

Blumenau, 20 de fevereiro de 2014. A Cia. Hering (BM&FBOVESPA: HGTX3), uma das maiores empresas de varejo e design de vestuário do Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre e do ano de 2013 (4T13 e 2013). 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 (4T12), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Dados – 31/12/2013

HGTX3: R\$ 29,9 por ação

Valor de Mercado

R\$ 4,9 bilhões

US\$ 2,1 bilhões

Teleconferência – 21/02/2014

Português e Inglês: 11:00 horas (Brasília)

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

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

Tel.: (+44) 203-051-6929 (Outros)

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

Relações com Investidores

Fabio Hering

Presidente

Frederico de Aguiar Oldani

Diretor de Finanças e de RI

Daniel Popovich Bastos

Analista de RI

Tel.: (11) 3371-4867

ri@hering.com.br



Receita Bruta da Cia. Hering apresenta crescimento de 12,6% em 2013, com EBITDA de R\$ 439,0 MM e margem EBITDA de 26,1%

Destaques do período

- Receita Bruta: crescimento de 10,2% no 4T13 e 12,6% em 2013;
- Crescimento *same store sales* de 1,1% no 4T13 e de -0,6% em 2013 na rede Hering Store;
- Abertura de 77 lojas Hering Stores e 43 lojas Hering Kids no ano, superando o guidance;
- EBITDA de R\$137,7 milhões no 4T13 (+3,5%) e R\$ 439,0 milhões em 2013 (+7,8%);
- Lucro Líquido de R\$ 101,7 milhões (+0,7%) no 4T13 e R\$ 318,2 milhões em 2013 (+2,3%);

Iniciamos o ano de 2014 com uma perspectiva mais cautelosa em relação ao ambiente de negócios, ao mesmo tempo em que implementamos evoluções em nossa estrutura organizacional que serão fundamentais para implementação de nossa estratégia de negócios e construção de nossa visão de futuro.

Planejamos inaugurar 100 lojas em 2014, sendo 70 lojas Hering Store e 30 no formato Hering Kids. Além disso, será inaugurada a primeira loja piloto do formato Hering for you.

Destaques Consolidados

R\$ Mil	4T12	4T13	Var. 4T13 / 4T12	2012	2013	Var. 2013 / 2012
Receita Bruta	552.773	608.902	10,2%	1.793.661	2.019.433	12,6%
Mercado Interno	545.582	600.410	10,0%	1.766.570	1.987.642	12,5%
Mercado Externo	7.191	8.492	18,1%	27.091	31.791	17,3%
Receita Líquida	457.824	503.293	9,9%	1.491.316	1.679.779	12,6%
Lucro Bruto	212.063	225.918	6,5%	679.179	758.545	11,7%
Margem Bruta	46,3%	44,9%	-1,4 p.p.	45,5%	45,2%	-0,3 p.p.
Lucro Bruto Caixa^(a)	216.650	230.984	6,6%	696.157	776.817	11,6%
Margem Bruta Caixa ^(a)	47,3%	45,9%	-1,4 p.p.	46,7%	46,2%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido	101.010	101.695	0,7%	311.014	318.172	2,3%
Margem Líquida	22,1%	20,2%	-1,9 p.p.	20,9%	18,9%	-2,0 p.p.
EBITDA^(b)	132.982	137.666	3,5%	407.396	438.994	7,8%
Margem EBITDA ^(b)	29,0%	27,4%	-1,6 p.p.	27,3%	26,1%	-1,2 p.p.
ROIC^(c)	47,4%	41,9%	-5,5 p.p.	47,4%	41,9%	-5,5 p.p.

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

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

(c) Últimos 12 meses

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2013 representou o início de uma transição na Companhia, foi um ano de mudanças e iniciativas. Nossos esforços se dividiram entre a implementação de projetos que buscam a construção de nossa visão de futuro ao mesmo tempo que tivemos de lidar com os desafios de curto prazo advindos de pressões de custos e arrefecimento do consumo. Apesar dos contratemplos, a Companhia apresentou uma melhora nos resultados em relação à 2012, com crescimento de Vendas e Ebitda de 12,6% e 7,8%, respectivamente, embora ainda aquém do nosso potencial. No lado da gestão, implementamos importantes evoluções em nosso modelo organizacional, com estruturas dedicadas para cada uma de nossas marcas e maior capacidade de planejamento, o que será fundamental para implementação de nossa estratégia de crescimento.

