

Blumenau, 22 de abril de 2013. 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 2013 (1T13). 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 2012 (1T12), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Dados – 28/03/2013

HGTX3: R\$ 36,10 por ação

Valor de Mercado

R\$ 5,9 bilhões

US\$ 2,9 bilhões

Teleconferência – 23/04/2013

Português e Inglês: 11:00 horas (Brasília)

Tel.: (+55 11) 2188 0155 (Brasil)

Tel.: (+1) 646 843 6054 (EUA)

Tel.: (+44) 203 051 6929 (Europa)

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

Fabio Hering

Presidente

Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças e de RI

Patrícia Salem

Gerente de RI

Daniel Popovich Bastos

Analista de RI

Tel.: (11) 3371-4867

ri@hering.com.br



Receita Bruta da Cia. Hering apresenta crescimento de 16,0% no 1T13, com EBITDA de R\$ 102,2 MM e margem EBITDA de 26,9%

Destques do período (1T13)

- Receita Bruta atingiu R\$ 454,3 milhões, representando crescimento de 16,0%;
- Crescimento de vendas de dois dígitos nas marcas Hering, Hering Kids e PUC;
- EBITDA de R\$ 102,2 milhões (+13,6%), com queda de 0,6 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 26,9%;
- Lucro Líquido de R\$ 69,4 milhões (-1,2%);
- Crescimento *same store sales* de -0,8% na rede Hering Store.

Destques Consolidados

R\$ Mil	1T12	1T13	Var. 1T13 / 1T12
Receita Bruta	391,728	454,348	16.0%
Mercado Interno	386,195	446,866	15.7%
Mercado Externo	5,533	7,482	35.2%
Receita Líquida	326,640	379,656	16.2%
Lucro Bruto	151,865	170,090	12.0%
Margem Bruta	46.5%	44.8%	-1.7 p.p.
Lucro Bruto Caixa^(a)	155,998	174,293	11.7%
Margem Bruta Caixa ^(a)	47.8%	45.9%	-1.9 p.p.
Lucro Líquido	70,205	69,373	-1.2%
Margem Líquida	21.5%	18.3%	-3.2 p.p.
EBITDA^(b)	89,975	102,211	13.6%
Margem EBITDA ^(b)	27.5%	26.9%	-0.6 p.p.
ROIC^(c)	49.0%	47.4%	-1.7 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.

(c) Últimos 12 meses - vide item nr. 7

1) DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	1T12	1T13	Var. 1T13 / 1T12
Receita Bruta Total	391.728	454.348	16,0%
Mercado Interno	386.195	446.866	15,7%
Mercado Externo	5.533	7.482	35,2%
Receita Bruta Mercado Interno	386.195	446.866	15,7%
Hering	288.785	335.797	16,3%
Hering Kids	35.887	43.668	21,7%
PUC	31.292	34.915	11,6%
dzarm.	21.957	22.799	3,8%
Outras	8.274	9.687	17,1%

Participação Mercado Interno	1T12	1T13	Var. 1T13 / 1T12
Varejo	195.408	214.766	9,9%
Franquias	136.885	174.737	27,7%
Webstore	3.624	5.490	51,5%
Lojas Próprias	42.004	42.186	0,4%
Total	377.921	437.179	15,7%
Varejo	51,7%	49,1%	-2,6%
Franquias	36,2%	40,0%	3,7%
Webstore	1,0%	1,3%	0,3%
Lojas Próprias	11,1%	9,6%	-1,5%
Total	100,0%	100,0%	0,0%

* A abertura de vendas por marca e canal conforme apresentada em releases anteriores sofreu alterações. As informações atualizadas encontram-se disponíveis na seção "Planilhas Dinâmicas", na aba "Dados Operacionais" no site de RI através do link www.ciahering.com.br/ri. A abertura por canal não considera a linha "outras".

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 454,3 milhões no 1T13, com crescimento de dois dígitos nas marcas Hering, Hering Kids e PUC.

Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering registraram crescimento de dois dígitos, com aceleração no crescimento tanto no canal de franquias quanto no varejo multimarcas em relação ao 4T12. As coleções foram bem recebidas por ambos os canais, o que se reflete no crescimento de +16,3% da marca no trimestre, como consequência da normalização das operações combinada à expectativa de clima favorável com presença do frio durante o período de oferta das peças de outono e inverno.

No conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), a Companhia comercializou as coleções de outono e inverno, com destaque para peças com detalhes em brilho e em tricô e para as vendas das calças e camisas femininas. A linha de produtos feitos com couro sintético foi ampliada e passou a incluir também shorts e calças.

