



HGTX3
NOVO
MERCADO
BOVESPA - BRASIL

Cia.Hering



itag
Instituto de Análise e Gestão de Investimentos



Hering

Hering



kids



dzarm.

3T09

Dados – 30/09/2009

HGTX3 R\$ 20,45 por ação

Valor de Mercado

R\$ 1,1 bilhão

US\$ 620,2 milhões

Teleconferência – 05/11/2009

Português e Inglês: 12 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

FIRB
FINANCIAL INVESTORS RELATIONS

Ligia Montagnani

Consultora de RI

Tel: (11) 3897-6857

ligia.montagnani@firb.com

Blumenau, 03 de novembro de 2009 – Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2009 (3T09). As informações operacionais e financeiras da Companhia, exceto onde estiver indicado de outra forma, são 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 (3T08), exceto quando especificado ao contrário.

Cia Hering apresenta crescimento de 40,3% em receita bruta no mercado interno, com SSS de 20,9% na rede Hering Store. O EBITDA no 3T09 foi de R\$ 38,5 milhões com margem de 21,9%.

A Cia Hering registrou no 3T09 avanços nos principais indicadores de desempenho, com crescimento nas vendas das marcas Hering, PUC e dzarm. A rede Hering Store manteve o ritmo de expansão de novas lojas e o desempenho de vendas nas mesmas lojas (*same-store sales*).

Destaques do Trimestre

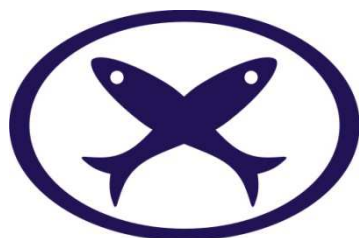
- Vendas no mercado interno aumentam 40,3% e receita bruta cresce 34,7%
- Expansão de receita da marca Hering atinge 43,5%
- Inauguradas 15 lojas, sendo 14 Hering Stores (1 própria) e 1 loja própria PUC.
- Vendas da rede Hering Store aumentam 40,1% e, no conceito mesmas lojas (*same-store sales*), 20,9%
- EBITDA cresce 82,6% e margem EBITDA alcança 21,9%

Destaques Consolidados

R\$ mil	3T09	3T08	Var.	9M09	9M08	Var.
Receita Bruta	210.786	156.510	34,7%	589.242	428.542	37,5%
Mercado Interno	206.792	147.346	40,3%	576.828	400.741	43,9%
Mercado Externo	3.994	9.164	-56,4%	12.414	27.801	-55,3%
Receita Líquida	175.690	128.229	37,0%	483.294	351.854	37,4%
Lucro Bruto	83.410	58.329	43,0%	217.047	155.331	39,7%
Margem Bruta	47,5%	45,5%	2,0 p.p.	44,9%	44,1%	0,8 p.p.
Lucro Operacional (a)	33.676	15.723	114,2%	77.839	39.033	99,4%
Resultado Financeiro	-15.367	-2.802	N.D	11.617	-10.258	N.D
Lucro Líquido	22.965	20.929	9,7%	66.143	28.374	133,1%
Margem Líquida	13,1%	16,3%	-3,3 p.p.	13,7%	8,1%	5,6 p.p.
EBITDA (b)	38.465	21.066	82,6%	91.803	53.824	70,6%
Margem EBITDA	21,9%	16,4%	5,5 p.p.	19,0%	15,3%	3,7 p.p.

(a) Antes do resultado financeiro e participações.

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



PRODUÇÃO

O modelo de negócios da Cia. Hering combina a produção própria, terceirização de fases do processo produtivo e a compra de produtos acabados (*outsourcing*). A produção terceirizada representa aproximadamente 46,0% do volume total de peças produzidas no acumulado do ano e o *outsourcing* 14,0%. Os principais fornecedores estão localizados no Oriente Médio e na América Latina.

No 3T09, a Cia. Hering operava oito plantas produtivas nos Estados de Santa Catarina, Goiás e Rio Grande do Norte e possuía três centros de distribuição – um em cada estado.

Com o objetivo de reduzir as despesas com distribuição e contribuir para a agilidade da entrega dos produtos, neste trimestre foi feita a unificação dos centros de distribuição localizados em Goiás e Rio Grande do Norte. Assim, os centros de distribuição passam a ser dois: um na Região Sul (Blumenau-SC) e um na Região Centro-Oeste (Anápolis-GO).

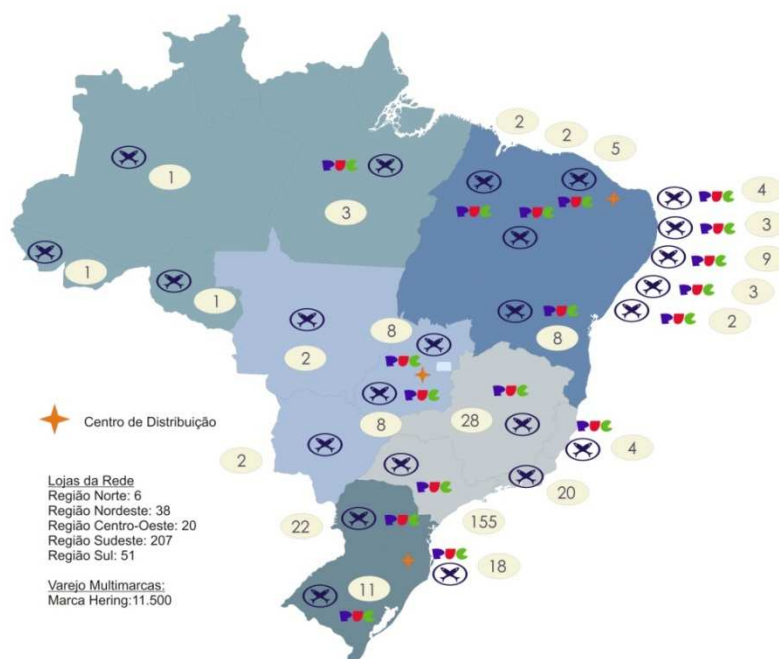
Em 20 de outubro de 2009, foi inaugurada a terceira unidade fabril do estado de Goiás, localizada na cidade de Santa Helena, a 200 quilômetros de Goiânia.

REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A rede de distribuição da Cia Hering é formada por três canais: (i) rede de lojas Hering Store e PUC composta tanto por lojas próprias quanto por franquias, (ii) lojas de varejo multimarcas e a (iii) Hering WebStore. Além disso, a empresa também exporta produtos com as suas marcas próprias (Hering, PUC e dzarm.) para franquias e lojas multimarcas localizadas, principalmente, no mercado latino-americano.

No final do mês de setembro, a rede de lojas totalizava 322 lojas no Brasil e 15 no exterior. No trimestre, foram inauguradas 14 lojas Hering Store, das quais 1 é própria, e 1 loja própria PUC.

Quantidade de Lojas	3T08	4T08	1T09	2T09	3T09
Hering - Própria	33	37	37	39	40
Hering - Franquia	176	193	194	205	218
Subtotal	209	230	231	244	258
PUC - Própria	4	5	5	5	6
PUC - Franquia	46	54	56	58	58
Subtotal	50	59	61	63	64
Brasil	259	289	292	307	322
Exterior - Franquia	22	22	22	22	15
TOTAL	281	311	314	329	337



O novo projeto arquitetônico da rede Hering Store, lançado no 3T06, contempla detalhes em madeira, arquitetura contemporânea, foco na iluminação e sonorização do ambiente que, aliados a um maior adensamento de produtos na área de vendas da loja, tornam a experiência de compra um diferencial para os clientes.

Na rede de lojas PUC o novo projeto arquitetônico foi lançado no 4T08 e traz interatividade à experiência de compra dos pequenos consumidores da marca: a estrutura moderna e os acabamentos leves traduzem a contemporaneidade da PUC em detalhes na vitrine e no interior da loja.

Do total de 258 lojas da rede Hering Store, 169 foram adequadas ao novo projeto arquitetônico, sendo 14 lojas reformadas no 3T09. Da mesma forma, das 64 lojas PUC, 16 estão dentro do novo projeto, lançado em outubro de 2008.

O canal varejo multimarcas complementa a distribuição dos produtos da companhia e proporciona maior capilaridade de distribuição. Esse canal permite a distribuição dos produtos Hering e PUC para todo o território nacional ao atingir localidades onde as redes Hering Store e PUC não estão presentes, além de complementar a distribuição nas localidades onde já estão presentes com as redes de lojas. Os produtos da marca dzarm. são comercializados exclusivamente via o canal varejo multimarcas. No final do trimestre, a Cia. Hering contava com 15.266 clientes no varejo multimarcas, 7,0% acima do mesmo período do 3T08, dos quais 11.500 são somente da marca Hering.

No 3T09 este canal representou 54,9% da receita bruta no mercado interno da Companhia, aumento de 40,1% em relação ao 3T08. Nos nove primeiros meses, 63,9% das vendas foram realizadas no varejo multimarcas, registrando crescimento de 45,7% em comparação ao mesmo período de 2008.

HERING STORE

Na rede Hering Store, as vendas foram 40,1% superiores às registradas em igual período do ano anterior e o crescimento em lojas comparáveis (*same-store sales*) foi de 20,9%. O número de atendimentos (tíquetes) e o volume de peças vendidas foram respectivamente, 34,2% e 29,2% maiores do que no 3T08.

O desempenho das vendas pode ser atribuído à expansão de 20,5% da área de vendas e ao crescimento de 16,5% do faturamento por metro quadrado, bem como às estratégias de fortalecimento da marca e ações implantadas nos pontos-de-venda, tais como: (i) realocação da área de vendas, ampliando o espaço para categorias de produtos com maior faturamento por metro quadrado; (ii) reposição automática de artigos básicos; (iii) resposta rápida aos artigos *best-seller*; e, (iv) ações promocionais para impulsionar a venda dos artigos *slow-movers*.

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

(1) Comparado a igual período do ano anterior

Cartão Hering Store

O cartão Hering Store, parceria com a Financeira Losango, pertencente ao banco HSBC, é um dos pilares da estratégia de crescimento da Cia. Hering. O foco do cartão está no relacionamento com o cliente e na oferta de crédito ao público-alvo da marca, criando um vínculo e fidelizando clientes. Para o final do ano, estão programadas ações com a equipe de vendas das lojas e iniciativas de comunicação com o público-alvo, com o objetivo de trazer vantagens e benefícios aos usuários do cartão.

Hering Web Store

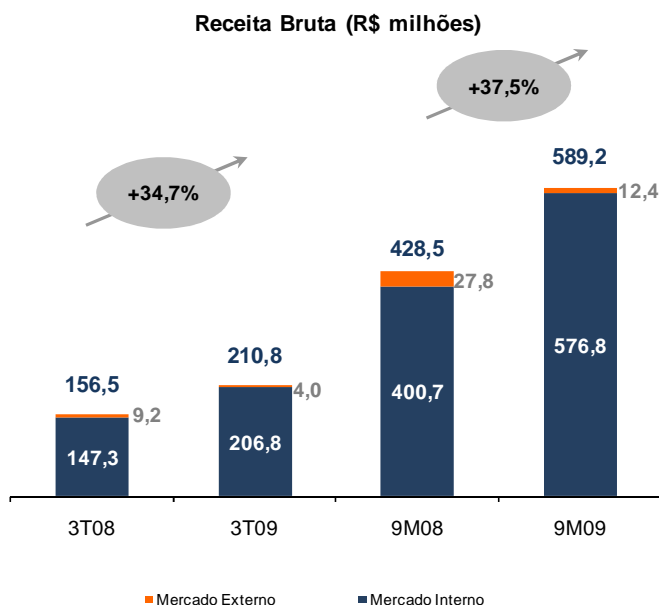
A loja Hering Web Store completou um ano de atividades no segundo trimestre e vem demonstrando resultados positivos. Além de um canal de vendas, a Web Store se mostra uma ferramenta moderna e eficiente de relacionamento com os clientes da marca. A prova desse sucesso é o "Prêmio Excelência em Qualidade Comércio Eletrônico B2C" concedido à Hering Web Store pela e-bit, empresa que o outorga às melhores lojas do *e-commerce* brasileiro depois de classificar o desempenho das lojas virtuais que atingem critérios de excelência nos serviços que prestam aos consumidores on-line, como: facilidade de compra, cumprimento do prazo de entrega e informações diversas coletadas através de pesquisas de satisfação de compra e pós-venda.

