

Cia.Hering

HGTX3
NOVO
MERCADO
BOVESPA BRASIL

Teleconferência de Resultados 3T09

5 de novembro de 2009



itag



Hering

Hering



kids

PUC

dzarm.

Nossas estimativas e declarações futuras têm por embasamento, em grande parte, expectativas atuais e projeções sobre eventos futuros e tendências financeiras que afetam ou podem afetar o nosso negócio. Muitos fatores importantes podem afetar adversamente nossos resultados, tais como previstos em nossas estimativas e declarações futuras. As palavras “acreditamos”, “podemos”, “visamos”, “estimamos” e outros termos similares têm por objetivo identificar estimativas e projeções. As considerações sobre estimativas e declarações futuras incluem informações referentes a resultados e projeções, estratégias, planos de financiamentos, posição concorrencial, ambiente setorial, potenciais oportunidades de crescimento, os efeitos de regulamentações futuras e os efeitos da concorrência. Tais estimativas e projeções referem-se apenas à data em que foram expressas, sendo que não assumimos a obrigação de atualizar publicamente ou revisar quaisquer dessas estimativas em razão da ocorrência de nova informação, eventos futuros ou de quaisquer outros fatores, ressalvada a regulamentação vigente a que nos submetemos, em especial às Instruções CVM 202 e 358.

AGENDA:

- **Destaques**
- Desempenho Operacional
- Estratégias e Perspectivas



PRINCIPAIS INDICADORES

- Receita bruta total + 34,7%, sendo +40,3% no mercado interno;
- Vendas da marca Hering +43,5%, PUC + 39,0% e dzarm +12,6%;
- Margem EBITDA +5,5 p.p., encerrando o trimestre em 21,9%;
- Vendas da Rede Hering Store + 40,1% e *same-store sales* +20,9%.

OUTROS DESTAQUES

- Abertura de 14 Hering Stores (1 loja própria) e 1 loja PUC (própria);
- Campanha de Marketing “eu uso Hering...” de Dia dos Pais e Campanha de Jeans;
- Execução do Plano de reposicionamento da dzarm..

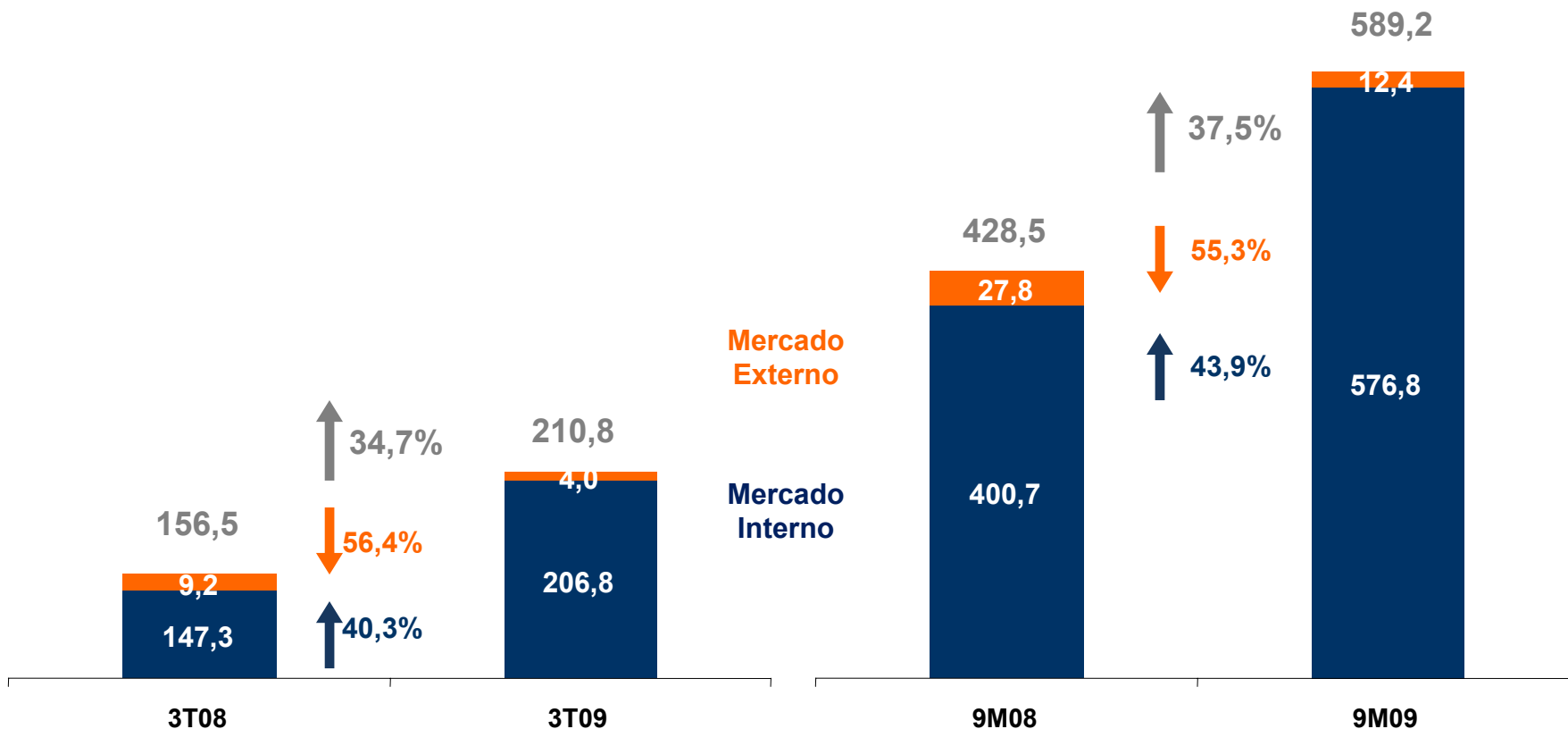


AGENDA:

