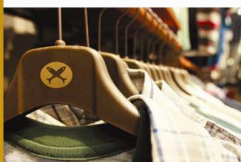


Cia. Hering 3T10



3T10

Dados – 30/09/2010

HGTX3: R\$ 72,80 por ação

Valor de Mercado

R\$ 3,9 bilhões

US\$ 2,3 bilhões

Teleconferência: 29/10/2010

Português e Inglês: 11 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.

Relações com Investidores

Fábio Hering

Presidente

Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças e RI

Karina Koerich

Gerente de RI

Gracila Camargo Lopes

Analista de RI

Admar Topazio Junior

Analista de RI

Tel.: (47) 3321-3469

ri@heringnet.com.br

Ligia Montagnani
Consultora de RI
Tel.: (11) 3897-6857
ligia.montagnani@firb.com



Blumenau, 28 de outubro de 2010 – 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 2010 (3T10). As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhares de reais, conforme a Legislação Societária vigente. Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2009 (3T09), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cia. Hering segue com resultados expressivos no 3T10: crescimento de 36,3% na Receita Bruta e de 33,6% nas vendas 'same store sales' da rede Hering Store

Destaques do período (3T10)

- Receita Bruta total de R\$ 287,3 milhões no trimestre;
- Crescimento de vendas de dois dígitos nas quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.);
- Incremento de 33,6% nas vendas 'same store sales' da rede Hering Store;
- EBITDA de R\$ 57,7 milhões, com Margem EBITDA de 24,5%.

A Cia. Hering segue bastante otimista em relação às perspectivas do mercado para o último trimestre de 2010 e revisa a meta de expansão da rede Hering Store para o ano, adicionando 12 lojas ao plano inicial. Dessa forma, a expectativa é finalizar 2010 com 337 lojas.

Durante o 3T10, foi apresentado estudo indicando maior potencial de expansão da rede Hering Store (604 Lojas). Como consequência, a administração decidiu antecipar em um ano a meta divulgada para 2012, prevendo alcançar 405 lojas já ao final de 2011.

A Administração da Cia. Hering convocou seus acionistas para a Assembléia Geral Extraordinária, em 29 de outubro de 2010, para deliberarem sobre a proposta do desdobramento das ações, na proporção de duas novas ações para cada uma existente.

Destaques Consolidados

R\$ Mil	3T09	3T10	Var. 3T10 / 3T09	9M09	9M10	Var. 9M10 / 9M09
Receita Bruta	210.786	287.295	36,3%	589.242	827.737	40,5%
Mercado Interno	206.792	279.820	35,3%	576.828	810.391	40,5%
Mercado Externo	3.994	7.475	87,2%	12.414	17.346	39,7%
Receita Líquida	175.690	235.180	33,9%	483.294	682.526	41,2%
Lucro Bruto	83.410	111.766	34,0%	217.047	325.934	50,2%
Margem Bruta	47,5%	47,5%	0,0 p.p.	44,9%	47,8%	2,8 p.p.
Lucro Bruto Caixa^(a)	85.794	116.449	35,7%	224.241	339.012	51,2%
Margem Bruta Caixa ^(a)	48,8%	49,5%	0,7 p.p.	46,4%	49,7%	3,3 p.p.
Lucro Líquido	22.965	33.479	45,8%	66.143	105.966	60,2%
Margem Líquida	13,1%	14,2%	1,2 p.p.	13,7%	15,5%	1,8 p.p.
EBITDA^(b)	38.464	57.701	50,0%	91.803	174.214	89,8%
Margem EBITDA ^(b)	21,9%	24,5%	2,6 p.p.	19,0%	25,5%	6,5 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.

1) DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	3T09	3T10	Var. 3T10 / 3T09	9M09	9M10	Var. 9M10 / 9M09
Receita Bruta Total	210.786	287.295	36,3%	589.242	827.737	40,5%
Mercado Interno	206.792	279.820	35,3%	576.828	810.391	40,5%
Mercado Externo	3.994	7.475	87,2%	12.414	17.346	39,7%
Receita Bruta Mercado Interno	206.792	279.820	35,3%	576.828	810.391	40,5%
Hering	150.287	207.268	37,9%	428.823	617.530	44,0%
Varejo	69.124	91.097	31,8%	187.931	264.777	40,9%
Franquias	53.607	78.572	46,6%	160.376	243.673	51,9%
Webstore	585	1.037	77,3%	1.401	2.792	99,3%
Lojas Próprias	26.971	36.562	35,6%	79.115	106.288	34,3%
Hering Kids	15.700	21.323	35,8%	41.234	57.880	40,4%
Varejo	13.804	19.133	38,6%	34.818	49.842	43,2%
Franquias (Hering Store)	1.853	2.093	13,0%	6.308	7.786	23,4%
Webstore	43	97	125,6%	108	252	133,3%
PUC	21.807	26.522	21,6%	54.970	68.914	25,4%
Varejo	15.319	17.613	15,0%	37.497	43.314	15,5%
Franquias	5.946	7.489	26,0%	15.763	21.366	35,5%
Webstore	-	132	N.D	-	290	N.D
Lojas Próprias	542	1.288	137,6%	1.710	3.944	130,6%
dzarm.	14.628	18.337	25,4%	38.419	48.982	27,5%
Varejo	14.628	18.232	24,6%	38.419	48.877	27,2%
Webstore	-	105	N.D	-	105	N.D
Outras	4.370	6.370	45,8%	13.382	17.085	27,7%

