

HGTX3
NOVO
MERCADO
BOVESPA BRASIL

Cia. Hering



itag
Itaú



Hering



kids



dzarm.

2T09

Dados – 30/06/2009

HGTX3 R\$ 12,20 por ação

Valor de Mercado

R\$ 657,9 milhões

US\$ 337,1 milhões

Teleconferência – 06/08/2009

Português e Inglês: 11 horas (Brasília)

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

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

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

Relações com Investidores

Fábio Hering

Presidente e Diretor de RI

Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças

Karina Koerich

Gerente de RI

Gracila Camargo Lopes

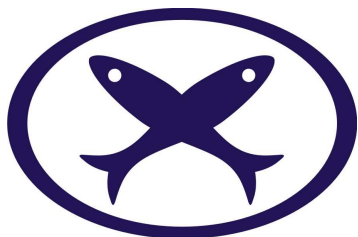
Analista de RI

Tel: (47) 3321-3469

ri@heringnet.com.br

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

FIRB
FINANCIAL INVESTOR RELATIONS



Blumenau, 04 de agosto de 2009 – Cia. Hering (BM&FBovespa: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2009 (2T09). As informações operacionais e financeiras da Companhia, exceto onde estiver indicado de outra forma, são apresentadas com base em números consolidados e em milhares de reais, conforme a Legislação Societária. Todas as comparações foram feitas em relação ao mesmo período de 2008 (2T08), exceto quando especificado ao contrário.

Hering obtém expansão de 42,5% da receita bruta no 2T09 e crescimento de SSS de 29,3% na rede Hering Store. O EBITDA foi de R\$ 32,5 milhões com margem de 19,1% e a Companhia segue com perspectivas positivas para o segundo semestre de 2009.

O desempenho da Cia. Hering no segundo trimestre decorreu do aumento das vendas das marcas Hering, PUC e dzarm. em todos os canais de distribuição, além da expansão do número de lojas e da evolução das vendas nas mesmas lojas (*same-store sales*) na rede Hering Store. As ações nos pontos-de-venda otimizaram o desempenho operacional e têm reforçado a percepção do consumidor sobre o conceito Hering de moda atual, contemporânea e acessível. A Cia. Hering, engajada em seu plano de crescimento, segue monitorando o mercado, sempre atenta aos movimentos econômicos locais e globais.

Destaques do Trimestre

- Vendas no mercado interno aumentam 48,9% e receita bruta consolidada cresce 42,5%, para R\$ 209,3 milhões;
- Lucro operacional antes do resultado financeiro cresce 112,2%;
- EBITDA cresce 80,6% e margem EBITDA alcança 19,1%, recorde para um 2º trimestre;
- Lucro líquido evolui 293,9%, para R\$ 10,9 milhões, e margem líquida aumenta 4,1 pontos percentuais;
- Vendas da marca Hering crescem 57,7%;
- Vendas da rede Hering Store aumentam 49,0% e, no conceito mesmas lojas (*same-store sales*), 29,3%;
- Hering Store inaugura 14 lojas, sendo duas próprias. Foram inauguradas também duas lojas franqueadas PUC.

Destaques Consolidados

R\$ mil	2T09	2T08	Var.	1S09	1S08	Var.
Receita Bruta	209.264	146.879	42,5%	378.456	272.032	39,1%
Mercado Interno	205.776	138.200	48,9%	370.036	253.395	46,0%
Mercado Externo	3.488	8.679	-59,8%	8.420	18.637	-54,8%
Receita Líquida	170.351	120.185	41,7%	307.604	223.625	37,6%
Lucro Bruto	76.479	53.384	43,3%	133.637	97.002	37,8%
Margem Bruta	44,9%	44,4%	0,5 p.p.	43,4%	43,4%	0,1 p.p.
Lucro Operacional (a)	27.839	13.121	112,2%	44.163	23.310	89,5%
Resultado Financeiro	6.044	(6.234)	-96,7%	26.984	(7.456)	-73,7%
Lucro (Prejuízo) Líquido	10.912	2.770	293,9%	43.178	7.445	480,0%
Margem Líquida	6,4%	2,3%	4,1 p.p.	14,0%	3,3%	10,7 p.p.
EBITDA (b)	32.493	17.994	80,6%	53.339	32.758	62,8%
Margem EBITDA	19,1%	15,0%	4,1 p.p.	17,3%	14,6%	2,7 p.p.

(a) Antes do resultado financeiro e participações.

(b) Resultado operacional antes dos juros, impostos, depreciações, amortizações e participações.

PRODUÇÃO

A combinação da produção própria com a terceirização de fases do processo produtivo e compra de produtos acabados (*outsourcing*) permite à Cia. Hering atender com velocidade e qualidade à demanda do mercado consumidor, com produtos de excelente relação custo-benefício.

A produção terceirizada da Cia. Hering representa aproximadamente 47,0% do volume total e o *outsourcing*, 15,0%. A participação do *outsourcing* no volume total produzido permaneceu estável no primeiro semestre, contudo, aumentou quando comparado a igual período do ano passado. Os principais fornecedores estão localizados na Ásia e na América Latina.

A Companhia opera oito plantas produtivas, localizadas nos Estados de Santa Catarina (cinco), Goiás (duas) e Rio Grande do Norte (uma), e possui três centros de distribuição.

DESEMPENHO OPERACIONAL E COMERCIAL

A Cia. Hering continua investindo em ações para alcançar a meta estabelecida em seu plano de crescimento e expansão de pontos-de-venda até 2010. A forte demanda do mercado e a necessidade de produção em grande escala impulsionaram o aumento das compras de produtos acabados (*outsourcing*), bem como o investimento na atualização do parque fabril da Companhia. Para o segundo semestre de 2009, estão previstas aquisições de equipamentos que possibilitem o aumento da produtividade e, assim, suportem o crescimento da Companhia.

As ações nos pontos-de-venda da rede de franquias têm como objetivo a otimização do desempenho para o cumprimento das metas estabelecidas. As ações implementadas já são reconhecidas pelos clientes e o sucesso é mensurado pelo aumento do faturamento bem como do volume de vendas, e do número de atendimentos nas lojas.