- Destaques
- **Desempenho Operacional**
- Estratégias e Perspectivas

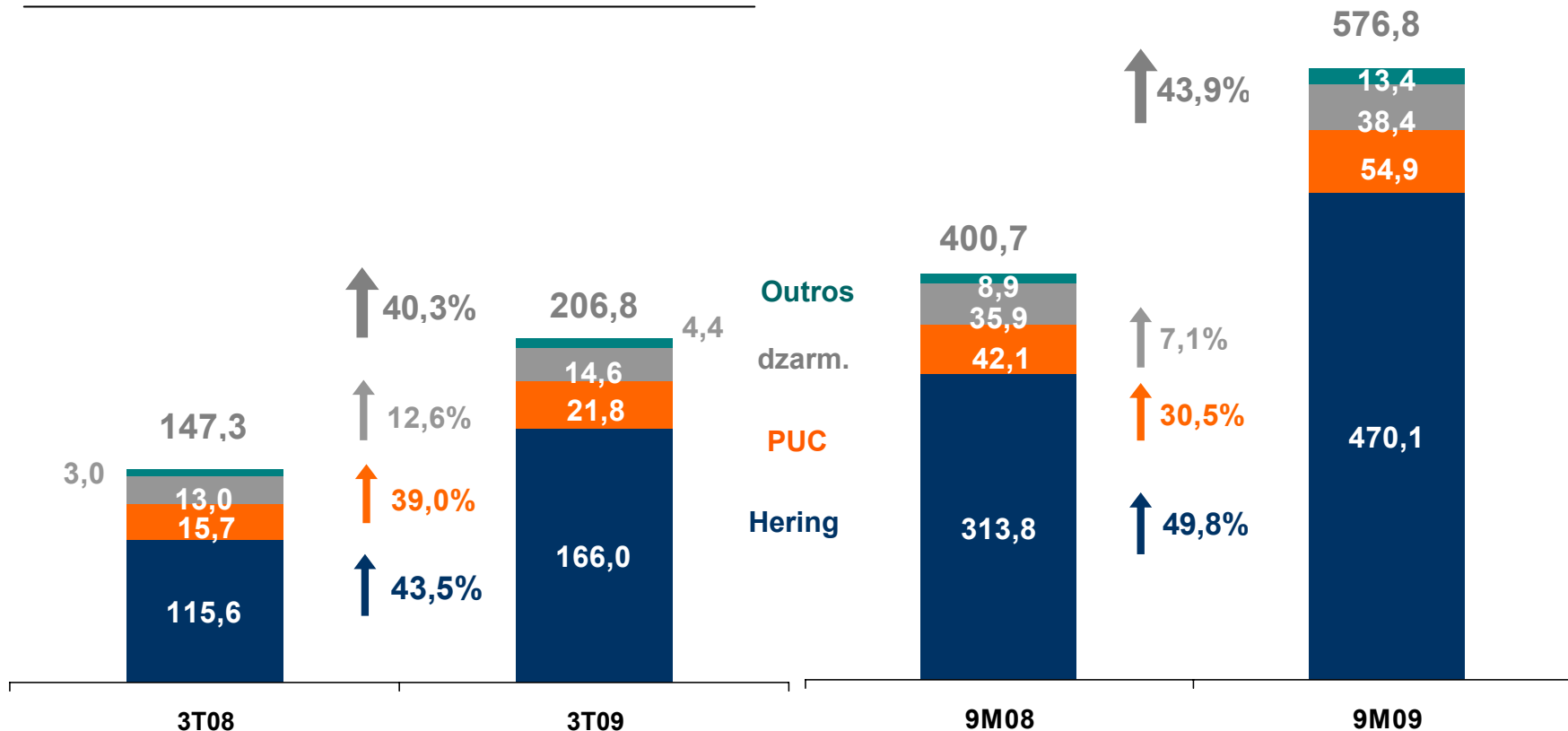
dzarm.

Por Mercado



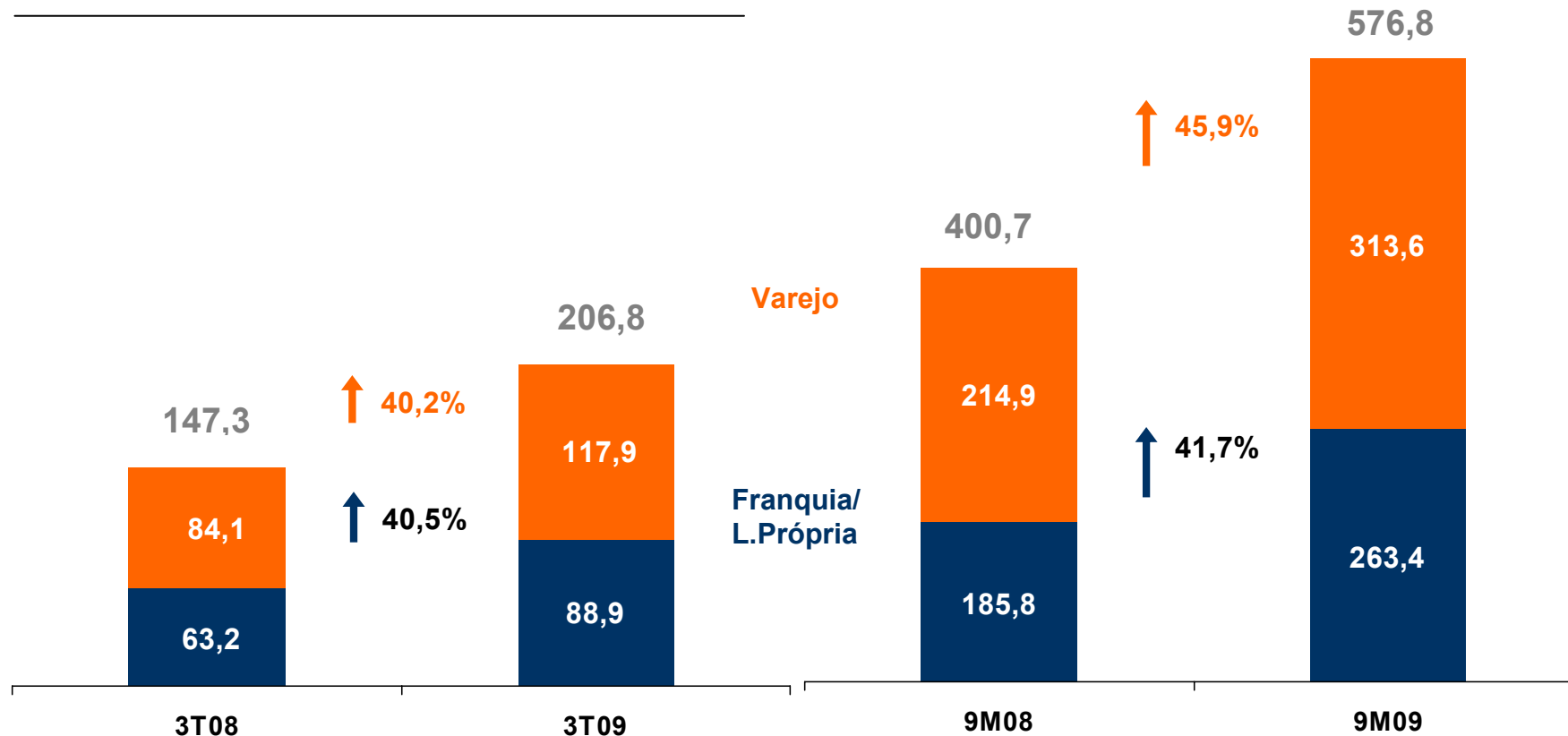
Receita bruta do mercado interno responde por 98,1% da receita bruta total, apontando crescimento de 40,3%.