Receita por Canal (Mercado Interno)	Hering		Hering Kids		PUC		dzarm		Total	
	3T09	3T10	3T09	3T10	3T09	3T10	3T09	3T10	3T09	3T10
Varejo Multimarcas	46%	44%	88%	90%	70%	66%	100%	99%	57%	54%
Lojas Próprias e Franquias	54%	56%	12%	10%	30%	33%	0%	0%	43%	45%
WebStores	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%

No 3T10, a Cia. Hering manteve o bom desempenho apresentado nos trimestres anteriores, com crescimento de dois dígitos em todos os canais e nas suas quatro marcas. O destaque do período ficou para a performance da marca Hering, que apresentou crescimento em vendas na rede de lojas e no varejo multimarcas.

Marca Hering

O crescimento de 37,9% no 3T10 foi impulsionado, na rede Hering Store, pelo incremento de 11 lojas em relação ao 2T10 (+45 lojas ante o 3T09) e pelo crescimento de 33,6% no conceito 'same store sales' em relação ao mesmo período do ano anterior; e no varejo multimarcas, pelo aumento tanto no número de clientes, como nas vendas para os mesmos clientes.

Também contribuíram para os resultados alcançados pela marca Hering no 3T10 o lançamento das coleções de meia estação e verão nas lojas; a comunicação e marketing, com a campanha de Dia dos Pais e campanha Jeans, ambas focadas no conceito "Eu sou, eu uso Hering desde sempre"; e a continuidade da estratégia da marca em oferecer moda acessível, básicos de qualidade e novidades constantes.

Marca Hering Kids

A marca Hering Kids registrou incremento de 35,8% no 3T10, encerrando o período com uma participação de 7,4% no faturamento total da Companhia. O desempenho das vendas para os clientes multimarcas (+38,6%) foi o principal destaque deste trimestre.

A partir do 3T10, o desempenho de Hering Kids será comentado separadamente da marca Hering. Dessa forma, será possível avaliar a performance da marca em seus três canais de atuação (rede de lojas, varejo multimarcas e webstore), bem como analisar os impactos das ações de reposicionamento da marca a partir do lançamento da coleção Alto Verão, no 4T10.

Marca PUC

A marca PUC cresceu 21,6% no trimestre, representando 9,2% do faturamento total da Empresa. As 75 lojas (+11 lojas em relação ao 3T09) foram responsáveis por 33,0% das vendas da marca no período, com destaque para o 'same store sales' da rede, que cresceu 13,8% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Marca dzarm.

A dzarm. apresentou no 3T10 crescimento de 25,4% em relação ao 3T09 e participação de 6,4% na receita bruta total da Companhia.

Este aumento nas vendas continua a ser impulsionado pelo plano de reposicionamento da marca, iniciado em 2009 e que destaca-se por apresentar coleções com foco no mercado jovem, lançamento de campanhas de marketing com celebridades e qualificação da carteira de clientes no varejo multimarcas.

Webstore

As vendas virtuais registraram aumento expressivo de 118,3% neste trimestre, com destaque para a Hering Webstore, que cresceu 80,6% em relação ao mesmo período de 2009.

Em agosto de 2010, foi lançada a webstore da marca dzarm., ampliando a operação de e-commerce para todas as marcas da Companhia.

Diante dos bons resultados já alcançados, a partir do 3T10 a Companhia comentará o desempenho de suas vendas on-line (webstores) separadamente dos demais canais (rede de lojas e varejo multimarcas).

Mercado Internacional

O faturamento para o mercado externo representou 2,6% da receita bruta total no 3T10, crescendo 87,2% no período. A Companhia segue em linha com a estratégia de fortalecer a internacionalização das suas marcas com foco no mercado latinoamericano.

2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

No 3T10, a Cia. Hering registrou crescimento em seus três canais de venda (rede de lojas, varejo multimarcas e webstore), ampliando a capilaridade de distribuição das marcas Hering, Hering Kids, PUC e dzarm. no mercado brasileiro.

A rede Hering Store finalizou o trimestre com 303 lojas, sendo 42 próprias. Em setembro, a loja do Shopping Center Norte, em São Paulo, foi reformada, tornou-se própria e, hoje, é uma das maiores da rede. Em linha com o plano de reformas das lojas, ainda restam 55 a serem adequadas ao novo projeto arquitetônico.

Ao final do 3T10, a rede PUC totalizava 68 lojas franqueadas e sete lojas próprias, o que representa um crescimento de 17,2% no número de lojas em relação ao 3T09.

A Companhia revisou a meta de inaugurações da rede Hering Store para 2010, adicionando 12 lojas ao plano inicial, o que lhe permitirá alcançar 337 lojas ao final do ano.