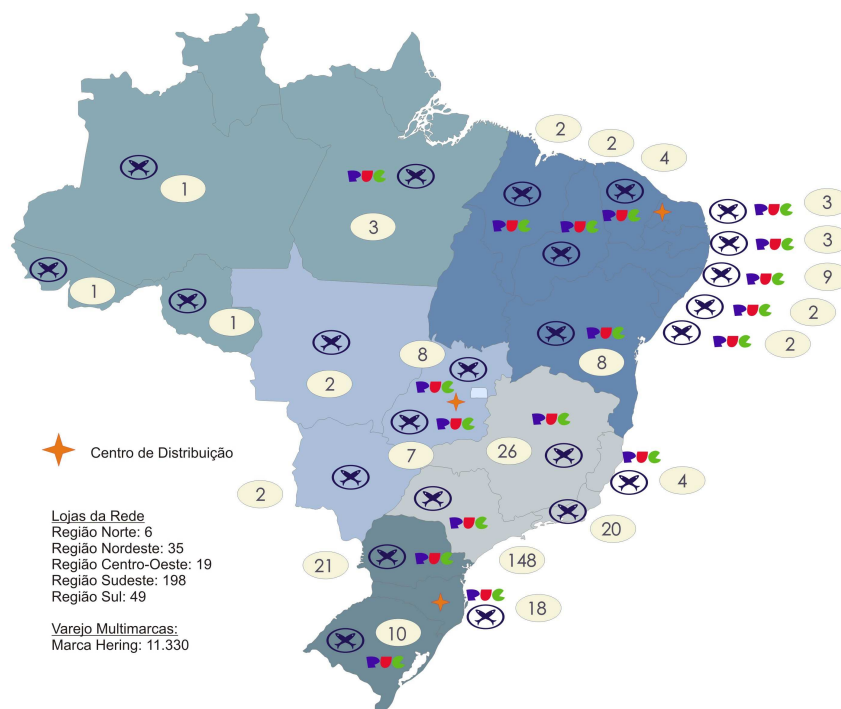
Rede de Distribuição

A rede de distribuição da Cia. Hering encerrou o mês de junho de 2009 com 307 lojas no Brasil e 22 no exterior, concentradas na América Latina e no Oriente Médio. No 2T09, foram inauguradas 14 lojas Hering Store, sendo duas próprias. Também foram inauguradas duas lojas franqueadas PUC.

Do total de 244 lojas da rede Hering Store, 133 já foram adequadas ao novo projeto arquitetônico, sendo 11 lojas reformadas no 2T09. Um dos destaques do plano de reformas foi a Hering Store do Shopping Barra, no Rio de Janeiro (RJ), que teve um aumento expressivo na área de vendas, tornando a presença no shopping mais atrativa ao consumidor.

Da mesma forma, das 63 lojas PUC, 12 já estão dentro do novo projeto, lançado em outubro de 2008.

Quantidade de Lojas	2T08	2T09
Hering - Própria	28	39
Hering - Franquia	167	205
Subtotal	195	244
PUC - Própria	3	5
PUC - Franquia	44	58
Subtotal	47	63
Brasil	242	307
Exterior - Franquia	22	22
TOTAL	264	329



O canal de varejo multimarcas visa aumentar a capilaridade da rede de distribuição e, conseqüentemente, aumentar a presença das marcas em todo o território brasileiro, sendo um dos pilares da estratégia de crescimento. Neste canal, os produtos das marcas Hering, PUC e dzarm. são comercializados em cidades onde não há lojas exclusivas das marcas e criam complementaridade nas cidades que têm franquias Hering Store ou PUC. Ao final de junho, a Cia. Hering contava com 15.114 clientes no varejo multimarcas, sendo 11.330 da marca Hering.

Este canal representou 53,0% da receita bruta no mercado interno da Companhia no 2T09. Parte deste crescimento é explicada pela maior participação das marcas Hering, PUC e dzarm. nas vendas dos clientes multimarcas.

Hering Store

O crescimento das vendas no varejo no trimestre se deu, em grande parte, pela assertividade da coleção de inverno, que reforçou ainda mais a percepção da marca como moda jovem, atual e acessível pelo consumidor. Também contribuiu para o resultado as datas comemorativas tradicionais no período, como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, em maio e junho, respectivamente, sendo que no mês de junho o clima de inverno favoreceu fortemente as vendas.

Na rede Hering Store, as vendas foram 49,0% superiores às registradas no 2T08 e o crescimento em lojas comparáveis (*same-store sales*) foi de 29,3%. O número de atendimentos (*tíquetes*) cresceu 40,4% e o volume de peças vendidas foi 35,4% maior do que no 2T08.

O aumento das vendas é devido principalmente à expansão de 19,7% da área de vendas e de 22,4% do faturamento por metro quadrado. Também contribuíram para esse resultado as estratégias de fortalecimento da imagem da Hering e as ações que estão sendo implantadas nos pontos-de-venda como (i) alocação de espaço maior para categorias de produtos com maior faturamento por metro quadrado; (ii) reposição automática de artigos básicos, aumentando a cobertura de atendimento; (iii) resposta rápida aos artigos *best-seller* e; (iv) ações promocionais para impulsionar a venda dos artigos *slow-movers*.

Desempenho Hering Store	2T08	2T09	Var.	1S08	1S09	Var.
Número de Lojas	195	244	25,1%	195	244	25,1%
Franquias	167	205	22,8%	167	205	22,8%
Próprias	28	39	39,3%	28	39	39,3%
Faturamento da Rede (R\$ mil)	109.372	162.989	49,0%	178.024	259.446	45,7%
Crescimento SSS (Same-Store Sales)	38,4%	29,3%	-9,1 p.p.	39,0%	25,3%	-35,1%
Área de Vendas (m²)	26.124	31.275	19,7%	26.124	31.275	19,7%
Faturamento (R\$ por m²)	4.259	5.301	24,5%	7.085	8.541	20,6%
Atendimentos	1.145.453	1.607.123	40,3%	2.061.030	2.881.380	39,8%
Peças	2.657.161	3.598.040	35,4%	4.807.703	6.497.557	35,1%
Ticket Médio (R\$)	95,48	101,40	6,2%	86,38	90,00	4,2%

Cartão Hering Store

O cartão Hering Store, em parceria com a financeira Losango, pertencente ao banco HSBC, está totalmente implementado na rede, mas ainda não atingiu o resultado esperado, apresentando números modestos. É um projeto de longo prazo e a Companhia continua positiva quanto à exploração desta ferramenta como um instrumento para alavancar as vendas, aumentar o ticket médio e fidelizar clientes.