Por Marca



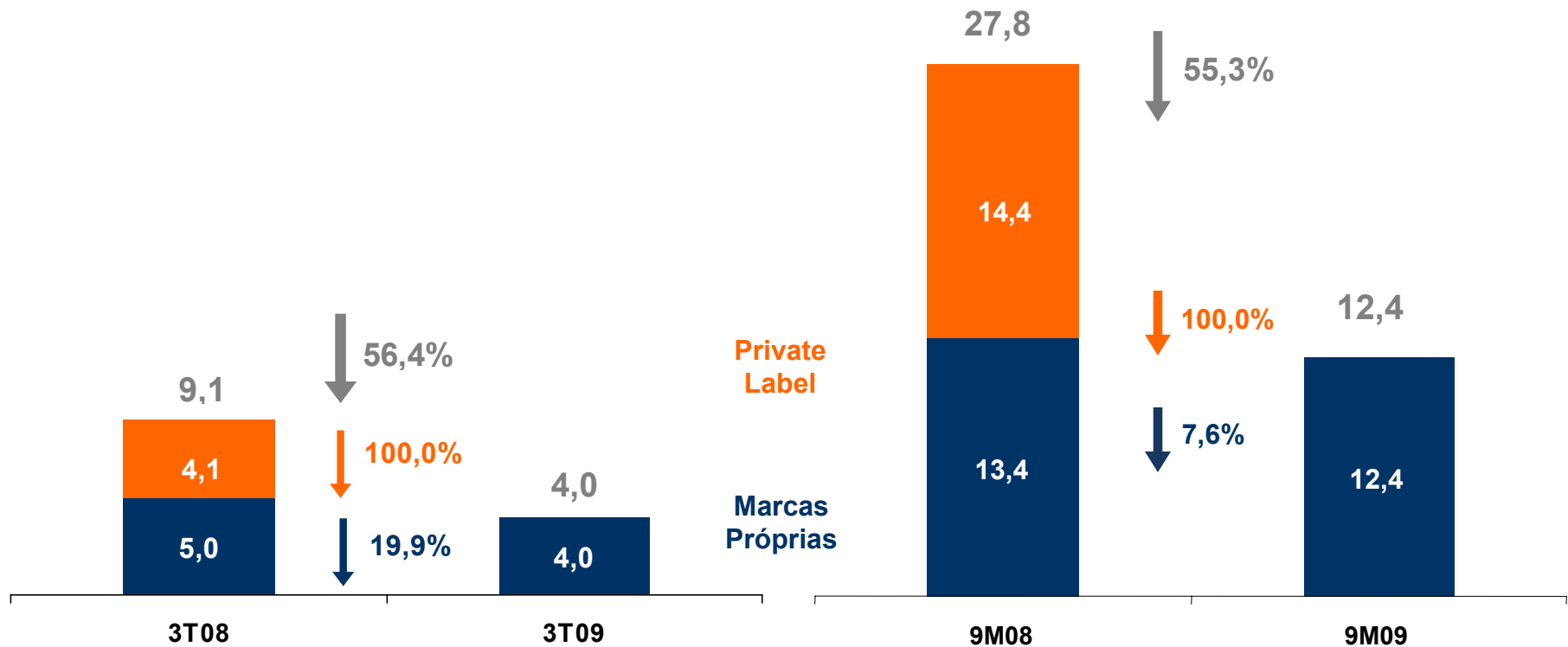
Destaque para o crescimento de 43,5% na marca Hering. Marca dzarm. mostra os primeiros resultados do reposicionamento, crescendo 12,6% no trimestre.