O início do primeiro trimestre se caracteriza por período de liquidação de verão, que neste ano especificamente foi fraco por conta da indisponibilidade de estoque nas lojas. A partir da entrada da coleção de outono nas lojas, que se deu após o Carnaval com a introdução da campanha do brilho, tivemos resposta bastante positiva de vendas. Adicionalmente, fizemos no trimestre o showroom da coleção de inverno, que também apresentou boas perspectivas para o 2T13.

A partir de 2012, a Hering instituiu uma nova estratégia para a exploração de mídias sociais, oferecendo promoções exclusivas para os fãs da marca nas redes, e no 1T13 a Companhia comemorou o marco de alcançar 500 mil seguidores no Facebook.

Marca Hering Kids

Ainda sob o impacto da nova estratégia da Companhia para o mercado infantil adotada a partir do 4T10, as vendas brutas da Hering Kids apresentaram crescimento de +21,7% no 1T13 com destaque para a contribuição das novas lojas da rede Hering Kids, que teve 3 inaugurações no 1T13 e 25 inaugurações desde o 1T12.

No 1T13, a Hering Kids ampliou a linha *jeanswear* através de maior mix de produtos e foco em peças com maior valor agregado, refletindo em significativo aumento das vendas da categoria. As coleções contaram com as campanhas "efeito spray em degrade" e estampas divertidas de caveiras e animais, com destaque para a utilização do indifio, tecido de malha com aparência de denim. Com aumento de participação nas coleções, a linha bebê apresentou expressivo crescimento de vendas.

Marca PUC

No 1T13, as vendas brutas da PUC cresceram 11,6%. As vendas das coleções de outono e inverno da PUC foram marcadas pelo tema militar, com destaque para o crescimento na linha *jeanswear*, da linha bebê, e pela continuidade da bem sucedida linha de pijamas, com a campanha "Super Pijamas", que explorou os pijamas com aparência de fantasia a partir de peças com estampas criativas e efeitos visuais, oferecendo produtos para toda a família.

Marca dzarm.

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 3,8% no 1T13. Nas coleções de outono e inverno, a dzarm. caminhou para um design mais sensual e explorando mais a linha festa, introduziu peças com cores escuras, trabalhando bastante com apliques, estampas e lavagens, no intuito de direcionar roupas mais elaboradas para o jovem utilizar em ocasiões sociais. Os destaques de vendas foram as linhas de blusas e camisas.

Durante o 1T13, a loja *flagship* da dzarm. no Shopping Anália Franco ficou fechada para reformulação durante algumas semanas, passando por experiências novas de *visual merchandising* como forma de testar o piloto do projeto, e foi reinaugurada no início de abril.

Webstore

A operação de *e-commerce* da Cia. Hering engloba as quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.) e, assim como em trimestres recentes, continuou apresentando o crescimento mais expressivo dentre todos os canais de distribuição da Companhia (+51,5%).

Contando com estrutura específica de logística e distribuição, a nova webstore concluída em 2012 vem proporcionando ao cliente uma experiência de compra mais agradável de modo a impulsionar as vendas online e possibilitando o contínuo crescimento do canal. A webstore vem crescendo sua visibilidade através de campanhas de marketing, promoções e aprimorando a efetividade do sistema de mailing. A Cia. Hering vê enorme potencial e pretende continuar explorando as webstores.

Mercado Internacional

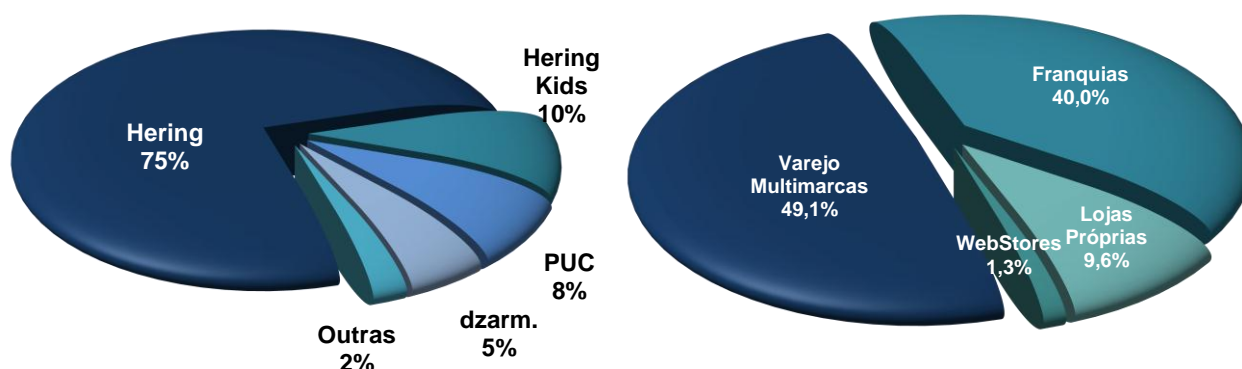
As vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 35,2% no 1T13, representando 1,7% do faturamento total da Companhia.