A gestão da operação do cartão continuará atuando fortemente na comunicação com o público-alvo por meio de promoções constantes junto às equipes de vendas e da oferta de mais benefícios aos seus usuários no segundo semestre de 2009.

Hering Web Store

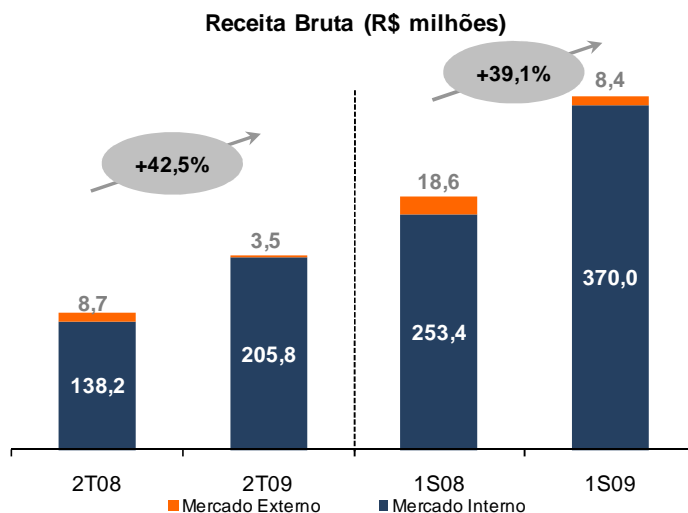
A loja Hering Web Store, implementada em julho de 2008, apresentou resultados acima do esperado, demonstrando o sucesso de sua estratégia. Com o objetivo de fortalecer este canal de vendas e vincular ainda mais os clientes da marca, foram realizadas ações promocionais de comunicação. Assim, a Hering está presente no cotidiano do consumidor e proporciona uma experiência de compra diferenciada.

No segundo semestre de 2009, as metas continuarão focadas no aprimoramento da Web Store por meio de personalização das páginas, comunicação exclusiva, campanha de *marketing* e agilidade de entrega dos produtos.

A Hering Web Store está disponível no site: www.heringwebstore.com.br.

RECEITA BRUTA

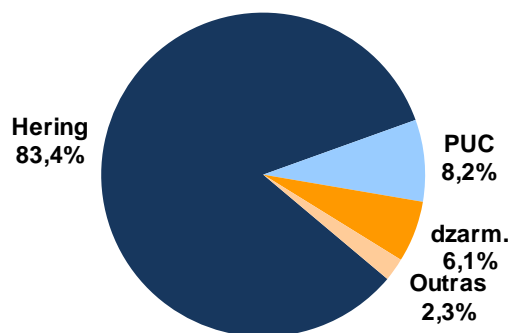
A receita bruta alcançou R\$ 209,3 milhões no trimestre, crescimento de 42,5% em relação ao 2T08. Esse desempenho é reflexo do aumento de 48,9% das vendas no mercado interno, que representaram 98,3% do total da receita da Companhia. No 1S09, a receita bruta totalizou R\$ 378,5 milhões, um aumento de 39,1% quando comparada a igual período de 2008.



Mercado Interno

A receita bruta no mercado interno totalizou R\$ 205,8 milhões no 2T09, crescimento de 48,9% em comparação com o 2T08. Destacam-se a evolução de 29,3% nas vendas mesmas lojas (*same-store sales*) na rede Hering Store, além da expansão de 25,1% no número de lojas, comparado ao 1T09. No semestre, a receita foi de R\$ 370,0 milhões, 46,0% superior ao 1S08.

Composição da Receita Bruta 2T09



As vendas da marca Hering cresceram 57,7% no 2T09, resultado da assertividade da coleção, bem como das ações adotadas que estão sendo implantadas nos pontos-de-venda da rede Hering Store. A comunicação de *marketing*, dentro do conceito do slogan “eu uso Hering...”, traz celebridades e nova abordagem, e as ações promocionais foram positivamente percebidas pelos consumidores.

A marca PUC, focada em moda infantil para classes A e B, registrou no trimestre crescimento de 21,4% sobre o 2T08. As vendas do canal de varejo multimarca aumentaram 27,5%. As campanhas de *marketing* serão o grande diferencial para os próximos trimestres, agregando à marca PUC um apelo mais comercial.

As vendas da marca dzarm. evoluíram 3,7% no período. No segundo semestre de 2009 será feito o relançamento da marca, após o plano de reestruturação que vem sendo desenvolvido desde 2008. Este plano contempla desenvolvimento de produtos, comunicação com o público-alvo e distribuição da marca por meio de pontos-de-venda qualificados e em linha com o conceito dzarm.

Receita Bruta - R\$ mil	2T08	2T09	Var.	1S08	1S09	Var.
MERCADO INTERNO	138.200	205.776	48,9%	253.395	370.036	46,0%
Hering	108.837	171.585	57,7%	198.170	304.071	53,4%
Varejo	46.358	79.550	71,6%	85.165	140.703	65,2%
Franquias	42.496	59.930	41,0%	79.563	111.224	39,8%
Lojas Próprias	19.983	32.105	60,7%	33.441	52.144	55,9%
PUC	13.887	16.854	21,4%	26.441	33.163	25,4%
Varejo	9.097	11.596	27,5%	16.879	22.178	31,4%
Franquias	4.471	4.589	2,6%	8.947	9.817	9,7%
Lojas Próprias	320	669	109,1%	615	1.168	89,9%
dzarm. (varejo)	12.146	12.590	3,7%	22.882	23.791	4,0%
Outras	3.330	4.747	42,6%	5.902	9.011	52,7%