Para o quarto trimestre deste ano são previstas ações que facilitarão o processo de compra e a análise de crédito de forma ainda mais ágil, e também serão veiculadas campanhas e promoções para as datas comemorativas do final do ano. Além disso, está em processo de elaboração a loja virtual da marca PUC, abrindo portas para uma nova experiência de compra, voltada para o público infantil.

A loja virtual da Hering está disponível no site: www.heringwebstore.com.br.

RECEITA BRUTA

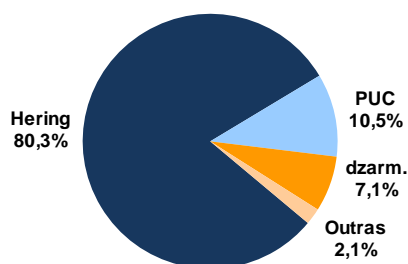
A receita bruta totalizou R\$ 210,8 milhões no 3T08, 34,7% superior à do 3T07. Esse desempenho é reflexo do aumento das vendas no mercado interno, que representaram 98,1% do total da receita da Companhia, e do bom desempenho do varejo multimarcas. Nos 9M09, a receita bruta totalizou R\$ 589,2 milhões, um aumento de 37,5% quando comparada à de igual período de 2008.



Mercado Interno

A receita bruta no mercado interno totalizou R\$ 206,8 milhões no 3T09, crescimento de 40,3% em comparação com o 3T08. Destacam-se a evolução de 20,9% nas vendas de mesmas lojas (*same-store sales*) da rede Hering Store, além da expansão de 23,4% no número de lojas. Nos primeiros nove meses de 2009, a receita foi de R\$ 576,8 milhões, 43,9% superior à dos 9M08.

Composição da Receita Bruta 3T09



As vendas da marca Hering cresceram 43,5% no 3T09. No período foram lançadas duas campanhas: campanha de Dia dos Pais e a campanha Jeans, que junto com o lançamento da coleção Verão e as diversas ações implantadas na rede de lojas contribuíram para o incremento das vendas de 40,8% na rede Hering Store, bem como para o crescimento nas vendas para o canal varejo multimarcas em 46,3%.

Na PUC, a campanha de *marketing* com um apelo mais comercial, aliada à abertura de lojas dentro do novo projeto arquitetônico lançado em outubro de 2008, impulsionou as vendas da marca e proporcionou crescimento de 39,0% em relação ao 3T08. No canal varejo multimarcas, as vendas aumentaram 40,0%.

O plano de reposicionamento da marca dzarm. foi elaborado a partir do segundo semestre de 2008, com foco no desenvolvimento de coleções, na expansão da marca, na comunicação com o público-alvo e na distribuição por meio de pontos-de-venda qualificados e em linha com o conceito dzarm.: uma marca voltada ao público jovem, com atitude de vestir e “antenado” às tendências mundiais da moda. Os primeiros resultados mostram acerto na estratégia, com crescimento de 12,6% nas vendas da marca no 3T09, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Receita Bruta - R\$ mil	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
MERCADO INTERNO	147.346	206.792	40,3%	400.741	576.828	43,9%
Hering	115.637	165.987	43,5%	313.806	470.058	49,8%
Varejo	57.110	83.556	46,3%	142.275	224.259	57,6%
Franquias	40.653	55.460	36,4%	120.216	166.684	38,7%
Lojas Próprias	17.873	26.971	50,9%	51.315	79.115	54,2%
PUC	15.685	21.807	39,0%	42.126	54.970	30,5%
Varejo	10.943	15.319	40,0%	27.822	37.497	34,8%
Franquias	4.413	5.946	34,7%	13.361	15.763	18,0%
Lojas Próprias	328	542	65,3%	943	1.710	81,3%
dzarm. (varejo)	12.986	14.627	12,6%	35.868	38.419	7,1%
Outras	3.039	4.371	43,8%	8.941	13.382	49,7%

Receita por Canal	Hering		PUC		Dzarm	Total	
	3T08	3T09	3T08	3T09		3T08	3T09
Varejo Multimarcas	49%	50%	70%	70%	100%	57%	57%
Lojas Próprias ou Franquias	51%	50%	30%	30%	0%	43%	43%

Mercado Externo

A receita bruta no mercado externo totalizou R\$ 4,0 milhões no 3T09, 56,4% inferior à registrada em igual período do ano anterior, resultado da estratégia adotada a partir de 2008 de encerrar a comercialização de produtos com marcas de terceiros (*private label*) e concentrar esforços na exportação de produtos com marcas próprias.

