (%)	9M10	Part. (%)	9M11	Part. (%)
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>287.295</b>	<b>122,2%</b>	<b>386.573</b>	<b>120,5%</b>	<b>827.737</b>	<b>121,3%</b>	<b>1.147.997</b>	<b>121,4%</b>
Deduções de Venda	(52.115)	-22,2%	(65.877)	-20,5%	(145.211)	-21,3%	(202.651)	-21,4%
Deduções de Venda Impostos	(61.151)	-26,0%	(82.432)	-25,7%	(176.245)	-25,8%	(244.459)	-25,9%
Ajuste a Valor Presente	(5.666)	-2,4%	(8.631)	-2,7%	(13.357)	-2,0%	(25.588)	-2,7%
Deduções de Venda Incentivos	14.702	6,3%	25.186	7,9%	44.391	6,5%	67.396	7,1%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>235.180</b>	<b>100,0%</b>	<b>320.696</b>	<b>100,0%</b>	<b>682.526</b>	<b>100,0%</b>	<b>945.346</b>	<b>100,0%</b>
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(118.731)	-50,5%	(162.497)	-50,7%	(343.514)	-50,3%	(487.444)	-51,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(122.397)	-52,0%	(167.834)	-52,3%	(351.884)	-51,6%	(502.326)	-53,1%
Ajuste a Valor Presente	1.961	0,8%	2.830	0,9%	4.291	0,6%	7.813	0,8%
Subvenção para Custeio	1.705	0,7%	2.507	0,8%	4.079	0,6%	7.069	0,7%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>116.449</b>	<b>49,5%</b>	<b>158.199</b>	<b>49,3%</b>	<b>339.012</b>	<b>49,7%</b>	<b>457.902</b>	<b>48,4%</b>
Depreciação e Amortização	(2.617)	-1,1%	(3.790)	-1,2%	(7.626)	-1,1%	(10.231)	-1,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>113.832</b>	<b>48,4%</b>	<b>154.409</b>	<b>48,1%</b>	<b>331.386</b>	<b>48,6%</b>	<b>447.671</b>	<b>47,4%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(61.972)</b>	<b>-26,4%</b>	<b>(73.322)</b>	<b>-22,9%</b>	<b>(174.004)</b>	<b>-25,5%</b>	<b>(208.572)</b>	<b>-22,1%</b>
Vendas	(41.085)	-17,5%	(52.889)	-16,5%	(119.338)	-17,5%	(150.305)	-15,9%
Empresa	(29.635)	-12,6%	(38.661)	-12,1%	(87.360)	-12,8%	(109.013)	-11,5%
Fixa	(15.588)	-6,6%	(16.848)	-5,3%	(42.164)	-6,2%	(46.464)	-4,9%
Variável	(14.047)	-6,0%	(21.813)	-6,8%	(45.196)	-6,6%	(62.549)	-6,6%
Lojas	(11.450)	-4,9%	(14.228)	-4,4%	(31.978)	-4,7%	(41.292)	-4,4%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administrad	(10.058)	-4,3%	(9.517)	-3,0%	(25.148)	-3,7%	(26.067)	-2,8%
Depreciação e Amortização	(3.022)	-1,3%	(3.923)	-1,2%	(8.596)	-1,3%	(11.326)	-1,2%
Participação nos Resultados	(4.237)	-1,8%	(6.087)	-1,9%	(15.268)	-2,2%	(20.724)	-2,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(3.570)	-1,5%	(906)	-0,3%	(5.654)	-0,8%	(150)	0,0%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>51.860</b>	<b>22,1%</b>	<b>81.087</b>	<b>25,3%</b>	<b>157.382</b>	<b>23,1%</b>	<b>239.099</b>	<b>25,3%</b>
Receitas financeiras	10.698	4,5%	15.438	4,8%	26.104	3,8%	44.470	4,7%
Despesas financeiras	(8.289)	-3,5%	(9.548)	-3,0%	(20.178)	-3,0%	(24.967)	-2,6%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>2.409</b>	<b>1,0%</b>	<b>5.890</b>	<b>1,8%</b>	<b>5.926</b>	<b>0,9%</b>	<b>19.503</b>	<b>2,1%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>54.269</b>	<b>23,1%</b>	<b>86.977</b>	<b>27,1%</b>	<b>163.308</b>	<b>23,9%</b>	<b>258.602</b>	<b>27,4%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(13.070)	-5,6%	(23.187)	-7,2%	(44.780)	-6,6%	(65.026)	-6,9%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(2.122)	-0,9%	(91)	0,0%	(7.317)	-1,1%	(1.515)	-0,2%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>39.077</b>	<b>16,6%</b>	<b>63.699</b>	<b>19,9%</b>	<b>111.211</b>	<b>16,3%</b>	<b>192.061</b>	<b>20,3%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	39.077	16,6%	63.699	19,9%	111.215	16,3%	192.061	20,3%
Atribuível aos acionistas não controladores	-	N.D	-	N.D	(4)	0,0%	-	N.D
<b>EBITDA</b>	<b>57.499</b>	<b>24,4%</b>	<b>88.800</b>	<b>27,7%</b>	<b>173.604</b>	<b>25,4%</b>	<b>260.656</b>	<b>27,6%</b>