As vendas para o mercado externo foram impulsionadas pelas parcerias locais para distribuição no Uruguai e Paraguai, onde houve destaque para o também positivo desempenho do canal de franquias, principalmente após a reestruturação das operações no Uruguai. A Companhia encerra o 1T13 com 16 lojas no exterior, devido ao fechamento de uma loja na Venezuela, em função das dificuldades econômicas enfrentadas no país.

Apesar dos obstáculos existentes no modelo de exportação a partir do Brasil, a Companhia continua buscando maneiras de explorar o potencial de suas marcas na América do Sul.

2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Cia. Hering possui um modelo de distribuição híbrido, que possibilita que seus produtos cheguem ao consumidor final através de quatro canais de venda distintos: a rede de lojas formada por franquias e lojas próprias, o varejo multimarcas e as webstores. No 1T13, as vendas foram distribuídas da seguinte forma:



Rede de Lojas

No período entre o 1T12 e o 1T13, foram inauguradas 111 lojas no Brasil, sendo 81 Hering Store, 5 PUC e 25 Hering Kids, além de uma loja no mercado internacional (Paraguai). Além disso, foram fechadas 3 lojas Hering Store e 5 PUC no Brasil e no mercado externo, uma loja na Venezuela. A Companhia mantém o plano de abrir 30 lojas no formato individual Hering Kids e 77 lojas Hering Store ao longo de 2013.

Quantidade de Lojas	1T12	1T13
Hering - Própria	47	50
Hering - Franquia	390	465
Hering Store	437	515
PUC - Própria	7	7
PUC - Franquia	69	69
PUC	76	76
Hering Kids - Própria	5	7
Hering Kids - Franquia	0	23
Hering Kids	5	30
dzarm. - Própria	1	1
dzarm.	1	1
Brasil	519	622
Total Mercado Internacional	16	16
TOTAL	535	638

Multimarcas

Com relação ao canal varejo multimarcas, ao final do 1T13, a Cia. Hering contava com 17.353 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.522 somente da marca Hering.

Online

A Companhia vende seus produtos no canal online através de três webstores: (i) Hering, que oferece produtos da linha adulta, íntima e acessórios da marca Hering, bem como peças infantis de Hering Kids, (ii) PUC e (iii) dzarm.

3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 12,0% no 1T13, em decorrência, principalmente, do incremento de 78 lojas desde o 1T12, e queda de -0,8% nas vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales* - SSS).

A queda nas vendas no critério 'mesmas lojas' foi explicada pela menor oferta de promoções nos meses de janeiro e fevereiro, período em que tipicamente é realizada liquidação todo ano, em função dos baixos níveis de estoques da rede. A partir da introdução da coleção de outono o desempenho de SSS apresentou melhora expressiva, demonstrando não só a assertividade da coleção como também a boa aceitação dos aumentos de preços efetuados. Destaque para a linha de moda feminina, que apresentou o melhor desempenho dentro da coleção de outono.

	1T12	1T13	Var.
Número de Lojas	437	515	17,8%
Franquias	390	465	19,2%
Próprias	47	50	6,4%
Faturamento da Rede (R\$ mil) ⁽¹⁾	244.152	273.409	12,0%
Franquias (R\$ mil)	205.145	234.780	14,4%
Próprias (R\$ mil)	39.007	38.629	-1,0%
Crescimento <i>Same Store Sales</i> ⁽²⁾	4,0%	-0,8%	-4,8 p.p
Área de Vendas (m ²)	58.506	70.763	20,9%
Faturamento (R\$ por m ²)	4.216	3.862	-8,4%
Atendimentos	2.773.204	2.876.970	3,7%
Peças	6.031.427	6.067.959	0,6%
Peças por Atendimento	2,17	2,11	-3,0%
Preço Médio (R\$)	40,48	45,06	11,3%
<i>Ticket</i> Médio (R\$)	88,04	95,03	7,9%

