

Blumenau, 17 de julho de 2013. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2013 (2T13). 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 (2T12), exceto quando estiver indicado de outra forma.

## Dados – 30/06/2013

HGTX3: R\$ 31,30 por ação

## Valor de Mercado

R\$ 5,1 bilhões

US\$ 2,3 bilhões

## Teleconferência – 18/07/2013

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](http://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 13,1% no 2T13, com EBITDA de R\$ 117 MM e margem EBITDA de 26,8%**

### Destques do período (2T13)

- Receita Bruta total de R\$ 521,2 milhões, representando crescimento de 13,1%;
- Destaque para o desempenho de vendas de Hering Kids e de PUC: +36,0% e 18,1%;
- EBITDA de R\$ 116,7 milhões (+6,0%), com queda de 2,0 p.p. na margem EBITDA, que atingiu 26,8%;
- Lucro Líquido de R\$ 88,8 milhões (+4,3%);
- Same store sales de -1,2% na rede Hering Store.

Após um primeiro semestre de retomada no crescimento, a Companhia inicia o segundo semestre avaliando os potenciais impactos da recente volatilidade no cenário macroeconômico, mas reitera sua meta de abrir 77 lojas Hering Store e 30 lojas Hering Kids no ano.

### Destques Consolidados

R\$ Mil	2T12	2T13	Var. 2T13 / 2T12	1S12	1S13	Var. 1S13 / 1S12
<b>Receita Bruta</b>	<b>460.732</b>	<b>521.193</b>	<b>13,1%</b>	<b>852.460</b>	<b>975.541</b>	<b>14,4%</b>
Mercado Interno	453.846	513.256	13,1%	840.041	960.122	14,3%
Mercado Externo	6.886	7.937	15,3%	12.419	15.419	24,2%
<b>Receita Líquida</b>	<b>382.882</b>	<b>435.787</b>	<b>13,8%</b>	<b>709.522</b>	<b>815.443</b>	<b>14,9%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>173.067</b>	<b>200.558</b>	<b>15,9%</b>	<b>324.932</b>	<b>370.648</b>	<b>14,1%</b>
Margem Bruta	45,2%	46,0%	0,8 p.p.	45,8%	45,5%	-0,3 p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>(a)</sup></b>	<b>177.239</b>	<b>204.910</b>	<b>15,6%</b>	<b>333.237</b>	<b>379.203</b>	<b>13,8%</b>
Margem Bruta Caixa <sup>(a)</sup>	46,3%	47,0%	0,7 p.p.	47,0%	46,5%	-0,5 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>85.169</b>	<b>88.840</b>	<b>4,3%</b>	<b>155.374</b>	<b>158.213</b>	<b>1,8%</b>
Margem Líquida	22,2%	20,4%	-1,9 p.p.	21,9%	19,4%	-2,5 p.p.
<b>EBITDA<sup>(b)</sup></b>	<b>110.008</b>	<b>116.656</b>	<b>6,0%</b>	<b>199.983</b>	<b>218.867</b>	<b>9,4%</b>
Margem EBITDA <sup>(b)</sup>	28,7%	26,8%	-2,0 p.p.	28,2%	26,8%	-1,3 p.p.
<b>ROIC<sup>(c)</sup></b>	<b>50,6%</b>	<b>46,1%</b>	<b>-4,4 p.p.</b>	<b>50,6%</b>	<b>46,1%</b>	<b>-4,4 p.p.</b>

(a) Lucro Bruto e Margem Bruta expurgada a depreciação apropriada ao custo.

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

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

## 1) DESEMPENHO DE VENDAS

Receita Bruta - R\$ mil	2T12	2T13	Var. 2T13 / 2T12	1S12	1S13	Var. 1S13 / 1S12
<b>Receita Bruta Total</b>	<b>460.732</b>	<b>521.193</b>	<b>13,1%</b>	<b>852.460</b>	<b>975.541</b>	<b>14,4%</b>
Mercado Interno	453.846	513.256	13,1%	840.041	960.122	14,3%
Mercado Externo	6.886	7.937	15,3%	12.419	15.419	24,2%
<b>Receita Bruta Mercado Interno</b>	<b>453.846</b>	<b>513.256</b>	<b>13,1%</b>	<b>840.041</b>	<b>960.122</b>	<b>14,3%</b>
Hering	340.890	380.333	11,6%	629.675	716.129	13,7%
Hering Kids	39.957	54.328	36,0%	75.845	97.994	29,2%
PUC	35.308	41.714	18,1%	66.600	76.629	15,1%
dzarm.	28.305	29.405	3,9%	50.261	52.206	3,9%
Outras	9.387	7.476	-20,4%	17.660	17.164	-2,8%

Participação Mercado Interno	2T12	2T13	Var. 2T13 / 2T12	1S12	1S13	Var. 1S13 / 1S12
Varejo	231.186	257.158	11,2%	426.594	471.925	10,6%
Franquias	155.376	187.597	20,7%	292.262	362.334	24,0%
Webstore	4.672	6.707	43,6%	8.297	12.196	47,0%
Lojas Próprias	53.224	54.318	2,1%	95.228	96.503	1,3%
<b>Total</b>	<b>444.459</b>	<b>505.780</b>	<b>13,8%</b>	<b>822.381</b>	<b>942.958</b>	<b>14,7%</b>
Varejo	52,0%	50,8%	-1,2%	51,9%	50,0%	-1,8%
Franquias	35,0%	37,1%	2,1%	35,5%	38,4%	2,9%
Webstore	1,1%	1,3%	0,3%	1,0%	1,3%	0,3%
Lojas Próprias	12,0%	10,7%	-1,2%	11,6%	10,2%	-1,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>

\* 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](http://www.ciahering.com.br/ri). A abertura por canal não considera a linha "outras".

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 521,2 milhões no 2T13 com crescimento de dois dígitos nas marcas Hering, Hering Kids e PUC.