Por Canal de Distribuição



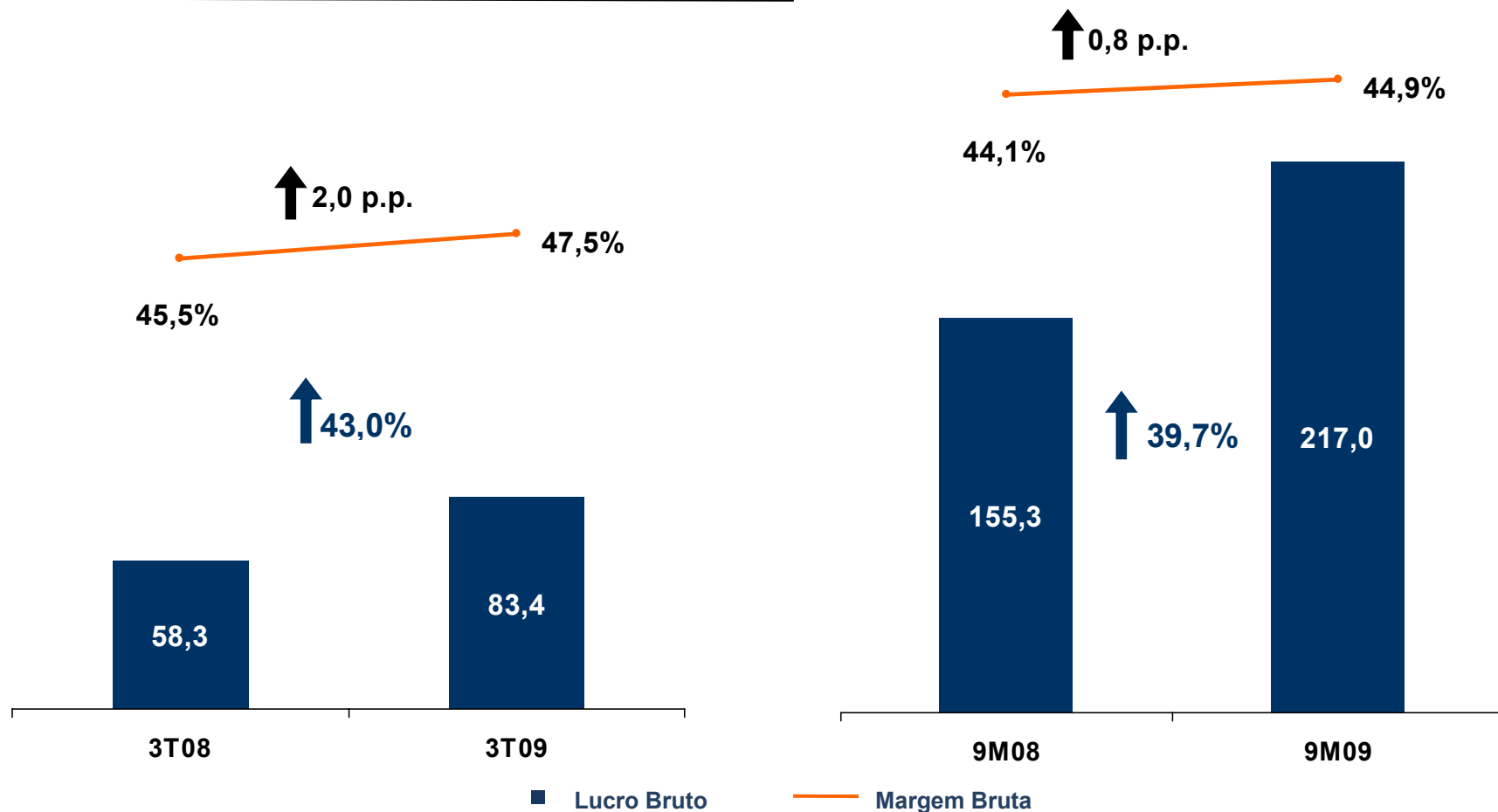
Nos 9M09 o varejo multimarcas cresceu 45,9%, resultado da expansão 57,6% na marca Hering e de 34,8% na marca PUC nesse canal.