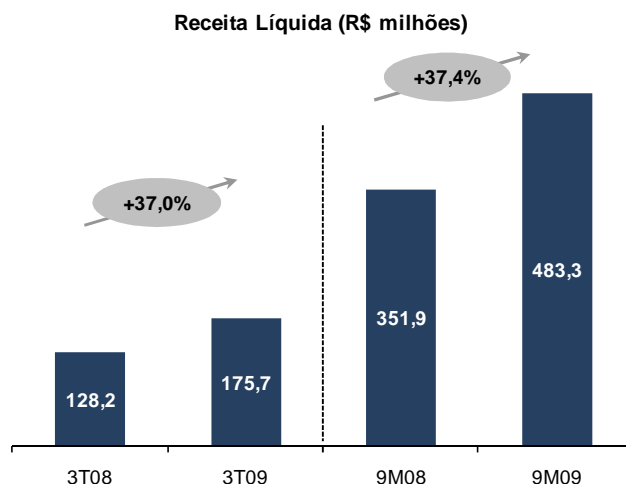
No 3T09 a Cia. Hering iniciou estudos para expansão da presença de suas marcas no mercado latino-americano. A área de exportação passou por uma reestruturação que levou à reavaliação de todas as operações de varejo e franquia até então existentes. Como resultado, a Empresa descontinuou as operações de franquias em mercados que não são seu atual foco, Arábia Saudita e Espanha, e que representaram menos de 1,0% do faturamento para o mercado externo nos últimos 12 meses. Atualmente a empresa opera com lojas franqueadas no Uruguai (5), no Paraguai (3), na Bolívia (2), na Venezuela (4) e nas Antilhas Holandesas (1).

Receita Bruta - R\$ mil	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
MERCADO EXTERNO	9.164	3.994	-56,4%	27.801	12.414	-55,3%
Marcas Próprias	4.986	3.994	-19,9%	13.435	12.414	-7,6%
Private Label	4.178	-	-	14.366	-	-

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Receita Líquida

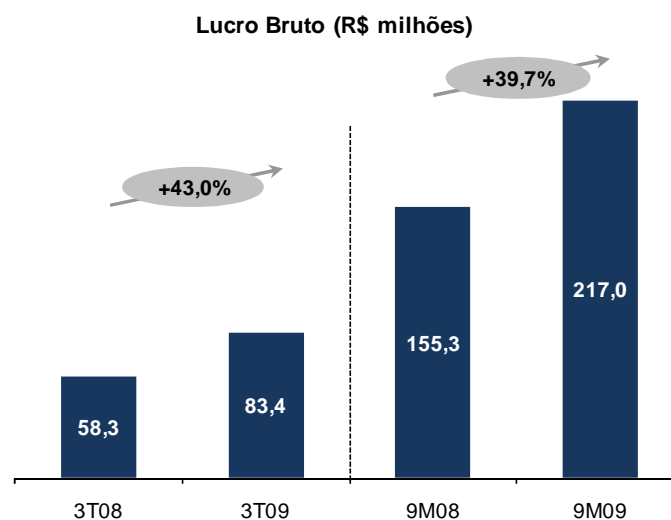
A receita líquida no 3T09 foi de R\$ 175,7 milhões, 37,0% superior à do 3T08. Nos 9M09, a receita líquida totalizou R\$ 483,3 milhões, crescimento de 37,4 % em relação aos 9M08. O desempenho foi favorecido pelo aumento das vendas no mercado interno.



Lucro Bruto

O lucro bruto no trimestre foi 43,0% maior que o do 3T08 e totalizou R\$ 83,4 milhões. A margem bruta foi de 47,5%, 2,0 pontos percentuais superior à de igual período do ano anterior. O lucro bruto nos 9M09 foi de R\$ 217,0 milhões, 39,7% superior ao dos 9M08, e a margem bruta também registrou aumento de 0,8 ponto percentual, atingindo 44,9%.

A Cia. Hering registrou R\$ 5,8 milhões no 9M09 como Ajuste a Valor Presente (AVP). Introduzido pela Lei n. 11.638/97, o AVP, entre outras recomendações, reduz o valor das receitas, trazendo o montante das vendas a prazo a valor presente. Excluindo-se este valor, a margem bruta do 9M09 seria de 45,5%, ou 1,4 ponto percentual acima da registrada no mesmo período do ano anterior.



Despesas Operacionais

As despesas operacionais no 3T09 foram de R\$ 49,7 milhões, representando 28,3% da receita líquida e uma melhora de 4,9 pontos percentuais em relação à margem do mesmo trimestre de 2008. A melhora significativa das margens foi decorrente do aumento das vendas e da diluição de custos fixos operacionais. Nos 9M09, as despesas operacionais foram de R\$ 139,2 milhões, correspondendo a 28,8% da receita líquida, uma diminuição de 4,3 pontos percentuais em relação às dos 9M08.

As despesas com vendas do 3T09 totalizaram R\$ 35,1 milhões, aumento de 22,6% em relação às do mesmo período de 2008. Este desempenho é reflexo da elevação de despesas variáveis com comissões, fretes e aluguéis, e também do crescimento do número de lojas próprias e das despesas com propaganda e *marketing*. No tocante à receita líquida, as despesas com vendas representaram 20,0% no período, melhoria de 2,3 pontos percentuais em relação à margem obtida no 3T08. Nos 9M09, as despesas com vendas atingiram R\$ 98,7 milhões, ou 20,4% da receita líquida, um aumento de 22,4% sobre os valores nominais dos 9M08 e um ganho de 2,5 pontos percentuais na margem.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 5,7 milhões no 3T09, montante 21,9% inferior ao do 3T08, e a relação dessas despesas sobre receita líquida atingiu 3,2%, contra 5,7% no mesmo período do ano anterior. As reduções são explicadas pela diluição das despesas e pelo encerramento de um contrato de prestação de serviço de consultoria efetuado em 2008. Nos 9M09, estas despesas totalizaram R\$ 17,5 milhões, ou 3,6% da receita líquida, melhoria de 2,1 pontos percentuais na comparação às do mesmo período de 2008.

As despesas com a remuneração aos administradores totalizaram R\$ 1,4 milhão, e sua parcela em relação à receita líquida praticamente se manteve: 0,8%, contra 0,7% no 3T08. Nos 9M09, diminuíram de 1,0% (9M08) para 0,7% da receita líquida e somaram R\$ 3,5 milhões.