### Marca Hering

As vendas brutas da marca Hering apresentaram crescimento de 11,6%, com performance mais expressiva no conceito *sell in* (vendas para franquias e varejo multimarcas) para o canal de franquias principalmente devido a abertura de lojas. A Companhia comercializou as coleções de outono e inverno, período em que os principais eventos são o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, bem como a coleção de meia estação. A coleção de inverno, principal do trimestre, contou com forte utilização do tricô, resinados e do efeito couro.

No conceito *sell out* o bom desempenho que havia sido observado a partir da introdução da coleção de outono nas lojas no final de fevereiro continuou na primeira metade do 2T13, com boa aceitação das coleções e com o preço médio mais alto impactando positivamente as vendas no critério mesmas lojas (SSS). Após o dia das mães, o SSS apresentou desaceleração, o que afetou o desempenho positivo apresentado até então.

### Marca Hering Kids

A partir dos bons resultados da estratégia de expansão no formato individual Hering Kids, a Companhia inaugurou 12 lojas no trimestre. As vendas brutas da marca apresentaram o maior crescimento dentre as marcas no 2T13 (+36,0%), com destaque para o contínuo bom desempenho das lojas Hering Kids e as vendas para o canal de franquias.

A coleção de inverno da Hering Kids investe em produtos que aliam conforto, diversão e moda, apresentando peças com divertidas estampas e expansão da linha bebê.

## Marca PUC

Com crescimento de 18,1% no 2T13, a marca PUC apresentou em sua coleção de inverno peças feitas com algodão orgânico e, com foco no dia das mães, foram introduzidos conjuntos de pijamas coordenados para toda a família.

## Marca dzarm.

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 3,9% no 2T13. A coleção de inverno apresentou elementos urbanos, utilizando cores frias e com tons neutros.

## 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, apresentou o crescimento mais expressivo dentre todos os canais de distribuição da Companhia (+43,6%), embora também impactada negativamente pelo enfraquecimento do consumo após o dia das mães.

Em função dos investimentos feitos no canal e do lançamento da nova webstore houve significativo aumento no fluxo de visitantes da página e visando o contínuo desenvolvimento do canal, novos investimentos estão sendo feitos buscando aumento da conversão de acessos em compras.

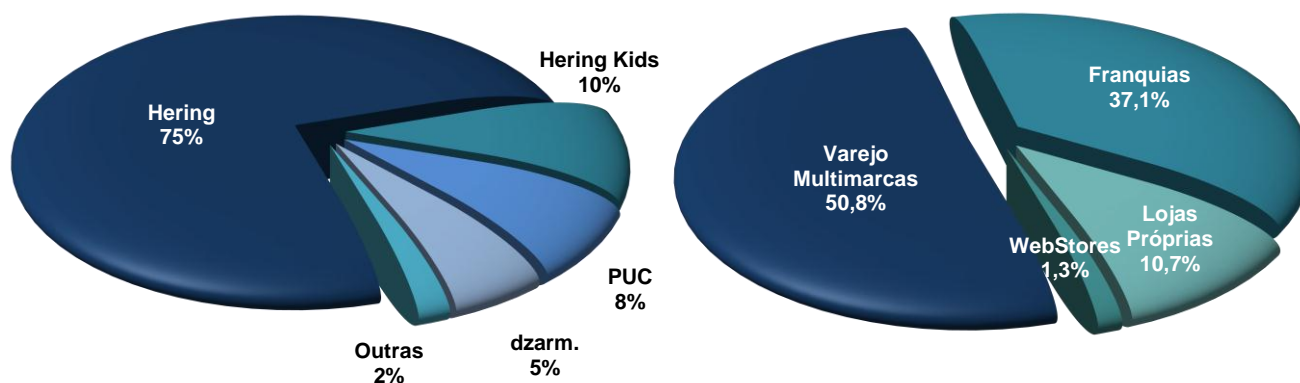
## Mercado Internacional

As vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 15,3% no 2T13, representando 1,5% do faturamento total da Companhia. As franquias no Uruguai e Paraguai seguem com bom desempenho e novas lojas franqueadas foram inauguradas em ambos os países. No Chile, houve o fechamento da loja atual e a Companhia pretende reavaliar o modelo de atuação nesse país e na Venezuela a Companhia esta avaliando a continuidade da atual operação.

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 2T13, as vendas foram distribuídas da seguinte forma:



## Rede de Lojas

No período entre o 2T12 e o 2T13, foram inauguradas 116 lojas no Brasil, sendo 73 Hering Store, 6 PUC e 37 Hering Kids, além de três lojas no mercado internacional, duas no Paraguai e outra no Uruguai. Além disso, foram fechadas 2 lojas Hering Store e 5 PUC no Brasil e no mercado externo, uma loja no Chile e uma 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	2T12	1T13	2T13
Hering - Própria	48	50	50
Hering - Franquia	416	465	485
<b>Hering Store</b>	<b>464</b>	<b>515</b>	<b>535</b>
PUC - Própria	7	7	7
PUC - Franquia	69	69	70
<b>PUC</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>77</b>
Hering Kids - Própria	5	7	8
Hering Kids - Franquia	0	23	34
<b>Hering Kids</b>	<b>5</b>	<b>30</b>	<b>42</b>
dzarm. - Própria	1	1	1
<b>dzarm.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Brasil	546	622	655
Total Mercado Internacional	16	16	17
<b>TOTAL</b>	<b>562</b>	<b>638</b>	<b>672</b>

## Multimarcas

Com relação ao canal varejo multimarcas, ao final do 2T13, a Cia. Hering contava com 17.596 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.667 somente da marca Hering.

## Webstores (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 10,5% no 2T13, em decorrência da expansão da rede em 73 lojas desde o 2T12. As vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*) apresentaram queda de -1,2%.