Private Label vs. Marcas Próprias

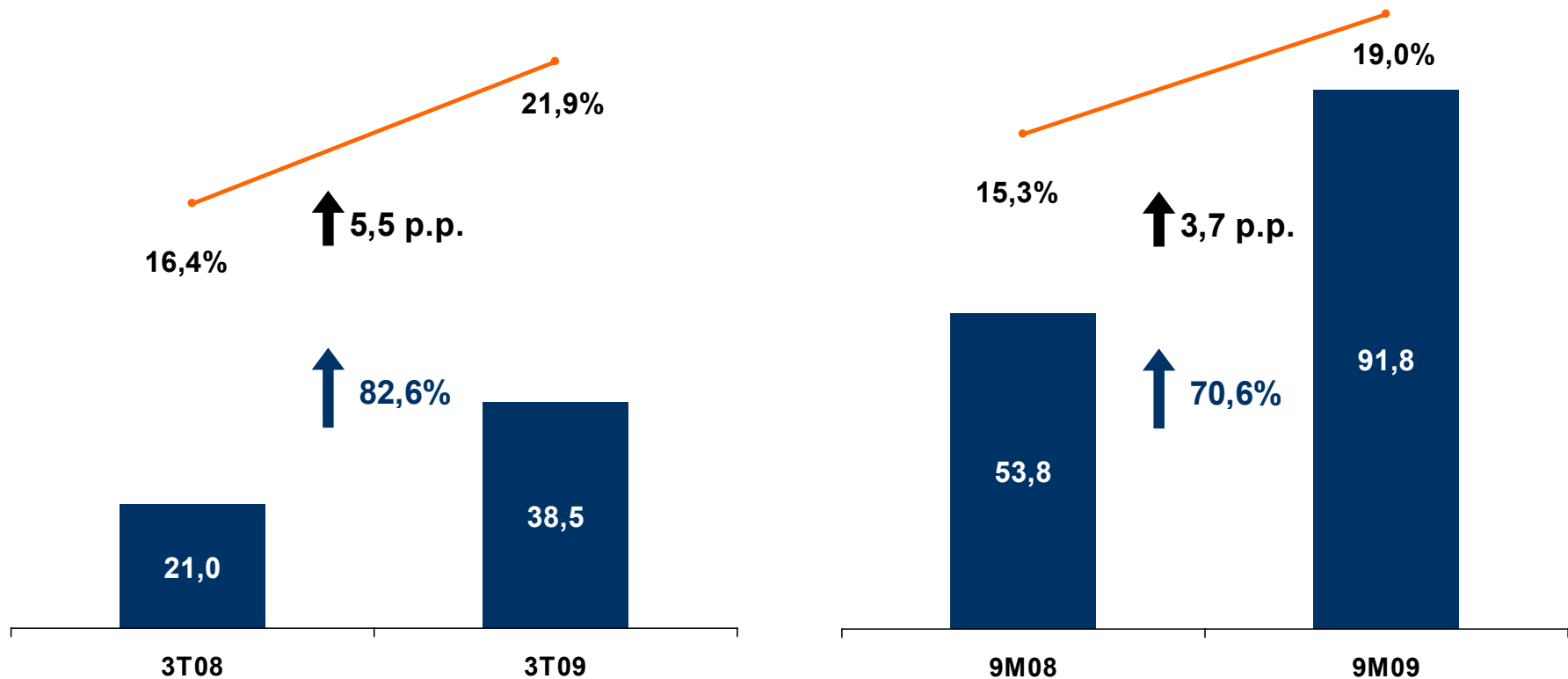


No mercado externo, a Empresa segue com a estratégia de comercializar suas marcas próprias no mercado latino-americano.

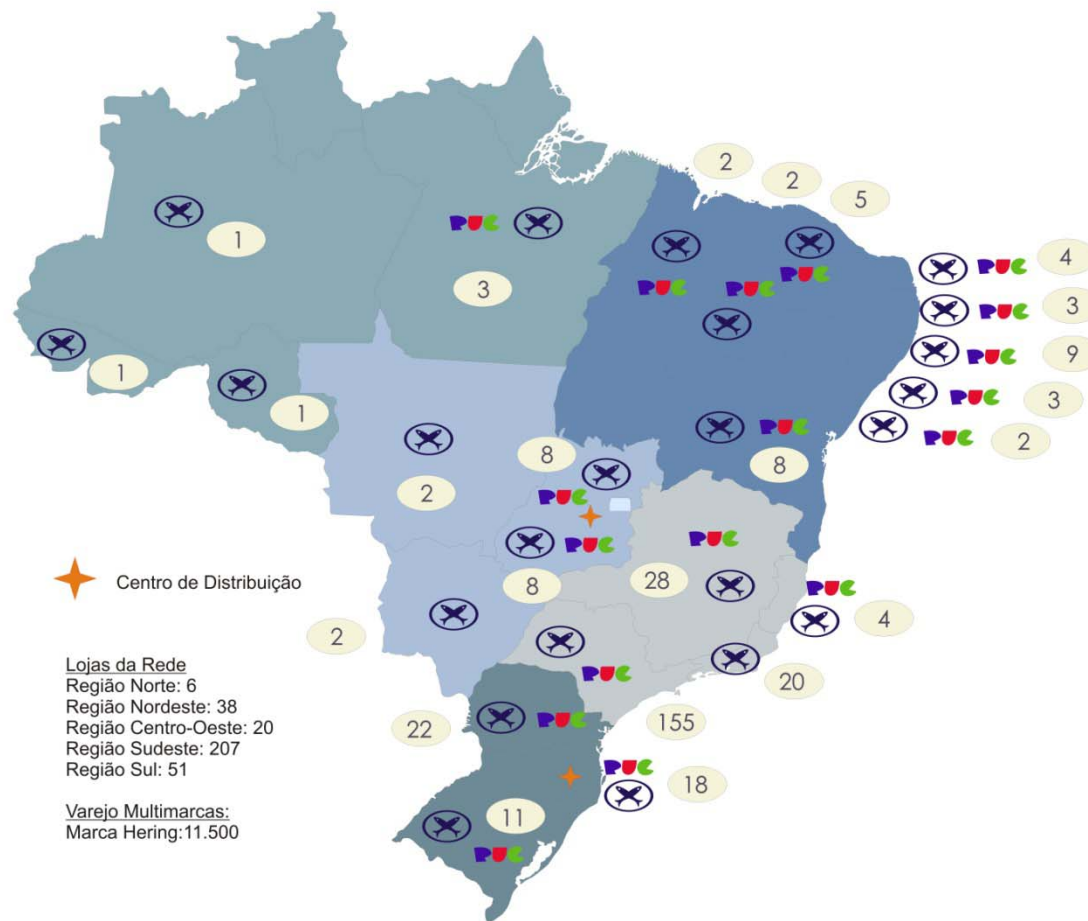
Lucro Bruto (R\$ milhões) e Margem Bruta (%)



Excluindo o Ajuste a Valor Presente (AVP), a margem bruta seria de 45,5% nos 9M09.

