

Cia. Hering



4T08

Dados – 31/12/08

HGTX3 R\$ 7,94 por ação

Valor de Mercado

R\$ 428,2 milhões
US\$ 183,2 milhões

Teleconferências – 25/03/09

Nacional e Internacional: 11 horas

Tel: (+55 11) 4688-6301 (Brasil)

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

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

Relações com Investidores

Fábio Hering

Vice 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

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



Blumenau, 23 de março de 2009 – Cia. Hering (Bovespa: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre de 2008 (4T08). As informações operacionais e financeiras da Companhia, exceto onde estiver indicado de outra forma, são apresentadas com base em números consolidados e em milhares de reais, conforme a Legislação Societária. Todas as comparações foram feitas em relação ao mesmo período de 2007 (4T07), exceto quando especificado o contrário.

Hering completa um ano de nova estratégia com expansão de 43,9% da receita bruta

Os resultados alcançados no 4T08 demonstram o acerto das iniciativas adotadas a partir do 4T07 pela Cia. Hering para alcançar o sucesso com a nova estratégia de crescimento. Neste 4º trimestre, apesar da eclosão da crise financeira internacional e da mudança no cenário econômico, as vendas elevaram-se 53,0% no mercado interno no período.

Destaques do Trimestre

- Receita bruta total aumenta 43,9%
- Lucro bruto eleva-se 61,8%
- EBITDA ajustado expande-se 127,5% (expansão do EBITDA comparável 66,4%)
- Vendas da marca Hering crescem 63,7%
- Vendas nas lojas Hering Store elevam-se 56,2% e em lojas comparáveis (same-store sales) 29,1%
- Rede Hering Store finaliza o ano com 230 lojas, 6 acima do previsto

Destaques Consolidados

R\$ mil	4T08	4T07	Var.	12M08	12M07	Var.
Receita Bruta	200.633	139.379	43,9%	629.175	442.647	42,1%
Mercado Interno	195.462	127.777	53,0%	596.203	390.978	52,5%
Mercado Externo	5.171	11.602	-55,4%	32.972	51.669	-36,2%
Receita Líquida	163.062	115.519	41,2%	514.916	369.243	39,5%
Lucro Bruto	83.199	51.423	61,8%	238.530	145.298	64,2%
Margem Bruta	51,0%	44,5%	6,5 p.p.	46,3%	39,4%	7,0 p.p.
Lucro Operacional (a)	50.902	19.955	155,1%	89.935	20.097	347,5%
Resultado Financeiro	5.788	(8.248)	-170,2%	(4.470)	(17.373)	-74,3%
Lucro (Prejuízo) Líquido	9.348	21.776	-57,1%	37.722	18.693	101,8%
Margem Líquida	5,7%	18,9%	-13,1 p.p.	7,3%	5,1%	2,3 p.p.
EBITDA Ajustado (b)	51.534	22.651	127,5%	105.358	51.072	106,3%
Margem EBITDA Ajustado	31,6%	19,6%	12,0 p.p.	20,5%	13,8%	6,7 p.p.

(a) Antes do resultado financeiro e participações.

(b) Resultado operacional antes dos juros, impostos, depreciações, amortizações e participações e despesas com a oferta pública.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Cia Hering reafirmou em 2008 o acerto da estratégia iniciada em 2007 e certificou-se de que está no caminho certo para enfrentar os desafios do novo cenário de negócios e preparada para adequar-se a mudanças no ambiente macroeconômico. No primeiro exercício social completo dentro da nova estratégia de crescimento, a receita bruta elevou-se 42,1%, para R\$ 629,2 milhões, o número de lojas atingiu 311, uma ampliação de 25,4%, e o EBITDA de R\$ 105,4 milhões aumentou 106,3%.

Esse foi o resultado do conjunto das ações de reposicionamento de preços, maior oferta de produtos, expansão e reforma da rede Hering Store, incremento das vendas nas lojas multimarcas, do sucesso da campanha de *marketing* “Eu uso Hering desde sempre” e lançamento do cartão de crédito Hering Store. A produtividade da rede Hering Store foi particularmente notável: o faturamento por metro quadrado aumentou 28,8%, e o número de atendimentos superou em 55,8% o registrado em 2007. As vendas no mercado interno foram também estimuladas pelas ações de *marketing* que resultaram em uma bem-sucedida campanha que associa celebridades à marca Hering.

Uma conquista particularmente auspiciosa foi a prova de fogo vencida no último trimestre. Mesmo depois da reviravolta do quadro macroeconômico as vendas mantiveram vigor. Nos três meses que se seguiram à eclosão da crise financeira internacional, em setembro, a receita bruta total aumentou 43,9%. As vendas no mercado interno cresceram 53,0%. As da marca Hering, principal marca da empresa, que representam 81,8% do total da receita bruta, elevaram-se 63,7%. A marca PUC terminou o trimestre com crescimento de 29,7% na sua receita bruta, devido em parte à abertura de lojas dentro do novo projeto arquitetônico lançado em outubro. Este novo modelo de loja 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. Com relação à marca dzarm., no segundo semestre de 2008 foi elaborado um plano de negócios com foco no desenvolvimento de coleções, na expansão da marca, na comunicação com o público-alvo e na distribuição da marca por meio de pontos-de-venda qualificados e em linha com o conceito dzarm.: marca voltada ao público jovem, com atitude de moda e “antenido” com as tendências mundiais.

No mercado externo, as decisões adotadas pela Companhia também contribuíram para os bons resultados do exercício. O posicionamento firmado em 2008, principalmente em relação aos países norte-americanos e europeus, de reduzir a zero a sua participação em *private label*, mostrou-se correto diante do quadro de recessão nos principais países destes continentes. A Ásia consolida-se como importante fonte de suprimento de produtos para a Companhia, e por isso passa a ser uma oportunidade de expansão de negócios.

A combinação de produção própria com terceirização em todas as etapas do processo produtivo com o *outsourcing* de produtos acabados — tanto no Brasil como no exterior — permitiu aumentar a atratividade dos produtos por meio do aprimoramento da relação entre qualidade e preço. O modelo mostrou-se muito eficaz ao conferir flexibilidade e agilidade para a Companhia adequar a oferta à demanda, condição essencial para enfrentar o ambiente de incertezas.

O ano será lembrado como o que nos ajudou a pôr em prática o que vínhamos aprendendo na teoria. Foi um grande estímulo ao exercício de flexibilidade, inovação, consciência do trabalho em equipe e busca compartilhada de resultados e de soluções, fazendo-nos compreender que mudanças e dificuldades representam também oportunidades de evolução e melhoria.