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



No 3T11, o EBITDA apresentou crescimento de 54,4%, com incremento de 3,2 p.p. na margem EBITDA. Os principais fatores associados a estes resultados são:

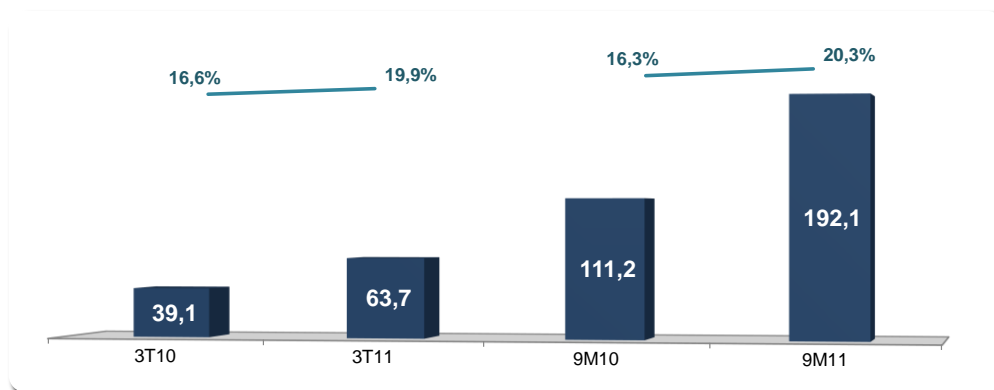
- Crescimento de 34,6% na **receita bruta de vendas**.
- Ganho de R\$ 3,2 milhões por conta de novos incentivos fiscais (efeito retroativo desde 2T11).
- Queda de 0,3 p.p. na margem bruta ainda em função da pressão de custos de matéria prima.
- Diluição das **despesas com vendas, gerais e administrativas**, em decorrência da alta alavancagem operacional, e a uma gestão rígida de despesas.
- Melhora em **outras receitas (despesas) operacionais**, que passaram de R\$ (3.570 mil) no 3T10 para R\$ (906) mil no 3T11, sendo ambos resultados em função de eventos não-recorrentes.



## Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	3T10	3T11	Var.	9M10	9M11	Var.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>39.077</b>	<b>63.699</b>	<b>63,0%</b>	<b>111.211</b>	<b>192.061</b>	<b>72,7%</b>
(-) IR e CSLL	(15.192)	(23.278)	53,2%	(52.097)	(66.541)	27,7%
(-) Receita Financeira Líquida	2.409	5.890	144,5%	5.926	19.503	229,1%
(-) Depreciações e Amortizações	(5.639)	(7.713)	36,8%	(16.222)	(21.557)	32,9%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>57.499</b>	<b>88.800</b>	<b>54,4%</b>	<b>173.604</b>	<b>260.656</b>	<b>50,1%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>24,4%</b>	<b>27,7%</b>	<b>3,2 p.p.</b>	<b>25,4%</b>	<b>27,6%</b>	<b>2,1 p.p.</b>

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



O lucro líquido da Cia. Hering apresentou crescimento de 63,0% no 3T11, com incremento de 3,2 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 do aumento no ajuste a valor presente
- Menor incidência de imposto de renda e contribuição social, em função da constituição de subvenções para investimentos no 3T11, que deixaram de compor a base de cálculo destes tributos no período.