As despesas com depreciação e amortização atingiram R\$ 2,4 milhões no 3T09 e R\$ 1,8 milhão no 3T08, a margem se manteve em 1,4% em ambos os trimestres. O aumento dos valores nominais decorre da depreciação dos novos investimentos realizados em 2008 e 2009. Nos 9M09, o montante foi de R\$ 6,8 milhões, compondo 1,4% da receita líquida.

As participações nos resultados (PPR) alcançaram R\$ 4,5 milhões no 3T09, contra R\$ 2,8 milhões no mesmo período de 2008. Nos 9M09, as participações nos resultados atingiram R\$ 11,5 milhões, comparativamente ao montante de R\$ 5,9 milhões de igual período de 2008. O incremento dessa 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\$ 38,5 milhões no 3T09, 82,6% superior à do 3T08. A margem EBITDA registrada no período foi de 21,9%, 5,5 pontos percentuais superior à registrada no 3T08. Nos 9M09, o EBITDA atingiu R\$ 91,8 milhões, crescimento de 70,6% sobre o 9M08. A margem EBITDA registrada nos 9M09 foi de 19,0%, superando em 3,7 pontos percentuais a do mesmo período de 2008. O crescimento registrado em 2009 decorre do melhor desempenho operacional.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
Lucro (Prejuízo) Líquido	20.929	22.965	9,7%	28.374	66.143	133,1%
(-) IR, CSLL e Participações	7.999	(10.530)	-231,6%	(5.282)	(38.499)	628,9%
(-) Despesa Financeira Líquida	(2.802)	(15.367)	448,4%	(10.258)	11.617	-213,2%
(-) Depreciações e Amortizações	(5.343)	(4.788)	-10,4%	(14.791)	(13.964)	-5,6%
(+/-) Participação de acionistas e Reversão de juros	9	15.186	N.D	4.881	15.186	211,1%
(=) EBITDA	21.066	38.464	82,6%	53.824	91.803	70,6%
Margem EBITDA	16,4%	21,9%	5,5 p.p.	15,3%	19,0%	3,7 p.p.

Resultado Financeiro

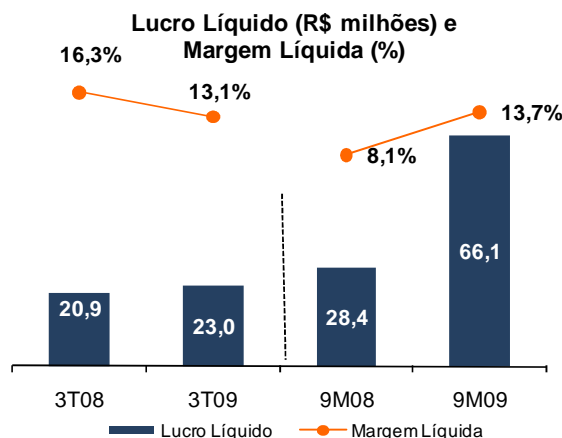
No 3T09, a Cia. Hering registrou despesa financeira de R\$ 15,4 milhões, montante do qual R\$ 15,2 milhões são referentes ao pagamento de JCP (juros sobre o capital próprio). No 3T08 a despesa financeira foi de R\$ 2,8 milhões. Nos 9M09, o resultado financeiro líquido perfez uma receita de R\$ 11,6 milhões, ante despesa de R\$ 10,3 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 preveem a Lei n. 11.638/07 e o Pronunciamento Técnico CPC 14 –Instrumentos Financeiros.

Em julho e setembro de 2009, a Companhia renegociou os termos da operação de *swap* no valor de R\$ 30,0 milhões, eliminando as últimas verificações mensais de dólar. Os derivativos, bem como as renegociações mencionadas, estão detalhados na Nota Explicativa n. 28, item b.3 – Instrumentos Financeiros Derivativos. As mudanças nas premissas que impactaram o valor justo dos derivativos foram monitoradas pela Cia. Hering, que esteve atenta ao melhor momento para reduzir a exposição às flutuações de mercado.

R\$ mil	3T08	3T09	Var.	9M08	9M09	Var.
Resultado Financeiro Líquido	(2.802)	(15.174)	441,5%	(10.258)	(13.249)	29,2%
Instrumentos Financeiros Derivativos	-	(193)		-	24.866	
Total Receitas (Despesas) Financeiras	(2.802)	(15.367)	448,4%	(10.258)	11.617	-213,2%

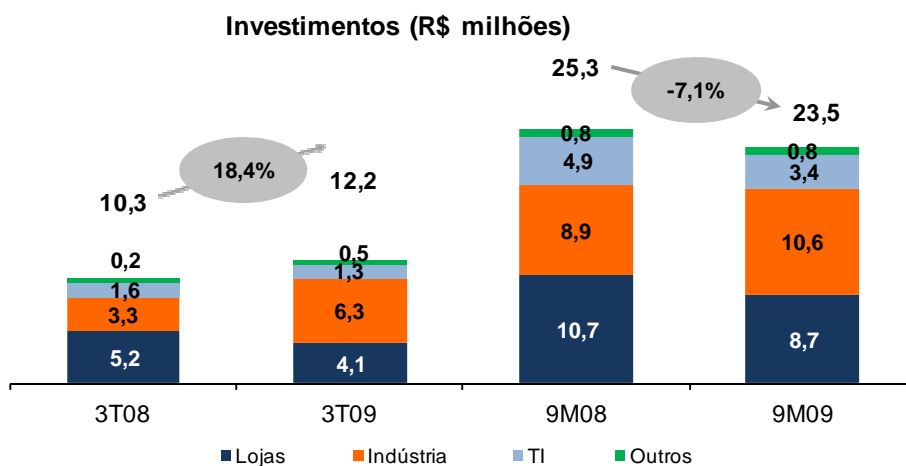
Lucro Líquido

O lucro líquido no trimestre totalizou R\$ 23,0 milhões, crescimento de 9,7% em relação ao 3T08. Nos 9M09, o lucro líquido foi de R\$ 66,1 milhões, 133,1% superior ao obtido no mesmo período de 2008.