As vendas da rede no 2T13 apresentaram desempenho positivo na primeira metade do trimestre, com as vendas no critério 'mesmas lojas' (*same store sales* ou *SSS*) sendo impulsionadas por um incremento no preço médio e por uma boa aceitação das coleções de outono e inverno. Após o dia das mães houve desaceleração de vendas, compensando o bom desempenho da rede apresentado na primeira metade do trimestre.

	2T12	2T13	Var.	1S12	1S13	Var.
<b>Número de Lojas</b>	<b>464</b>	<b>535</b>	<b>15,3%</b>	<b>464</b>	<b>535</b>	<b>15,3%</b>
Franquias	416	485	16,6%	416	485	16,6%
Próprias	48	50	4,2%	48	50	4,2%
<b>Faturamento da Rede (R\$ mil) <sup>(1)</sup></b>	<b>350.345</b>	<b>387.060</b>	<b>10,5%</b>	<b>594.497</b>	<b>660.468</b>	<b>11,1%</b>
Franquias (R\$ mil)	301.486	337.708	12,0%	506.632	572.488	13,0%
Próprias (R\$ mil)	48.858	49.351	1,0%	87.865	87.980	0,1%
<b>Crescimento Same Store Sales <sup>(2)</sup></b>	<b>-3,9%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>2,7 p.p</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-0,3 p.p</b>
Área de Vendas (m²)	62.334	73.596	18,1%	62.334	73.596	18,1%
Faturamento (R\$ por m²)	5.731	5.330	-7,0%	9.947	9.193	-7,6%
Atendimentos	3.095.931	3.168.155	2,3%	5.869.135	6.045.125	3,0%
Peças	6.553.929	6.422.257	-2,0%	12.585.356	12.490.216	-0,8%
Peças por Atendimento	2,12	2,03	-4,2%	2,14	2,07	-3,6%
Preço Médio (R\$)	53,46	60,27	12,7%	47,24	52,88	11,9%
Ticket Médio (R\$)	113,16	122,17	8,0%	101,29	109,26	7,9%

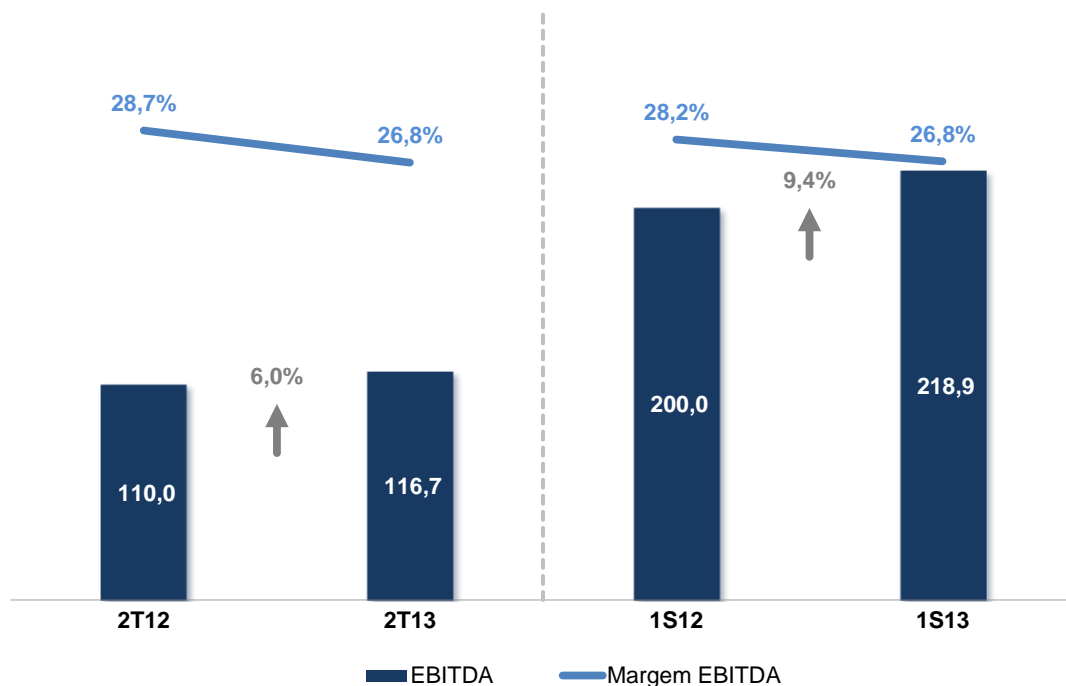
<sup>(1)</sup> Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito sell out).

<sup>(2)</sup> Comparado a igual período do ano anterior.