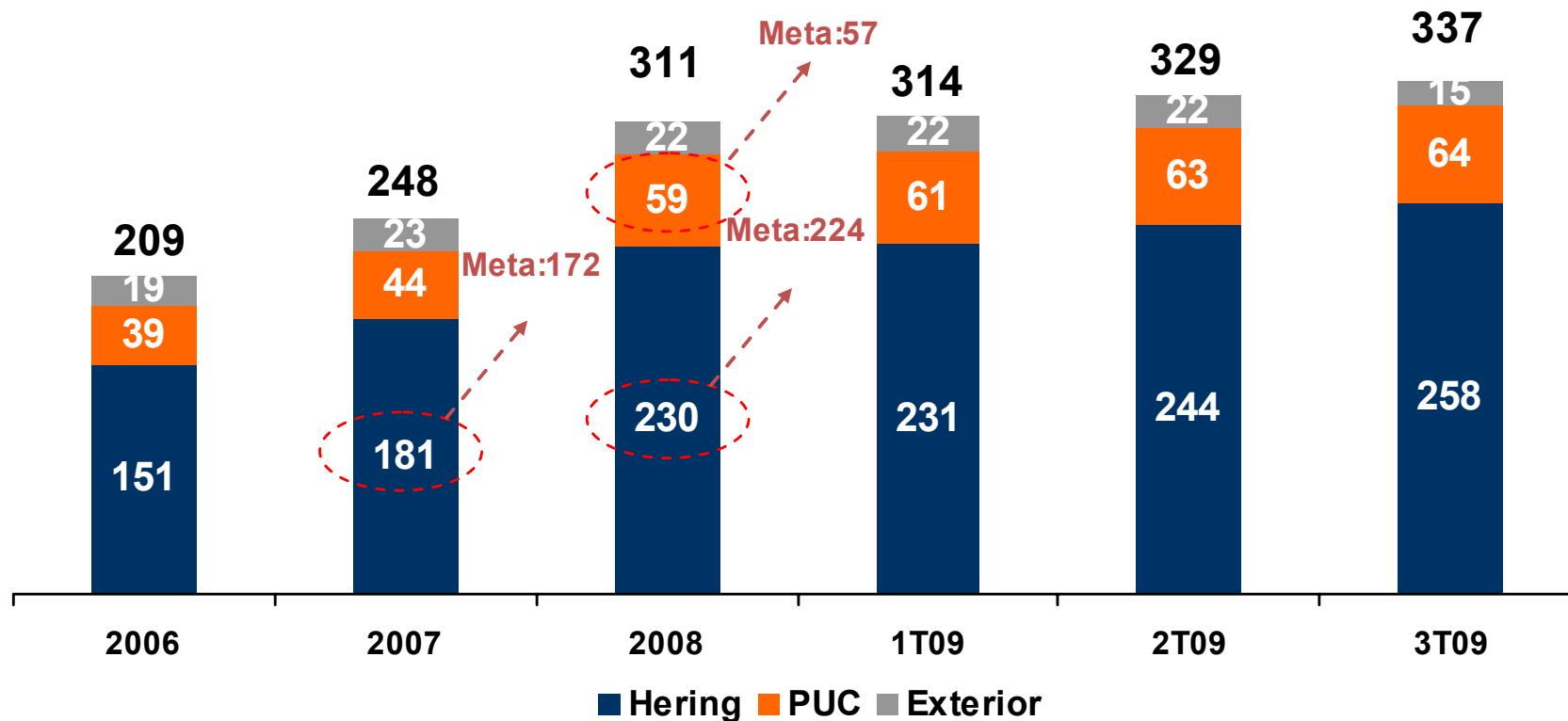
EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)

O melhor desempenho operacional, resultante do aumento das vendas e da diluição de custos fixos, refletiu no crescimento de 82,6% do EBITDA no 3T09.



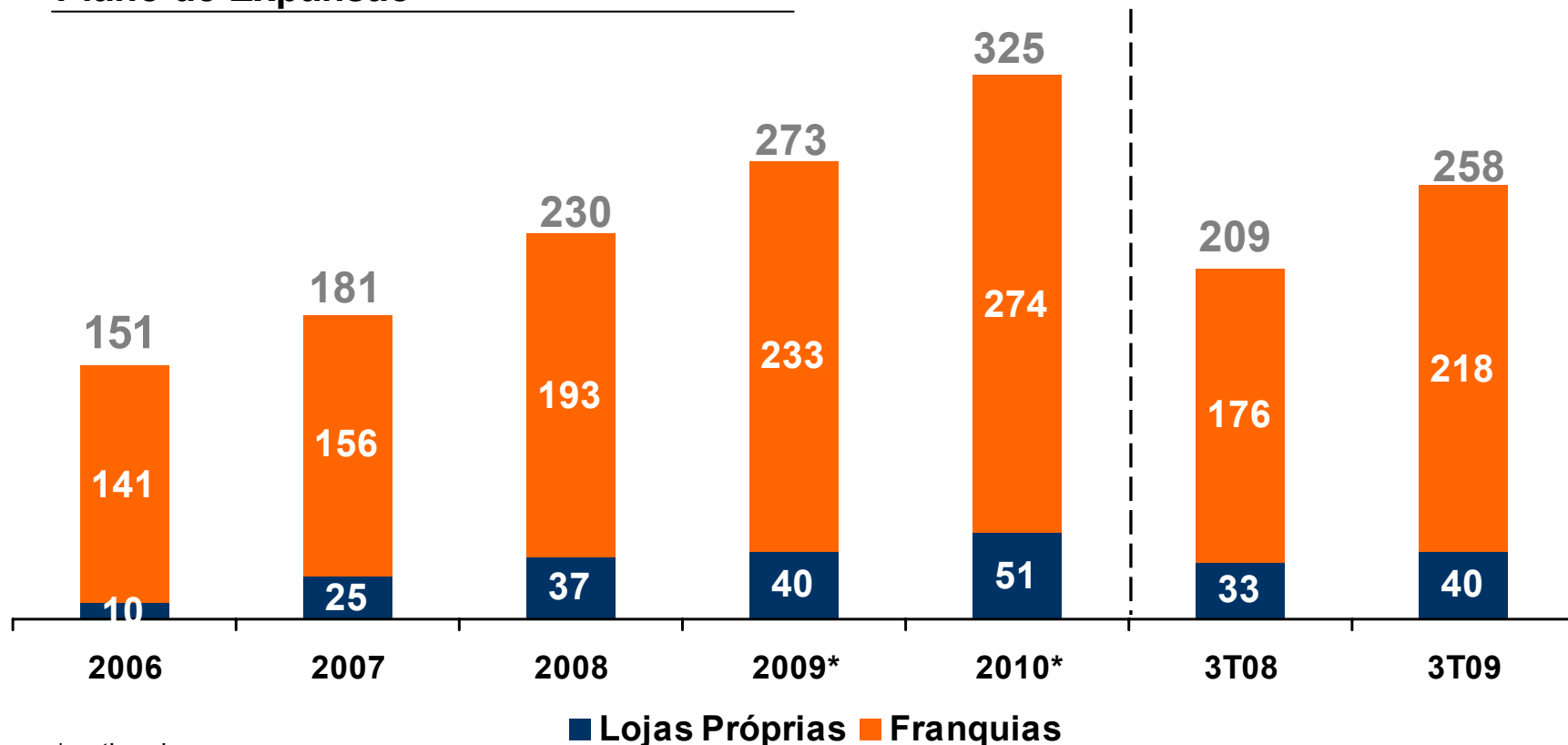
Foram inauguradas 15 lojas e o varejo multimarcas cresceu 7,0% em número de clientes no 3T09.