Revigorada pelo conjunto de iniciativas adotadas nos últimos meses, a Cia Hering está diante da perspectiva de crescimento contínuo. A rota de expansão está traçada para operar com as marcas próprias no Brasil e nos mercados já estabelecidos — América Latina e Oriente Médio.

Atenção aos movimentos do mercado e às oportunidades, cautela e rigidez no controle de custos e na gestão de riscos são as palavras de ordem da Companhia para 2009.

Ivo Hering
Presidente

Fábio Hering
Vice-Presidente

CONJUNTURA

O desempenho do setor varejista em 2008 refletiu principalmente o aumento do poder de compra decorrente do aumento da remuneração da população (obtida pela melhora da renda e do emprego) e da expansão do crédito, conforme informações da Pesquisa Mensal de Emprego (PME do IBGE) e do Relatório do Banco Central do Brasil.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), as vendas do comércio no País cresceram 9,1% em 2008 na comparação com o ano anterior, e a receita nominal evoluiu 15,1% no período. As vendas no segmento de tecidos, vestuário e calçados cresceram 4,9% na comparação com 2007, e a receita nominal cresceu 10,7% no período.

O cenário macroeconômico mundial foi deteriorado pelo agravamento da crise de crédito norte-americana a partir de setembro de 2008. A escassez de crédito global culminou em uma crise de confiança, no Brasil, que provocou certa retração do nível de atividade econômica e a elevação das taxas de juros e da inflação.

Como consequência, grande parte das atividades de varejo apresentou desaceleração nos últimos três meses de 2008, contribuindo para um desempenho menor do que o observado até setembro.

O desempenho da Hering em 2008 provou que a Empresa está preparada para continuar a atuar mesmo em cenários adversos. Além disso, a elevada fragmentação do mercado representa grande oportunidade para a Hering crescer por meio da consolidação, aumentando a sua participação de mercado nos próximos anos.

PRODUÇÃO

A Cia. Hering opera oito plantas produtivas localizadas nos Estados de Santa Catarina (5), Goiás (2) e Rio Grande do Norte (1), e possui três centros de distribuição — sempre conjugados a uma das unidades produtivas em cada estado. Em 2008, a capacidade média de produção total superou 3,1 milhões de peças por mês. Os meses de outubro e novembro registraram um pico de capacidade, com produção mensal de 3,8 milhões de peças.

O modelo de negócio da Cia. Hering combina a produção própria com a terceirização, que se dá tanto em fases do processo produtivo (malharia, estamparia rotativa, corte, confecção, acabamento) quanto na compra de produtos acabados (*outsourcing*). A produção terceirizada, entre as diversas etapas de produção da Companhia, respondeu por aproximadamente 50% em 2008, contra 41% em 2007, e representa um diferencial competitivo para a Cia Hering, pois traz maior flexibilidade operacional, atendendo com agilidade à demanda do mercado, à oferta de matérias-primas e à disponibilidade de recursos.

DESEMPENHO OPERACIONAL E COMERCIAL

O ano de 2008 foi o primeiro exercício social completo da nova estratégia da marca Hering iniciada em setembro de 2007, com o lançamento da coleção Verão 2007/2008, em sintonia com a bem-sucedida campanha de *marketing* “Eu uso Hering desde sempre”, com o reposicionamento de preço e com a reforma e expansão da rede Hering Store e expansão do varejo multimarcas. Isso permitiu à Cia. Hering um crescimento sólido e consistente, trimestre após trimestre, e consolidou a percepção da Hering como uma marca acessível de moda.

A Empresa, em linha com sua estratégia de aumentar o *outsourcing* para apresentar ao mercado produtos com os padrões de qualidade já reconhecidos pelos consumidores a um menor custo, estruturou em 2008 um departamento com gestão especializada no desenvolvimento de fornecedores nos mercados interno e externo.

Rede de Distribuição

A rede de distribuição da Cia. Hering encerra o ano com 289 lojas no Brasil e 22 no exterior, 63 a mais que em 2007.

Em dezembro, a rede Hering Store contava com 230 pontos-de-venda exclusivos, dos quais 37 são próprios, tendo superado o plano que previa finalizar o ano com 224 lojas.

A PUC chegou ao final do ano com 59 lojas, assim ultrapassando também a meta prevista para 2008, que era de 57. Todas as lojas foram inauguradas dentro do novo projeto arquitetônico lançado em meados de

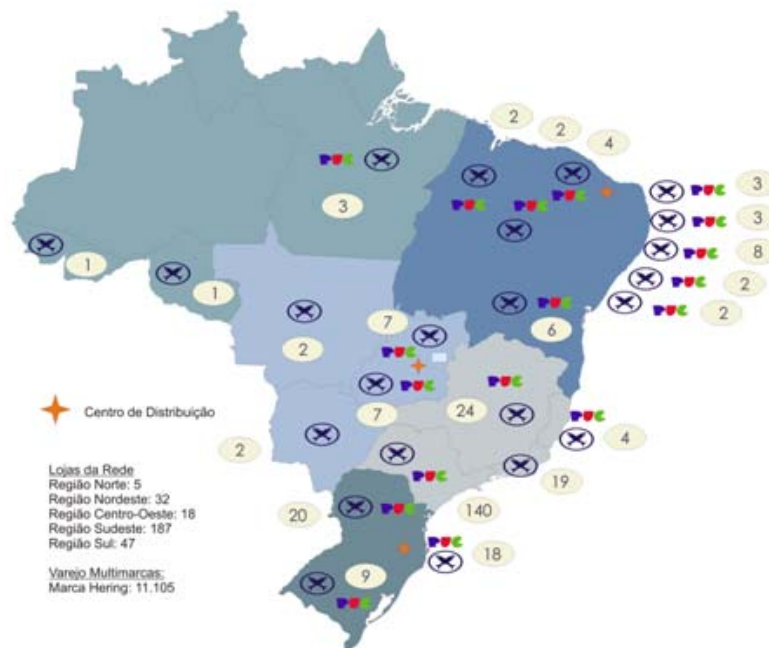
outubro, que tem como objetivo criar uma interatividade entre a criança e a loja em um espaço inovador e moderno.

No 4T08 foram inauguradas 30 lojas: 21 lojas Hering Store, quatro das quais são próprias, e nove lojas PUC, uma delas, própria.