#### 4) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	2T12	Part. (%)	2T13	Part. (%)	Var. 2T13 / 2T12	1S12	Part. (%)	1S13	Part. (%)	Var. 1S13 / 1S12
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>460.732</b>	<b>120,3%</b>	<b>521.193</b>	<b>119,6%</b>	<b>13,1%</b>	<b>852.460</b>	<b>120,1%</b>	<b>975.541</b>	<b>119,6%</b>	<b>14,4%</b>
Deduções de Venda	(77.850)	-20,3%	(85.406)	-19,6%	9,7%	(142.938)	-20,1%	(160.098)	-19,6%	12,0%
Deduções de Venda Impostos	(98.249)	-25,7%	(106.388)	-24,4%	8,3%	(180.563)	-25,4%	(197.399)	-24,2%	9,3%
Ajuste a Valor Presente	(8.903)	-2,3%	(9.728)	-2,2%	9,3%	(17.318)	-2,4%	(18.458)	-2,3%	6,6%
Deduções de Venda Incentivos	29.302	7,7%	30.710	7,0%	4,8%	54.943	7,7%	55.759	6,8%	1,5%
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>382.882</b>	<b>100,0%</b>	<b>435.787</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,8%</b>	<b>709.522</b>	<b>100,0%</b>	<b>815.443</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,9%</b>
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(205.643)	-53,7%	(230.877)	-53,0%	12,3%	(376.285)	-53,0%	(436.240)	-53,5%	15,9%
Custo dos Produtos Vendidos	(212.468)	-55,5%	(237.029)	-54,4%	11,6%	(389.008)	-54,8%	(449.425)	-55,1%	15,5%
Ajuste a Valor Presente	2.798	0,7%	3.772	0,9%	34,8%	6.176	0,9%	8.285	1,0%	34,1%
Subvenção para Custeio	4.027	1,1%	2.380	0,5%	-40,9%	6.547	0,9%	4.900	0,6%	-25,2%
<b>Lucro Bruto Caixa</b>	<b>177.239</b>	<b>46,3%</b>	<b>204.910</b>	<b>47,0%</b>	<b>15,6%</b>	<b>333.237</b>	<b>47,0%</b>	<b>379.203</b>	<b>46,5%</b>	<b>13,8%</b>
Depreciação e Amortização	(4.172)	-1,1%	(4.352)	-1,0%	4,3%	(8.305)	-1,2%	(8.555)	-1,0%	3,0%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>173.067</b>	<b>45,2%</b>	<b>200.558</b>	<b>46,0%</b>	<b>15,9%</b>	<b>324.932</b>	<b>45,8%</b>	<b>370.648</b>	<b>45,5%</b>	<b>14,1%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(71.499)</b>	<b>-18,7%</b>	<b>(92.168)</b>	<b>-21,1%</b>	<b>28,9%</b>	<b>(141.738)</b>	<b>-20,0%</b>	<b>(168.192)</b>	<b>-20,6%</b>	<b>18,7%</b>
Vendas	(57.199)	-14,9%	(66.234)	-15,2%	15,8%	(110.003)	-15,5%	(124.273)	-15,2%	13,0%
Empresa	(41.701)	-10,9%	(47.494)	-10,9%	13,9%	(78.654)	-11,1%	(88.257)	-10,8%	12,2%
Fixa	(17.063)	-4,5%	(18.652)	-4,3%	9,3%	(32.569)	-4,6%	(34.360)	-4,2%	5,5%
Variável	(24.638)	-6,4%	(28.842)	-6,6%	17,1%	(46.085)	-6,5%	(53.897)	-6,6%	17,0%
Lojas	(15.498)	-4,0%	(18.740)	-4,3%	20,9%	(31.349)	-4,4%	(36.016)	-4,4%	14,9%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(10.658)	-2,8%	(12.641)	-2,9%	18,6%	(20.510)	-2,9%	(22.131)	-2,7%	7,9%
Depreciação e Amortização	(4.268)	-1,1%	(3.914)	-0,9%	-8,3%	(8.484)	-1,2%	(7.856)	-1,0%	-7,4%
Participação nos Resultados	1.000	0,3%	(8.513)	-2,0%	N.D	(3.118)	-0,4%	(13.356)	-1,6%	328,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(374)	-0,1%	(866)	-0,2%	131,6%	377	0,1%	(576)	-0,1%	N.D
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>101.568</b>	<b>26,5%</b>	<b>108.390</b>	<b>24,9%</b>	<b>6,7%</b>	<b>183.194</b>	<b>25,8%</b>	<b>202.456</b>	<b>24,8%</b>	<b>10,5%</b>
Receitas financeiras	15.037	3,9%	15.172	3,5%	0,9%	36.553	5,2%	28.842	3,5%	-21,1%
Despesas financeiras	(7.608)	-2,0%	(6.879)	-1,6%	-9,6%	(15.023)	-2,1%	(14.703)	-1,8%	-2,1%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>7.429</b>	<b>1,9%</b>	<b>8.293</b>	<b>1,9%</b>	<b>11,6%</b>	<b>21.530</b>	<b>3,0%</b>	<b>14.139</b>	<b>1,7%</b>	<b>-34,3%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>108.997</b>	<b>28,5%</b>	<b>116.683</b>	<b>26,8%</b>	<b>7,1%</b>	<b>204.724</b>	<b>28,9%</b>	<b>216.595</b>	<b>26,6%</b>	<b>5,8%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(25.329)	-6,6%	(32.386)	-7,4%	27,9%	(44.549)	-6,3%	(62.803)	-7,7%	41,0%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	1.501	0,4%	4.543	1,0%	202,7%	(4.801)	-0,7%	4.421	0,5%	N.D
<b>Lucro Líquido</b>	<b>85.169</b>	<b>22,2%</b>	<b>88.840</b>	<b>20,4%</b>	<b>4,3%</b>	<b>155.374</b>	<b>21,9%</b>	<b>158.213</b>	<b>19,4%</b>	<b>1,8%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	85.169	22,2%	88.840	20,4%	4,3%	155.374	21,9%	158.213	19,4%	1,8%
<b>EBITDA</b>	<b>110.008</b>	<b>28,7%</b>	<b>116.656</b>	<b>26,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>199.983</b>	<b>28,2%</b>	<b>218.867</b>	<b>26,8%</b>	<b>9,4%</b>