Receita por Canal	Hering		PUC		Dzarm	Total	
	2T08	2T09	2T08	2T09		2T08	2T09
Varejo Multimarcas	43%	46%	66%	69%	100%	51%	53%
Lojas Próprias ou Franquias	57%	54%	34%	31%	0%	49%	47%

Mercado Externo

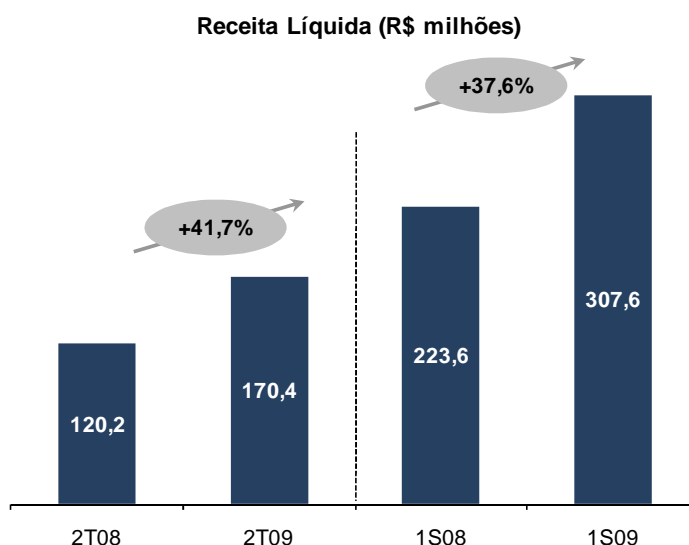
A receita bruta no mercado externo totalizou R\$ 3,5 milhões no 2T09, 59,8% inferior à registrada em igual período do ano anterior. Essa redução é decorrente da decisão da Companhia de concentrar seus esforços no mercado interno e de atuar no mercado externo somente com marcas próprias (franquias e varejo multimarcas), com foco principalmente nos países da América Latina.

Receita Bruta - R\$ mil	2T08	2T09	Var.	1S08	1S09	Var.
MERCADO EXTERNO	8.679	3.488	-59,8%	18.637	8.420	-54,8%
Marcas Próprias	3.605	3.488	-3,2%	8.449	8.420	-0,3%
Private Label	5.074	-	-	10.188	-	-

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Receita Líquida

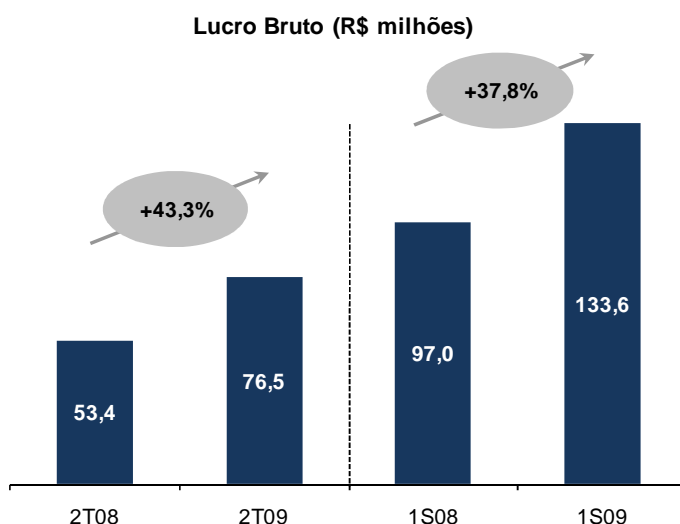
A receita líquida no 2T09 foi de R\$ 170,4 milhões, 41,7% superior à do 2T08. No 1S09, a receita líquida somou R\$ 307,6 milhões, crescimento de 37,6 % em relação ao 1S08. Este resultado reflete as vendas no mercado interno, que foram responsáveis por 97,8% da receita bruta da Companhia no semestre.



Lucro Bruto

O lucro bruto no trimestre totalizou R\$ 76,5 milhões, 43,3% maior que no 2T08. A margem bruta foi de 44,9%, 0,5 ponto percentual superior à obtida no mesmo período do ano anterior. O lucro bruto no semestre foi de R\$ 133,6 milhões, 37,8% superior ao do 1S08 e a margem bruta se manteve em 43,4% entre os períodos.

A Cia. Hering registrou R\$ 4,0 milhões no 1S09 como Ajuste a Valor Presente (AVP). Introduzido pela lei nº 11.638/97, o AVP, entre outras recomendações, reduz o valor das receitas, trazendo o montante das vendas a prazo a valor presente. Excluindo este valor, a margem bruta do 1S09 seria de 44,1%, ou 0,7 ponto percentual acima da registrada em relação ao mesmo período do ano anterior.



Despesas Operacionais

As despesas operacionais no 2T09 foram de R\$ 48,6 milhões, representando 28,6% da receita líquida e uma melhora de 4,9 pontos percentuais na margem do trimestre. No 2T08, as despesas totalizaram R\$ 40,3 milhões. A melhora significativa das margens foi decorrente do aumento das vendas e da diluição de custos fixos operacionais. No 1S09, as despesas operacionais foram de R\$ 89,5 milhões, representando 29,1% da receita líquida, uma diminuição de 3,9 pontos percentuais em relação ao 1S08.

As despesas com vendas do 2T09 totalizaram R\$ 34,2 milhões, aumento de 25,3% em relação ao mesmo período de 2008. Este desempenho é reflexo da elevação de despesas variáveis com comissões, fretes e alugueis, e também do crescimento do número de lojas próprias e das despesas com propaganda e *marketing*. Em relação à receita líquida, as despesas com vendas representaram 20,1% no período, 2,6 pontos percentuais abaixo da margem obtida no 2T08. No 1S09, as despesas com vendas atingiram R\$ 63,6 milhões, ou 20,7% da receita líquida, um aumento de 22,3% sobre os valores nominais do 1S08 e uma redução de 2,5 pontos percentuais na margem.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 5,9 milhões no 2T09, o que representa 3,5% da receita líquida. No 2T08, as despesas totalizaram R\$ 7,4 milhões e representaram 6,2% da receita líquida. As reduções são explicadas pela diluição das despesas e do encerramento de um contrato de prestação de serviço de consultoria efetuado em 2008. No semestre, estas despesas totalizaram R\$ 11,8 milhões, ou 3,8% da receita líquida, 1,9 ponto percentual inferior à do mesmo período de 2008.