Na marca Hering, nossa marca principal, vimos crescimento de receita de 12%, com bom desempenho em todos os canais. Na rede Hering Store, nosso desempenho foi impulsionado pela abertura de 77 lojas, já que o desempenho no conceito mesmas lojas (SSS) permaneceu praticamente estável (-0,6%) no ano. Ao longo do 2º semestre fizemos um diagnóstico profundo no desempenho a partir do qual elaboramos um plano para acelerar as vendas da marca. Como parte deste processo, efetuamos diversas pesquisas de mercado que reafirmaram a força da marca Hering, que continua sendo Top of Mind na sua categoria e com evolução em diversos indicadores de saúde de marca tais como lembrança espontânea, preferência além de baixa rejeição. Também avaliamos o grau de satisfação dos nossos franqueados, onde foi demonstrado um alto grau de satisfação destes com relação ao seu negócio Hering Store e seu contínuo interesse em continuar abrindo lojas.

No mercado infantil, continuamos com nossa estratégia combinada das nossas marcas Hering Kids e PUC, com foco na abertura de lojas da rede Hering Kids. A marca Hering Kids teve um crescimento de vendas de 25,5%, impulsionado pelo canal franquias com a abertura de 43 lojas da rede, superando nosso plano de inaugurar 30 lojas no ano. A marca PUC apresentou crescimento de 10,9% nas vendas, em função do bom desempenho do canal varejo multimarcas e das vendas mesmas lojas da rede PUC, principalmente.

A dzarm. apresentou crescimento de 5% no ano de 2013. Apesar da marca já ser importante no seu segmento, com vendas anuais que superaram R\$100 milhões, acreditamos que a marca ainda tem um potencial grande a ser explorado, principalmente através de novos canais de distribuição. Estamos confiantes que a partir da nova estrutura, com equipes e recursos dedicados, conseguiremos desenvolver um plano de negócios e acelerar o crescimento da dzarm.

Ao longo do ano de 2013, passamos por uma mudança importante na estrutura de gestão de marcas, que será fundamental para incrementarmos nossa capacidade de gestão e desenvolvimento de cada uma das nossas marcas e assim acelerarmos nossa trajetória de crescimento. Migramos de uma estrutura funcional, onde todas as diretorias eram responsáveis por executar planos para todas as marcas, para uma estrutura dedicada por marca. Nossos principais objetivos com essa mudança são ter uma estrutura de gestão individualizada por marca, além de melhorar a capacidade de gestão de cada uma das marcas. A nova estrutura também facilita o desenvolvimento de novas frentes de crescimento, sejam elas orgânicas ou inorgânicas. Um bom exemplo disso é o lançamento da marca Hering For You, conceito desenvolvido ao longo dos últimos anos, e que está sendo implementado pela equipe de gestão dedicada para a marca e terá sua primeira loja conceito inaugurada em 2014.

2013 também foi um ano onde a companhia continuou evoluindo no desenvolvimento de pessoas e lideranças. Demos continuidade ao nosso processo de avaliação que proporciona mais assertividade para atrair, selecionar, desenvolver, reconhecer e movimentar os colaboradores de acordo com as estratégias organizacionais. Este processo estimula a criação de um ambiente meritocrático de trabalho e tem como objetivo manter nossos talentos sempre engajados com a estratégia de longo prazo da Companhia.

Por fim, estamos confiantes que nossa estratégia de negócios, combinada com a nova estrutura de gestão, nos permitirão capturar todo o potencial de nossas marcas bem como desenvolver novas frentes de crescimento.

A Administração

1) DESEMPENHO DE VENDAS

As vendas brutas da Cia. Hering totalizaram R\$ 608,9 milhões no 4T13 e R\$ 2.019,4 milhões em 2013, com crescimento de receita nas quatro marcas da Companhia.