Quantidade de Lojas	3T09	3T10	2010 *
Hering - Própria	40	42	43
Hering - Franquia	218	261	294
Total Hering Store	258	303	337
PUC - Própria	6	7	6
PUC - Franquia	58	68	72
Total PUC	64	75	78
Brasil	322	378	415
Total Mercado Internacional	15	15	15
TOTAL	337	393	430

*estimado

O canal varejo multimarcas encerrou o trimestre com 15.798 clientes, sendo 12.662 somente da marca Hering.

3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

No 3T10, as vendas da rede Hering Store aumentaram 51,7% em relação ao mesmo período de 2009, impulsionadas pelo crescimento de 16,6% na área de vendas e, principalmente, pelo incremento de 33,6% das vendas no conceito mesmas lojas.

O desempenho expressivo em 'same store sales' é explicado pelo aumento no tráfego de clientes nas lojas (+45,7% em número de atendimentos) e pelo maior volume de peças vendidas (+43,6%) em relação ao 3T09. Esse resultado também foi reforçado pelo lançamento das coleções meia estação e verão, que trouxeram novidades aos consumidores, e pela campanha de marketing Dia dos Pais e campanha Jeans, que impulsionaram o crescimento do faturamento.

O número de cartões Hering Store totalizou 126,2 mil unidades no trimestre, um crescimento de 44,2% em comparação com o 2T10, principalmente pela expansão da base de cartões ativados. Também foram promovidas campanhas de marketing com foco no cartão, com resultados positivos que incrementaram o ticket médio nas lojas da rede.

Desempenho Hering Store	3T09	3T10	Var.	9M09	9M10	Var.
Número de Lojas	258	303	17,4%	258	303	17,4%
Franquias	218	261	19,7%	218	261	19,7%
Próprias	40	42	5,0%	40	42	5,0%
Faturamento da Rede (R\$ mil) ⁽¹⁾	128.595	195.094	51,7%	387.947	559.618	44,3%
Franquias	101.624	158.532	56,0%	308.832	453.329	46,8%
Próprias	26.971	36.562	35,6%	79.115	106.288	34,3%
Crescimento <i>Same Store Sales</i> ⁽²⁾	20,9%	33,6%	12,8 p.p.	23,8%	26,8%	2,9 p.p.
Área de Vendas (m ²)	33.233	38.763	16,6%	33.233	38.763	16,6%
Faturamento (R\$ por m ²)	3.956	5.163	30,5%	12.493	15.227	21,9%
Atendimentos	1.507.785	2.196.420	45,7%	4.388.138	6.226.526	41,9%
Peças	3.428.509	4.925.048	43,6%	9.923.321	13.792.522	39,0%
Peças por Atendimento	2,27	2,24	-1,3%	2,26	2,22	-1,8%
Preço Médio (R\$)	37,51	39,61	5,6%	39,09	40,57	3,8%
Ticket Médio (R\$)	85,29	88,82	4,1%	88,41	89,88	1,7%

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

⁽²⁾ Comparado a igual período do ano anterior.

4) PROCESSO PRODUTIVO

Para atender à crescente demanda do mercado, a Cia. Hering trabalhou durante o 3T10 com 100% de sua capacidade produtiva. Além disso, a terceirização de etapas do processo, bem como a compra de produtos acabados (*outsourcing*) também garantiram flexibilidade e velocidade ao aumento de volume registrado no período.

Processo Produtivo*	3T09	3T10	Var.	9M09	9M10	Var.
Produção	85,5%	88,3%	2,8 p.p.	86,0%	85,3%	-0,7 p.p.
Interna	44,8%	44,9%	0,1 p.p.	45,0%	43,5%	-1,5 p.p.
Terceirização	40,7%	43,4%	2,7 p.p.	41,0%	41,8%	0,8 p.p.
Outsourcing	14,5%	11,7%	-2,8 p.p.	14,0%	14,7%	0,7 p.p.
Mercado Interno	6,0%	3,9%	-2,1 p.p.	5,2%	3,9%	-1,3 p.p.
Importação	8,5%	7,8%	-0,7 p.p.	8,8%	10,8%	2,0 p.p.

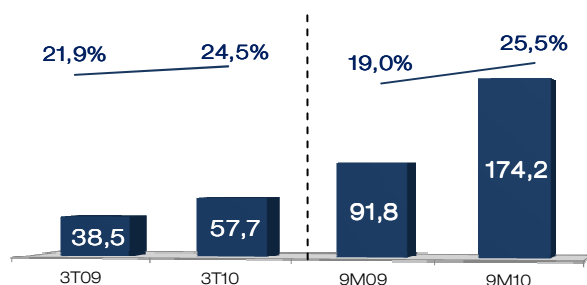
* Refere-se a volume de peças vendidas.

Para 2010, a Companhia mantém seu plano de investir R\$ 48,2 milhões na ampliação e atualização do parque fabril.

5) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	3T09	Part. (%)	3T10	Part. (%)	9M09	Part. (%)	9M10	Part. (%)
Receita Bruta de Vendas	210.786	120,0%	287.295	122,2%	589.242	121,9%	827.737	121,3%
Deduções de Venda	(35.096)	-20,0%	(52.115)	-22,2%	(105.948)	-21,9%	(145.211)	-21,3%
Deduções de Venda Impostos	(44.696)	-25,4%	(61.151)	-26,0%	(124.929)	-25,8%	(176.245)	-25,8%
Ajuste a Valor Presente	(2.217)	-1,3%	(5.666)	-2,4%	(6.954)	-1,4%	(13.357)	-2,0%
Deduções de Venda Incentivos	11.817	6,7%	14.702	6,3%	25.935	5,4%	44.391	6,5%
Receita Líquida de Vendas	175.690	100,0%	235.180	100,0%	483.294	100,0%	682.526	100,0%
Total Custo dos Produtos Vendidos	(89.896)	-51,2%	(118.731)	-50,5%	(259.053)	-53,6%	(343.514)	-50,3%
Custo dos Produtos Vendido	(89.235)	-50,8%	(122.397)	-52,0%	(259.918)	-53,8%	(351.884)	-51,6%
Ajuste a Valor Presente	418	0,2%	1.961	0,8%	1.142	0,2%	4.291	0,6%
Subvenção para Custeio	(1.079)	-0,6%	1.705	0,7%	(277)	-0,1%	4.079	0,6%
Lucro Bruto Caixa	85.794	48,8%	116.449	49,5%	224.241	46,4%	339.012	49,7%
Depreciação e Amortização	(2.384)	-1,4%	(4.683)	-2,0%	(7.194)	-1,5%	(13.078)	-1,9%
Lucro Bruto	83.410	47,5%	111.766	47,5%	217.047	44,9%	325.934	47,8%
Despesas Operacionais	(49.734)	-28,3%	(61.817)	-26,3%	(139.208)	-28,8%	(173.454)	-25,4%
Vendas	(35.130)	-20,0%	(40.883)	-17,4%	(98.709)	-20,4%	(118.728)	-17,4%
Empresa	(25.805)	-14,7%	(29.635)	-12,6%	(73.584)	-15,2%	(87.360)	-12,8%
Fixa	(12.648)	-7,2%	(15.588)	-6,6%	(36.320)	-7,5%	(42.164)	-6,2%
Variável	(13.157)	-7,5%	(14.047)	-6,0%	(37.264)	-7,7%	(45.196)	-6,6%
Lojas	(9.325)	-5,3%	(11.248)	-4,8%	(25.125)	-5,2%	(31.368)	-4,6%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(7.107)	-4,0%	(10.058)	-4,3%	(20.961)	-4,3%	(25.148)	-3,7%
Depreciação e Amortização	(2.404)	-1,4%	(3.069)	-1,3%	(6.770)	-1,4%	(8.656)	-1,3%
Participação nos Resultados	(4.487)	-2,6%	(4.237)	-1,8%	(11.451)	-2,4%	(15.268)	-2,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(606)	-0,3%	(3.570)	-1,5%	(1.317)	-0,3%	(5.654)	-0,8%
Lucro Antes das Financeiras	33.676	19,2%	49.949	21,2%	77.839	16,1%	152.480	22,3%
Resultado financeiro líquido	(15.174)	-8,6%	(7.498)	-3,2%	(13.249)	-2,7%	(3.907)	-0,6%
Valor justo dos derivativos	(193)	-0,1%	-	N.D	24.866	5,1%	(13)	0,0%
Total resultado financeiro	(15.367)	-8,7%	(7.498)	-3,2%	11.617	2,4%	(3.920)	-0,6%
Lucro Operacional	18.309	10,4%	42.451	18,1%	89.456	18,5%	148.560	21,8%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(3.186)	-1,8%	(13.070)	-5,6%	(13.894)	-2,9%	(44.779)	-6,6%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(7.344)	-4,2%	(5.394)	-2,3%	(24.605)	-5,1%	(7.311)	-1,1%
Participação de Acionistas não Controladores	-	N.D	-	N.D	-	N.D	4	0,0%
Reversão dos Juros sobre o Capital Próprio	15.186	8,6%	9.492	4,0%	15.186	3,1%	9.492	1,4%
Lucro Líquido	22.965	13,1%	33.479	14,2%	66.143	13,7%	105.966	15,5%
EBITDA	38.464	21,9%	57.701	24,5%	91.803	19,0%	174.214	25,5%