As despesas com a remuneração dos administradores reduziram de 1,5% para 0,7% da receita líquida, totalizando R\$ 1,2 milhão no 2T09. No 1S09, diminuíram de 1,2% para 0,7% da receita líquida, totalizando R\$ 2,1 milhões.

As despesas com depreciação e amortização totalizaram R\$ 2,2 milhões no 2T09, o que representa 1,4% da receita líquida. No 2T08, este montante foi de R\$ 1,6 milhão e a margem foi de 1,3%. Este aumento é decorrente da depreciação dos novos investimentos realizados em 2008 e em 2009. No semestre, o montante foi de R\$ 4,4 milhões, representando 1,4% da receita líquida.

As participações nos resultados alcançaram R\$ 4,6 milhões no 2T09 contra R\$ 2,1 milhões no mesmo período de 2008. No 1S09, as participações nos resultados atingiram R\$ 7,0 milhões, comparado ao montante de R\$ 3,1 milhões de igual período de 2008. O incremento nessa rubrica é reflexo do melhor desempenho da Companhia em 2009. O cálculo do PPR está vinculado ao alcance de objetivos específicos, baseados no cumprimento de metas individuais e corporativas.

EBITDA

A geração operacional de caixa medida pelo EBITDA (lucro antes dos juros, impostos, depreciações, amortizações e participação) totalizou R\$ 32,5 milhões no 2T09, 80,6% superior ao 2T08. A margem EBITDA registrada no período foi de 19,1%, 4,1 pontos percentuais superior à registrada no 2T08. No 1S09, o EBITDA atingiu R\$ 53,3 milhões, um crescimento de 62,8% sobre o 1S08. A margem EBITDA registrada no semestre foi de 17,3%, 2,7 pontos percentuais superior à do mesmo período de 2008. O crescimento apurado em 2009 decorre dos desempenhos acima comentados.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	2T08	2T09	Var.	1S08	1S09	Var.
Lucro (Prejuízo) Líquido	2.770	10.912	293,9%	7.445	43.178	480,0%
(-) IR, CSLL e Participações	(8.980)	(22.971)	155,8%	(13.281)	(27.969)	110,6%
(-) Despesa Financeira Líquida	(6.234)	6.044	-197,0%	(7.456)	26.984	-461,9%
(-) Depreciações e Amortizações	(4.873)	(4.654)	-4,5%	(9.448)	(9.176)	-2,9%
(+/-) Participação de acionistas e Reversão de juros	4.863	-	-100,0%	4.872	-	-100,0%
(=) EBITDA	17.994	32.493	80,6%	32.758	53.339	62,8%
Margem EBITDA	15,0%	19,1%	4,1 p.p.	14,6%	17,3%	2,7 p.p.

Resultado Financeiro

No 2T09, a Cia. Hering registrou receita financeira de R\$ 6,0 milhões, ante despesa financeira de R\$ 6,2 milhões no 2T08. No semestre, o resultado financeiro líquido foi uma receita de R\$ 27,0 milhões, ante despesa de R\$ 7,5 milhões em 2008. A melhoria decorre da reversão de parte da despesa provisionada no final do ano de 2008 referente ao valor justo dos derivativos, conforme prevêm a Lei nº 11.638/07 e o pronunciamento Técnico CPC 14 Instrumentos Financeiros.

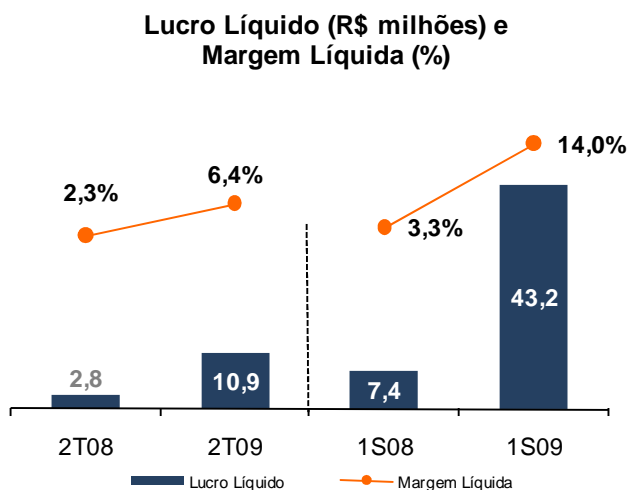
Em maio e julho de 2009, a Companhia renegociou os termos da operação de *swap* no valor de R\$ 30,0 milhões, eliminando treze verificações mensais de dólar. Os derivativos, bem como as renegociações mencionadas, estão detalhados na Nota Explicativa nº 28 item b.3 – Instrumentos Financeiros Derivativos.

As mudanças nas premissas que impactam o valor justo dos derivativos estão sendo monitoradas pela Cia. Hering, que está atenta ao melhor momento para reduzir a exposição às flutuações de mercado.

R\$ mil	2T08	2T09	Var.	1S08	1S09	Var.
Resultado Financeiro Líquido	(6.234)	3.023	-148,5%	(7.456)	1.925	-125,8%
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	3.021	-	-	25.059	-
Total Receitas (Despesas) Financeiras	(6.234)	6.044	-197,0%	(7.456)	26.984	-461,9%