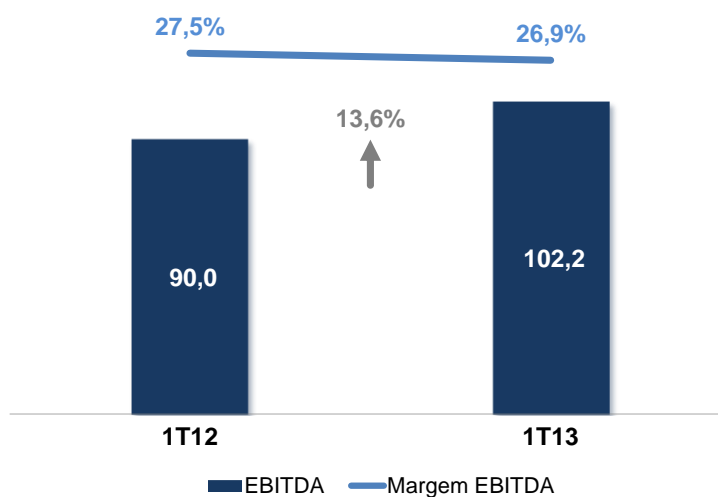
⁽¹⁾ Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito *sell out*).

⁽²⁾ Comparado a igual período do ano anterior.

4) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

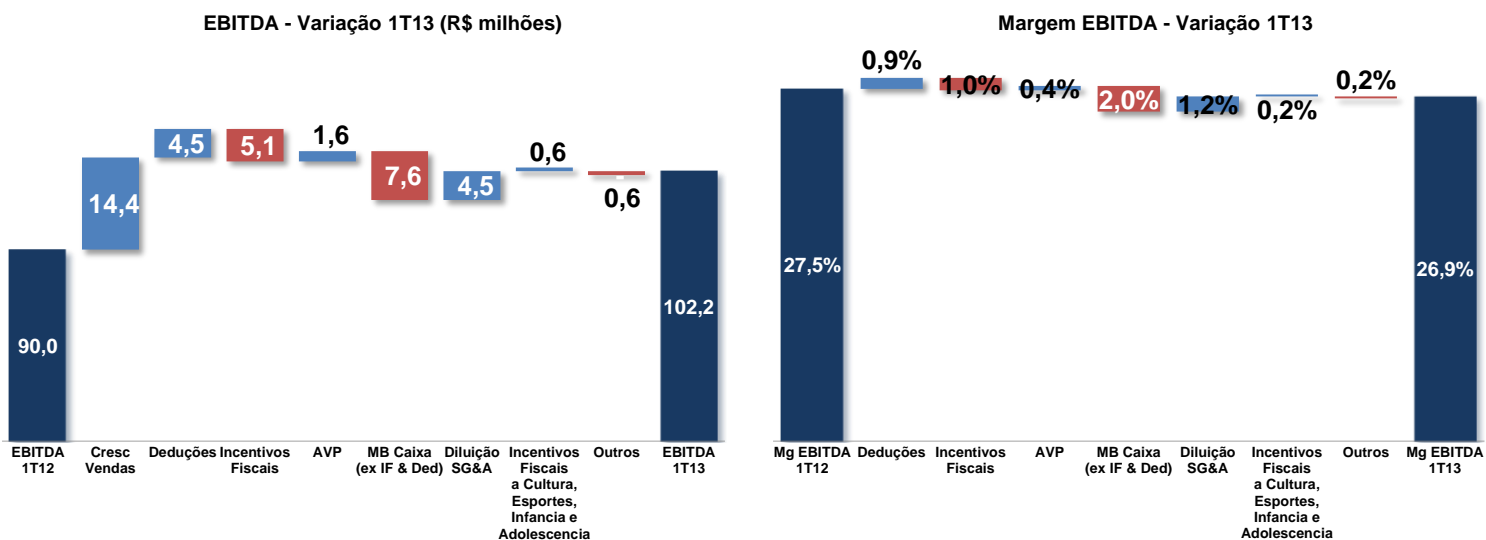
R\$ Mil	1T12	Part. (%)	1T13	Part. (%)
Receita Bruta de Vendas	391.728	119,9%	454.348	119,7%
Deduções de Venda	(65.088)	-19,9%	(74.692)	-19,7%
Deduções de Venda Impostos	(82.314)	-25,2%	(91.011)	-24,0%
Ajuste a Valor Presente	(8.415)	-2,6%	(8.730)	-2,3%
Deduções de Venda Incentivos	25.641	7,8%	25.049	6,6%
Receita Líquida de Vendas	326.640	100,0%	379.656	100,0%
Total Custo dos Produtos Vendidos	(174.775)	-53,5%	(209.566)	-55,2%
Custo dos Produtos Vendidos	(176.540)	-54,0%	(212.396)	-55,9%
Ajuste a Valor Presente	3.378	1,0%	4.513	1,2%
Depreciação e Amortização	(4.133)	-1,3%	(4.203)	-1,1%
Subvenção para Custeio	2.520	0,8%	2.520	0,7%
Lucro Bruto	151.865	46,5%	170.090	44,8%
Despesas Operacionais	(70.239)	-21,5%	(76.024)	-20,0%
Vendas	(52.804)	-16,2%	(58.039)	-15,3%
Empresa	(36.953)	-11,3%	(40.763)	-10,7%
Fixa	(15.506)	-4,7%	(15.708)	-4,1%
Variável	(21.447)	-6,6%	(25.055)	-6,6%
Lojas	(15.851)	-4,9%	(17.276)	-4,6%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(9.852)	-3,0%	(9.490)	-2,5%
Depreciação e Amortização	(4.216)	-1,3%	(3.942)	-1,0%
Participação nos Resultados	(4.118)	-1,3%	(4.843)	-1,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	751	0,2%	290	0,1%
Lucro Antes das Financeiras	81.626	25,0%	94.066	24,8%
Receitas financeiras	21.516	6,6%	13.670	3,6%
Despesas financeiras	(7.415)	-2,3%	(7.824)	-2,1%
Total resultado financeiro	14.101	4,3%	5.846	1,5%
Lucro Operacional	95.727	29,3%	99.912	26,3%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(19.220)	-5,9%	(30.417)	-8,0%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(6.302)	-1,9%	(122)	0,0%
Lucro Líquido	70.205	21,5%	69.373	18,3%
Atribuível aos acionistas da Companhia	70.205	21,5%	69.373	18,3%
EBITDA	89.975	27,5%	102.211	26,9%