Para o ano de 2009 foram revistas as aberturas das lojas próprias da marca Hering, adequando as prioridades para a expansão e reforma das lojas já existentes, bem como eventuais aquisições de franquias Hering Store.

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

*estimado



O canal varejo multimarcas complementa a rede de lojas, formando a capilaridade da rede de distribuição. Neste segmento, a estratégia da empresa ao longo de 2008 envolveu ações de qualificação dos pontos-de-venda e de foco no público-alvo de cada marca. O resultado foi o incremento de 36,9% na carteira de clientes, que finalizou o ano em 14.748, sendo 11.105 da marca Hering, o que superou a meta estabelecida de 10.700 clientes.

Hering Store

A sazonalidade do varejo no 4º trimestre é ocasionada pelas vendas com as festas de final de ano. A receita bruta da rede Hering Store cresceu 56,2% no comparativo trimestral, reflexo do aumento de 47,8% no número de atendimentos, e de 44,1% no volume de peças vendidas. A receita das lojas comparáveis — *same-store sales* — apresentou crescimento de 29,1% em relação ao 4T07.

Além da ampliação da rede e do novo projeto arquitetônico implantado em 118 lojas, ações nos pontos-de-venda envolvendo as equipes de vendedores e campanha de *marketing* e *visual merchandising* impulsionaram o crescimento e reforçaram a identidade da marca Hering como moda atual, jovem e contemporânea.

Em 2008, a rede Hering Store obteve faturamento 58,9% superior ao de 2007, resultado do aumento de 23,6% na área de vendas e da maior rentabilidade das lojas — com aumento de faturamento de 28,8% por metro quadrado. O número de atendimentos cresceu 55,8% e o de peças vendidas elevou-se em 53,3% no período. A receita das lojas comparáveis — *same-store sales* — apresentou crescimento de 32,4% em relação a 2007.

Desempenho Hering Store	4T07	4T08	Var.	2007	2008	Var.
Número de Lojas	181	230	27,1%	181	230	27,1%
Franquias	156	193	23,7%	156	193	23,7%
Próprias	25	37	48,0%	25	37	48,0%
Faturamento da Rede (R\$ mil)	108.242	169.028	56,2%	276.121	438.844	58,9%
Crescimento <i>Same-Store Sales</i>	29,0%	29,1%	0,1 p.p.	29,0%	32,4%	3,4 p.p.
Área de Vendas (m²)	24.106	29.791	23,6%	24.106	29.791	23,6%
Faturamento (R\$ por m²)	4.619	5.776	25,0%	12.625	16.256	28,8%
Atendimentos	1.380.553	2.040.928	47,8%	3.353.403	5.225.865	55,8%
Peças	3.303.859	4.760.440	44,1%	7.973.839	12.222.332	53,3%
Ticket Médio (R\$)	78,40	82,82	5,6%	82,34	83,98	2,0%

Hering Web Store

A loja virtual Hering Web Store foi implementada em julho de 2008 e já se mostra uma ferramenta ágil de comunicação e conectividade com os clientes da marca.

Para obter resultados em linha com as metas estabelecidas, a Web Store receberá constantes aprimoramentos, sempre atenta às tecnologias do mundo virtual. Personalização das páginas, comunicação exclusiva, ações de *marketing* e agilidade de entrega dos produtos, entre outras novidades, visam a aperfeiçoar os processos e a satisfazer os clientes “antenados” da Hering.

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

Cartão Hering Store

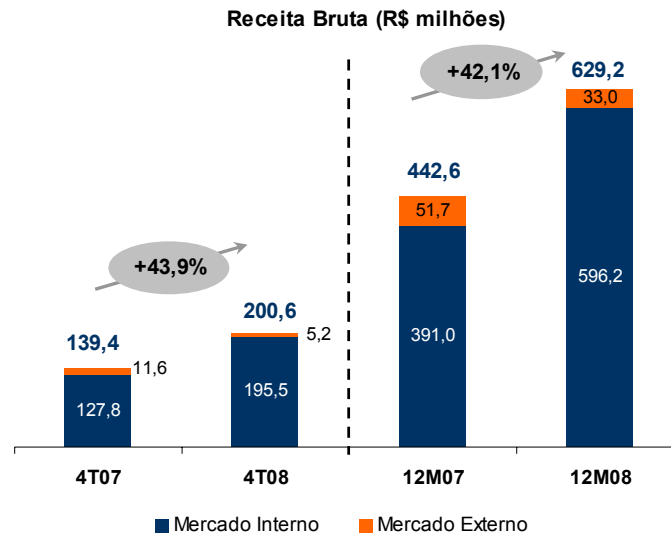
A Cia. Hering lançou, em janeiro de 2008, o cartão de crédito Hering Store, em parceria com a financeira Losango, pertencente ao banco HSBC. O cartão Hering Store revelou-se uma ferramenta importante de impulso às vendas, aumentando o *ticket* médio, fidelizando clientes e oferecendo acesso mais facilitado a bens de consumo.

As ações da Cia. Hering nessa área já mostram resultados positivos, com aumento de mais de 100% no *ticket* médio dos consumidores que utilizam o cartão dentro das lojas da rede.

Em 2009, o objetivo é incrementar a base de cartões através de campanhas de promoção e *marketing* junto às equipes de venda e da oferta de mais benefícios aos usuários do cartão.

RECEITA BRUTA

A receita bruta da Cia. Hering atingiu R\$ 200,6 milhões no 4T08 e mostrou crescimento de 43,9%, resultado do crescimento da receita gerado no mercado interno, de 53,0% e que ganhou ainda mais relevância na formação da receita bruta, respondendo por 97,4% do total. No ano de 2008, a receita bruta totalizou R\$ 629,2 milhões, 42,1% superior à de 2007. Este desempenho reflete o forte crescimento das vendas no mercado interno, que apresentaram evolução de 52,5% no ano, e contribuíram com 94,8% do total.



Mercado Interno

As vendas no 4T08 foram regidas principalmente com foco nas datas comemorativas do final do ano. A receita bruta no mercado interno apresentou crescimento de 53,0% em comparação ao 4T07, tendo somado R\$ 195,5 milhões.