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



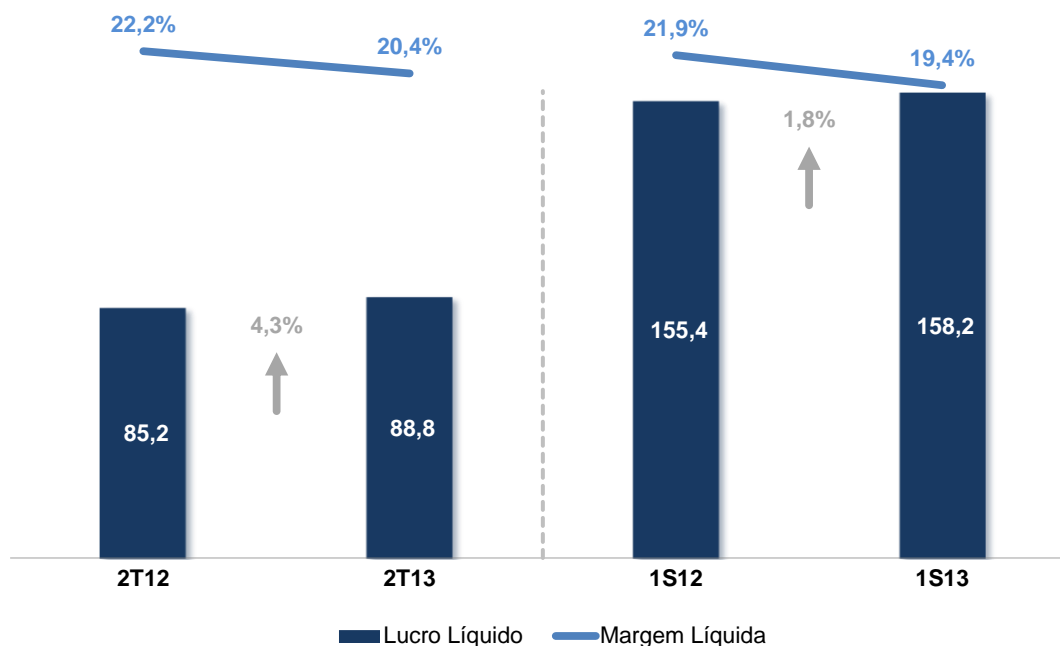
O EBITDA apresentou crescimento de 6,0% no 2T13, com queda de margem EBITDA de 2,0 p.p. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 13,1% na **receita bruta de vendas**.
- **Aumento de 0,8 p.p. na margem bruta** em função de menor atividade promocional em relação ao 2T12, parcialmente compensada pelos impactos negativos da alteração da alíquota de ICMS e consequente diminuição do incentivo sobre produtos importados, bem como pressões de custo.
- Maior **provisionamento de PPR** (Programa de Participação nos Resultados) em função do não provisionamento e reversão do provisionamento do 1T12 no mesmo período do ano anterior.

## Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	2T12	2T13	Var.	1S12	1S13	Var.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>85.169</b>	<b>88.840</b>	<b>4,3%</b>	<b>155.374</b>	<b>158.213</b>	<b>1,8%</b>
(+) IR e CSLL	23.828	27.843	16,8%	49.350	58.382	18,3%
(-) Receita Financeira Líquida	(7.429)	(8.293)	11,6%	(21.530)	(14.139)	-34,3%
(+) Depreciações e Amortizações	8.440	8.266	-2,1%	16.789	16.411	-2,3%
<b>(=) EBITDA</b>	<b>110.008</b>	<b>116.656</b>	<b>6,0%</b>	<b>199.983</b>	<b>218.867</b>	<b>9,4%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>28,7%</b>	<b>26,8%</b>	<b>-2,0 p.p.</b>	<b>28,2%</b>	<b>26,8%</b>	<b>-1,3 p.p.</b>

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

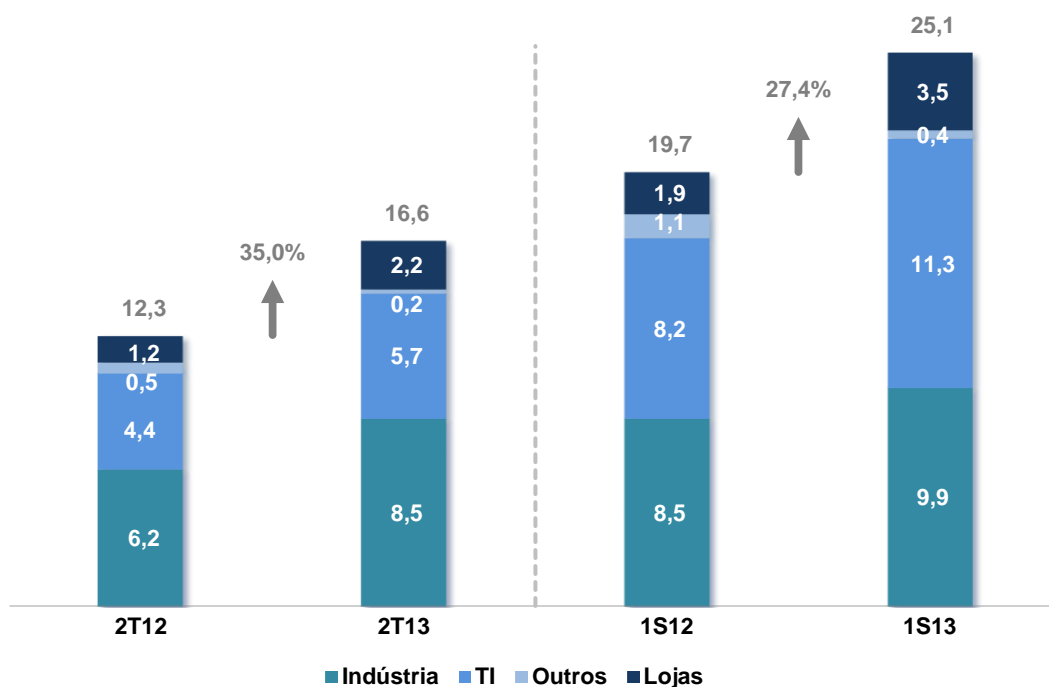


O lucro líquido da Cia. Hering apresentou crescimento de 4,3% no 2T13, com perda de 1,9 p.p. na margem líquida. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Crescimento de EBITDA, com queda na margem EBITDA.
- Maior incidência de imposto de renda e contribuição social, em função de redução no incentivo fiscal sobre importados e fim do tratamento do mesmo incentivo como subvenção para investimentos.