Evolução da Rede de Distribuição



Nos 9M09 foram abertas 33 lojas no mercado interno (28 Hering Store e 5 Lojas PUC). No mercado externo, a Empresa decidiu descontinuar operações de franquias em mercados que não são seu atual foco.

Plano de Expansão



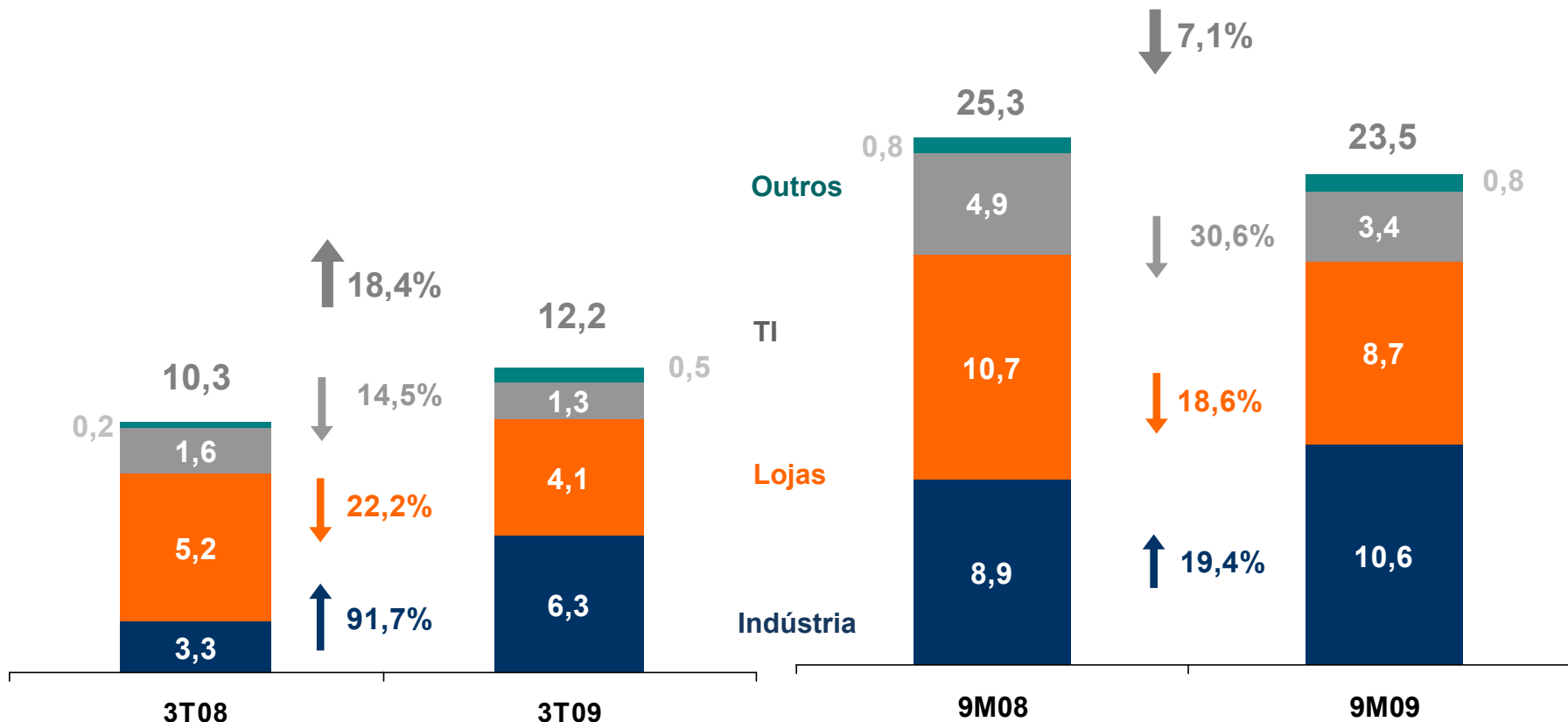
**Das 258 Hering Store, 169 estão adequadas ao novo projeto arquitetônico.
A meta para 2009 passou de 268 para 273 lojas.**

Desempenho Hering Store	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
Número de Lojas	209	258	23,4%	209	258	23,4%
Franquias	176	218	23,9%	176	218	23,9%
Próprias	33	40	21,2%	33	40	21,2%
Faturamento da Rede (R\$ mil)	91.792	128.597	40,1%	269.816	388.043	43,8%
Crescimento <i>Same-Store Sales</i> ⁽¹⁾	25,6%	20,9%	-4,7 p.p.	34,4%	23,8%	-10,6 p.p.
Área de Vendas (m²)	27.588	33.233	20,5%	27.588	33.233	20,5%
Faturamento (R\$ por m²)	3.395	3.956	16,5%	10.481	12.497	19,2%
Atendimentos	1.123.907	1.507.785	34,2%	3.184.937	4.389.165	37,8%
Peças	2.654.189	3.428.509	29,2%	7.461.892	9.926.066	33,0%
Ticket Médio (R\$)	81,70	85,29	4,4%	83,84	87,34	4,2%