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



O EBITDA apresentou crescimento de 13,6% no 1T13, com queda de margem de 0,6 p.p. Os principais fatores associados a estes resultados são:

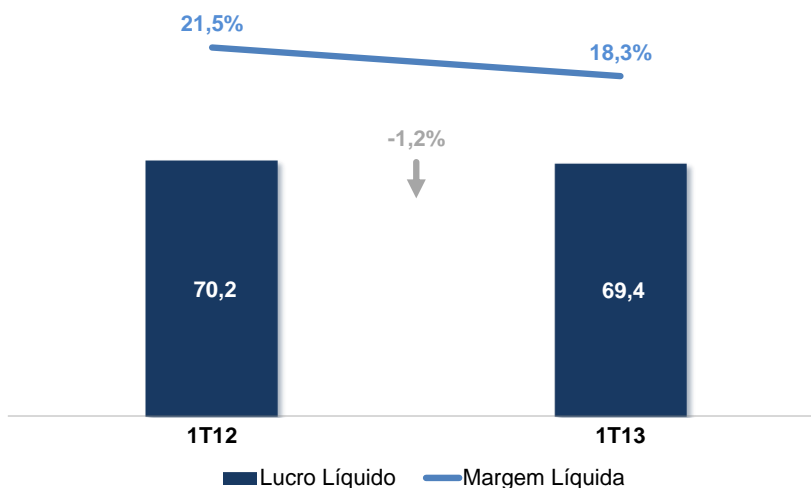
- Crescimento de 16,0% na **receita bruta de vendas**.
- **Contração de 1,7 p.p. na margem bruta** em função de: (i) mudança na tributação e redução do incentivo fiscal sobre importados, (ii) maior pressão de custos decorrente de câmbio e mão de obra, (iii) redução na proporção de lojas próprias no faturamento total da Companhia e (iv) contabilização do INSS Lei Brasil Maior.
- Diluição de despesas de vendas, gerais e administrativas em função de alavancagem operacional.
- Aumento de 17,6% nas despesas com participação nos resultados (PPR).



Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	1T12	1T13	Var.
Lucro Líquido	70.205	69.373	-1,2%
(+) IR e CSLL	25.522	30.539	19,7%
(-) Receita Financeira Líquida	(14.101)	(5.846)	-58,5%
(+) Depreciações e Amortizações	8.349	8.145	-2,4%
(=) EBITDA	89.975	102.211	13,6%
Margem EBITDA	27,5%	26,9%	-0,6 p.p.

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



O lucro líquido da Cia. Hering apresentou queda de 1,2% no 1T13, com queda de 3,2 p.p. na margem líquida. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Desempenho operacional refletido no crescimento de 13,6% no EBITDA e na queda de 0,6 p.p. na margem EBITDA.
- Menor resultado financeiro explicado por: (i) ganho não recorrente de R\$ 4,3 milhões no 1T12 decorrente de pagamento antecipado ao BNDES, (ii) menor rendimento em aplicações financeiras em função de saldo de caixa e taxa de juros mais baixos em comparação ao mesmo período do ano anterior e (iii) maior despesa financeira associada à variação no Ajuste a Valor Presente.
- Maior incidência de imposto de renda e contribuição social, em função da redução dos incentivos fiscais de ICMS sobre importados em 2013, aumentando a base de cálculo destes tributos no período por conta de menor subvenção para investimento.

