



Blumenau, 28 de abril de 2011. 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 2011 (1T11). 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 (1T10), exceto quando estiver indicado de outra forma.

## Dados – 31/03/2011

HGTX3: R\$ 30,00 por ação

### Valor de Mercado

R\$ 4,9 bilhões

US\$ 3,0 bilhões

## Teleconferência – 29/04/2011

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

### Karina Koerich

Gerente de RI

### Admar A. Topazio Junior

Analista de RI

Tel.: (47) 3321-3486

ri@hering.com.br



## Cia. Hering conquista resultados expressivos no 1T11: crescimento de 44,8% na Receita Bruta e de 23,4% nas vendas 'same store sales' da rede Hering Store

### Destaques do período (1T11)

- Receita Bruta de R\$ 338,5 milhões no trimestre (+44,8%);
- Crescimento de vendas brutas acima de 35,0% nas quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.);
- Same store sales da Rede Hering Store: +23,4%;
- EBITDA: R\$ 74,3 milhões (+58,0%), com margem EBITDA de 26,8% (+2,6 p.p.);
- Lucro Líquido: R\$ 51,0 milhões (+73,7%).

A Cia. Hering segue confiante em relação às perspectivas de crescimento e de resultado para 2011 e reafirma a meta de atingir 418 lojas Hering Store ao final do ano.

### Destaques Consolidados

R\$ Mil	1T10	1T11	Var. 1T11 / 1T10
<b>Receita Bruta</b>	<b>233.784</b>	<b>338.530</b>	<b>44,8%</b>
Mercado Interno	228.471	334.433	46,4%
Mercado Externo	5.313	4.097	-22,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>194.368</b>	<b>277.666</b>	<b>42,9%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>93.967</b>	<b>129.589</b>	<b>37,9%</b>
Margem Bruta	48,3%	46,7%	-1,7 p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>(a)</sup></b>	<b>96.297</b>	<b>132.720</b>	<b>37,8%</b>
Margem Bruta Caixa <sup>(a)</sup>	49,5%	47,8%	-1,8 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>29.367</b>	<b>51.019</b>	<b>73,7%</b>
Margem Líquida	15,1%	18,4%	3,3 p.p.
<b>EBITDA<sup>(b)</sup></b>	<b>47.031</b>	<b>74.306</b>	<b>58,0%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	24,2%	26,8%	2,6 p.p.
<b>ROIC<sup>(c)</sup></b>	<b>31,3%</b>	<b>44,5%</b>	<b>13,1 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	1T10	1T11	Var. 1T11 / 1T10
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>233.783</b>	<b>338.530</b>	<b>44,8%</b>
Mercado Interno	228.470	334.433	46,4%
Mercado Externo	5.313	4.097	-22,9%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>228.470</b>	<b>334.433</b>	<b>46,4%</b>
<b>Hering</b>	<b>175.969</b>	<b>254.554</b>	<b>44,7%</b>
Varejo	74.944	102.685	37,0%
Franquias	72.081	113.796	57,9%
Webstore	551	1.523	176,3%
Lojas Próprias	28.392	36.550	28,7%
<b>Hering Kids</b>	<b>15.717</b>	<b>24.224</b>	<b>54,1%</b>
Varejo	12.858	19.667	53,0%
Franquias (Hering Store)	2.818	4.044	43,5%
Webstore	41	139	237,9%
Lojas Próprias	-	375	N.D
<b>PUC</b>	<b>19.421</b>	<b>26.908</b>	<b>38,5%</b>
Varejo	11.579	17.464	50,8%
Franquias	6.637	8.107	22,1%
Webstore	53	210	295,4%
Lojas Próprias	1.152	1.127	-2,2%
<b>dzarm.</b>	<b>12.656</b>	<b>20.742</b>	<b>63,9%</b>
Varejo	12.656	20.303	60,4%
Franquias	-	-	N.D
Webstore	-	246	N.D
Lojas Próprias	-	193	N.D
<b>Outras</b>	<b>4.707</b>	<b>8.005</b>	<b>70,1%</b>

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	1T10	1T11	1T10	1T11	1T10	1T11	1T10	1T11	1T10	1T11
Varejo Multimarcas	42,6%	40,3%	81,8%	81,2%	59,6%	64,9%	100,0%	97,9%	51,1%	50,3%
Lj Próprias e Franquias	57,1%	59,1%	17,9%	18,2%	40,1%	34,3%	0,0%	0,9%	48,6%	49,1%
WebStores	0,3%	0,6%	0,3%	0,6%	0,3%	0,8%	0,0%	1,2%	0,3%	0,6%

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 338,5 milhões no 1T11, com crescimento expressivo nas quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.).

### Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering apresentaram crescimento em todos os canais de distribuição.

Na rede de lojas Hering Store, o incremento de vendas no 1T11 foi impulsionado pela forte expansão no número de lojas em relação ao 1T10 (+72 lojas), bem como pelo crescimento de 23,4% das vendas no conceito 'mesmas lojas' (same store sales).

No varejo multimarcas, contribuíram para o desempenho das vendas a especialização e qualificação dos pontos de venda, que resultaram no aumento das vendas para os clientes já existentes.

### Marca Hering Kids

No 1T11, as vendas brutas da marca Hering Kids apresentaram crescimento expressivo (+54,1%), com destaque para o varejo multimarcas (+53,0%). Esse desempenho é resultado da nova estratégia adotada pela marca a partir do lançamento da coleção alto verão no 4T10, quando foram promovidos ajustes no sortimento de produtos e faixas de preços que permitiram focar a marca nos segmentos "Value" e "Moderate", reforçando o conceito definido como a versão mini-adulto da marca Hering.

As duas lojas piloto Hering Kids inauguradas no final de 2010 apresentaram resultados iniciais animadores, embora seja cedo para avaliar a criação de uma rede de lojas nesse formato. O projeto prevê ainda a inauguração de mais duas lojas piloto e, a partir daí, será feita uma análise da performance das quatro lojas tanto em termos quantitativos quanto qualitativos, o que dará elementos para que a Empresa possa decidir sobre a possibilidade de expansão desse formato, o que deve ocorrer ao longo de 2011.

## Marca PUC

As vendas brutas da PUC cresceram 38,5% no 1T11, resultado da estratégia iniciada no 4T10, que reforçou o posicionamento da marca no segmento *Better e Premium* e promoveu ajustes no sortimento de produtos e faixas de preços.

O varejo multimarcas registrou crescimento de 50,8% nas vendas no 1T11, refletindo principalmente o aumento do volume de vendas para os mesmos clientes.

O incremento de 18,6% registrado no trimestre nas vendas para o canal de lojas próprias e franqueadas é explicado pela abertura de cinco lojas bem como pelo aumento de 21,9% das vendas 'mesmas lojas' da rede PUC no 1T11 em relação ao 1T10.

## Marca dzarm.

No 1T11, as vendas brutas da dzarm. cresceram 63,9% em relação ao 1T10.

A marca segue capturando os resultados positivos da estratégia iniciada em 2009, que reforça o posicionamento da dzarm. como uma marca focada no público jovem. Também contribuíram para esse resultado a especialização e a qualificação dos pontos de vendas, bem como a realização de campanhas de marketing.

## Webstore

As vendas online, que englobam todas as quatro marcas da Cia. Hering, apresentaram o maior crescimento dentre os demais canais de distribuição. Embora pouco representativo em relação ao faturamento total da Companhia, este resultado demonstra o potencial expressivo de crescimento da webstore.

## Mercado Internacional

No 1T11, as vendas brutas ao mercado externo apresentaram redução de 22,9%, representando 1,2% do faturamento total da Companhia.

O desempenho do trimestre foi afetado pelo deslocamento da curva de faturamento do 1T11 para o 2T11.

## 2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

Entre o 1T10 e o 1T11 foram inauguradas 80 lojas: 72 Hering Store, cinco PUC, duas Hering Kids e uma dzarm.

No 1º trimestre de 2011, três franquias foram abertas e outras sete lojas da rede Hering Store foram remodeladas, o que permitiu à Cia. Hering chegar ao final do período com 90% da rede dentro do novo projeto arquitetônico, restando 35 lojas a serem reformadas.