Receita Bruta - R\$ mil	4T12	4T13	Var. 4T13 / 4T12	2012	2013	Var. 2013 / 2012
Receita Bruta Total	552.773	608.902	10,2%	1.793.661	2.019.433	12,6%
Mercado Interno	545.582	600.410	10,0%	1.766.570	1.987.642	12,5%
Mercado Externo	7.191	8.492	18,1%	27.091	31.791	17,3%
Receita Bruta Mercado Interno	545.582	600.410	10,0%	1.766.570	1.987.642	12,5%
Hering	425.949	469.808	10,3%	1.335.330	1.495.701	12,0%
Hering Kids	48.954	54.981	12,3%	158.571	199.083	25,5%
PUC	38.012	41.848	10,1%	141.454	156.875	10,9%
dzarm.	23.523	24.670	4,9%	96.993	101.816	5,0%
Outras	9.144	9.103	-0,5%	34.222	34.167	-0,2%

Participação Mercado Interno	4T12	4T13	Var. 4T13 / 4T12	2012	2013	Var. 2013 / 2012
Varejo	227.014	243.526	7,3%	834.148	930.828	11,6%
Franquias	220.024	253.594	15,3%	652.124	767.452	17,7%
Webstore	5.648	5.186	-8,2%	19.455	22.728	16,8%
Lojas Próprias	83.751	89.001	6,3%	226.621	232.467	2,6%
Total	536.437	591.307	10,2%	1.732.348	1.953.475	12,8%
Varejo	42,3%	41,2%	-1,1%	48,2%	47,6%	-0,5%
Franquias	41,0%	42,9%	1,9%	37,6%	39,3%	1,6%
Webstore	1,1%	0,9%	-0,2%	1,1%	1,2%	0,0%
Lojas Próprias	15,6%	15,1%	-0,6%	13,1%	11,9%	-1,2%
Total	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%

Marca Hering

Com ampla aceitação em todas as classes sociais e faixas etárias, a Hering destaca-se por ser uma marca que atinge uma vasta gama de consumidores, a partir de seu posicionamento democrático com boa relação custo-benefício e desejada por oferecer produtos básicos de qualidade, moda acessível e novidades constantes.

No 4T13, as vendas brutas da marca apresentaram crescimento total de 10,3%. O desempenho das vendas do trimestre no critério 'mesmas lojas' apresentou crescimento de 1,1%. No ano de 2013 as vendas da marca Hering cresceram 12,0% e no critério 'mesmas lojas' redução de 0,6%.

No conceito *sell-in* (vendas para franquias e varejo multimarcas), foram comercializadas no 4T13 as coleções de alto verão e férias. Os destaques de vendas foram a linha jeans e as camisas femininas. Na rede de lojas foi promovida a campanha "Antecipe seu Natal", estimulando as vendas tanto antes quanto depois do natal.

Marca Hering Kids

Extensão da marca Hering com foco no conceito 'mini adulto', a Hering Kids oferece produtos para o dia-a-dia da criança, com boa relação custo x benefício.

As vendas brutas da marca Hering Kids apresentaram crescimento de 12,3% no 4T13 e 25,5% em 2013, com destaque para os canais de franquias e lojas próprias, principalmente impulsionado pela abertura de lojas da rede Hering Kids.

No 4T13 as coleções se basearam em um clima tropical, com cores vivas e listras. O destaque de vendas foram as calças, tanto femininas quanto masculinas, e o crescimento da linha bebe.

Marca PUC

O posicionamento da marca PUC é focado no público infantil das classes A e B, com a oferta de produtos diferenciados e de alta qualidade e para uso em ocasiões especiais.

No 4T13, as vendas brutas da PUC cresceram 10,1% e em 2013, 10,9%. A coleção de alto verão foi marcada pela campanha “*summer mood*”, com foco em peças leves para *beachwear* e destaque para a linha bebê.

Marca dzarm.

O público alvo da dzarm. são jovens de 18 a 28 anos, classe A/B, que buscam expressar seu lado autêntico e autoral, através de produtos de qualidade, conectados às últimas tendências mundiais, com bom custo benefício.

As vendas brutas da dzarm. apresentaram crescimento de 4,9% no 4T13 e 5,0% em 2013.

A dzarm. está atualmente passando por um processo de reformulação de sua estratégia de negócios, que deve ser desenvolvida ao longo de 2014.

Webstore (Online)

A operação de e-commerce da Cia. Hering das quatro marcas (Hering, Hering Kids, PUC e dzarm.) apresentou o crescimento mais expressivo dentre todos os canais de distribuição da Companhia durante o ano, fechando o ano com crescimento de 16,8% e queda de 8,2% no 4T13.