5) GERAÇÃO DE CAIXA

No 1T13, a Cia. Hering registrou uma queda de R\$ 13,6 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 1T12. Esse resultado é consequência, principalmente, do crescimento do EBITDA e da maior necessidade de investimentos e de capital de giro em função de maior pagamento de imposto de renda e aumento nos recebíveis.

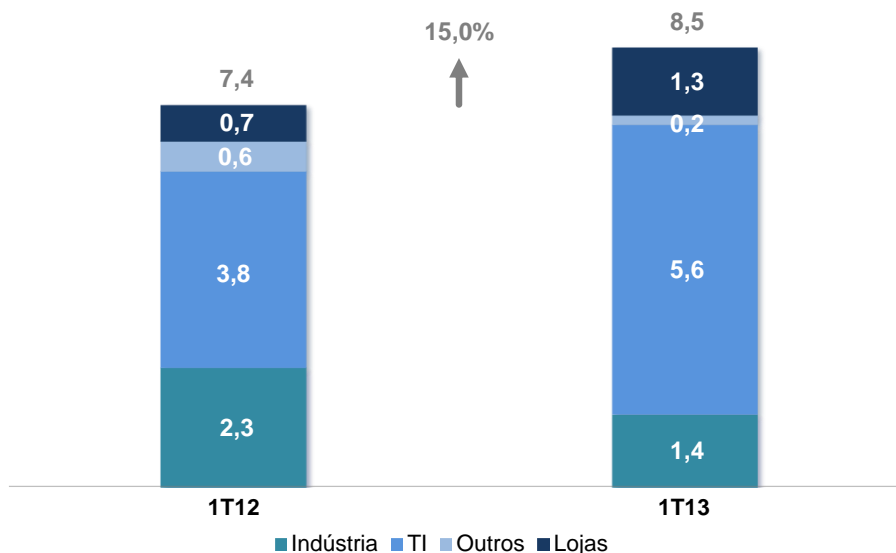
DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	1T12	1T13	Var.
EBITDA	89.975	102.211	12.236
Itens Não caixa	946	1.038	92
IR&CS Corrente	(19.220)	(30.417)	(11.197)
Investimento em Capital de Giro	(14.643)	(28.297)	(13.654)
Redução em contas a receber de clientes	44.090	21.890	(22.200)
(Aumento) nos estoques	(24.618)	(30.323)	(5.705)
Aumento (redução) em fornecedores	4.857	(2.309)	(7.166)
(Redução) em obrigações tributárias	(33.681)	(19.512)	14.169
Outros	(5.291)	1.957	7.248
CapEx	(7.373)	(8.478)	(1.105)
Geração de Caixa Livre	49.685	36.057	(13.628)

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	1T12	1T13	Var.
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	71.410	50.368	(21.042)
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	(14.352)	(5.833)	8.519
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.050)	(480)	570
Resultado Financeiro	(14.101)	(5.846)	8.255
Juros pagos por empréstimos	799	493	(306)
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento	(7.373)	(8.478)	(1.105)
Geração de Caixa Livre	49.685	36.057	(13.628)

* O DFC Gerencial não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e IFRS. As informações acima são preparadas para gerenciamento da Companhia e não foram objeto de exame por parte dos auditores independentes.

6) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 8,5 milhões no 1T13, sendo a maior parte destinada à infraestrutura de TI (R\$ 5,6 milhões) por conta do processo de extensão do SAP para outras atividades e à área industrial (R\$ 1,4 milhões).



7) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 1T13, o ROIC da Cia. Hering foi de 47,4%, 1,7 p.p. inferior ao de 1T12.

Esse desempenho é resultado da adoção de um modelo de negócios que combina alta alavancagem operacional com baixa necessidade de investimentos em ativos fixos.

Resultado Operacional	1T12	1T13	Var. 2013/2012
EBITDA	410.133	419.632	2,3%
(-) Depreciação e Amortização	(30.880)	(34.062)	10,3%
(+) Amortização - Fundo do Comércio ¹	5.218	5.295	1,5%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente ²	25.865	20.998	-18,8%
(-) IR&CS - Aliquota Vigente (34%) ³	(142.504)	(140.982)	-1,1%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP ³	10.558	14.294	35,4%
Resultado Operacional	278.390	285.175	2,4%
Ativo Permanente	260.909	285.748	9,5%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio ¹	13.279	18.821	41,7%
Capital de Giro	293.820	297.660	1,3%
Capital Investido Médio*	568.008	602.228	6,0%
ROIC	49,0%	47,4%	-1,7 p.p.