Quantidade de Lojas	1T10	1T11
Hering - Própria	40	43
Hering - Franquia	238	307
<b>Total Hering Store</b>	<b>278</b>	<b>350</b>
PUC - Própria	6	6
PUC - Franquia	67	72
<b>Total PUC</b>	<b>73</b>	<b>78</b>
Hering Kids - Própria	0	2
<b>Total Hering Kids</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
dzarm. - Própria	0	1
<b>Total dzarm.</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Brasil	351	431
Exterior - Franquia	15	15
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>446</b>

Ao final do 1T11, a Empresa contava com 15.928 clientes no varejo multimarcas, dos quais 12.628 somente da marca Hering.

### 3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

No 1T11, o destaque ficou para o crescimento das vendas totais da rede Hering Store, resultante principalmente do incremento de 23,4% das vendas no conceito 'mesmas lojas' e da abertura de 72 lojas no período.

O crescimento expressivo apresentado nas vendas *same store sales* é resultado da combinação de alguns fatores como o aumento no tráfego de clientes nas lojas, o incremento no preço médio dos produtos e uma pequena redução no número de peças por atendimento.

O maior tráfego de clientes pode ser explicado pelo alto valor percebido da marca Hering, aliado à qualidade dos produtos, às inovações e à experiência de compra diferenciada. Por outro lado, o crescimento do preço médio está relacionado aos resultados da estratégia da Cia. Hering de aumentar, no mix de vendas, a participação de produtos de maior valor agregado, como o jeanswear. Além disso, ao final do mês de março foram promovidos reajustes de preços em algumas categorias de produtos, com impacto pouco expressivo no 1T11, mas que deverá ser maior no próximo trimestre.

Com a reforma de 35 lojas entre o 1T10 e 1T11, a rede encerra o trimestre com 315 lojas dentro do novo projeto arquitetônico. A reforma é um importante impulsionador de vendas – lojas reformadas apresentam desempenho superior às unidades ainda no projeto antigo.

O cartão de crédito Hering Store, administrado pela Financeira Losango (pertencente ao Banco HSBC), finalizou o 1T11 com 208,0 mil cartões ativos. A Companhia acredita que esta é uma ferramenta adicional para alavancar as vendas, fidelizar clientes e aumentar o ticket médio nas lojas da rede Hering Store.

Desempenho Hering Store	1T10	1T11	Var.
<b>Número de Lojas</b>	<b>278</b>	<b>350</b>	<b>25,9%</b>
Franquias	238	307	29,0%
Próprias	40	43	7,5%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil) <sup>(1)</sup></b>	<b>137.363</b>	<b>202.409</b>	<b>47,4%</b>
Franquias (R\$ mil)	108.970	166.019	52,4%
Próprias (R\$ mil)	28.392	36.550	28,7%
<b>Crescimento <i>Same Store Sales</i> <sup>(2)</sup></b>	<b>26,6%</b>	<b>23,4%</b>	<b>-3,2 p.p.</b>
Área de Vendas (m²)	35.478	45.439	28,1%
Faturamento (R\$ por m²)	3.878	4.495	15,9%
Atendimentos	1.785.688	2.417.260	35,4%
Peças	3.985.723	5.237.956	31,4%
Peças por Atendimento	2,23	2,17	-2,9%
Preço Médio (R\$)	34,46	38,64	12,1%
<i>Ticket</i> Médio (R\$)	76,92	83,74	8,9%

<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

O modelo de produção híbrido – caracterizado pela combinação de produção própria, terceirizada e *outsourcing* (compra de produto acabado) – garantiu flexibilidade e velocidade ao aumento de volume registrado no período.

A compra de produtos acabados cresceu 3,2 p.p., representando 18,7% do total de peças vendidas no trimestre. 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.