O canal online vem apresentando crescimento robusto nos últimos anos e devido ao crescimento acelerado atingimos nosso limite de transações simultâneas no canal. A Companhia já iniciou uma nova rodada de investimentos em uma nova plataforma que propiciará maior capacidade de processamento de pedidos além de viabilizar a utilização de novas ferramentas, melhorando a experiência de compra do consumidor e a capacidade de conversão de acessos em vendas.

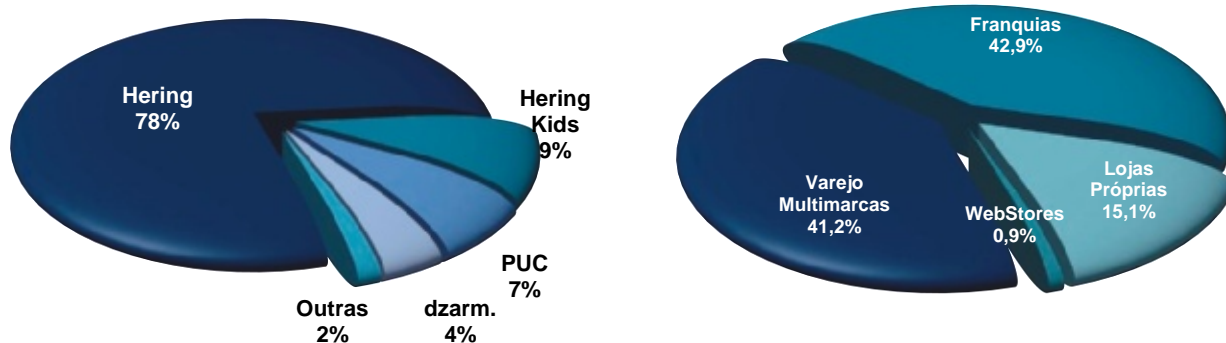
Mercado Internacional

A estratégia de atuação da Cia. Hering no mercado externo é focada na comercialização das nossas marcas para a América Latina. A Empresa encerrou 2013 com 17 franquias no exterior.

Representando 1,6% do faturamento total da Companhia em 2013, as vendas brutas ao mercado externo apresentaram crescimento de 18,1% no 4T13 e crescimento de 17,3% no ano.

2) REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Cia. Hering possui um modelo de distribuição multicanal, que possibilita que seus produtos cheguem ao consumidor final por meio de diversos canais de vendas: i) redes de lojas Hering Store , PUC e Hering Kids; ii) lojas de varejo multimarcas; e iii) webstores. No 4T13, as vendas foram distribuídas da seguinte forma:



Rede de Lojas

No período entre o 4T12 e o 4T13, foram abertas 128 lojas no Brasil e 1 no exterior, sendo 80 Hering Store, 5 PUC e 43 Hering Kids, além de uma loja no Uruguai. Nesse mesmo período, foram fechadas 3 lojas Hering Store e 3 PUC no Brasil e no mercado externo, uma loja na Venezuela. A Companhia planeja abrir 30 lojas no formato Hering Kids e 70 lojas Hering Store ao longo de 2014.

Quantidade de Lojas	2011	2012	2013
Hering - Própria	48	50	52
Hering - Franquia	384	465	540
Hering Store	432	515	592
PUC - Própria	7	8	7
PUC - Franquia	69	70	73
PUC	76	78	80
Hering Kids - Própria	5	6	11
Hering Kids - Franquia	0	21	59
Hering Kids	5	27	70
dzarm. - Própria	1	1	1
dzarm.	1	1	1
Brasil	514	621	743
Total Mercado Internacional	16	17	17
TOTAL	530	638	760

Multimarcas

No canal varejo multimarcas, ao final de 2013, a Cia. Hering contava com 17.898 clientes no varejo multimarcas, dos quais 13.726 somente da marca Hering. No 4T13 o canal apresentou crescimento de receita de 7,3% e 11,6% em 2013.

3) DESEMPENHO DA REDE HERING STORE

As vendas totais da rede Hering Store apresentaram crescimento de 10,1% no 4T13 e 10,1% no ano de 2013, em decorrência da expansão da rede em 77 lojas desde o 4T12. As vendas no conceito 'mesmas lojas' (*same store sales*) apresentaram crescimento de +1,1% no 4T13 e redução de 0,6% no ano de 2013, ainda aquém do potencial da rede.