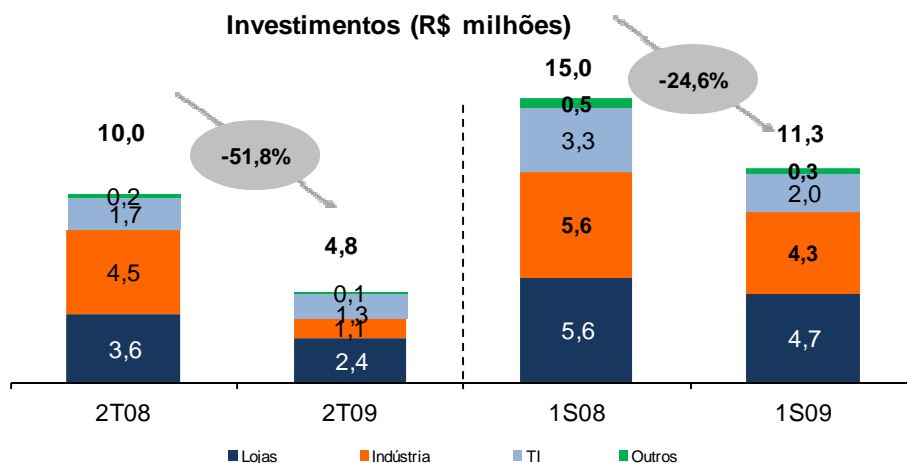
Lucro Líquido

O lucro líquido no trimestre totalizou R\$ 10,9 milhões, crescimento de 293,9% em relação ao 2T08. No 1S09, o lucro líquido foi de R\$ 43,2 milhões, 480,0% maior que obtido no mesmo período de 2008. O aumento no lucro líquido é resultado do desempenho operacional somado ao ganho financeiro acima comentado.



Investimentos

No 2T09, os investimentos totalizaram R\$ 4,8 milhões, o que representa queda de 51,8% sobre os realizados no 2T08. Do montante investido no trimestre, R\$ 2,4 milhões foram destinados à aquisição de pontos-de-venda e reforma de lojas; R\$ 1,3 milhão, à tecnologia da informação; R\$ 1,1 milhão, à área industrial; e R\$ 0,1 milhão, aos demais investimentos. No semestre, os investimentos atingiram R\$ 11,3 milhões, uma redução de 24,6% sobre 1S08.

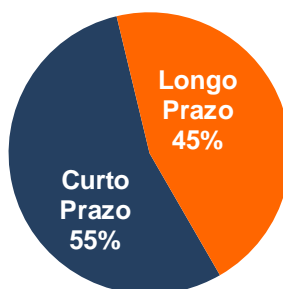


Endividamento

A dívida total da Companhia em 30 de junho de 2009 somava R\$ 96,5 milhões, dos quais 45,0% estavam alocados no longo prazo. As condições de dívida e aplicações financeiras são adequadas para suportar as futuras necessidades de capital provenientes de investimento, capital de giro e amortização de dívidas.

Endividamento - R\$ milhões	31/3/2009	Part.	30/6/2009	Part.	Var.
Curto Prazo	63,4	55%	52,7	55%	-16,9%
Longo Prazo	52,8	45%	43,8	45%	-16,9%
Total da Dívida	116,2	100%	96,5	100%	-16,9%
(-) Aplicações Financeiras	133,5		100,5		-24,7%
(=)Endivid. Líquido	-17,3		-4,0		-76,9%

Endividamento em 30/06/2009



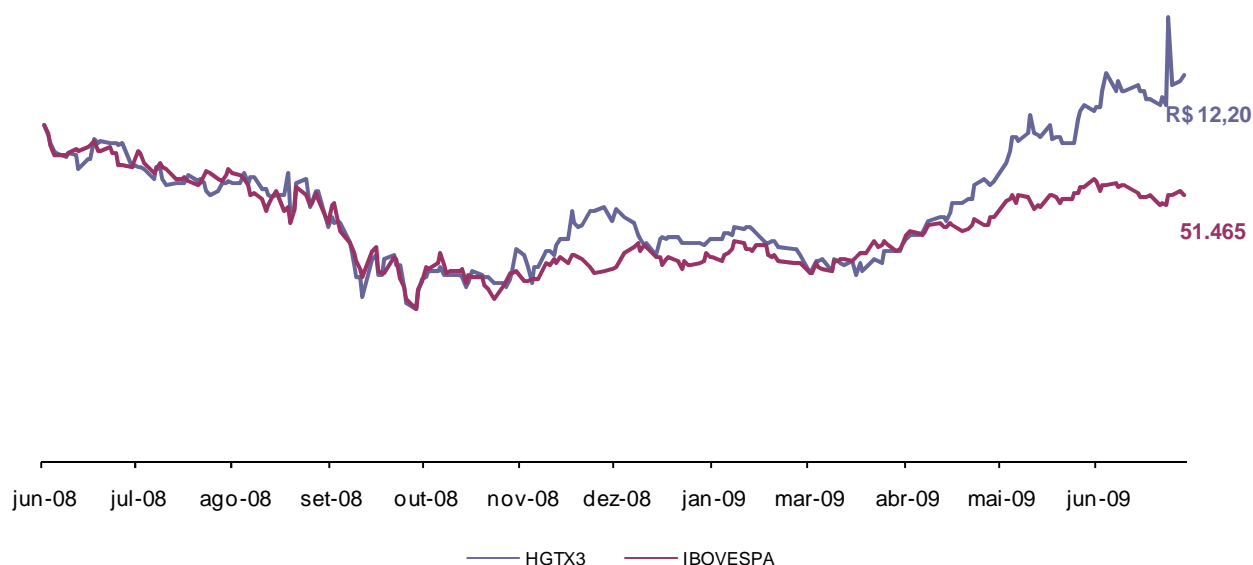
MERCADO DE CAPITAIS

As ações ordinárias da Cia. Hering são negociadas na BM&FBOVESPA sob código HGTX3 e integram o Novo Mercado, segmento de listagem da Bovespa destinado à negociação de ações de empresas que adotam práticas de governança corporativa e divulgação de informações adicionais às exigências legais.

As ações HGTX3 valorizaram-se 84,8% no 2T09, enquanto o Ibovespa, índice que reflete o desempenho dos papéis de maior liquidez no mercado, registrou um avanço de 25,8%. No 1S09, as ações da Cia. Hering apresentaram valorização de 53,7% e o Ibovespa, de 37,1%. Já nos últimos 12 meses (base 100 em 30/06/2008), as ações HGTX3 também registram valorização, de 15,2%, enquanto o Ibovespa desvalorizou-se em 20,8%.

Em 30 de junho de 2009, as ações da Cia. Hering estavam cotadas a R\$ 12,20 por ação, representando um valor de mercado da Companhia equivalente a R\$ 657,9 milhões.