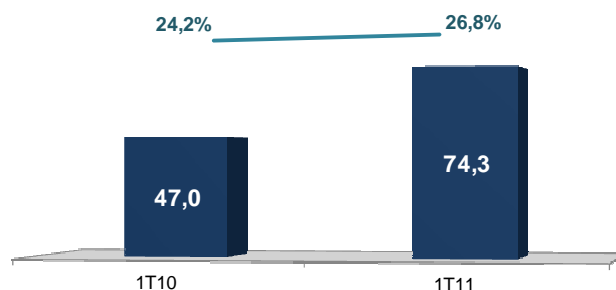
Processo Produtivo*	1T10	1T11	Var.
<b>Produção</b>	<b>84,5%</b>	<b>81,3%</b>	<b>-3,2 p.p.</b>
Interna	43,1%	39,7%	-3,4 p.p.
Terceirização	41,4%	41,7%	0,3 p.p.
<b>Outsourcing</b>	<b>15,5%</b>	<b>18,7%</b>	<b>3,2 p.p.</b>
Mercado Interno	3,6%	3,6%	0,0 p.p.
Importação	11,9%	15,1%	3,2 p.p.

\* Refere-se a volume de peças vendidas.

## 5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	1T10	Part. (%)	1T11	Part. (%)
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>233.784</b>	<b>120,3%</b>	<b>338.530</b>	<b>121,9%</b>
Deduções de Venda	(39.416)	-20,3%	(60.864)	-21,9%
Deduções de Venda Impostos	(49.457)	-25,4%	(71.537)	-25,8%
Ajuste a Valor Presente	(3.198)	-1,6%	(7.602)	-2,7%
Deduções de Venda Incentivos	13.239	6,8%	18.275	6,6%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>194.368</b>	<b>100,0%</b>	<b>277.666</b>	<b>100,0%</b>
Total Custo dos Produtos Vendidos	(98.071)	-50,5%	(144.946)	-52,2%
Custo dos Produtos Vendidos	(99.955)	-51,4%	(149.312)	-53,8%
Ajuste a Valor Presente	914	0,5%	2.479	0,9%
Subvenção para Custeio	970	0,5%	1.887	0,7%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>96.297</b>	<b>49,5%</b>	<b>132.720</b>	<b>47,8%</b>
Depreciação e Amortização	(2.330)	-1,2%	(3.131)	-1,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>93.967</b>	<b>48,3%</b>	<b>129.589</b>	<b>46,7%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(51.899)</b>	<b>-26,7%</b>	<b>(62.098)</b>	<b>-22,4%</b>
Vendas	(36.787)	-18,9%	(43.905)	-15,8%
Empresa	(26.323)	-13,5%	(30.691)	-11,1%
Fixa	(12.814)	-6,6%	(13.255)	-4,8%
Variável	(13.509)	-7,0%	(17.436)	-6,3%
Lojas	(10.464)	-5,4%	(13.214)	-4,8%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(7.725)	-4,0%	(7.766)	-2,8%
Depreciação e Amortização	(2.633)	-1,4%	(3.684)	-1,3%
Participação nos Resultados	(4.910)	-2,5%	(6.467)	-2,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	156	0,1%	(276)	-0,1%
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>42.068</b>	<b>21,6%</b>	<b>67.491</b>	<b>24,3%</b>
Receitas financeiras	7.952	4,1%	11.506	4,1%
Despesas financeiras	(5.588)	-2,9%	(7.584)	-2,7%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>2.364</b>	<b>1,2%</b>	<b>3.922</b>	<b>1,4%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>44.432</b>	<b>22,9%</b>	<b>71.413</b>	<b>25,7%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(8.575)	-4,4%	(14.939)	-5,4%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(6.490)	-3,3%	(5.455)	-2,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>29.367</b>	<b>15,1%</b>	<b>51.019</b>	<b>18,4%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	29.371	15,1%	51.019	18,4%
Atribuível aos acionistas não controladores	(4)	0,0%	-	N.D
<b>EBITDA</b>	<b>47.031</b>	<b>24,2%</b>	<b>74.306</b>	<b>26,8%</b>