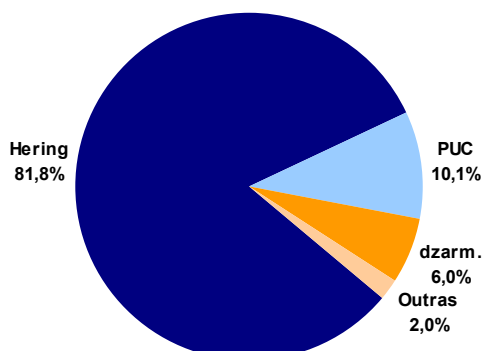
No ano, a receita bruta neste mercado atingiu R\$ 596,2 milhões, liderada pelas vendas da marca Hering, que cresceram 64,3% em relação a 2007. A receita bruta das franquias teve aumento de 51,8% e a das lojas próprias, de 113,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Isso se deveu principalmente à expansão da rede de lojas e à consolidação da percepção, entre os clientes da marca, da relação de custo-benefício dos produtos.

O sucesso da campanha de *marketing* também alicerçou o crescimento das vendas, fortalecendo a imagem da marca por meio de depoimentos de celebridades com a frase-chave da campanha: “*Eu uso Hering...*”.

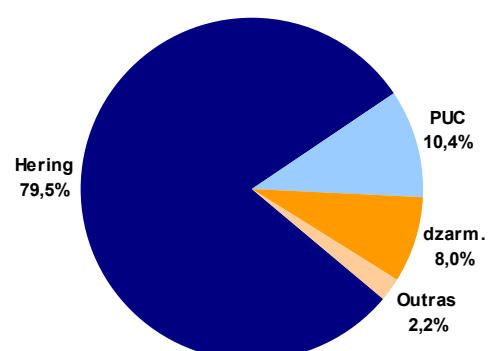
A marca PUC terminou o ano com crescimento de 29,2% na sua receita bruta, que atingiu R\$ 61,9 milhões em 2008, reflexo da abertura das 9 lojas e do novo projeto arquitetônico lançado em outubro de 2008.

A receita bruta da marca dzarm. atingiu R\$ 47,6 milhões em 2008, 8,8% superior ao registrado em 2007. No segundo semestre de 2008, foi elaborado um plano de negócios com foco no desenvolvimento de coleções. No crescimento da marca, na comunicação com o público-alvo e na distribuição através de pontos-de-venda qualificados e em linha com o conceito dzarm.: uma marca voltada a consumidores jovens, cuja atitude de vestir está atenta com as tendências mundiais da moda.

Composição da Receita Bruta 4T08



Composição da Receita Bruta 2008



Receita Bruta - R\$ mil	4T07	Part.	4T08	Part.	Var.	2007	Part.	2008	Part.	Var.
MERCADO INTERNO	127.777	100,0%	195.462	100,0%	53,0%	390.978	100,0%	596.203	100,0%	52,5%
Hering	97.728	76,5%	159.977	81,8%	63,7%	288.361	73,8%	473.783	79,5%	64,3%
Varejo	39.026	30,5%	70.830	36,2%	81,5%	133.003	34,0%	213.105	35,7%	60,2%
Franquias	39.692	31,1%	54.102	27,7%	36,3%	114.867	29,4%	174.319	29,2%	51,8%
Lojas Próprias	19.010	14,9%	35.045	17,9%	84,4%	40.491	10,4%	86.360	14,5%	113,3%
PUC	15.269	11,9%	19.808	10,1%	29,7%	47.955	12,3%	61.934	10,4%	29,2%
Varejo	9.151	7,2%	12.804	6,6%	39,9%	29.227	7,5%	40.626	6,8%	39,0%
Franquias	5.808	4,5%	6.404	3,3%	10,3%	17.897	4,6%	19.765	3,3%	10,4%
Lojas Próprias	310	0,2%	601	0,3%	93,8%	831	0,2%	1.544	0,3%	85,7%
dzarm. (varejo)	11.495	9,0%	11.731	6,0%	2,0%	43.754	11,2%	47.598	8,0%	8,8%
Outras	3.285	2,6%	3.945	2,0%	20,1%	10.907	2,8%	12.886	2,2%	18,1%

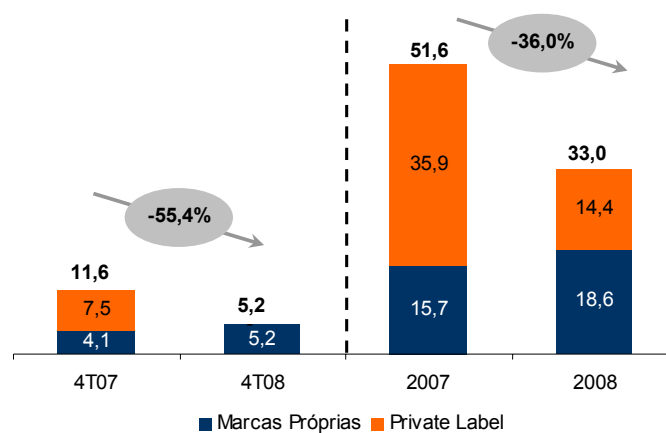
Receita por Canal	Hering				PUC				Dzarm
	4T07	4T08	12M07	12M08	4T07	4T08	12M07	12M08	
Varejo Multimarca	40%	44%	46%	45%	60%	65%	61%	66%	100%
Lojas Próprias ou Franquias	60%	56%	54%	55%	40%	35%	39%	34%	0%

Mercado Externo

O ano de 2008 foi de realinhamento para a exportação da Cia. Hering, em função da descontinuidade no 3T08 da produção de *private label* (produtos com marca do cliente). Esta decisão está em linha com a estratégia da Companhia de focar seus esforços produtivos e de vendas no mercado interno, e de concentrar-se na comercialização em mercado externo das marcas próprias para as franquias e para os varejos multimarcas localizados, em sua maioria, na América Latina e no Oriente. Com isso, a receita do mercado externo somou R\$ 5,2 milhões no 4T08, valor 55,4% menor que o de igual período de 2007.

O faturamento com exportação atingiu R\$ 33,0 milhões em 2008, o que representou 5,2% do total da Companhia.

Receita por Canal - Mercado Externo
(R\$ milhões)



DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Receita Líquida

A receita líquida no 4T08 foi de R\$ 163,1 milhões, 41,2% maior que a do 4T07, e no ano totalizou R\$ 514,9 milhões, 39,5% superior à obtida em 2007. Este resultado reflete o crescimento da comercialização no mercado interno.