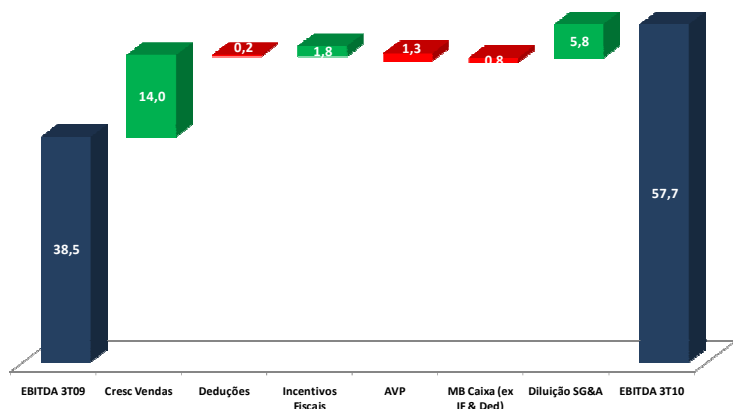
EBITDA e Margem EBITDA



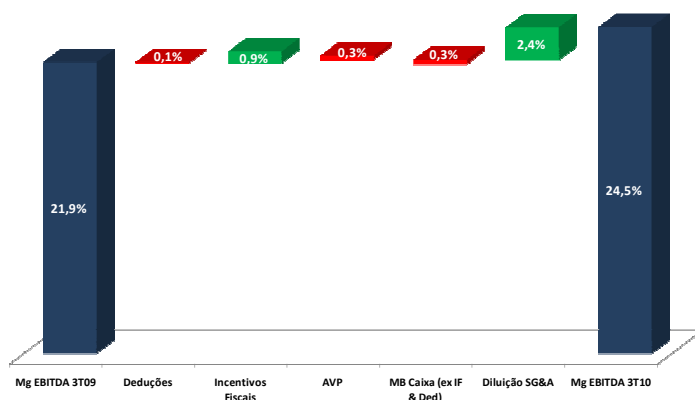
Os resultados expressivos alcançados no 3T10 em relação ao EBITDA (R\$ 57,7 milhões, com crescimento de 50,0%) e à Margem EBITDA (24,5%, com incremento de 2,6 p.p.) foram impactados, principalmente, pelos seguintes fatores:

- Crescimento de 36,3% na receita bruta de vendas;
- Incremento no Ajuste a Valor Presente (AVP), com efeito negativo na margem EBITDA de 0,3 p.p.;
- Crescimento do faturamento em localidades industriais que contam com incentivos fiscais;
- Aumento de CPV Indireto, em função do incremento de capacidade produtiva para suportar o crescimento vendas nos trimestres subsequentes;
- Despesas operacionais no 3T10, que foram impactadas negativamente pelos seguintes fatores não-recorrentes: i) despesas gerais e administrativas (R\$ 1,8 milhão) em função de doações, comemorações dos 130 anos da Empresa e patrocínios; e ii) outras despesas operacionais, no total de R\$ 3,1 milhões, sendo que R\$ 2,4 milhões referem-se ao parcelamento de tributos reconhecidos. Além disso, as despesas operacionais também foram impactadas positivamente por fatores não-recorrentes como: i) despesas variáveis de vendas, no total de R\$ 3,0 milhões, em decorrência da reversão da provisão para devedores duvidosos devido à queda na inadimplência; e ii) pela reversão, em R\$ 1,5 milhão, da provisão de PPR (Programa de Participação nos Resultados) referente ao 1S10.

EBITDA - Variação 3º Trimestre

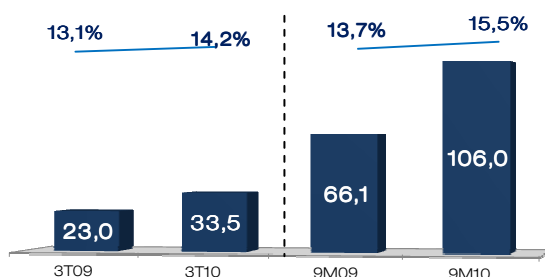


Margem EBITDA - Variação 3º Trimestre



Reconciliação EBITDA - R\$ mil	3T09	3T10	Var.	9M09	9M10	Var.
Lucro Líquido	22.965	33.479	45,8%	66.143	105.966	60,2%
(-) IR e CSLL	(10.530)	(18.464)	75,3%	(38.499)	(52.090)	35,3%
(-) Despesa Financeira Líquida	(15.367)	(7.498)	-51,2%	11.617	(3.920)	N.D
(-) Depreciações e Amortizações	(4.788)	(7.752)	61,9%	(13.964)	(21.734)	55,6%
(+) Participação de Acionistas não Controladores	-	-	N.D	-	4	N.D
(+) Reversão do Juros sobre o Capital Próprio	15.186	9.492	-37,5%	15.186	9.492	-37,5%
(=) EBITDA	38.464	57.701	50,0%	91.803	174.214	89,8%
Margem EBITDA	21,9%	24,5%	2,6 p.p.	19,0%	25,5%	6,5 p.p.

Lucro Líquido e Margem Líquida



O crescimento de 45,8% no Lucro Líquido registrado no 3T10 é explicado pelo desempenho destacado acima e pela redução da alíquota efetiva do imposto de renda e da contribuição social, em comparação ao mesmo período de 2009.

6) GERAÇÃO DE CAIXA

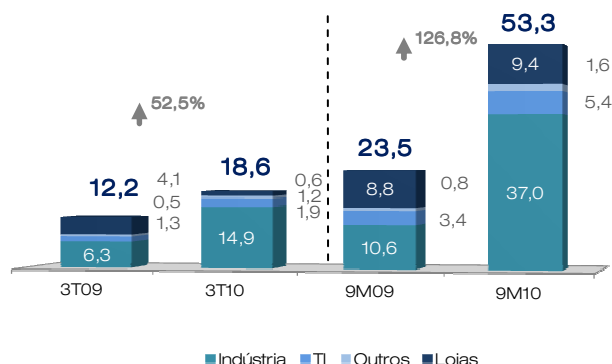
A Cia. Hering registrou uma redução de R\$ 25,3 milhões na geração de caixa livre no 3T10, resultado da maior necessidade de investimento em capital de giro, com destaque para o aumento, já esperado, de R\$ 31,8 milhões em estoques, em função da recomposição do mesmo e para atender às demandas do 4T10.