Notas explicativas às demonstrações financeiras: (1) Nr. 15; (2) Nr. 33; (3) Nr. 34
 (*) Média dos últimos 4 trimestres

8) ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 1T13 com R\$ 234,4 milhões em caixa e aplicações financeiras e um caixa líquido de R\$ 211,7 milhões.

Endividamento - R\$ mil	4T11	Part. (%)	1T12	Part. (%)	4T12	Part. (%)	1T13	Part. (%)
Curto Prazo	(11.800)	34%	(8.891)	29%	(24.555)	99%	(22.771)	100%
Longo Prazo	(23.122)	66%	(21.385)	71%	(152)	1%	-	0%
Total da Dívida	(34.922)	100%	(30.276)	100%	(24.707)	100%	(22.771)	100%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	200.786		260.055		194.486		234.448	
(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido	165.864		229.779		169.779		211.677	

9) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Foi sugerida em Proposta da Administração pela Companhia a distribuição de dividendos adicionais no montante de R\$ 119,9 milhões (R\$ 0,73 por ação), sendo R\$ 101,8 milhões correspondentes a destinação do lucro líquido de 2012 e R\$ 18,1 milhões correspondente a utilização de parte da reserva de retenção de lucros, sujeito à deliberação em Assembleia Geral de Acionistas a se instalar em 25 de abril de 2013.

10) AUDITORES INDEPENDENTES

A política da Cia. Hering junto aos seus auditores independentes, no que diz respeito à prestação de serviços não relacionados à auditoria externa, está suportada nos princípios que preservam a independência do auditor. Esses princípios se baseiam no fato de que o auditor não deve auditar seu próprio trabalho, nem exercer funções gerenciais ou ainda advogar por seu cliente. Durante o exercício de 31 de março de 2013, os auditores independentes da Companhia não foram contratados para outros serviços adicionais ao exame das demonstrações financeiras do período.

11) PERSPECTIVAS

A Cia. Hering se mantém otimista em relação as suas perspectivas de crescimento. Após um início de ano com sinais positivos, normalização das operações, e o bom desempenho das coleções tanto na demanda de franqueados e multimarcas quanto nas vendas das lojas para o consumidor final indicam um cenário de crescimento nos próximos trimestres. Estamos confiantes na capacidade de crescimento de nossas marcas e potencial de geração de valor através do nosso modelo de negócios.

A Companhia seguirá explorando o potencial de suas quatro marcas, principalmente na marca Hering, a principal plataforma de crescimento da Companhia. Na rede Hering Store, reafirmamos a meta de atingir 592 lojas ao final de 2013 através das oportunidades de expansão de nossa rede, principalmente em cidades pequenas e médias, além das oportunidades de crescimento no conceito mesmas lojas através da gestão de preços e melhora da oferta do mix de produtos. No varejo multimarcas, continuaremos buscando aumento de *market share* nos clientes atuais via qualificação da distribuição.

A marca Hering Kids demonstra alto potencial de crescimento dado o estágio inicial de expansão da rede de lojas. Para 2013 daremos sequencia na expansão da rede com previsão de 30 inaugurações. Na PUC, continuaremos o processo de ajustes e expansões pontuais na rede de lojas PUC que tem se mostrado efetivas, em linha com o posicionamento mais *premium* da marca.

Na dzarm., seguiremos investindo no desenvolvimento da marca através da abertura de mais algumas lojas *flagship*, reforma da loja já existente e de investimentos adicionais em marketing. Entendemos que estes pilotos constituem ferramenta fundamental para testarmos o formato até acertarmos o projeto adequado para a loja.

O varejo online, canal que vem apresentando expressivo crescimento de vendas, deverá continuar sua expansão na proporção das vendas da Companhia através de investimentos em marketing, novas campanhas, que já vem apresentando impacto benéfico no desempenho do canal, e seguiremos em busca de novas oportunidades para explorar ainda mais seu potencial.

Em relação às margens, não esperamos expansão de margem EBITDA em 2013. Ainda que haja espaço para recuperação de parcela significativa da margem bruta perdida em 2012, pressões de custo combinadas à redução no incentivo fiscal de importação, e à normalização do pagamento das despesas de Participação de Resultados (PPR) devem compensar este efeito.

A Cia. Hering continuará apostando no seu potencial de crescimento orgânico, explorando o potencial de nossas marcas 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, enquanto nos mantemos atentos a outras oportunidades de crescimento que venham a surgir.

Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	31/03/13	31/12/12	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/03/13	31/12/12
Circulante	902.321	851.186	Circulante	300.927	314.979
Caixa e equivalente de caixa	233.443	193.470	Empréstimos e financiamentos	22.771	24.555
Contas a receber de clientes	407.592	429.482	Fornecedores	152.379	154.688
Estoques	241.319	210.996	Salários e encargos sociais	38.564	36.191
Impostos a recuperar	12.116	13.241	Parcelamentos tributários e previdenciários	6.329	7.527
Outras contas a receber	6.451	3.574	Obrigações tributárias	33.089	50.559
Despesas antecipadas	1.400	423	Provisões para contingências e outras provisões	24.366	22.033
Não Circulante	330.570	331.148	Incentivos fiscais	14.578	11.614
Aplicações financeiras	1.005	1.016	Dividendos a pagar	439	443
Títulos e contas a receber	6.783	6.798	Outras contas a pagar	8.412	7.369
Impostos a recuperar	8.699	9.189	Não Circulante	77.826	83.355
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18.369	18.491	Empréstimos e financiamentos	-	152
Imobilizado	253.949	256.486	Parcelamentos tributários e previdenciários	14.015	14.772
Intangível	41.765	39.168	Provisões para contingências e outras provisões	9.533	11.747
TOTAL DO ATIVO	1.232.891	1.182.334	Benefícios a empregados	19.811	19.121
			Incentivos fiscais	34.190	37.241
			Outras contas a pagar	277	322
			Patrimônio Líquido	854.138	784.000
			Capital social	235.974	235.974
			Reserva de capital	7.367	6.602
			Reserva de lucros	413.371	413.371
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.114	8.170
			Lucros acumulados	69.429	-
			Dividendos adicionais propostos	119.883	119.883
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.232.891	1.182.334

Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	1T12	1T13	Var. 1T13 / 1T12
Receita Líquida de Vendas	326.640	379.656	16,2%
Custo dos Produtos Vendidos	(174.775)	(209.566)	19,9%
Lucro Bruto	151.865	170.090	12,0%
Despesas Operacionais	(70.239)	(76.024)	8,2%
Vendas	(52.804)	(58.039)	9,9%
Remuneração dos Administradores	(1.791)	(1.932)	7,9%
Gerais e Administrativas	(8.061)	(7.558)	-6,2%
Depreciação e Amortização	(8.349)	(8.145)	-2,4%
(-) Apropriada ao Custo	4.133	4.203	1,7%
Participação nos Resultados	(4.118)	(4.843)	17,6%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	751	290	-61,4%
Lucro Antes das Financeiras	81.626	94.066	15,2%
Receitas financeiras	21.516	13.670	-36,5%
Despesas financeiras	(7.415)	(7.824)	5,5%
Total resultado financeiro	14.101	5.846	-58,5%
Lucro Operacional	95.727	99.912	4,4%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(19.220)	(30.417)	58,3%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	(6.302)	(122)	-98,1%
Lucro Líquido	70.205	69.373	-1,2%
Atribuível aos acionistas da Companhia	70.205	69.373	-1,2%
EBITDA	89.975	102.211	13,6%

Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	1T12	1T13
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro líquido do período	70.205	69.373
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:		
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	6.302	122
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.050	480
Depreciação e amortização	8.349	8.145
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	374	1.389
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	600	273
Plano de opção de compra de ações	504	765
Ajuste de avaliação patrimonial	(158)	-
Variações nos ativos e passivos		
Redução em contas a receber de clientes	43.716	20.501
(Aumento) nos estoques	(24.618)	(30.323)
Redução em impostos a recuperar	3.817	1.615
(Aumento) redução em outros ativos	2.642	(3.839)
Aumento (redução) em fornecedores	4.857	(2.309)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	(11.750)	4.181
(Redução) em IRPJ e CSLL	(33.194)	(8.916)
(Redução) em obrigações tributárias	(487)	(10.596)
Juros pagos por empréstimos	(799)	(493)
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	71.410	50.368
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Aquisições de ativo imobilizado	(3.135)	(3.930)
Aquisições de ativo intangível	(4.238)	(4.548)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(7.373)	(8.478)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos		
Aumento de capital	184	-
Aplicações financeiras	(23)	11
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(55)	(4)
Empréstimos tomados	9.428	853
Pagamento de empréstimos	(14.325)	(2.777)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(4.791)	(1.917)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	59.246	39.973
No início do exercício	199.849	193.470
No fim do exercício	259.095	233.443
	59.246	39.973

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.