Lucro Bruto

O lucro bruto no 4T08 foi 61,8% maior ao do 4T07, tendo atingido R\$ 83,2 milhões. A margem bruta apresentou crescimento expressivo, alcançando 51,0%, 6,5 pontos percentuais superior à do 4T07. Em 2008, o lucro bruto somou R\$ 238,5 milhões, 64,2% superior ao obtido em 2007. A margem bruta também registrou aumento, de 7,0 pontos percentuais, atingindo 46,3%. Esse resultado é reflexo do maior volume de vendas combinado com a maior participação das lojas próprias no faturamento da Companhia, as quais contribuíram para a diluição dos custos fixos.

Despesas Operacionais

As despesas operacionais no 4T08 foram de R\$ 32,3 milhões, 2,6% superiores às do 4T07. No ano somaram R\$ 148,6 milhões, montante 18,7% superior ao do ano de 2007. Em contrapartida, o aumento de despesas comerciais, administrativas, de depreciação e de remuneração de executivos foi compensado pela melhora significativa das margens, decorrência do aumento das vendas e da diluição de custos operacionais. A margem no ano foi de 28,9%, 5,0 pontos percentuais inferior à de 2007.

As despesas com vendas alcançaram R\$ 32,9 milhões no 4T08 e R\$ 113,5 milhões em 2008, valores superiores em aproximadamente 40% aos dos mesmos períodos de 2007. A relação despesa com vendas/receita líquida foi de 22,0% em 2008, próxima à de 2007 (21,8%). As principais despesas com vendas provêm de gastos com comissões, com fretes e aluguéis, e com propaganda e *marketing*, diretamente ligadas ao desempenho comercial da Cia. Hering

As despesas gerais e administrativas reduziram-se de 4,4% para 3,7% da receita líquida, totalizando R\$ 6,0 milhões no 4T08. A melhor *performance* se deu em função dos menores dispêndios com consultoria e da diluição das despesas gerais. No ano, estas despesas alcançaram R\$ 26,0 milhões, o que representa 5,0% sobre a receita líquida. Em 2007, esse percentual foi de 4,9%. O aumento salarial e as despesas com a criação de novas estruturas administrativas de apoio, bem como serviços de consultoria para a implementação da nova estratégia da empresa, contribuíram para o incremento de 43,4% nesta rubrica.

As despesas com a remuneração dos administradores atingiram R\$ 4,4 milhões em 2008, 90,7% maiores que as registradas em 2007, que foram de R\$ 2,3 milhões. Contribuíram para o aumento destas despesas o alinhamento da remuneração dos executivos e o pagamento de bônus.

As despesas com depreciação e amortização alcançaram R\$ 6,6 milhões em 2008, o que representa 1,3% sobre a receita líquida. Em 2007, esse percentual foi de 0,6%. O resultado se deve à mudança das taxas de depreciação realizada no 1T08 e ao aumento dos investimentos em lojas próprias.

A participação nos resultados alcançaram R\$ 10,7 milhões em 2008 ante a uma despesa de R\$ 1,6 milhão em 2007. Este aumento se refere ao novo plano de participação nos resultados (PPR), o qual está vinculado ao alcance de objetivos específicos, baseado no cumprimento de metas individuais e corporativas.

Outras receitas ou despesas operacionais totalizaram R\$ 14,0 milhões em receitas no 4T08, ante uma receita de R\$ 0,4 milhão no 4T07. O melhor resultado está relacionado principalmente à reversão de provisões de contingências em 2008, no montante de R\$ 16,7 milhões, já líquido, da provisão dos honorários advocatícios relacionados a esta causa. No ano, as outras receitas e despesas operacionais totalizaram R\$ 12,5 milhões em receita, ante uma despesa de R\$ 20,5 milhões em 2007, quando foram reconhecidas as despesas de R\$ 21,0 milhões com a oferta pública.

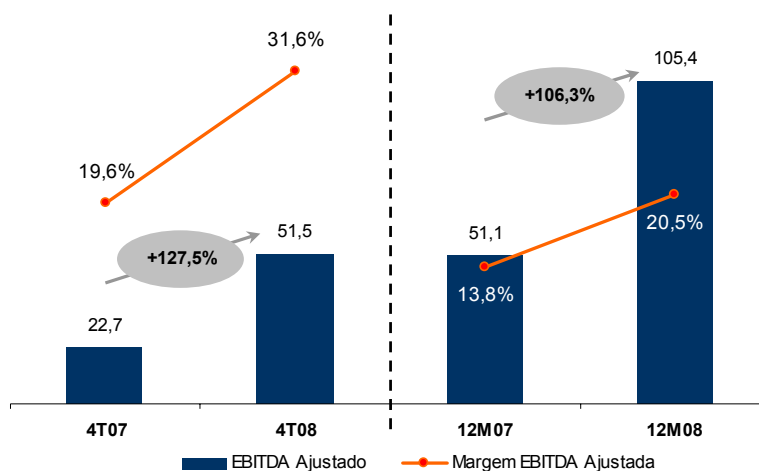
EBITDA

A geração operacional de caixa medida pelo EBITDA (lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização) foi de R\$ 51,5 milhões no 4T08 e de R\$ 22,7 milhões no mesmo período de 2007, perfazendo um crescimento de 127,5%. A margem EBITDA registrada foi de 31,6%, ante 19,6% do 4T07. Em 2008 o EBITDA foi de R\$ 105,4 milhões, 106,3% superior ao registrado em 2007. A margem EBITDA atingiu 20,5%, 6,7 pontos percentuais superior à registrada em 2007, que foi de 13,8%. Este crescimento reflete principalmente o aumento da receita no mercado interno e a melhora nas margens operacionais da Companhia. Tiveram impacto neste crescimento as reversões em 2008 de provisões de despesas e impostos constituídas em anos anteriores.

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	4T07	4T08	Var.	12M07	12M08	Var.
Lucro (Prejuízo) Líquido	21.776	9.348	-57,1%	18.693	37.722	101,8%
(-) IR, CSLL e Participações	5.215	(5.581)	-207,0%	11.114	(10.863)	-197,7%
(-) Despesa Financeira Líquida	(8.248)	(35.981)	336,2%	(17.373)	(46.239)	166,2%
(-) Depreciações e Amortizações	(2.695)	(632)	-76,5%	(9.961)	(15.423)	54,8%
(+/-) Participação de Acionistas e Reversão de Juros	4.854	8	-	4.855	4.889	0,7%
(=) EBITDA	22.651	51.534	127,5%	30.058	105.358	250,5%
(-) Outras Despesas Operacionais (1)	-	-	-	(21.014)	-	0,0%
(=) EBITDA Ajustado	22.651	51.534	127,5%	51.072	105.358	106,3%
Margem EBITDA Ajustado	19,6%	31,6%	12,0 p.p.	13,8%	20,5%	6,7 p.p.