Investimentos

No 3T09, os investimentos totalizaram R\$ 12,2 milhões, o que representou um aumento de 18,4% sobre os aportes realizados no 3T08. Do montante investido no trimestre, R\$ 6,3 milhões foram destinados à área industrial; R\$ 4,1 milhões, à aquisição de pontos-de-venda e reforma de lojas; R\$ 1,3 milhão, à tecnologia da informação e R\$ 0,5 milhão, às demais atividades. Nos 9M09, os investimentos atingiram R\$ 23,5 milhões, uma redução de 7,1% sobre os dos 9M08.

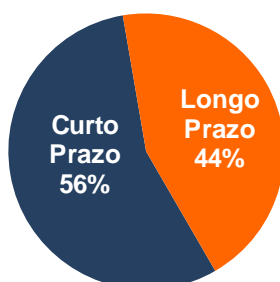


Endividamento

A dívida total da Companhia em 30 de setembro de 2009 correspondia a R\$ 95,1 milhões, dos quais 44,0% estavam alocados no longo prazo, e a Companhia contava com um caixa líquido de R\$ 10,1 milhões. 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	30/6/2009	Part.	30/9/2009	Part.	Var.
Curto Prazo	52,7	55%	52,9	56%	0,4%
Longo Prazo	43,8	45%	42,2	44%	-3,7%
Total da Dívida	96,5	100%	95,1	100%	-1,5%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	100,5		105,2		4,7%
(=)Endivid. Líquido	-4,0		-10,1		152,5%

Endividamento em 30/09/2009



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 Bovespa destinado à negociação de ações de empresas que adotam práticas de governança corporativa e divulgação de informações adicionais às exigências legais correntes.

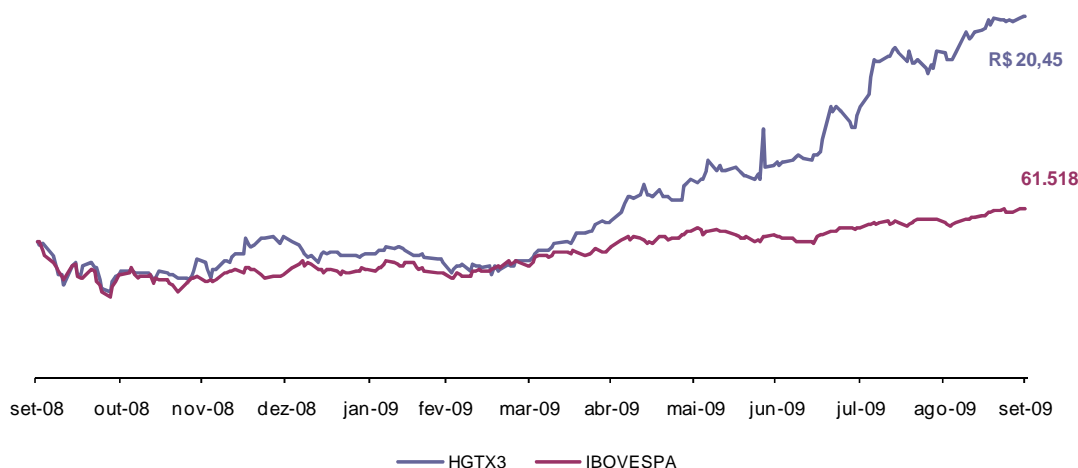
As ações HGTX3 valorizaram-se 67,6% no 3T09 e o Ibovespa, índice que reflete o desempenho dos papéis de maior liquidez no mercado, registrou um avanço de 19,5%. Nos 9M09, as ações da Cia. Hering apresentaram valorização de 157,6% e o Ibovespa, de 63,8%. Considerando-se os últimos 12 meses (base 100 em 30.09.2008), as ações HGTX3 registram valorização ainda maior, de 165,9%, enquanto o Ibovespa valorizou-se 24,2%.

Em 30 de setembro de 2009, as ações da Cia. Hering estavam cotadas a R\$ 20,45 cada uma, chegando a patamares inéditos na história da Companhia, representando um valor de mercado (*market capitalization*) equivalente a R\$ 1,1 bilhão.

Indicadores - HGTX3	3T08	3T09	Var.
Número de Negócios	1.699	1.591	-6,4%
Participação nos Pregões (%)	95,4%	100,0%	4,6 p.p.
Quantidade Negociada (mil)	10.872	5.833	-46,3%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	1.486	1.599	7,6%
Volume Total Negociado (R\$ mil)	95.096	102.312	7,6%
Preço da Ação - (R\$) ⁽¹⁾	7,69	20,45	165,9%
Total de Ações (mil)	53.927	53.927	-
Valor de Mercado (R\$ mil) ⁽¹⁾	414.699	1.102.807	165,9%

(1) No final do período

HGTX3 vs IBOVESPA
(Base 100 em 30/09/2008)



REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Em 10 de agosto de 2009, foi efetuado o pagamento dos juros sobre o capital próprio, no montante de R\$ 15,2 milhões, aprovado em reunião do Conselho de Administração de 30.07.2009. Do total a ser distribuído pela Cia. Hering, R\$ 7,6 milhões têm base no resultado de 2008 e R\$ 7,6 milhões têm base nos resultados do primeiro semestre de 2009.

RECONHECIMENTOS

Neste 3T09 a Cia. Hering recebeu dois prêmios importantes. Um deles é o Prêmio e-bit 2009: a Hering Web Store recebeu o prêmio “Excelência em Qualidade no Comércio Eletrônico B2C”, na categoria Bronze. O prêmio foi promovido pela *e-bit*, empresa de referência no fornecimento de informações sobre o *e-commerce* nacional.