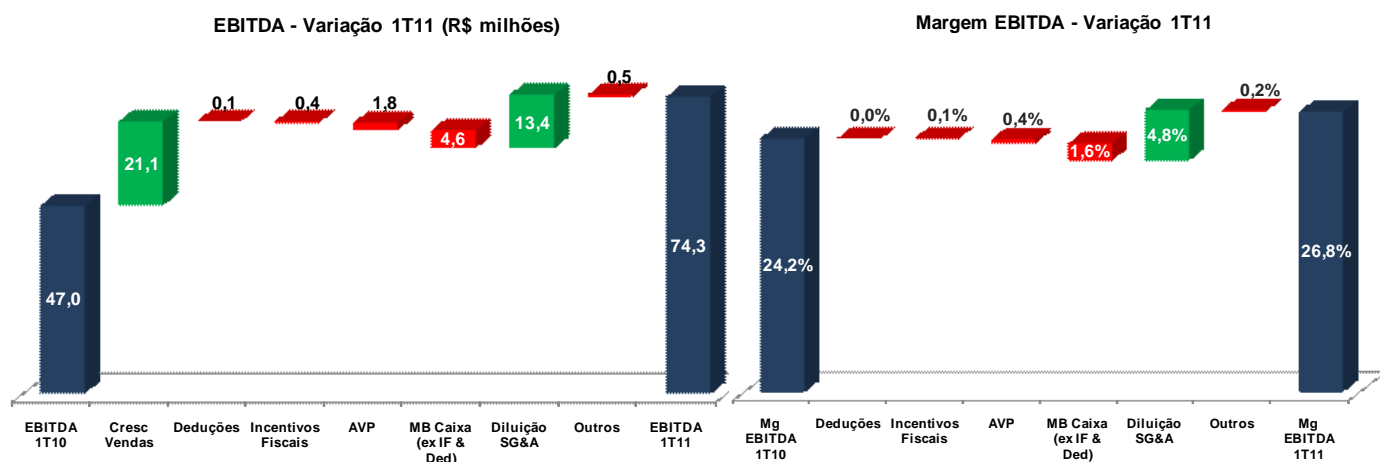
### EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)



No 1T11, a expansão do EBITDA foi de 58,0%, com incremento de 2,6 p.p. na margem EBITDA. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 44,8% na **receita bruta de vendas**.
- Aumento de 37,9% no **lucro bruto**, com retração de 1,7 p.p. na margem bruta durante o 1T11, em função do aumento do AVP (Ajuste a Valor Presente) e da pressão dos custos de matéria-prima.

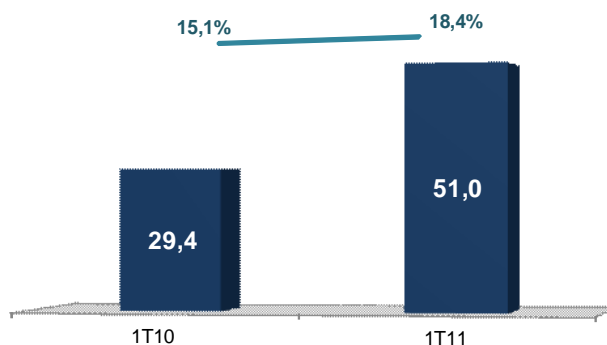
- Expressiva diluição das **despesas com vendas, gerais e administrativas**, em função da alta alavancagem operacional do modelo de negócios, associada a uma gestão rígida de despesas.



### Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	1T10	1T11	Var.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>29.367</b>	<b>51.019</b>	<b>73,7%</b>
(-) IR e CSLL	(15.065)	(20.394)	35,4%
(-) Receita Financeira Líquida	2.364	3.922	65,9%
(-) Depreciações e Amortizações	(4.963)	(6.815)	37,3%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>47.031</b>	<b>74.306</b>	<b>58,0%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>24,2%</b>	<b>26,8%</b>	<b>2,6 p.p.</b>

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



No 1T11, a expansão do lucro líquido foi de 73,7%, com incremento de 3,3 p.p. na margem líquida. Entre os fatores que contribuíram para este resultado, destacam-se:

- Melhor desempenho operacional, refletido nos crescimentos tanto de EBITDA quanto de margem EBITDA.
- Crescimento da receita financeira, principalmente em função do aumento da receita de AVP.
- Menor incidência de imposto de renda e contribuição social, em função da constituição de subvenções para investimentos no 1T11, que deixaram de compor a base de cálculo destes tributos no período.