(1) Refere-se às despesas de intermediação para a oferta pública de ações

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



O EBITDA em 2008 foi especialmente impactado pela alteração da legislação promovida pela lei 11.638/07, e também pela reversão de despesas e impostos constituída em anos anteriores.

Em 2007 o EBITDA foi ajustado pelas despesas não recorrentes com o IPO. Estas movimentações estão demonstradas no quadro abaixo:

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	12M07	12M08
EBITDA do exercício	30.058	105.358
Ajustes Lei 11.638/07	-	1.909
Gastos com IPO	21.014	-
Reversão de provisões não recorrentes de exercícios anteriores	-	(15.751)
EBITDA comparável	51.072	91.516

Resultado Financeiro

O resultado financeiro líquido (despesa) somou R\$ 46,2 milhões em 2008, representando 9,1% da receita líquida, ante 4,7% em 2007.

Em 2008, as despesas financeiras foram particularmente impactadas pela nova forma de mensuração dos instrumentos financeiros, conforme a Lei nº 11.638/07 e o Pronunciamento Técnico CPC 14 Instrumentos Financeiros. Em 31 de dezembro de 2008, a Companhia registrou despesa de R\$ 46,7 milhões como valor justo dos derivativos. Este valor reflete a desvalorização do real (R\$) frente ao dólar (US\$) e a alta volatilidade que imperava no final de 2008, premissas básicas para a determinação do valor justo. A origem desses derivativos foi a contratação pela Companhia, em abril de 2008, de um empréstimo com prazo de amortização de 5 anos, conforme comentado na nota explicativa nº 29 – Instrumentos Financeiros Derivativos – item b.3.

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

No 4T08 o resultado financeiro líquido foi de uma despesa de R\$ 35,9 milhões, correspondendo a 22,1% da receita líquida, ante 7,1% no mesmo período em 2007. Esta variação foi motivada pelos itens mencionados acima, em que tivemos a despesa financeira relacionada ao valor justo dos derivativos.

Resultado Financeiro - R\$ mil	4T07	4T08	Var.	12M07	12M08	Var.
Despesas Financeiras Líquidas	(8.249)	(32.455)	293,4%	(30.571)	(42.345)	38,5%
Variações Cambiais Líquidas	1	(3.527)	-352800,0%	13.198	(3.894)	-129,5%
Total Despesas Financeiras	(8.248)	(35.982)	336,3%	(17.373)	(46.239)	166,2%

Endividamento

A Companhia encerrou o ano de 2008 com R\$ 11,0 milhões de endividamento financeiro líquido. A dívida total registrada era de R\$ 145,1 milhões. Deste montante, 41% estão alocados no longo prazo. As condições de dívida e as aplicações financeiras são adequadas para suportar as necessidades futuras provenientes de investimentos, capital de giro e amortização de dívidas.

Endividamento - R\$ milhões	31/12/2007	Part.	31/12/2008	Part.	Var.
Curto Prazo	73,2	59%	84,2	58%	15,1%
Longo Prazo	51,6	41%	60,9	42%	18,0%
Total da Dívida	124,8	100%	145,1	100%	16,3%
(-) Aplicações Financeiras	158,2		134,1		-15,2%
(=)Endivid. Líquido	-33,4		11,0		

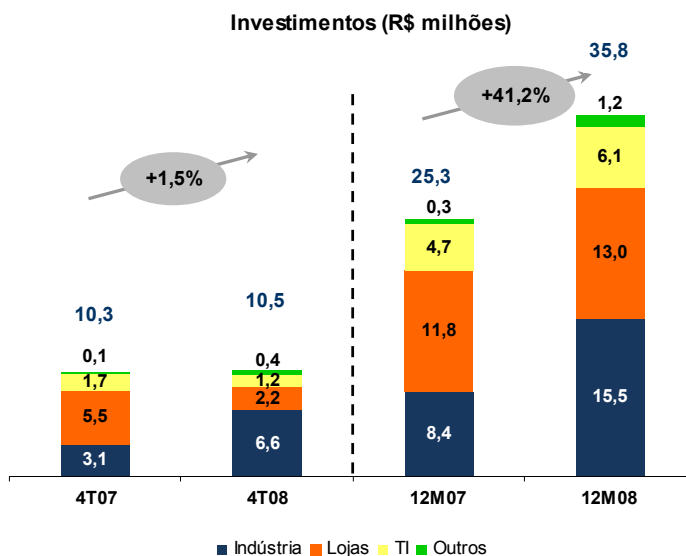
Lucro Líquido

O lucro líquido registrado em 2008 foi de R\$ 37,7 milhões, 101,8% superior ao de 2007, que foi de R\$ 18,7 milhões. O aumento do lucro líquido foi motivado pelo excelente desempenho operacional e afetado pelo reconhecimento de despesa financeira originada pelo valor justo dos derivativos. Em 2007 o lucro líquido foi beneficiado pela reversão da provisão do imposto de renda e pela contribuição social diferidos, relacionados a prejuízos fiscais e bases negativas de exercícios anteriores e a adições temporárias. No 4T08 o lucro líquido foi de R\$ 9,3 milhões, comparados a um lucro líquido de R\$ 21,8 milhões no mesmo período de 2007, uma redução de 57,1% que reflete o reconhecimento de despesa financeira originada pelo valor justo dos derivativos.

Investimentos

No trimestre foram investidos R\$ 10,5 milhões em lojas, na atualização tecnológica das unidades industriais e nos sistemas de produção e gerenciamento de informações.

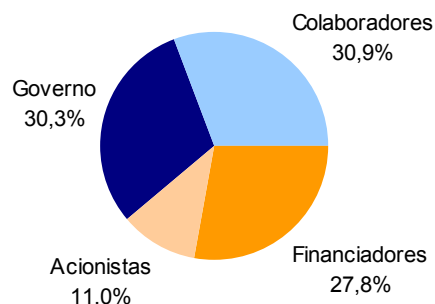
O ano de 2008 totalizou investimentos de R\$ 35,8 milhões, dos quais R\$ 13,0 milhões foram destinados à abertura e reforma de lojas, R\$ 15,5 milhões à área industrial, R\$ 6,1 milhões à tecnologia da informação e R\$ 1,2 milhão aos demais investimentos.