## 5) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 16,6 milhões no 2T13, sendo a maior parte destinada à área industrial (R\$ 8,5 milhões) e à infraestrutura de TI (R\$ 5,7 milhões) por conta do processo de extensão do SAP para outras atividades.





## 6) GERAÇÃO DE CAIXA

No 2T13, a Cia. Hering registrou geração de caixa de R\$ 83,4 milhões, uma redução de R\$ 7,3 milhões na geração de caixa livre em comparação ao 2T12. A menor geração de caixa é consequência, principalmente, da maior incidência de imposto de renda, mas também no aumento dos investimentos (CapEx), além de recomposição de estoques.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	2T12	2T13	Var.	1S12	1S13	Var.
<b>EBITDA</b>	<b>110.008</b>	<b>116.656</b>	<b>6.648</b>	<b>199.983</b>	<b>218.867</b>	<b>18.884</b>
Itens Não caixa	953	1.104	151	1.899	2.142	243
IR&CS Corrente	(25.329)	(32.386)	(7.057)	(44.549)	(62.803)	(18.254)
<b>Investimento em Capital de Giro</b>	<b>17.484</b>	<b>14.689</b>	<b>(2.795)</b>	<b>2.999</b>	<b>(13.608)</b>	<b>(16.607)</b>
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(38.824)	(28.987)	9.837	5.266	(7.097)	(12.363)
(Aumento) redução nos estoques	34.086	18.802	(15.284)	9.468	(11.521)	(20.989)
Aumento (redução) em fornecedores	(964)	(2.565)	(1.601)	3.893	(4.874)	(8.767)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	18.782	7.219	(11.563)	(14.899)	(12.293)	2.606
Outros	4.404	20.220	15.816	(729)	22.177	22.906
<b>CapEx</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(16.643)</b>	<b>(4.295)</b>	<b>(19.721)</b>	<b>(25.121)</b>	<b>(5.400)</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>90.768</b>	<b>83.420</b>	<b>(7.348)</b>	<b>140.611</b>	<b>119.477</b>	<b>(21.134)</b>

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	2T12	2T13	Var.	1S12	1S13	Var.
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)</b>	<b>111.084</b>	<b>108.138</b>	<b>(2.946)</b>	<b>182.494</b>	<b>158.506</b>	<b>(23.988)</b>
<b>Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional</b>	<b>(7.968)</b>	<b>(8.075)</b>	<b>(107)</b>	<b>(22.162)</b>	<b>(13.908)</b>	<b>8.254</b>
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(1.220)	(266)	954	(2.112)	(746)	1.366
Resultado Financeiro	(7.429)	(8.293)	(864)	(21.530)	(14.139)	7.391
Juros pagos por empréstimos	681	484	(197)	1.480	977	(503)
<b>DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(16.643)</b>	<b>(4.295)</b>	<b>(19.721)</b>	<b>(25.121)</b>	<b>(5.400)</b>
<b>Geração de Caixa Livre</b>	<b>90.768</b>	<b>83.420</b>	<b>(7.348)</b>	<b>140.611</b>	<b>119.477</b>	<b>(21.134)</b>

\* 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.

## 7) RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO - ROIC

No 2T13, o ROIC da Cia. Hering foi de 46,1%, uma redução em relação ao 2T12 de - 4,4 p.p. em função de menor resultado operacional.

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	2T12	2T13	Var. 2013/2012
EBITDA	422.591	426.280	0,9%
(-) Depreciação e Amortização	(32.291)	(33.888)	4,9%
(+) Amortização - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	5.621	4.925	-12,4%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente <sup>2</sup>	26.081	20.353	-22,0%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) <sup>3</sup>	(145.490)	(143.596)	-1,3%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP <sup>3</sup>	12.704	13.695	7,8%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>289.215</b>	<b>287.770</b>	<b>-0,5%</b>
Ativo Permanente	265.454	294.181	10,8%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio <sup>1</sup>	14.684	20.052	36,6%
Capital de Giro	291.987	309.497	6,0%
<b>Capital Investido Médio*</b>	<b>572.125</b>	<b>623.730</b>	<b>9,0%</b>
<b>ROIC</b>	<b>50,6%</b>	<b>46,1%</b>	<b>-4,4 p.p.</b>

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 2T13 com um caixa líquido de R\$ 167,8 milhões, e a dívida da Companhia sofreu uma redução de R\$ 22,0 milhões.

Endividamento - R\$ mil	1T12	Part. (%)	2T12	Part. (%)	1T13	Part. (%)	2T13	Part. (%)
Curto Prazo	(8.891)	29%	(27.420)	98%	(22.771)	100%	(808)	100%
Longo Prazo	(21.385)	71%	(455)	2%	-	0%	-	0%
<b>Total da Dívida</b>	<b>(30.276)</b>	<b>100%</b>	<b>(27.875)</b>	<b>100%</b>	<b>(22.771)</b>	<b>100%</b>	<b>(808)</b>	<b>100%</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	260.055		235.137		234.448		168.566	
<b>(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido</b>	<b>229.779</b>		<b>207.262</b>		<b>211.677</b>		<b>167.758</b>	

## 9) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Conforme aprovado em Assembleia Geral Ordinária instalada em 25 de abril de 2013, foi distribuído o montante de R\$ 119,9 milhões (R\$ 0,73 por ação) a título de dividendos referentes ao exercício de 2012 em 29 de maio de 2013. Adicionalmente, foi aprovado em Reunião do Conselho de Administração de 14 de junho de 2013, o pagamento de juros sobre capital próprio no valor total de R\$ 19,3 milhões (R\$ 0,117 por ação) em 28 de junho de 2013, a serem imputados aos dividendos mínimos obrigatórios do exercício social de 2013.

## 10) PERSPECTIVAS

No segundo trimestre a Companhia apresentou bom desempenho de vendas, porém iniciamos o segundo semestre com maior cautela devido às incertezas relacionadas ao cenário econômico-social. De qualquer forma, permanecemos otimistas e confiantes na capacidade de crescimento de longo prazo de nossas marcas e no potencial de geração de valor através do nosso modelo de negócios.