### 6) GERAÇÃO DE CAIXA

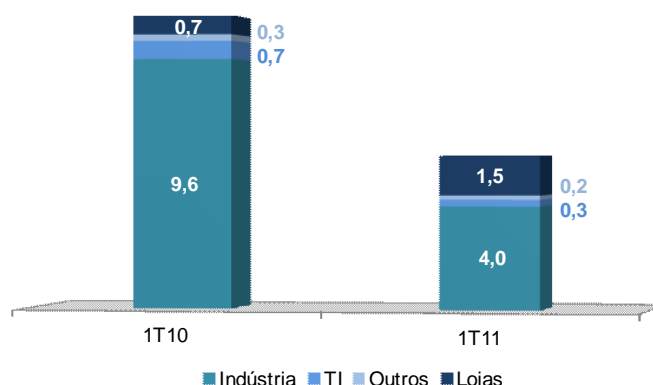
No 1T11, a Cia. Hering registrou uma redução de R\$ 19,5 milhões na geração de caixa livre. Apesar do crescimento expressivo do EBITDA, a geração de caixa livre foi afetada pela redução de R\$ 44,6 milhões no capital de giro, em decorrência do aumento dos estoques em função da recomposição dos mesmos e para atender às demandas do 2T11.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	1T10	1T11	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>47.031</b>	<b>74.306</b>	<b>27.275</b>
Itens Não caixa	335	365	30
IR&CS Corrente	(8.575)	(14.939)	(6.364)
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>26.735</b>	<b>(17.938)</b>	<b>(44.673)</b>
Redução (Aumento) em contas a receber de clientes	29.616	17.559	(12.057)
(Aumento) nos estoques	(11.722)	(27.481)	(15.759)
Aumento em fornecedores	11.281	882	(10.399)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	2.228	2.512	284
Outros	(4.668)	(11.410)	(6.742)
<b>CapEx</b>	<b>(10.093)</b>	<b>(5.870)</b>	<b>4.223</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>55.433</b>	<b>35.924</b>	<b>(19.509)</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	1T10	1T11	Var.
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>66.983</b>	<b>45.804</b>	<b>(21.179)</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>(1.457)</b>	<b>(4.010)</b>	<b>(2.553)</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.808)	(1.348)	460
Resultado Financeiro	(2.328)	(3.922)	(1.594)
Juros pagos por empréstimos	2.679	1.260	(1.419)
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>(10.093)</b>	<b>(5.870)</b>	<b>4.223</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>55.433</b>	<b>35.924</b>	<b>(19.509)</b>

## 7) INVESTIMENTOS

No 1T11, os investimentos totalizaram R\$ 5,9 milhões, sendo a maior parte destinada à área industrial (R\$ 4,0 milhões), principalmente na aquisição de ativos para aumentar a capacidade de produção da Cia. Hering.



## 8) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 1T11, o ROIC da Cia. Hering foi de 44,5%, uma expansão significativa em relação ao 1T10 (+13,1 p.p.). Esse resultado pode ser explicado, principalmente, pelo modelo de negócios adotado pela Empresa, que combina alta alavancagem operacional com baixa necessidade de investimentos em ativos fixos e também pela melhora nos indicadores de capital de giro ao longo do período.

Resultado Operacional	1T10	1T11	Var. 2011/2010
EBITDA	180.709	303.775	68,1%
(-) Depreciação e Amortização	(19.961)	(24.983)	25,2%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	2.731	4.404	61,3%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	8.577	17.257	101,2%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(65.795)	(98.857)	50,3%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	7.642	6.436	-15,8%
<b>Resultado Operacional*</b>	<b>113.903</b>	<b>208.032</b>	<b>82,6%</b>
Ativo Permanente	197.596	242.422	22,7%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	4.644	8.278	78,3%
Capital de Giro	161.217	217.185	34,7%
<b>Capital Investido Médio**</b>	<b>363.457</b>	<b>467.885</b>	<b>28,7%</b>
<b>ROIC*</b>	<b>31,3%</b>	<b>44,5%</b>	<b>13,1 p.p.</b>

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

(\*) Acumulado dos últimos 4 trimestres

(\*\*) Média dos últimos 4 trimestres

## 9) ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 1T11 com um caixa líquido de R\$ 73,8 milhões. Em linha com a estratégia adotada, de não renovar empréstimos bancários com juros elevados, a dívida da Cia. Hering foi reduzida em R\$ 2,9 milhões no período.