DFC Gerencial - Consolidado	3T09	3T10	Var.	9M09	9M10	Var.
EBITDA	38.464	57.701	19.237	91.803	174.214	82.411
Itens Não caixa	1.629	362	(1.267)	1.944	899	(1.045)
IR&CS Corrente	(3.186)	(13.070)	(9.884)	(13.894)	(44.779)	(30.885)
Investimento em Capital de Giro	4.190	(22.841)	(27.031)	9.180	(5.862)	(15.042)
Redução (Aumento) em contas a receber de clientes	10.089	6.267	(3.822)	(2.959)	(11.493)	(8.534)
(Aumento) nos estoques	(14.355)	(46.137)	(31.782)	(29.830)	(56.914)	(27.084)
Aumento em fornecedores	16.448	21.181	4.733	39.667	48.101	8.434
Aumento (redução) em obrigações tributárias	(9.429)	4.560	13.989	(8.556)	17.038	25.594
Outros	1.437	(8.712)	(10.149)	10.858	(2.594)	(13.452)
CapEx	(12.193)	(18.593)	(6.400)	(23.519)	(52.174)	(28.655)
Geração de Caixa Livre	28.904	3.559	(25.345)	65.514	72.298	6.784

Conciliação DFC Gerencial e Contábil	3T09	3T10	Variação	9M09	9M10	Variação
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	34.417	25.681	(8.736)	78.104	134.770	56.666
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	6.680	(3.529)	(10.209)	10.929	(10.298)	(21.227)
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(980)	(1.535)	(555)	(7.776)	(4.713)	3.063
Resultado Financeiro	(13)	(1.994)	(1.981)	(1.938)	(5.585)	(3.647)
Caixa Pago (Recebido) em Operações de Derivativos	7.673	0	(7.673)	20.643	0	(20.643)
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento	(12.193)	(18.593)	(6.400)	(23.519)	(52.174)	(28.655)
Geração de Caixa Livre	28.904	3.559	(25.345)	65.514	72.298	6.784

7) INVESTIMENTOS

Os investimentos da Cia. Hering totalizaram R\$ 18,6 milhões no 3T10. A maior parte (R\$ 14,9 milhões) foi destinada à área industrial, para a aquisição de equipamentos e a realização de melhorias em infraestrutura para aumentar a capacidade de produção das fábricas.



8) ENDIVIDAMENTO

Em decorrência da redução na geração de caixa livre do 3T10, a Companhia encerrou o trimestre com R\$ 113,0 milhões em aplicações financeiras e um caixa líquido de R\$ 52,5 milhões.

Neste trimestre, a Cia. Hering manteve-se em linha com a estratégia adotada, de não renovar empréstimos bancários com taxas de juros mais elevadas, liquidando R\$ 5,0 milhões de sua dívida bruta. Além disso, continuou priorizando as operações de financiamento atreladas a investimentos produtivos, que apresentam condições de prazo e taxas de juros mais atrativas, com a obtenção de recursos com o BNDES, no montante de R\$ 14,0 milhões.

Endividamento - R\$ milhões	2T09	Part. (%)	3T09	Part. (%)	2T10	Part. (%)	3T10	Part. (%)
Curto Prazo	(52,7)	55%	(52,9)	56%	(9,5)	19%	(14,0)	23%
Longo Prazo	(43,8)	45%	(42,2)	44%	(39,7)	81%	(46,4)	77%
Total da Dívida	(96,5)	100%	(95,1)	100%	(49,3)	100%	(60,4)	100%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	100,5		105,2		121,6		113,0	
(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido	4,0		10,1		72,3		52,5	

9) ASSEMBLÉIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

Na Assembléia Geral Extraordinária, a ser realizada no dia 29 de outubro de 2010, os acionistas da Cia. Hering deliberarão, dentre os temas citados no segundo Edital de Convocação, sobre a proposta de desdobramento das ações de emissão da Companhia (HGTX3), na proporção de duas novas ações para cada uma existente.

10) PERSPECTIVAS

A Cia. Hering segue otimista em relação ao último trimestre de 2010 e revisa a meta de expansão da rede Hering Store para o ano, adicionando 12 lojas ao plano inicial. Dessa forma, a expectativa é finalizar 2010 com 337 lojas.

Além disso, com base nos resultados de um estudo sobre o potencial de crescimento da rede Hering Store, a Companhia antecipou em um ano a meta divulgada para 2012, prevendo alcançar 405 lojas já ao final de 2011. Para 2012, o novo número de lojas a serem inauguradas será divulgado em momento oportuno, à medida em que o plano de expansão se concretize e as condições do mercado se mostrem favoráveis.

Quantidade de Lojas	2006	2007	2008	2009	2010*	2011*
Hering Store	151	181	230	276	337	405
*estimado						

Na marca Hering, mantém a expectativa de crescer as vendas para a rede de lojas e para o varejo multimarcas, bem como acelerar o ritmo de expansão da rede Hering Store e incrementar as vendas totais e no conceito mesmas lojas. Para isso, a estratégia de crescimento segue focada em explorar o

posicionamento da Hering como uma marca que oferece tanto moda acessível quanto básicos de qualidade, reconhecida pelo consumidor pela boa relação custo x benefício de seus produtos e capaz de atender públicos de todas as idades e classes sociais.