VALOR ADICIONADO

O valor adicionado da Cia. Hering gerado em 2008 foi de R\$ 346,0 milhões, contra R\$ 187,8 milhões em 2007, o que mostra a contribuição da empresa na geração de riquezas para seus colaboradores, acionistas, financiadores e principalmente para o governo.

Distribuição do Valor Adicionado 2008

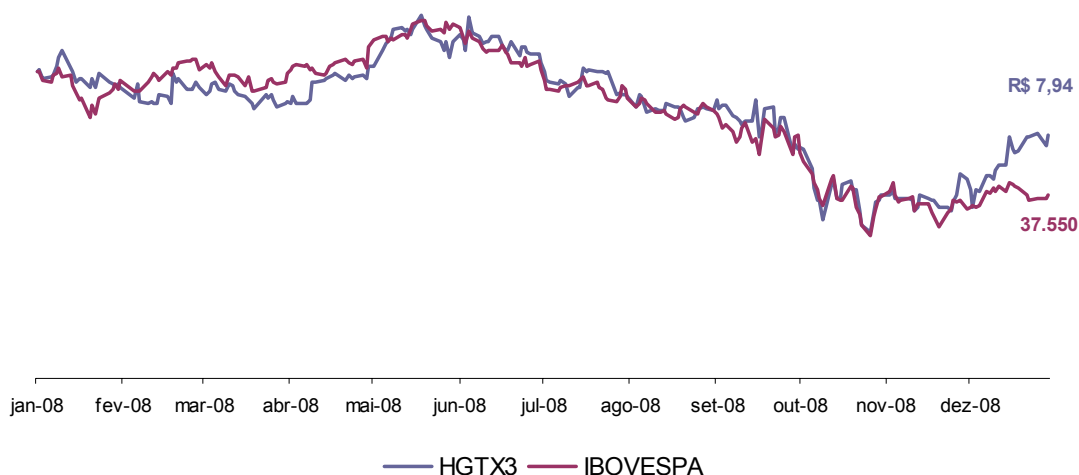


MERCADO DE CAPITAIS

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

O desempenho das ações mostra também a confiança do mercado em relação à Cia Hering. Enquanto o Ibovespa se desvalorizou 41,2%, os títulos da Cia. Hering registraram queda de 24,4%.

HGTX 3 vs IBOVESPA
(Base 100 em 31/12/2007)



As ações da Cia. Hering foram negociadas em 98,0% dos pregões de 2008, representando um aumento de 2,1 pontos percentuais em relação a 2007.

Indicadores - HGTX3	4T07	4T08	Var.	2007	2008	Var.
Número de Negócios	5.703	1.096	-80,8%	18.483	8.277	-55,2%
Participação nos Pregões (%)	100,0%	96,7%	-3,3 p.p.	95,9%	98,0%	2,1 p.p.
Quantidade Negociada (mil)	7.338	2.404	-67,2%	31.835	21.602	-32,1%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	1.364	237	-82,6%	1.383	792	-42,7%
Volume Total Negociado (R\$ mil)	80.454	14.204	-82,3%	324.916	193.296	-40,5%
Preço da Ação - (R\$ ¹)	10,50	7,94	-24,4%	10,50	7,94	-24,4%
Total de Ações (mil)	53.927	53.927	0,0%	53.927	53.927	0,0%
Valor de Mercado (R\$ mil¹)	566.234	428.180	-24,4%	566.234	428.180	-24,4%

(1) No final do período

REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Em 17 de setembro de 2008, foi efetuado o pagamento dos Juros Sobre o Capital Próprio, no montante de R\$ 4,9 milhões, aprovado em reunião do Conselho de Administração de 29.05.2008, depois de cumpridas todas as exigências legais e determinações judiciais que impossibilitavam o pagamento dos Juros Sobre o Capital Próprio aos seus acionistas.

Foi proposta pela Administração da Companhia a distribuição de dividendos no montante de R\$ 10,6 milhões a ser ratificado pelo Conselho de Administração.

PERSPECTIVAS

O ano de 2009 inicia-se com grandes desafios impostos pelo cenário macroeconômico mundial. A Cia Hering está confiante na reação positiva dos consumidores às suas iniciativas e no potencial de crescimento das marcas Hering, PUC e dzarm.. A Empresa segue preparada para consolidar a expansão, sempre atenta aos desdobramentos do cenário global e aos possíveis impactos destes no poder aquisitivo dos consumidores.

Para a marca Hering, iniciativas para promover o crescimento das vendas estão sendo implementadas nas lojas da rede: (i) maximização do desempenho através da otimização do espaço de vendas; (ii) reposição automática dos artigos básicos perenes mais vendidos; (iii) resposta rápida de reposição dos artigos mais vendidos; e (iv) ações pontuais para melhorar o giro dos artigos *slow movers*.

Além disso, prosseguem os esforços para promover o cartão de crédito Hering Store. Será dada continuidade à campanha de marketing “Eu uso Hering...”, que é sucesso há mais de um ano, sempre com uma abordagem inovadora e mostrando uma conectividade entre artistas e celebridades com o público-alvo da marca.

Para a marca PUC estão previstas aberturas de novas lojas com o novo projeto arquitetônico e a implantação deste novo modelo nas lojas em operação, dando uma roupagem inovadora aos pontos-de-venda exclusivos da marca.

Para a marca dzarm. está programada a implantação do plano de negócios focado no desenvolvimento de coleções e no crescimento da percepção da marca pelos consumidores.

RECONHECIMENTO

A Cia. Hering recebeu no 4T08 o prêmio Top Consumidor pelo Instituto Nacional de Educação do Consumidor e do Cidadão – INEC, que tem como objetivo reconhecer as empresas com boas práticas em atendimento, qualidade, fidelização e ética em suas relações com o consumidor.

PRÓXIMOS EVENTOS

Teleconferências

Data: 25 de março de 2009

Nacional e Internacional (tradução simultânea para o inglês):

Horário: 11h (Brasília) / 10h (New York)

Telefone para conexão:

Brasil: (11) 4688-6301

EUA: (+1) 888-700-0802

Demais países: (+1) 786-924-6977

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

Sobre a Cia. Hering - Com uma história de mais de 128 anos, a Cia. Hering é uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil. A Companhia atua no varejo sob três marcas: "Hering", "PUC" e "dzarm". A estrutura de varejo da Companhia é formada por dois canais de venda complementares: as lojas próprias e franqueadas, e o varejo multimarcas. Em 31 de dezembro de 2008, a Empresa contava no Brasil com 230 lojas Hering Store e 59 lojas PUC, em 23 estados brasileiros, enquanto a rede de varejo multimarcas contava com 14.748 pontos-de-venda, aumentando a capilaridade da distribuição em todo o território nacional. No exterior, a Cia. Hering contava ainda com 22 lojas franqueadas em diversos países da América Latina e do Oriente Médio.