HGTX3 vs IBOVESPA (Base 100 em 30/06/2008)



Indicadores - HGTX3	2T08	2T09	Var.
Número de Negócios	2.847	1.591	-44,1%
Participação nos Pregões (%)	100,0%	96,7%	-3,3 p.p.
Quantidade Negociada (mil)	4.085	3.847	-5,8%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	696	641	-7,9%
Volume Total Negociado (R\$ mil)	43.152	37.825	-12,3%
Preço da Ação - (R\$ ¹)	10,59	12,20	15,2%
Total de Ações (mil)	53.927	53.927	-
Valor de Mercado (R\$ mil¹)	571.087	657.909	15,2%

(1) No final do período

RECONHECIMENTOS

No 2T09, a Cia. Hering recebeu o prêmio Alshop Lojista 2009, concedido às empresas varejistas que se destacam em seus respectivos segmentos. A marca Hering foi destaque no segmento "Mega Store Fashion".

Ainda neste trimestre, a Cia. Hering recebeu o prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente. Tal prêmio é concedido pela Revista Consumidor Moderno e valoriza as empresas que atuam com foco na satisfação do consumidor.

PERSPECTIVAS

Para o segundo semestre de 2009, as metas de abertura de lojas estão mantidas, assim como as 325 lojas Hering Store para 2010.

Quantidade de Lojas	2006	2007	2008	2T09	2009*	2010*
Hering - Própria	10	25	37	39	42	51
Hering - Franquia	141	156	193	205	226	274
Subtotal	151	181	230	244	268	325
PUC - Própria	1	3	5	5	5	5
PUC - Franquia	38	41	54	58	62	70
Subtotal	39	44	59	63	67	75
Brasil	190	225	289	307	335	400
Exterior - Franquia	19	23	22	22	22	23
TOTAL	209	248	311	329	357	423

*estimado

As campanhas de *marketing* para a marca Hering serão mantidas com o mesmo conceito “Eu uso Hering...” e sempre com uma abordagem inovadora. Para o segundo semestre, algumas datas serão foco da comunicação, bem como lançamentos das coleções de Meia Estação e Verão.

A PUC segue no segundo semestre com as inaugurações e reformas das lojas da marca já dentro do novo projeto arquitetônico iniciado em 2008. Em relação às campanhas de *marketing*, como já citado, a abordagem será mais comercial, visando incrementar as vendas.

O plano de reposicionamento da marca dzarm. está previsto para o segundo semestre de 2009. O objetivo é aumentar o reconhecimento e a percepção da marca pelos consumidores como “casual jeanswear”. Tal relançamento envolve o desenvolvimento das coleções, campanhas de *marketing* e qualificação do varejo multimarca para atender à demanda do mercado jovem.

Na área industrial, o segundo semestre receberá investimentos para a atualização do parque fabril da Companhia, dando assim suporte para a produção do final do ano, época de maior volume de vendas no setor de varejo.

Com o objetivo de otimizar a logística, reduzir as despesas com distribuição e contribuir para a agilidade na entrega dos produtos, está previsto para o segundo semestre de 2009 a unificação dos centros de distribuição hoje localizados nas regiões Nordeste e Centro-Oeste. Assim, os centros de distribuição passam a ser dois, sendo um na região Sul (Blumenau-SC) e outro na região Centro-Oeste (Anápolis-GO).

A estratégia da Cia. Hering introduzida no final do ano de 2007 criou uma oportunidade muito grande a ser explorada de crescimento e expansão. O plano, ainda em curso, tem registrado resultados expressivos, e reforça o potencial a ser explorado na marca Hering. A Companhia está atenta à evolução do mercado e do consumo como um todo e preparada para se adaptar às variações macroeconômicas que podem afetar seus negócios.

TELECONFERÊNCIA SOBRE OS RESULTADOS DO 2T09

Data: 06 de agosto de 2009

Nacional e Internacional (em Português com tradução simultânea para o Inglês):

Horário: 11h (horário de Brasília) / 10h (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 por uma apresentação de slides no website www.ciahering.com.br/ri.

Sobre a Cia. Hering - Com uma história de mais de 128 anos, a Cia. Hering é uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil. A Companhia atua no varejo sob três marcas: "Hering", "PUC" e "dzarm". A estrutura de varejo da Companhia é formada por dois canais de venda complementares: as lojas próprias e franqueadas, e o Varejo Multimarcas. Em 30 de junho de 2009 a Companhia contava no Brasil com 244 lojas Hering Store e 63 lojas PUC, em 23 estados brasileiros, enquanto a rede de Varejo Multimarcas contava com 15.114 pontos-de-venda, aumentando a capilaridade da distribuição em todo o território nacional. No exterior, a Cia. Hering contava ainda com 22 lojas franqueadas em diversos países da América Latina e do Oriente Médio.

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.

Balanço Patrimonial – Legislação Societária (R\$ Mil)

ATIVO	31/3/2009	30/6/2009
Circulante	379.120	376.223
Disponibilidades e aplicações financeiras	102.165	76.359
Contas a receber de clientes	158.726	182.795
Estoques	92.556	90.840
Impostos a recuperar	4.640	3.737
Imposto de renda e contribuição social diferidos	12.985	13.986
Outras contas a receber	7.292	7.929
Despesas antecipadas	756	577
Não Circulante	307.853	299.793
Realizável a longo prazo	123.906	115.706
Partes relacionadas	232	65
Aplicações financeiras	31.306	24.154
Títulos e contas a receber	14.295	15.260
Impostos a recuperar	4.254	4.364
Empréstimos compulsórios	2.756	2.756
Imposto de renda e contribuição social diferidos	71.063	69.107
Investimentos	1.013	1.013
Imobilizado	167.505	167.539
Intangível	15.429	15.535
TOTAL DO ATIVO	686.973	676.016

Balanco Patrimonial – Legislaçao Societária (R\$ Mil)

PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/3/2009	30/6/2009
Empréstimos e financiamentos	63.376	52.673
Fornecedores	31.289	40.917
Salários e encargos sociais	25.590	26.486
Parcelamentos tributários e previdenciários	8.446	8.655
Obrigações tributárias e previdenciárias	27.484	18.267
Impostos diferidos	1.417	1.417
Provisões para contingências e outras provisões	10.500	15.350
Incentivos fiscais	2.164	2.174
Dividendos a pagar	10.578	5
Outras contas a pagar	15.836	11.191
Não Circulante	215.148	212.682
Exigível a longo prazo	215.148	212.682
Empréstimos e financiamentos	52.774	43.833
Parcelamentos tributários e previdenciários	37.961	36.609
Obrigações tributárias e previdenciárias	55.333	56.039
Impostos diferidos	13.336	27.409
Provisões para contingências e outras provisões	4.799	4.663
Incentivos fiscais	34.503	37.854
Outras contas a pagar	16.442	6.275
Participação de acionistas não controladores	5	5
Patrimônio Líquido	275.140	286.194
Capital social	223.220	223.220
Reserva de capital	365	507
Reserva de lucros	19.289	19.289
Lucros acumulados	32.266	43.178
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	686.973	676.016

Demonstração de Resultados - Legislação Societária (R\$ Mil)

R\$ Mil	2T08	2T09	Variação 2T09 / 2T08	1S08	1S09	Variação 1S09 / 1S08
Receita Bruta de Vendas	146.879	209.264	42,5%	272.032	378.456	39,1%
Mercado Interno	138.200	205.776	48,9%	253.395	370.036	46,0%
Mercado Externo	8.679	3.488	-59,8%	18.637	8.420	-54,8%
Deduções de Venda	(26.694)	(38.913)	45,8%	(48.407)	(70.852)	46,4%
Receita Líquida de Vendas	120.185	170.351	41,7%	223.625	307.604	37,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(66.801)	(93.872)	40,5%	(126.623)	(173.967)	37,4%
Lucro Bruto	53.384	76.479	43,3%	97.002	133.637	37,8%
Despesas Operacionais	(40.263)	(48.640)	20,8%	(73.692)	(89.474)	21,4%
Com Vendas	(27.258)	(34.163)	25,3%	(51.972)	(63.579)	22,3%
Remuneração dos Administradores	(1.758)	(1.224)	-30,4%	(2.616)	(2.072)	-20,8%
Gerais e Administrativas	(7.425)	(5.919)	-20,3%	(12.700)	(11.782)	-7,2%
Depreciação e Amortização	(4.873)	(4.654)	-4,5%	(9.448)	(9.176)	-2,9%
(-) Apropriada ao Custo	3.317	2.417	-27,1%	6.503	4.810	-26,0%
Participação nos Resultados	(2.109)	(4.540)	115,3%	(3.086)	(6.964)	125,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(157)	(557)	254,8%	(373)	(711)	90,6%
Lucro Antes das Financeiras	13.121	27.839	112,2%	23.310	44.163	89,5%
Resultado Financeiro Líquido	(6.098)	(200)	-96,7%	(7.579)	(1.997)	-73,7%
Variações Cambiais Líquidas	(136)	3.223	-2469,9%	123	3.922	3088,6%
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	3.021	N.D	-	25.059	N.D
Total Receitas (Despesas) Financeiras	(6.234)	6.044	-197,0%	(7.456)	26.984	-461,9%
Lucro Operacional	6.887	33.883	392,0%	15.854	71.147	348,8%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(4.356)	(7.944)	82,4%	(7.969)	(10.708)	34,4%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(4.624)	(15.027)	225,0%	(5.312)	(17.261)	224,9%
Participação de Acionistas Não Controladores	8	-	N.D	18	-	N.D
Reversão dos Juros Sobre o Capital Próprio	4.855	-	N.D	4.854	-	N.D
Lucro Líquido	2.770	10.912	293,9%	7.445	43.178	480,0%
EBITDA	17.994	32.493	80,6%	32.758	53.339	62,8%

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

R\$ Mil	2T08	2T09	1S08	1S09
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	2.771	10.912	7.445	43.178
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	4.624	15.027	5.312	17.260
Variação monetária, cambial e juros não realizados	(148)	3.632	1.643	6.796
Resultado com instrumentos financeiros derivativos	-	(3.021)	-	(25.059)
Depreciação e amortização	4.873	4.654	9.448	9.176
Resultado na venda de ativos permanentes	77	17	390	64
Plano de opção de compra de ações	-	142	-	251
Participação de acionistas não controladores	(9)	-	(17)	-
	12.188	31.363	24.221	51.666
Variações nos ativos e passivos				
Aumento em contas a receber de clientes	(19.610)	(24.069)	(12.907)	(13.048)
(Aumento) redução nos estoques	(3.696)	1.716	(9.400)	(15.475)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(20)	793	1.918	1.765
(Aumento) redução em outros ativos	430	(1.423)	(1.340)	7.355
Aumento (redução) em fornecedores	2.908	9.628	(4.516)	23.219
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	3.037	(6.176)	3.115	(12.668)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	1.287	(6.293)	(3.770)	873
Caixa líquido geradas pelas (aplicadas nas) atividades operacionais	(3.476)	5.539	(2.679)	43.687
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de ativo imobilizado	(7.898)	(4.704)	(12.535)	(8.945)
Aquisições de ativo intangível	(2.078,0)	(106)	(2.478,0)	(2.381)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(9.976)	(4.810)	(15.013)	(11.326)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aplicações financeiras	-	29.326	-	29.530
Empréstimos tomados	44.036	(2.290)	78.398	12.678
Pagamento de empréstimos	(19.004)	(18.367)	(62.046)	(61.830)
Juros pagos por empréstimos	(4.699)	(2.619)	(6.349)	(6.222)
Dividendos pagos e juros sobre capital próprio	(4.855)	(10.578)	(4.855)	(10.578)
Partes relacionadas	203	167	299	25
Caixa líquido geradas pelas (aplicadas nas) atividades de financiamentos	15.681	(4.361)	5.447	(36.397)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	2.229	(3.632)	(12.245)	(4.036)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa				
No início do exercício	141.092	64.605	155.566	65.009
No fim do exercício	143.321	60.973	143.321	60.973
	2.229	(3.632)	(12.245)	(4.036)