Com o objetivo de se preparar para mais uma jornada de crescimento, a Companhia deu início a uma evolução em sua estrutura organizacional, substituindo a diretoria de Marketing por duas novas diretorias com foco em gestão de marcas, uma para a marca Hering e a outra para as marcas Hering Kids, PUC e dzarm.. Com a nova estrutura, as diretorias de marcas acumularão as responsabilidades já atribuídas à antiga diretoria de marketing e, ao longo do tempo, também serão responsáveis pelo desenvolvimento do plano de negócios bem como os resultados associados a cada uma das marcas sob sua responsabilidade. A evolução na estrutura permitirá maior atenção e esforços direcionados ao desenvolvimento de todas nossas marcas além de abrir possibilidades de adicionar com sucesso mais marcas ao nosso atual portfólio.

Na marca Hering, continuaremos a explorar o potencial de crescimento da rede Hering Store bem como o aumento de penetração no canal varejo multimarcas. O plano de abertura de lojas está em estágio avançado e mantemos a expectativa de atingir 592 Hering Stores no fim de 2013. No conceito mesmas lojas, continuaremos a melhorar a oferta de produtos aliados a uma cuidadosa gestão de preços e melhora da experiência de compra de nossos consumidores. Nesse sentido iniciamos a evolução do atual projeto de loja, com a primeira loja piloto no Shopping Ibirapuera já em fase de reforma, além de algumas outras reformas planejadas. No canal varejo multimarcas, ainda vemos espaço para ganhar *market share* nos clientes atuais via qualificação da distribuição.

No mercado infantil, as lojas Hering Kids continuam apresentando bom desempenho e seguimos confiantes no alto potencial de crescimento da rede. Mantemos a previsão de abertura de 30 lojas nesse ano. A rede de lojas PUC tem apresentado melhorias na sua performance dado o reposicionamento da marca feito em 2010, e daremos continuidade aos ajustes resultantes disso, com mais lojas a serem descontinuadas ou realocadas. Em ambas as marcas, seguiremos em busca do aumento de participação no canal varejo multimarcas.

Na dzarm., acreditamos que com a nova estrutura de gestão de marcas teremos mais facilidade para implementar as ações necessárias para retomar o crescimento da marca.

O varejo online, canal que vem apresentando maior crescimento de vendas, deverá continuar a aumentar sua representatividade no total de vendas da Companhia. A estratégia para o crescimento do canal

permanecerá baseada em investimentos em ações de marketing, campanhas e melhoria na experiência de compra de nossos consumidores; seja pelo aumento de fluxo de clientes como de conversão de compras. Nesse sentido, ampliaremos ao longo dos próximos anos o investimento no desenvolvimento das webstores.

Em relação às margens operacionais, temos espaço para recuperação de margens no segundo semestre, mas não esperamos expansão no acumulado do ano de 2013. Nesse sentido a eventual recuperação de margem bruta ao longo do ano deve ser compensada pela normalização das despesas de Participação dos Resultados (PPR). Além disso, a recente volatilidade nas movimentações da taxa de câmbio pode causar algum impacto negativo ao longo do segundo semestre, dependendo do nível em que a taxa de câmbio se estabilizar.

Independente dos desafios de curto prazo, a Cia. Hering continuará apostando no crescimento orgânico, explorando o potencial de suas marcas combinado com um modelo de negócios que tem demonstrado alto poder de geração de valor. Acreditamos que a evolução em nossa estrutura organizacional nos ajudará a melhor explorar tais oportunidades além de nos ajudar a explorar e desenvolver novas avenidas de crescimento.

## Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	30/06/13	31/12/12	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/06/13	31/12/12
<b>Circulante</b>	<b>843.804</b>	<b>851.186</b>	<b>Circulante</b>	<b>304.205</b>	<b>314.979</b>
Caixa e equivalente de caixa	167.543	193.470	Empréstimos e financiamentos	808	24.555
Contas a receber de clientes	436.579	429.482	Fornecedores	149.814	154.688
Estoques	222.517	210.996	Salários e encargos sociais	45.608	36.191
Impostos a recuperar	10.715	13.241	Parcelamentos tributários e previdenciários	5.104	7.527
Outras contas a receber	5.492	3.574	Obrigações tributárias	42.845	50.559
Despesas antecipadas	958	423	Provisões para contingências e outras provisões	34.910	22.033
<b>Não Circulante</b>	<b>344.742</b>	<b>331.148</b>	Incentivos fiscais	17.529	11.614
<b>Realizável a longo prazo</b>	<b>40.904</b>	<b>35.494</b>	Dividendos a pagar	487	443
Aplicações financeiras	1.023	1.016	Outras contas a pagar	7.100	7.369
Títulos e contas a receber	9.191	6.798	<b>Não Circulante</b>	<b>76.193</b>	<b>83.355</b>
Impostos a recuperar	7.778	9.189	<b>Exigível a longo prazo</b>	<b>76.193</b>	<b>83.355</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	22.912	18.491	Empréstimos e financiamentos	-	152
<b>Imobilizado</b>	<b>258.924</b>	<b>256.486</b>	Parcelamentos tributários e previdenciários	13.246	14.772
<b>Intangível</b>	<b>44.914</b>	<b>39.168</b>	Provisões para contingências e outras provisões	11.504	11.747
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1.188.546</b>	<b>1.182.334</b>	Benefícios a empregados	20.501	19.121
			Incentivos fiscais	30.696	37.241
			Outras contas a pagar	246	322
			<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>808.148</b>	<b>784.000</b>
			Capital social	239.435	235.974
			Reserva de capital	8.218	6.602
			Reserva de lucros	413.371	413.371
			Ajuste de avaliação patrimonial	8.058	8.170
			Lucros acumulados	139.066	-
			Dividendos adicionais propostos	-	119.883
			<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.188.546</b>	<b>1.182.334</b>

## Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	2T12	2T13	Var. 2T13 / 2T12	1S12	1S13	Var. 1S13 / 1S12
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>382.882</b>	<b>435.787</b>	<b>13,8%</b>	<b>709.522</b>	<b>815.443</b>	<b>14,9%</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(209.815)	(235.229)	12,1%	(384.590)	(444.795)	15,7%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>173.067</b>	<b>200.558</b>	<b>15,9%</b>	<b>324.932</b>	<b>370.648</b>	<b>14,1%</b>
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(71.499)</b>	<b>(92.168)</b>	<b>28,9%</b>	<b>(141.738)</b>	<b>(168.192)</b>	<b>18,7%</b>
Vendas	(57.199)	(66.234)	15,8%	(110.003)	(124.273)	13,0%
Remuneração dos Administradores	(1.681)	(1.809)	7,6%	(3.472)	(3.741)	7,7%
Gerais e Administrativas	(8.977)	(10.832)	20,7%	(17.038)	(18.390)	7,9%
Depreciação e Amortização	(8.440)	(8.266)	-2,1%	(16.789)	(16.411)	-2,3%
(-) Apropriada ao Custo	4.172	4.352	4,3%	8.305	8.555	3,0%
Participação nos Resultados	1.000	(8.513)	N.D	(3.118)	(13.356)	328,4%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(374)	(866)	131,6%	377	(576)	N.D
<b>Lucro Antes das Financeiras</b>	<b>101.568</b>	<b>108.390</b>	<b>6,7%</b>	<b>183.194</b>	<b>202.456</b>	<b>10,5%</b>
Receitas financeiras	15.037	15.172	0,9%	36.553	28.842	-21,1%
Despesas financeiras	(7.608)	(6.879)	-9,6%	(15.023)	(14.703)	-2,1%
<b>Total resultado financeiro</b>	<b>7.429</b>	<b>8.293</b>	<b>11,6%</b>	<b>21.530</b>	<b>14.139</b>	<b>-34,3%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>108.997</b>	<b>116.683</b>	<b>7,1%</b>	<b>204.724</b>	<b>216.595</b>	<b>5,8%</b>
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(25.329)	(32.386)	27,9%	(44.549)	(62.803)	41,0%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	1.501	4.543	202,7%	(4.801)	4.421	N.D
<b>Lucro Líquido</b>	<b>85.169</b>	<b>88.840</b>	<b>4,3%</b>	<b>155.374</b>	<b>158.213</b>	<b>1,8%</b>
Atribuível aos acionistas da Companhia	85.169	88.840	4,3%	155.374	158.213	1,8%
<b>EBITDA</b>	<b>110.008</b>	<b>116.656</b>	<b>6,0%</b>	<b>199.983</b>	<b>218.867</b>	<b>9,4%</b>

## Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	2T12	2T13	1S12	1S13
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido do período	85.169	88.840	155.374	158.213
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(1.501)	(4.543)	4.801	(4.421)
Variação monetária, cambial e juros não realizados	1.220	266	2.112	746
Depreciação e amortização	8.440	8.266	16.789	16.411
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	200	1.409	574	2.798
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	204	253	804	526
Plano de opção de compra de ações	591	851	1.095	1.616
Ajuste de avaliação patrimonial	-	-	-	-
<b>Variações nos ativos e passivos</b>				
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(39.024)	(30.396)	4.692	(9.895)
(Aumento) redução nos estoques	34.086	18.802	9.468	(11.521)
Redução em impostos a recuperar	1.414	2.322	5.231	3.937
(Aumento) redução em outros ativos	(1.423)	(1.007)	1.219	(4.846)
Aumento (redução) em fornecedores	(964)	(2.565)	3.893	(4.874)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	4.571	18.905	(7.179)	23.086
Aumento (redução) em IRPJ e CSLL	5.171	9.789	(28.023)	872
Aumento (redução) em obrigações tributárias	13.611	(2.570)	13.124	(13.165)
Juros pagos por empréstimos	(681)	(484)	(1.480)	(977)
<b>Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>111.084</b>	<b>108.138</b>	<b>182.494</b>	<b>158.506</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de investimentos</b>				
Aquisições de ativo imobilizado	(8.654)	(11.716)	(11.789)	(15.646)
Aquisições de ativo intangível	(3.694)	(4.927)	(7.932)	(9.475)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento</b>	<b>(12.348)</b>	<b>(16.643)</b>	<b>(19.721)</b>	<b>(25.121)</b>
<b>Fluxos de caixa das atividades de financiamentos</b>				
Aumento de capital	5.911	3.461	6.095	3.461
Aplicações financeiras	(20)	(18)	(43)	(7)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(127.210)	(139.094)	(127.265)	(139.098)
Empréstimos tomados	-	351	9.428	1.204
Pagamento de empréstimos	(2.355)	(22.095)	(16.680)	(24.872)
<b>Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos</b>	<b>(123.674)</b>	<b>(157.395)</b>	<b>(128.465)</b>	<b>(159.312)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(24.938)</b>	<b>(65.900)</b>	<b>34.308</b>	<b>(25.927)</b>
<b>Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa</b>				
No início do exercício	259.095	233.443	199.849	193.470
No fim do exercício	234.157	167.543	234.157	167.543
	<b>(24.938)</b>	<b>(65.900)</b>	<b>34.308</b>	<b>(25.927)</b>

Declarações contidas neste comunicado relativas às perspectivas dos negócios, projeções de resultados operacionais e financeiros e referências ao potencial de crescimento da Companhia constituem meras previsões, baseadas nas expectativas da Administração em relação ao seu desempenho futuro. Essas expectativas são altamente dependentes do comportamento do mercado, da situação econômica do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais, estando, portanto, sujeitas a mudanças.