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

Balço Patrimonial – Legislaço Societária – R\$ mil

ATIVO	31/12/2007	31/12/2008
Circulante	335.443	383.676
Disponibilidades e aplicaçoes financeiras	139.271	102.353
Contas a receber de clientes	120.506	169.747
Estoques	56.028	75.365
Impostos a recuperar	7.920	5.394
Imposto de renda e contribuicao social diferidos	4.303	13.707
Outras contas a receber	6.399	16.484
Despesas antecipadas	1.016	626
Não Circulante	353.000	308.465
Realizável a longo prazo	120.272	126.465
Partes relacionadas	662	90
Títulos e contas a receber	6.360	14.011
Títulos e valores cambiais	18.889	31.726
Impostos a recuperar	4.137	4.472
Impostos diferidos	87.468	73.410
Empréstimo compulsório	2.756	2.756
Investimentos	1.013	1.013
Imobilizado	221.744	167.079
Intangível	9.918	13.908
Diferido	53	-
TOTAL DO ATIVO	688.443	692.141

Balanco Patrimonial – Legislação Societária – R\$ mil

PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	31/12/2007	31/12/2008
Circulante	173.421	206.426
Empréstimos e financiamentos	73.157	84.171
Fornecedores	30.175	17.698
Salários e encargos sociais	16.258	20.318
Parcelamentos tributários e previdenciários	7.725	8.204
Obrigações tributárias e previdenciárias	28.326	21.471
Impostos diferidos	-	3.190
Provisões para contingências e outras provisões	6.590	17.338
Incentivos fiscais	1.724	2.071
Dividendos a pagar	-	10.578
Outras contas a pagar	9.466	21.387
Não Circulante	240.208	242.945
Exigível a longo prazo	240.208	242.945
Empréstimos e financiamentos	51.606	60.913
Parcelamentos tributários e previdenciários	42.839	39.089
Obrigações tributárias e previdenciárias	50.258	54.482
Impostos diferidos	47.364	12.400
Provisões para contingências e outras provisões	15.026	6.052
Incentivos fiscais	28.033	33.406
Outras contas a pagar	5.082	36.603
Participação de acionistas não controladores	41	5
Patrimônio Líquido	274.773	242.765
Capital social	375.168	223.220
Reserva de capital	-	256
Reserva de lucros	-	19.289
Reserva de reavaliação	51.553	-
Prejuízos acumulados	(151.948)	-
(-) Acionistas Dissidentes		
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	688.443	692.141

Demonstração de Resultados - Legislação Societária

R\$ Mil	4T07	Part.	4T08	Part.	12M07	Part.	12M08	Part.
Receita Bruta de Vendas	139.379	120,7%	200.633	123,0%	442.647	119,9%	629.175	122,2%
Mercado Interno	127.777	110,6%	195.462	119,9%	390.978	105,9%	596.203	115,8%
Mercado Externo	11.602	10,0%	5.171	3,2%	51.669	14,0%	32.972	6,4%
Deduções de Venda	(23.860)	-20,7%	(37.571)	-23,0%	(73.404)	-19,9%	(114.259)	-22,2%
Receita Líquida de Vendas	115.519	100,0%	163.062	100,0%	369.243	100,0%	514.916	100,0%
Custo dos Produtos Vendidos	(64.096)	-55,5%	(79.863)	-49,0%	(223.945)	-60,6%	(276.386)	-53,7%
Lucro Bruto	51.423	44,5%	83.199	51,0%	145.298	39,4%	238.530	46,3%
Despesas Operacionais	(31.468)	-27,2%	(32.297)	-19,8%	(125.201)	-33,9%	(148.595)	-28,9%
Vendas	(23.742)	-20,6%	(32.856)	-20,1%	(80.410)	-21,8%	(113.473)	-22,0%
Remuneração dos Administradores	(749)	-0,6%	(866)	-0,5%	(2.288)	-0,6%	(4.362)	-0,8%
Gerais e Administrativas	(5.074)	-4,4%	(5.979)	-3,7%	(18.097)	-4,9%	(25.960)	-5,0%
Depreciação e Amortização	(2.695)	-2,3%	(632)	-0,4%	(9.961)	-2,7%	(15.423)	-3,0%
(-) Apropriada ao Custo	2.013	1,7%	(1.216)	-0,7%	7.723	2,1%	8.817	1,7%
Participação nos resultados	(1.649)	-1,4%	(4.786)	-2,9%	(1.649)	-0,4%	(10.652)	-2,1%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	428	0,4%	14.038	8,6%	(20.519)	-5,6%	12.458	2,4%
Lucro Antes das Financeiras	19.955	17,3%	50.902	31,2%	20.097	5,4%	89.935	17,5%
Resultado financeiro líquido	(8.248)	-7,1%	5.788	3,5%	(17.373)	-4,7%	(4.470)	-0,9%
Valor justo dos derivativos	-	0,0%	(41.769)	-25,6%	-	0,0%	(41.769)	-8,1%
Total Despesas Financeiras	(8.248)	-7,1%	(35.981)	-22,1%	(17.373)	-4,7%	(46.239)	-9,0%
Lucro Operacional	11.707	10,1%	14.921	9,2%	2.724	0,7%	43.696	8,5%
Impostos - CSSL e IRPJ	(3.963)	-3,4%	(10.971)	-6,7%	(7.097)	-1,9%	(22.798)	-4,4%
Impostos Diferidos - CSSL e IRPJ	9.178	7,9%	5.390	3,3%	18.211	4,9%	11.935	2,3%
Participação dos Minoritários	-	0,0%	8	0,0%	1	0,0%	35	0,0%
Reversão dos juros sobre o capital próprio	4.854	4,2%	-	0,0%	4.854	1,3%	4.854	0,9%
Lucro Líquido	21.776	18,9%	9.348	5,7%	18.693	5,1%	37.722	7,3%
EBITDA	22.651	19,6%	51.534	31,6%	30.058	8,1%	105.358	20,5%
EBITDA Ajustado	22.651	19,6%	51.534	31,6%	51.072	13,8%	105.358	20,5%