## 6) GERAÇÃO DE CAIXA

No 3T11, a Cia. Hering registrou um incremento de R\$ 51,4 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 3T10. Esse resultado é consequência, principalmente, do crescimento do EBITDA, da menor necessidade de investimentos e de capital de giro.

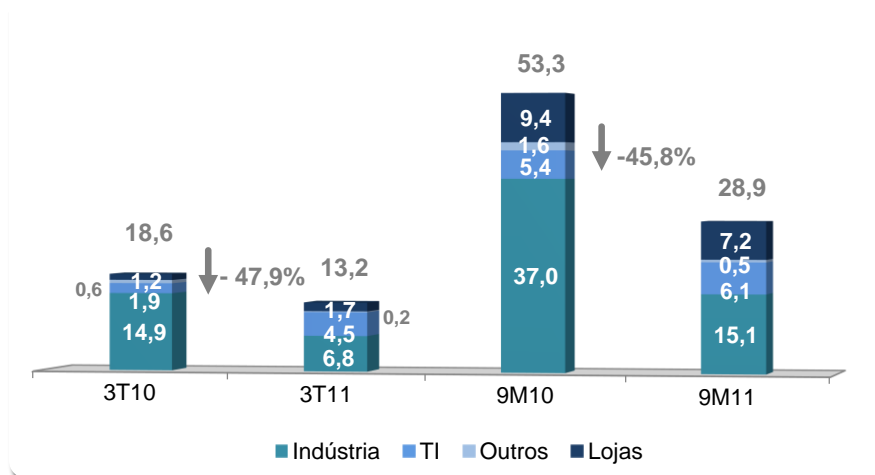
DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	3T10	3T11	Var.	9M10	9M11	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>57.499</b>	<b>88.800</b>	<b>31.301</b>	<b>173.604</b>	<b>260.656</b>	<b>87.052</b>
Itens Não caixa	777	603	-174	1.254	1.642	388
IR&CS Corrente	-13.070	-23.187	-10.117	-44.780	-65.026	-20.246
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>-23.054</b>	<b>2.010</b>	<b>25.064</b>	<b>-5.606</b>	<b>-37.308</b>	<b>-31.702</b>
Redução (aumento) em contas a receber de clientes	6.267	34.599	28.332	-11.493	5.002	16.495
(Aumento) nos estoques	-46.552	-26.047	20.505	-57.268	-46.412	10.856
Aumento (redução) em fornecedores	21.181	-1.675	-22.856	48.101	2.670	-45.431
Aumento em obrigações tributárias	4.560	4.466	-94	17.038	16.027	-1.011
Outros	-8.510	-9.333	-823	-1.984	-14.595	-12.611
<b>CapEx</b>	<b>-18.593</b>	<b>-13.224</b>	<b>5.369</b>	<b>-52.174</b>	<b>-28.895</b>	<b>23.279</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>3.559</b>	<b>55.002</b>	<b>51.443</b>	<b>72.298</b>	<b>131.069</b>	<b>58.771</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	3T10	3T11	Var.	9M10	9M11	Var.
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>24.377</b>	<b>74.217</b>	<b>49.840</b>	<b>129.328</b>	<b>179.712</b>	<b>50.384</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>-2.225</b>	<b>-5.991</b>	<b>-3.766</b>	<b>-4.856</b>	<b>-19.748</b>	<b>-14.892</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	-1.535	-1.164	371	-4.713	-3.713	1.000
Resultado Financeiro	-1.994	-5.890	-3.896	-5.585	-19.503	-13.918
Juros pagos por empréstimos	1.304	1.063	-241	5.442	3.468	-1.974
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>-18.593</b>	<b>-13.224</b>	<b>5.369</b>	<b>-52.174</b>	<b>-28.895</b>	<b>23.279</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>3.559</b>	<b>55.002</b>	<b>51.443</b>	<b>72.298</b>	<b>131.069</b>	<b>58.771</b>



## 7) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 13,2 milhões no 3T11. A maior parte foi destinada à área industrial (R\$ 6,8 milhões) e à infraestrutura de TI (R\$ 4,5 milhões).