Apesar da marca Hering e da rede Hering Store serem as suas principais alavancas de crescimento, a Companhia continuará trabalhando para explorar o potencial das marcas Hering Kids, PUC e dzarm., bem como desenvolver novas plataformas de crescimento. Nesse sentido, em agosto de 2010, foram apresentados os resultados de um estudo realizado pela Cia. Hering, que analisou o comportamento do mercado infantil no Brasil e identificou oportunidades de crescimento a serem exploradas pelas marcas Hering Kids e PUC.

Com o lançamento da coleção Alto Verão, a partir do 4T10, serão percebidos os primeiros resultados da estratégia para as marcas Hering Kids e PUC, que prevê ajustes no sortimento de produtos e faixas de preço, suportadas por investimentos em campanhas de marketing para ambas as marcas. Em linha com este projeto, está prevista a inauguração, no 4T10, de duas lojas piloto, sendo uma exclusiva para a marca Hering Kids e outra com um espaço de vendas (*corner*) para a marca PUC. Além disso, no 1T11 também serão inauguradas outras duas lojas piloto no mesmo padrão (uma exclusiva e outra com o *corner* PUC).

Na marca dzarm., a Companhia segue com perspectivas positivas e prevê a inauguração de uma loja piloto exclusiva da marca no 4T10.

Na operação de e-commerce, diante dos bons resultados já alcançados, a Empresa reavaliará o formato do business on-line para melhor explorar o potencial desse canal.

A Cia. Hering continuará buscando o crescimento de forma sustentável, com controle de custos, rigidez na gestão de riscos, cautela aos movimentos do mercado e atenção às oportunidades de negócio. Em busca de maior eficiência, a estratégia adotada será de produzir mais com os mesmos recursos, mantendo sempre a qualidade dos produtos e do atendimento oferecidos aos clientes.

TELECONFERÊNCIA SOBRE OS RESULTADOS DO 3T10

Data: 29 de outubro de 2010.

Nacional e Internacional (em português, com tradução simultânea para o inglês):

Horário: 11h (horário de Brasília)/9h (EDT)

Telefone para conexão:

Brasil: (11) 4688-6361

EUA: (1) 888-700-0802

Demais países: (1) 786-924-6977

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

Sobre a Cia. Hering - Com uma história de 130 anos, a Cia. Hering é uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, que atua no varejo com quatro marcas: Hering, Hering Kids, PUC e dzarm. No Brasil, a atuação da Companhia é realizada a partir de três canais de distribuição: i) lojas próprias e franqueadas Hering e PUC; ii) lojas de varejo multimarcas Hering, Hering Kids, PUC e dzarm. e; iii) Webstores Hering, PUC e dzarm.. No exterior, a Cia. Hering comercializa suas marcas próprias por meio de franquias e do varejo multimarcas. Em 30 de setembro de 2010, a Empresa contava com 303 lojas Hering Store e 75 lojas PUC em 25 estados brasileiros, além de 15.798 clientes no varejo multimarca em todo o Brasil e 15 lojas franqueadas em diversos países da América Latina.

Balço Patrimonial – Legislaço Societária (R\$ mil)

ATIVO	3T10	2T10	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3T10	2T10
Circulante	516.295	475.740	Circulante	210.563	180.360
Caixa e equivalente de caixa	105.951	114.773	Empréstimos e financiamentos	14.016	9.538
Aplicações financeiras	6.173	6.001	Fornecedores	102.171	80.990
Contas a receber de clientes	226.950	233.217	Salários e encargos sociais	32.586	26.942
Estoques	146.289	100.152	Parcelamentos tributários e previdenciários	7.920	7.091
Impostos a recuperar	8.809	5.429	Obrigações tributárias	25.766	24.143
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9.028	10.652	Impostos diferidos	-	-
Outras contas a receber	12.482	4.493	Provisões para contingências e outras provisões	19.174	22.548
Despesas antecipadas	613	1.023	Incentivos fiscais	2.627	2.570
Não Circulante	252.873	241.063	Dividendos a pagar	335	325
Realizável a longo prazo	30.793	29.824	Outras contas a pagar	5.968	6.213
Aplicações financeiras	841	820	Não Circulante	160.062	146.364
Títulos e contas a receber	12.806	12.734	Exigível a longo prazo	160.062	146.364
Impostos a recuperar	7.338	6.025	Empréstimos e financiamentos	46.430	39.723
Empréstimos compulsórios	4.038	4.785	Parcelamentos tributários e previdenciários	30.035	28.627
Imposto de renda e contribuição social diferidos	5.770	5.460	Obrigações tributárias	798	760
Investimentos	8	8	Impostos diferidos	30.780	26.700
Imobilizado	194.195	182.295	Provisões para contingências e outras provisões	7.722	6.969
Intangível	27.877	28.936	Incentivos fiscais	40.762	40.157
TOTAL DO ATIVO	769.168	716.803	Outras contas a pagar	3.535	3.428
			Patrimônio Líquido	398.543	390.079
			Capital social	226.293	224.549
			Reserva de capital	1.729	1.367
			Reserva de lucros	91.676	91.676
			Lucros acumulados	78.845	72.487
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	769.168	716.803