Além disso, a Empresa recebeu o Prêmio IDHO 2009, um reconhecimento outorgado às 100 melhores empresas em “Indicadores de Desenvolvimento Humano Organizacional”, escolhidas por meio de pesquisa nacional realizada pela Gestão & RH Editora dentre as 1.000 Maiores e Melhores Empresas Brasileiras, de acordo com os critérios da Revista Exame.

PERSPECTIVAS

No último trimestre do ano, a Cia. Hering segue com perspectivas positivas quanto à continuidade do plano de expansão de lojas. Na rede Hering Store, o total projetado passa de 268 para 273 lojas ao final do ano, enquanto que na rede PUC, a projeção passa de 67 para 70 lojas ao final de 2009.

Quantidade de Lojas	2006	2007	2008	3T09	2009*	2010*
Hering - Própria	10	25	37	40	40	51
Hering - Franquia	141	156	193	218	233	274
Subtotal	151	181	230	258	273	325
PUC - Própria	1	3	5	6	6	6
PUC - Franquia	38	41	54	58	64	70
Subtotal	39	44	59	64	70	76
Brasil	190	225	289	322	343	401
Exterior - Franquia	19	23	22	15	15	15
TOTAL	209	248	311	337	358	416

*estimativa

Na marca Hering, a Empresa segue buscando proporcionar ao consumidor uma experiência de compra diferenciada, e satisfação em adquirir um produto com alto valor percebido e uma boa relação custo-benefício, promovendo desta forma o crescimento das vendas nas lojas da rede. As campanhas de *marketing* da marca Hering continuam dentro do conceito “Eu uso Hering...”, e no último trimestre as datas comemorativas do final do ano serão o foco da comunicação, o que inclui também o lançamento das coleções de Alto Verão e de Férias.

Na marca PUC, o foco está na pesquisa sobre o mercado infantil, com o objetivo de fornecer dados e informações para elaboração de um planejamento que vise aos desejos e às necessidades do público-alvo da marca. O plano de abertura de lojas será mantido, finalizando-se o ano com 70 lojas, e as campanhas de comunicação continuam com uma abordagem mais comercial.

Para a marca dzarm. o último trimestre de 2009 será de continuidade na execução do plano estratégico de reposicionamento, com o lançamento da coleção de Alto Verão dentro do conceito *casual jeans*, e da campanha de marketing associando celebridades jovens à marca. Também será intensificada a ação dos representantes na qualificação dos pontos-de-venda, com o objetivo de fortalecer a percepção da marca por parte do público-alvo: jovens com atitude e antenados às tendências da moda..

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 está em seu 2º ano de execução e tem registrado resultados expressivos, reforçando o potencial da marca Hering. Além disso, com os planos desenvolvidos para PUC e dzarm. novas oportunidades passam a ser exploradas, visando o crescimento de vendas nas respectivas marcas. Neste contexto, a exportação passa a fazer parte do plano de crescimento da empresa, com foco no principal mercado em que atua, a América Latina.

A Companhia encerra o terceiro trimestre de 2009 engajada em seu plano de crescimento, atenta às oportunidades no mercado de varejo, ao potencial de consumo de seu público-alvo e monitorando as variações macroeconômicas que possam afetar seus negócios.

TELECONFERÊNCIA SOBRE OS RESULTADOS DO 3T09

Data: 05 de novembro de 2009

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

Horário: 12h (horário de Brasília) / 9h (EDT)

Telefone para conexão:

Brasil: (11) 4688-6361

EUA: (1) 888-700-0802

Demais países: (1) 786-924-6977

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

Sobre a Cia. Hering - Com uma história de mais de 129 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 vendas complementares: as lojas próprias e franqueadas, e o Varejo Multimarcas. Em 30 de setembro de 2009 a Companhia contava no Brasil com 258 lojas Hering Store e 64 lojas PUC, em 23 estados brasileiros, enquanto a rede de Varejo Multimarcas contava com 15.266 pontos-de-venda, aumentando a capilaridade da distribuição em todo o território nacional. No exterior, a Cia. Hering contava ainda com 15 lojas franqueadas em diversos países da América Latina.

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.

Balanco Patrimonial – Legislação Societária
(R\$ mil)

ATIVO	30/06/2009	30/09/2009
Circulante	376.223	398.904
Disponibilidades e aplicações financeiras	76.359	95.708
Contas a receber de clientes	182.795	172.705
Estoques	90.840	105.195
Impostos a recuperar	3.737	4.175
Imposto de renda e contribuição social diferidos	13.986	14.962
Outras contas a receber	7.929	5.491
Despesas antecipadas	577	668
Não Circulante	299.793	292.281
Realizável a longo prazo	115.706	102.219
Partes relacionadas	65	60
Aplicações financeiras	24.154	9.449
Títulos e contas a receber	15.260	15.534
Impostos a recuperar	4.364	5.019
Empréstimos compulsórios	2.756	4.530
Imposto de renda e contribuição social diferidos	69.107	67.627
Investimentos	1.013	1.013
Imobilizado	167.539	173.468
Intangível	15.535	15.581
TOTAL DO ATIVO	676.016	691.185

Balço Patrimonial – Legislaço Societária
(R\$ mil)

PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ mil)	30/06/2009	30/09/2009
Circulante	177.135	182.576
Empréstimos e Financiamentos	52.673	52.879
Fornecedores	40.917	57.365
Salários e Encargos Sociais	26.486	25.964
Parcelamentos Tributários e Previdenciários	8.655	8.374
Obrigações Tributárias e Previdenciárias	18.267	10.463
Impostos Diferidos	1.417	1.497
Provisões para Contingências e Outras Provisões	15.350	17.181
Incentivos Fiscais	2.174	2.195
Dividendos a Pagar	5	299
Outras Contas a Pagar	11.191	6.359
Não Circulante	212.682	214.432
Empréstimos e Financiamentos	43.833	42.202
Parcelamentos Tributários e Previdenciários	36.609	35.553
Obrigações Tributárias e Previdenciárias	56.039	56.701
Impostos Diferidos	27.409	34.169
Provisões para Contingências e Outras Provisões	4.663	4.762
Incentivos Fiscais	37.854	36.885
Outras Contas a Pagar	6.275	4.160
Participação de Acionistas Não Controladores	5	5
Patrimônio Líquido	286.194	294.172
Capital Social	223.220	223.220
Reserva de Capital	507	706
Reserva de Lucros	19.289	19.289
Lucros Acumulados	43.178	50.957
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	676.016	691.185

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

R\$ Mil	3T08	3T09	Varição 3T09 / 3T08	9M08	9M09	Varição 9M09 / 9M08
Receita Bruta de Vendas	156.510	210.786	34,7%	428.542	589.242	37,5%
Mercado Interno	147.346	206.792	40,3%	400.741	576.828	43,9%
Mercado Externo	9.164	3.994	-56,4%	27.801	12.414	-55,3%
Deduções de Venda	(28.281)	(35.096)	24,1%	(76.688)	(105.948)	38,2%
Receita Líquida de Vendas	128.229	175.690	37,0%	351.854	483.294	37,4%
Custo dos Produtos Vendidos	(69.900)	(92.280)	32,0%	(196.523)	(266.247)	35,5%
Lucro Bruto	58.329	83.410	43,0%	155.331	217.047	39,7%
Despesas Operacionais	(42.606)	(49.734)	16,7%	(116.298)	(139.208)	19,7%
Com Vendas	(28.645)	(35.130)	22,6%	(80.617)	(98.709)	22,4%
Remuneração dos Administradores	(880)	(1.422)	61,6%	(3.496)	(3.494)	-0,1%
Gerais e Administrativas	(7.281)	(5.685)	-21,9%	(19.981)	(17.467)	-12,6%
Depreciação e Amortização	(5.343)	(4.788)	-10,4%	(14.791)	(13.964)	-5,6%
(-) Apropriada ao Custo	3.530	2.384	-32,5%	10.033	7.194	-28,3%
Participação nos resultados	(2.780)	(4.487)	61,4%	(5.866)	(11.451)	95,2%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(1.207)	(606)	-49,8%	(1.580)	(1.317)	-16,6%
Lucro Antes das Financeiras	15.723	33.676	114,2%	39.033	77.839	99,4%
Total Despesas Financeiras	(2.802)	(15.367)	448,4%	(10.258)	11.617	N.D
Despesas Financeiras Líquidas	(2.312)	(15.109)	553,5%	(9.891)	(17.106)	72,9%
Variações Cambiais Líquidas	(490)	(65)	-86,7%	(367)	3.857	N.D
Instrumentos Financeiros derivativos	-	(193)	-	-	24.866	-
Lucro Operacional	12.921	18.309	41,7%	28.775	89.456	210,9%
Impostos Correntes - CSSL e IRPJ	(3.858)	(3.186)	-17,4%	(11.827)	(13.894)	17,5%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	11.857	(7.344)	-161,9%	6.545	(24.605)	-475,9%
Participação de acionistas não controladores	9	-	N.D	27	-	N.D
Reversão dos juros sobre o capital próprio	-	15.186	N.D	4.854	15.186,0	212,9%
Lucro Líquido do Período	20.929	22.965	9,7%	28.374	66.143	133,1%
EBITDA	21.066	38.465	82,6%	53.824	91.803	70,6%

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

R\$ Mil	3T08	3T09	9M08	9M09
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	20.929	22.965	28.374	66.143
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(11.857)	7.344	(6.545)	24.604
Varição monetária, cambial e juros não realizados	6.937	982	8.580	7.778
Resultado com instrumentos financeiros derivativos	-	193	-	(24.866)
Depreciação e amortização	5.343	4.788	14.791	13.964
Resultado na venda de ativos permanentes	264	1.429	654	1.493
Plano de opção de compra de ações	-	200	-	451
Participação de acionistas não controladores	(10)	-	(27)	-
Variações nos ativos e passivos				
(Aumento) redução em contas a receber de clientes	(4.993)	10.089	(17.900)	(2.959)
Aumento nos estoques	(18.808)	(14.355)	(28.208)	(29.830)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	318	(1.093)	2.236	672
(Aumento) redução em outros ativos	(167)	295	(1.507)	7.650
Aumento em fornecedores	8.141	16.448	3.625	39.667
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	2.316	(5.439)	5.431	(18.107)
Redução em obrigações tributárias	(2.294)	(9.429)	(6.064)	(8.556)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	6.119	34.417	3.440	78.104
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de ativo imobilizado	(12.775)	(10.015)	(25.310)	(18.198)
Aquisições de ativo intangível	2.478	(2.178)	-	(5.321)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(10.297)	(12.193)	(25.310)	(23.519)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aplicações financeiras	-	12.444	-	41.974
Empréstimos tomados	3.012	1.541	81.410	14.219
Pagamento de empréstimos	(5.512)	(2.215)	(67.558)	(64.045)
Juros pagos por empréstimos	(2.042)	(1.731)	(8.391)	(7.953)
Dividendos pagos e juros sobre capital próprio	1	(15.186)	(4.854)	(25.764)
Partes relacionadas	147	9	446	34
Caixa líquido gerado pelas (aplicadas nas) atividades de financ	(4.394)	(5.138)	1.053	(41.535)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	(8.572)	17.086	(20.817)	13.050
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	-	-	-	-
No início do exercício	143.321	60.973	155.566	65.009
No fim do exercício	134.749	78.059	134.749	78.059
	(8.572)	17.086	(20.817)	13.050