## 8) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 3T11, o ROIC da Cia. Hering foi de 46,2%, uma expansão significativa em relação ao 3T10 (+7,7 p.p.).

Esse desempenho é resultado, principalmente, da adoção de um modelo de negócios que combina alta alavancagem operacional com baixa necessidade de investimentos em ativos fixos. O aumento dos investimentos em capital de giro é consequência da recomposição de estoques, que mantiveram-se em níveis baixos na maior parte do ano de 2010.

Retorno sobre Capital Investido (ROIC) - R\$ mil	3T10	3T11	Var. 2011/2010
EBITDA	236.371	363.552	53,8%
(-) Depreciação e Amortização	(21.492)	(28.466)	32,4%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	3.267	4.961	51,9%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	10.920	23.041	111,0%
(-) IR&CS - Aliquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(83.115)	(121.979)	46,8%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	5.706	8.210	43,9%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>151.657</b>	<b>249.319</b>	<b>64,4%</b>
Ativo Permanente	221.557	252.240	13,8%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	6.181	10.671	72,6%
Capital de Giro	166.328	276.883	66,5%
<b>Capital Investido Médio*</b>	<b>394.065</b>	<b>539.794</b>	<b>37,0%</b>
<b>ROIC</b>	<b>38,5%</b>	<b>46,2%</b>	<b>7,7 p.p.</b>

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 3T11 com R\$ 188,9 milhões em caixa e aplicações financeiras e um caixa líquido de R\$ 147,4 milhões. Em decorrência do aumento na geração de caixa operacional do período, a dívida da Companhia foi reduzida em R\$ 2,9 milhões, em linha com a estratégia adotada de não renovar empréstimos bancários com juros elevados.

Endividamento - R\$ mil	2T10	Part. (%)	3T10	Part. (%)	2T11	Part. (%)	3T11	Part. (%)
Curto Prazo	(9.538)	19%	(14.016)	23%	(26.323)	59%	(25.796)	62%
Longo Prazo	(39.723)	81%	(46.430)	77%	(18.086)	41%	(15.750)	38%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(49.261)</b>	<b>100%</b>	<b>(60.446)</b>	<b>100%</b>	<b>(44.409)</b>	<b>100%</b>	<b>(41.546)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	121.594		112.965		130.881		188.903	
<b>(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido</b>	<b>72.333</b>		<b>52.519</b>		<b>86.472</b>		<b>147.357</b>	

## 10) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Em reunião realizada no dia 22 de setembro de 2011, foi aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia a distribuição de dividendos no montante de R\$ 34,3 milhões (R\$ 0,21 por ação), pagos em 13 de outubro de 2011.

## 11) PERSPECTIVAS

Mantemos perspectivas positivas para o último trimestre de 2011 mesmo diante de um cenário mais desafiador em função das incertezas no ambiente externo e seus possíveis efeitos na economia brasileira. Continuaremos a explorar o potencial de nossas quatro marcas, principalmente da marca Hering, e no atual modelo de negócios que segue apresentando resultados expressivos em termos de crescimento de vendas e geração de valor.

Revisamos a meta de atingir 418 lojas Hering Store ao final de 2011 para 433 lojas e continuamos apostando no potencial da rede de totalizar 604 lojas, uma vez mantidas as atuais premissas de renda, consumo e penetração da marca. No canal varejo multimarcas, daremos continuidade à estratégia de qualificar a distribuição buscando, principalmente, o incremento de *market share* nos atuais clientes.

No mercado infantil, já estão sendo capturados resultados expressivos no varejo multimarcas a partir da nova estratégia das marcas Hering Kids e PUC. As lojas piloto Hering Kids têm gerado resultados animadores e aumentado a confiança da administração na viabilidade de desenvolvimento de uma rede de lojas com grande potencial de expansão. A avaliação dos resultados das lojas pilotos está em fase avançada e a decisão acerca da criação da rede Hering Kids deve ser tomada em breve. Na rede PUC, estamos avaliando a aderência da rede de lojas ao novo posicionamento da marca, o que poderá ocasionar na descontinuidade de algumas dessas operações.

Na marca dzarm, daremos continuidade à estratégia atual que segue gerando resultados expressivos no canal varejo multimarcas. Seguiremos investindo no desenvolvimento da marca e com esse intuito estamos avaliando a possibilidade de abrir mais algumas lojas *flagship*.