⁽¹⁾ Comparado a igual período do ano anterior

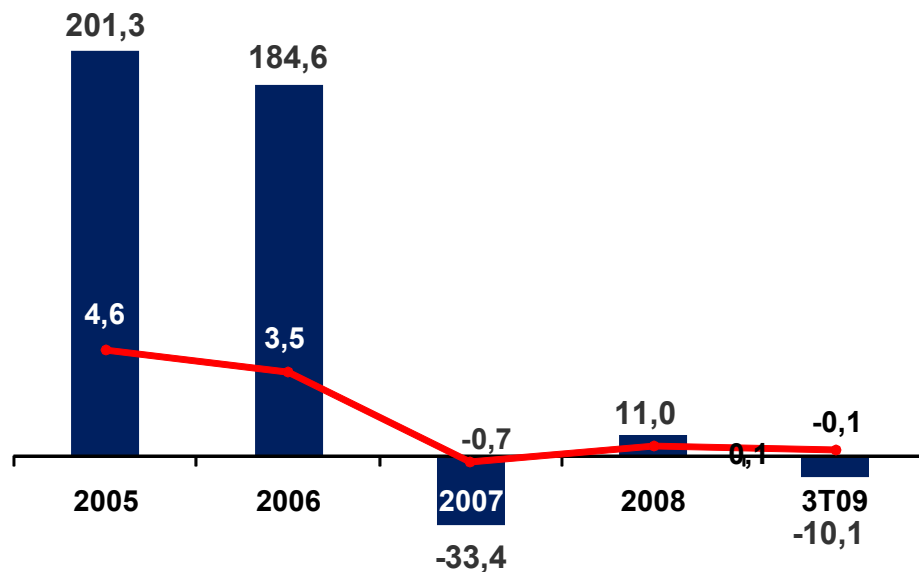
Além da expansão de 40,1% nas vendas da rede, destaque para o crescimento *same-store sales* de 20,9% e do ticket médio em 4,4% no trimestre.

Por Atividade



Destaque para investimentos na indústria realizados no trimestre, 91,7% superiores ao mesmo período de 2008.

Evolução do Endividamento

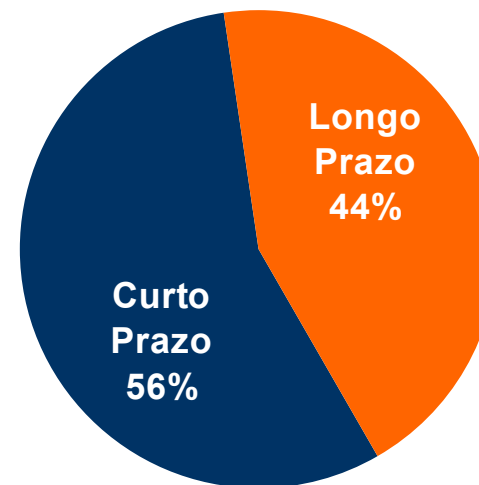


— Dívida Líquida / EBITDA*

● Dívida Líquida (R\$ milhões)

* EBITDA dos últimos 12 meses

Curto Prazo x Longo Prazo



Dívida Bruta = R\$ 95,1 milhões

R\$ mil	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
Resultado Financeiro Líquido	(2.802)	(15.174)	441,5%	(10.258)	(13.249)	29,2%
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	(193)	-	-	24.866	-
Total Receitas (Despesas) Financeiras	(2.802)	(15.367)	448,4%	(10.258)	11.617	-

- **Swap**

- Em 07/julho/09 a Cia. Hering renegociou a operação de *swap* no valor de R\$ 30,0 milhões, eliminando mais 4 verificações mensais (fev/2010 a jun/2010) ao custo de R\$ 2,06 milhões e;
- Em 24/set/09, a Empresa encerrou esta operação de *swap*, em acordo com a contraparte, desembolsando R\$ 150 mil reais.

Juros sobre Capital Próprio

- Pagamento em 10/ago/09 o valor de R\$ 15,2 milhões, sendo:
 - R\$0,1411/ação - referente ao exercício de 2008;
 - R\$0,1405/ação - referente ao primeiro semestre de 2009.

Remuneração aos Acionistas	Exercício	Data do Pagamento	Valor Bruto (R\$ milhões)	Valor por ação (R\$)
Juros Sobre Capital Próprio	31/12/07	22/02/08	4.853	0,09000
Juros Sobre Capital Próprio	31/12/08	17/09/08	4.853	0,09000
Dividendos	31/12/08	11/05/08	10.578	0,19616
Juros Sobre Capital Próprio	31/12/08	10/08/08	7.609	0,14110
Juros Sobre Capital Próprio	31/12/09	10/08/09	7.576	0,14050



AGENDA:

- Destaques
- Desempenho Operacional
- **Estratégias e Perspectivas**

⊗ Rede Hering Store

- Continuidade do plano de crescimento – 325 lojas até 2010, com incremento de 5 lojas para 2009, finalizando o ano com **273 lojas**.
- Campanha “eu uso Hering ...” abordando datas comemorativas do final do ano
- Cartão Hering Store
- Hering Web Store

⊗ **Abertura de lojas PUC** dentro do novo projeto e **campanha de Marketing** com maior apelo comercial;

⊗ Execução do **plano de reposicionamento da dzarm.** com o lançamento da coleção de Alto Verão;

⊗ **Reestruturação da presença no mercado externo** com foco na venda das marcas próprias para o **mercado Latino-americano**.

Cia.Hering

HGTX3
NOVO
MERCADO
BOVESPA BRASIL

6
Sala Institucional
APIMEC-SP

igc

itag
Instituto de Apoio ao Trabalho

Relações com Investidores

Fabio Hering – Presidente e Diretor de RI
Frederico de Aguiar Oldani – Diretor de Finanças
Karina Koerich - Gerente de RI
Gracila Camargo Lopes – Analista de RI

Tel. +55 (47) 3321-3469
E-mail: ri@heringnet.com.br
Website: www.ciahering.com.br/ri

Consultoria de Relações com Investidores
FIRB – Financial Investor Relations Brasil
Tel. +55 (11) 3897-6857
E-mail: ligia.montagnani@firb.com



Hering

Hering



kids



dzarm.