Demonstração de Resultados - Legislaço Societária (R\$ mil)

R\$ Mil	3T09	3T10	Var. 3T10 / 3T09	9M09	9M10	Var. 9M10 / 9M09
Receita Bruta de Vendas	210.786	287.295	36,3%	589.242	827.737	40,5%
Mercado Interno	206.792	279.820	35,3%	576.828	810.391	40,5%
Mercado Externo	3.994	7.475	87,2%	12.414	17.346	39,7%
Deduções de Venda	(35.096)	(52.115)	48,5%	(105.948)	(145.211)	37,1%
Receita Líquida de Vendas	175.690	235.180	33,9%	483.294	682.526	41,2%
Custo dos Produtos Vendidos	(92.280)	(123.414)	33,7%	(266.247)	(356.592)	33,9%
Lucro Bruto	83.410	111.766	34,0%	217.047	325.934	50,2%
Despesas Operacionais	(49.734)	(61.817)	24,3%	(139.208)	(173.454)	24,6%
Vendas	(35.130)	(40.883)	16,4%	(98.709)	(118.728)	20,3%
Remuneração dos Administradores	(1.422)	(1.505)	5,8%	(3.494)	(4.537)	29,9%
Gerais e Administrativas	(5.685)	(8.553)	50,4%	(17.467)	(20.611)	18,0%
Depreciação e Amortização	(4.788)	(7.752)	61,9%	(13.964)	(21.734)	55,6%
(-) Apropriada ao Custo	2.384	4.683	96,4%	7.194	13.078	81,8%
Participação nos Resultados	(4.487)	(4.237)	-5,6%	(11.451)	(15.268)	33,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(606)	(3.570)	489,1%	(1.317)	(5.654)	329,3%
Lucro Antes das Financeiras	33.676	49.949	48,3%	77.839	152.480	95,9%
Resultado financeiro líquido	(15.174)	(7.498)	-50,6%	(13.249)	(3.907)	-70,5%
Valor justo dos derivativos	(193)	-	N.D	24.866	(13)	N.D
Total resultado financeiro	(15.367)	(7.498)	-51,2%	11.617	(3.920)	N.D
Lucro Operacional	18.309	42.451	131,9%	89.456	148.560	66,1%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(3.186)	(13.070)	310,2%	(13.894)	(44.779)	222,3%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(7.344)	(5.394)	-26,6%	(24.605)	(7.311)	-70,3%
Participação de Acionistas não Controladores	-	-	N.D	-	4	N.D
Reversão dos Juros sobre o Capital Próprio	15.186	9.492	-37,5%	15.186	9.492	-37,5%
Lucro Líquido	22.965	33.479	45,8%	66.143	105.966	60,2%
EBITDA	38.464	57.701	50,0%	91.803	174.214	89,8%

Fluxo de Caixa – Legislação Societária (R\$ mil)

R\$ Mil	3T09	3T10	9M09	9M10
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	22.965	33.479	66.143	105.966
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	7.344	5.394	24.604	7.310
Varição monetária, cambial e juros não realizados	982	1.535	7.778	4.714
Depreciação e amortização	4.788	7.752	13.964	21.734
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	795	(2.664)	3.271	(2.259)
Resultado na venda de ativos imobilizados	1.429	-	1.493	76
Plano de opção de compra de ações	200	362	451	823
Participação de acionistas não controladores	-	-	-	(4)
Variações nos ativos e passivos				
Redução (aumento) em contas a receber de clientes	9.294	8.931	(6.230)	(9.234)
(Aumento) nos estoques	(14.355)	(46.137)	(29.830)	(56.914)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(1.093)	(4.693)	672	(6.836)
(Aumento) redução em outros ativos	295	(6.904)	7.650	(4.405)
Aumento em fornecedores	16.448	21.181	39.667	48.101
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	(5.246)	2.885	(42.973)	8.660
Aumento (redução) em obrigações tributárias	(9.429)	4.560	(8.556)	17.038
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	34.417	25.681	78.104	134.770
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Recebimento venda investimentos	-	-	-	1.178
Aquisições de ativo imobilizado	(10.015)	(18.021)	(18.198)	(44.037)
Aquisições de ativo intangível	(2.178)	(572)	(5.321)	(9.315)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(12.193)	(18.593)	(23.519)	(52.174)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento de capital	-	1.744	-	2.448
Aplicações financeiras	12.444	(193)	41.974	(494)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(15.186)	(27.110)	(25.764)	(53.101)
Empréstimos tomados	1.541	14.591	14.219	15.500
Pagamento de empréstimos	(2.215)	(3.638)	(64.045)	(31.884)
Juros pagos por empréstimos	(1.731)	(1.304)	(7.953)	(5.442)
Partes relacionadas	9	-	34	130
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(5.138)	(15.910)	(41.535)	(72.843)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	17.086	(8.822)	13.050	9.753
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa				
No início do exercício	60.973	114.773	65.009	96.198
No fim do exercício	78.059	105.951	78.059	105.951
	17.086	(8.822)	13.050	9.753

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 e são 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.