Endividamento - R\$ mil	31/12/09	Part. (%)	1T10	Part. (%)	31/12/10	Part. (%)	1T11	Part. (%)
Curto Prazo	(36.926)	48%	(17.723)	30%	(27.799)	52%	(27.916)	55%
Longo Prazo	(40.632)	52%	(40.690)	70%	(26.105)	48%	(23.081)	45%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(77.558)</b>	<b>100%</b>	<b>(58.413)</b>	<b>100%</b>	<b>(53.904)</b>	<b>100%</b>	<b>(50.997)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	102.718		135.586		115.806		124.778	
<b>(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido</b>	<b>25.160</b>		<b>77.173</b>		<b>61.902</b>		<b>73.781</b>	

## 10) PERSPECTIVAS

A Cia. Hering mantém sua confiança em relação às perspectivas para o ano de 2011. Diante de um cenário positivo, a Empresa continuará focada em explorar o potencial de crescimento de suas marcas dentro do atual modelo de negócios.

A plataforma de crescimento da Companhia continuará focada na marca Hering. Em seu principal canal de distribuição, a rede Hering Store, seguirá expandindo tanto em número de lojas quanto no crescimento das vendas na base atual de lojas (*same store sales*). A Empresa também reafirma sua meta de atingir ao menos 418 lojas Hering Store ao fim de 2011, bem como o potencial da rede, de atingir 604 lojas, uma vez mantidas as atuais premissas de renda, consumo e penetração da marca. No canal varejo multimarcas, terá continuidade a estratégia de qualificar a distribuição buscando, principalmente, o incremento de *market share* nos atuais clientes.

A Empresa também investirá no potencial do mercado infantil, dando continuidade ao reposicionamento das marcas Hering Kids e PUC, com ajustes no sortimento de produtos e faixas de preço, suportados por investimentos em campanhas de marketing. Também está prevista a inauguração de mais duas lojas piloto Hering Kids.

Na marca dzarm., terá continuidade a execução do plano estratégico de reposicionamento, iniciado em 2009, com o lançamento de coleções alinhadas ao conceito casual jeans e de campanhas de marketing associando celebridades jovens à marca.

No canal online, com a finalização dos estudos para avaliar como melhor explorar o potencial desse segmento, a Companhia decidiu investir no aperfeiçoamento da infraestrutura de tecnologia das lojas online e na reformulação das webstores, com o objetivo de oferecer mais agilidade e garantir uma melhor experiência de compra aos consumidores.

Conforme antecipado, pressões de custos de matéria-prima influenciaram negativamente a margem bruta nesse trimestre e devem persistir ao longo próximos trimestres. A combinação de aumentos de preços em algumas categorias de produtos, ajustes na engenharia de produto e diluição de despesas devem neutralizar as pressões de custos e sustentar a margem EBITDA, ao menos, nos mesmos níveis do ano anterior.

A Cia. Hering continuará apostando no seu potencial de crescimento orgânico, 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.



## Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	1T11	4T10	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1T11	4T10
<b>Circulante</b>	<b>616.084</b>	<b>604.726</b>	<b>Circulante</b>	<b>225.011</b>	<b>248.453</b>
Caixa e equivalente de caixa	123.512	114.549	Empréstimos e financiamentos	27.916	27.799
Aplicações financeiras	404	394	Fornecedores	109.652	108.770
Contas a receber de clientes	277.863	295.422	Salários e encargos sociais	28.221	26.708
Estoques	204.173	176.692	Parcelamentos tributários e previdenciários	8.298	8.104
Impostos a recuperar	4.782	7.015	Obrigações tributárias	23.836	20.432
Outras contas a receber	4.198	10.315	Provisões para contingências e outras provisões	17.841	29.773
Despesas antecipadas	1.152	339	Incentivos fiscais	3.034	2.896
<b>Não Circulante</b>	<b>280.608</b>	<b>287.977</b>	Dividendos a pagar	344	14.883
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>31.233</b>	<b>37.654</b>	Outras contas a pagar	5.869	9.088
Aplicações financeiras	862	863	<b>Não Circulante</b>	<b>105.504</b>	<b>116.026</b>
Títulos e contas a receber	7.414	8.702	<b>Exigível a longo prazo</b>	<b>105.504</b>	<b>116.026</b>
Plano de pensão - Benefícios a empregados	1.773	1.773	Empréstimos e financiamentos	23.081	26.105
Impostos a recuperar	8.423	8.190	Parcelamentos tributários e previdenciários	27.531	28.804
Empréstimos compulsórios	85	85	Obrigações tributárias	530	530
Imposto de renda e contribuição social diferidos	12.676	18.041	Impostos diferidos	5.319	5.229
<b>Investimentos</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	Provisões para contingências e outras provisões	7.749	11.215
<b>Imobilizado</b>	<b>224.597</b>	<b>224.226</b>	Incentivos fiscais	40.980	40.931
<b>Intangível</b>	<b>24.770</b>	<b>26.089</b>	Outras contas a pagar	314	3.212
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>896.692</b>	<b>892.703</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>566.177</b>	<b>528.224</b>
			Capital social	226.293	226.293
			Reserva de capital	2.453	2.091
			Reserva de lucros	251.593	251.593
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.690	8.784
			Lucros acumulados	51.113	-
			Dividendos adicionais propostos	26.035	39.463
			<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>896.692</b>	<b>892.703</b>

## Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	1T10	1T11	Var. 1T11 / 1T10
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>194.368</b>	<b>277.666</b>	<b>42,9%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(100.401)	(148.077)	47,5%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>93.967</b>	<b>129.589</b>	<b>37,9%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(51.899)</b>	<b>(62.098)</b>	<b>19,7%</b>
Vendas	(36.787)	(43.905)	19,3%
Remuneração dos Administradores	(1.562)	(1.661)	6,3%
Gerais e Administrativas	(6.163)	(6.105)	-0,9%
Depreciação e Amortização	(4.963)	(6.815)	37,3%
(-) Apropriada ao Custo	2.330	3.131	34,4%
Participação nos Resultados	(4.910)	(6.467)	31,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	156	(276)	N.D
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>42.068</b>	<b>67.491</b>	<b>60,4%</b>
Receitas financeiras	7.952	11.506	44,7%
Despesas financeiras	(5.588)	(7.584)	35,7%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>2.364</b>	<b>3.922</b>	<b>65,9%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>44.432</b>	<b>71.413</b>	<b>60,7%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(8.575)	(14.939)	74,2%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(6.490)	(5.455)	-15,9%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>29.367</b>	<b>51.019</b>	<b>73,7%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	29.371	51.019	73,7%
Atribuível aos acionistas não controladores	(4)	-	N.D
<b>EBITDA</b>	<b>47.031</b>	<b>74.306</b>	<b>58,0%</b>

## Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	1T10	1T11
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>		
Lucro líquido do período	29.371	51.019
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:		
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	6.490	5.455
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.808	1.348
Depreciação e amortização	4.963	6.815
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	360	(790)
Resultado na venda de ativos imobilizados	86	3
Plano de opção de compra de ações	200	362
Participação de acionistas não controladores	(4)	-
<b>Variações nos ativos e passivos</b>		
Redução em contas a receber de clientes	29.256	18.349
(Aumento) nos estoques	(11.722)	(27.481)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(1.760)	2.000
Redução em outros ativos	3.439	6.592
Aumento em fornecedores	11.281	882
(Redução) em contas a pagar e provisões	(6.334)	(20.002)
Aumento em obrigações tributárias	2.228	2.512
Juros pagos por empréstimos	(2.679)	(1.260)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>66.983</b>	<b>45.804</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>		
Recebimento venda investimentos	1.178	-
Aquisições de ativo imobilizado	(11.075)	(5.234)
Aquisições de ativo intangível	(196)	(636)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(10.093)</b>	<b>(5.870)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>		
Aumento de capital	429	-
Aplicações financeiras	(142)	(9)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(6.307)	(27.967)
Empréstimos tomados	909	1.419
Pagamento de empréstimos	(19.183)	(4.414)
Partes relacionadas	130	-
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(24.164)</b>	<b>(30.971)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>32.726</b>	<b>8.963</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>		
No início do exercício	96.198	114.549
No fim do exercício	128.924	123.512
	<b>32.726</b>	<b>8.963</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.