No canal online, com os investimentos em curso, estaremos bem preparados para capturar o alto potencial de crescimento desse canal. A nova infraestrutura de tecnologia, logística, e as webstores reformuladas possibilitarão aos nossos consumidores uma maior agilidade no atendimento aliados a uma melhor experiência de compra.

Em relação às margens, as recentes quedas no preço do algodão já reduziram a pressão sobre a margem bruta no 3T11 e esperamos que não causem mais efeitos relevantes em nossas margens a partir do 4T11.

A combinação de crescimento orgânico e modelo de negócios que gera alto retorno sobre o capital investido tem nos permitido registrar um crescimento sustentado, com incremento de margem e rentabilidade, na qual continuaremos apostando enquanto nos mantemos atentos a outras oportunidades que venham a aparecer.

## Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	3T11	4T10	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3T11	4T10
<b>Circulante</b>	<b>731.123</b>	<b>604.726</b>	<b>Circulante</b>	<b>291.371</b>	<b>248.453</b>
Caixa e equivalente de caixa	187.990	114.549	Empréstimos e financiamentos	25.796	27.799
Aplicações financeiras	-	394	Fornecedores	111.440	108.770
Contas a receber de clientes	290.420	295.422	Salários e encargos sociais	37.166	26.708
Estoques	223.104	176.692	Parcelamentos tributários e previdenciários	8.041	8.104
Impostos a recuperar	16.849	7.015	Obrigações tributárias	39.758	20.432
Outras contas a receber	11.816	10.315	Provisões para contingências e outras provisões	24.186	29.773
Despesas antecipadas	944	339	Incentivos fiscais	4.228	2.896
<b>Não Circulante</b>	<b>291.620</b>	<b>287.977</b>	Dividendos a pagar	34.671	14.883
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>34.285</b>	<b>37.654</b>	Outras contas a pagar	6.085	9.088
Aplicações financeiras	913	863	<b>Não Circulante</b>	<b>94.677</b>	<b>116.026</b>
Títulos e contas a receber	6.837	8.702	<b>Exigível a longo prazo</b>	<b>94.677</b>	<b>116.026</b>
Plano de pensão - Benefícios a empregados	1.773	1.773	Empréstimos e financiamentos	15.750	26.105
Impostos a recuperar	8.359	8.190	Parcelamentos tributários e previdenciários	23.263	28.804
Empréstimos compulsórios	85	85	Obrigações tributárias	519	530
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.318	18.041	Impostos diferidos	5.021	5.229
<b>Investimentos</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	Provisões para contingências e outras provisões	7.612	11.215
<b>Imobilizado</b>	<b>229.573</b>	<b>224.226</b>	Incentivos fiscais	41.915	40.931
<b>Intangível</b>	<b>27.754</b>	<b>26.089</b>	Outras contas a pagar	597	3.212
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1.022.743</b>	<b>892.703</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>636.695</b>	<b>528.224</b>
			Capital social	229.879	226.293
			Reserva de capital	3.408	2.091
			Reserva de lucros	251.593	251.593
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.515	8.784
			Lucros acumulados	143.300	-
			Dividendos adicionais propostos	-	39.463
			<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.022.743</b>	<b>892.703</b>

## Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	3T10	3T11	Var. 3T11 / 3T10	9M10	9M11	Var. 9M11 / 9M10
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>235.180</b>	<b>320.696</b>	<b>36,4%</b>	<b>682.526</b>	<b>945.346</b>	<b>38,5%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(121.348)	(166.287)	37,0%	(351.140)	(497.675)	41,7%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>113.832</b>	<b>154.409</b>	<b>35,6%</b>	<b>331.386</b>	<b>447.671</b>	<b>35,1%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(61.972)</b>	<b>(73.322)</b>	<b>18,3%</b>	<b>(174.004)</b>	<b>(208.572)</b>	<b>19,9%</b>
Vendas	(41.085)	(52.889)	28,7%	(119.338)	(150.305)	25,9%
Remuneração dos Administradores	(1.505)	(1.613)	7,2%	(4.537)	(4.832)	6,5%
Gerais e Administrativas	(8.553)	(7.904)	-7,6%	(20.611)	(21.235)	3,0%
Depreciação e Amortização	(5.639)	(7.713)	36,8%	(16.222)	(21.557)	32,9%
(-) Apropriada ao Custo	2.617	3.790	44,8%	7.626	10.231	34,2%
Participação nos Resultados	(4.237)	(6.087)	43,7%	(15.268)	(20.724)	35,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(3.570)	(906)	-74,6%	(5.654)	(150)	-97,3%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>51.860</b>	<b>81.087</b>	<b>56,4%</b>	<b>157.382</b>	<b>239.099</b>	<b>51,9%</b>
Receitas financeiras	10.698	15.438	44,3%	26.104	44.470	70,4%
Despesas financeiras	(8.289)	(9.548)	15,2%	(20.178)	(24.967)	23,7%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>2.409</b>	<b>5.890</b>	<b>144,5%</b>	<b>5.926</b>	<b>19.503</b>	<b>229,1%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>54.269</b>	<b>86.977</b>	<b>60,3%</b>	<b>163.308</b>	<b>258.602</b>	<b>58,4%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(13.070)	(23.187)	77,4%	(44.780)	(65.026)	45,2%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(2.122)	(91)	-95,7%	(7.317)	(1.515)	-79,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>39.077</b>	<b>63.699</b>	<b>63,0%</b>	<b>111.211</b>	<b>192.061</b>	<b>72,7%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	39.077	63.699	63,0%	111.215	192.061	72,7%
Atribuível aos acionistas não controladores	-	-	N.D	(4)	-	N.D
<b>EBITDA</b>	<b>57.499</b>	<b>88.800</b>	<b>54,4%</b>	<b>173.604</b>	<b>260.656</b>	<b>50,1%</b>

## Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	3T10	3T11	9M10	9M11
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido do período	39.077	63.699	111.215	192.061
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	2.122	91	7.317	1.515
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.535	1.164	4.714	3.713
Depreciação e amortização	5.639	7.713	16.222	21.557
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	1.620	(1.548)	(307)	(4.464)
Resultado na venda de ativos imobilizados	-	100	76	325
Plano de opção de compra de ações	362	503	823	1.317
Participação de acionistas não controladores	-	-	(4)	-
<b>Variações nos ativos e passivos</b>				
Redução (aumento) em contas a receber de clientes	4.647	36.147	(11.186)	9.466
(Aumento) nos estoques	(46.552)	(26.047)	(57.268)	(46.412)
(Aumento) em impostos a recuperar	(4.693)	(6.073)	(6.836)	(10.003)
(Aumento) em outros ativos	(6.904)	(5.907)	(4.405)	(241)
Aumento (redução) em fornecedores	21.181	(1.675)	48.101	2.670
(Redução) aumento em contas a pagar e provisões	3.087	2.647	9.270	(4.351)
Aumento em obrigações tributárias	4.560	4.466	17.038	16.027
Juros pagos por empréstimos	(1.304)	(1.063)	(5.442)	(3.468)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>24.377</b>	<b>74.217</b>	<b>129.328</b>	<b>179.712</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Recebimento venda investimentos	-	-	1.178	-
Aquisições de ativo imobilizado	(18.021)	(8.854)	(44.037)	(21.192)
Aquisições de ativo intangível	(572)	(4.370)	(9.315)	(7.703)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(18.593)</b>	<b>(13.224)</b>	<b>(52.174)</b>	<b>(28.895)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aumento de capital	1.744	-	2.448	3.586
Aplicações financeiras	(193)	(27)	(494)	344
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(27.110)	(7)	(53.101)	(68.703)
Empréstimos tomados	14.591	-	15.500	1.419
Pagamento de empréstimos	(3.638)	(2.964)	(31.884)	(14.022)
Partes relacionadas	-	-	130	-
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(14.606)</b>	<b>(2.998)</b>	<b>(67.401)</b>	<b>(77.376)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(8.822)</b>	<b>57.995</b>	<b>9.753</b>	<b>73.441</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>				
No início do exercício	114.773	129.995	96.198	114.549
No fim do exercício	105.951	187.990	105.951	187.990
	<b>(8.822)</b>	<b>57.995</b>	<b>9.753</b>	<b>73.441</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.