	4T12	4T13	Var.	2012	2013	Var.
Número de Lojas	515	592	15,0%	515	592	15,0%
Franquias	465	540	16,1%	465	540	16,1%
Próprias	50	52	4,0%	50	52	4,0%
Faturamento da Rede (R\$ mil) ⁽¹⁾	530.637	584.005	10,1%	1.428.149	1.572.020	10,1%
Franquias (R\$ mil)	452.678	502.239	10,9%	1.218.306	1.359.635	11,6%
Próprias (R\$ mil)	77.958	81.765	4,9%	209.842	212.385	1,2%
Crescimento Same Store Sales ⁽²⁾	-0,2%	1,1%	1,3 p.p	-0,2%	-0,6%	-0,4 p.p
Área de Vendas (m²)	70.899	82.350	16,2%	70.899	82.350	16,2%
Faturamento (R\$ por m²)	7.572	7.231	-4,5%	22.234	20.786	-6,5%
Atendimentos	5.349.692	5.347.633	0,0%	14.332.499	14.435.921	0,7%
Peças	11.734.428	11.274.933	-3,9%	31.134.633	30.193.211	-3,0%
Peças por Atendimento	2,19	2,11	-3,9%	2,17	2,09	-3,7%
Preço Médio (R\$)	45,23	51,80	14,5%	45,88	52,07	13,5%
Ticket Médio (R\$)	99,19	109,21	10,1%	99,64	108,90	9,3%

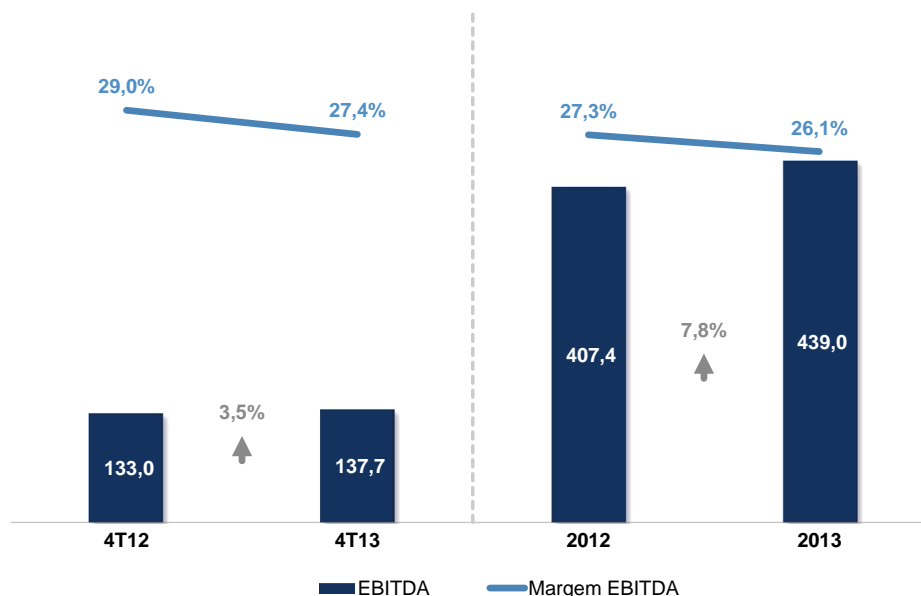
⁽¹⁾ Os valores se referem ao faturamento das lojas para o cliente final (conceito sell out).

⁽²⁾ Comparado a igual período do ano anterior.

4) DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

R\$ Mil	4T12	Part. (%)	4T13	Part. (%)	Var. 4T13 / 4T12	2012	Part. (%)	2013	Part. (%)	Var. 2013 / 2012
Receita Bruta de Vendas	552.773	120,7%	608.902	121,0%	10,2%	1.793.661	120,3%	2.019.433	120,2%	12,6%
Deduções de Venda	(94.949)	-20,7%	(105.609)	-21,0%	11,2%	(302.345)	-20,3%	(339.654)	-20,2%	12,3%
Deduções de Venda Impostos	(119.286)	-26,1%	(127.383)	-25,3%	6,8%	(382.457)	-25,6%	(416.038)	-24,8%	8,8%
Ajuste a Valor Presente	(10.337)	-2,3%	(11.295)	-2,2%	9,3%	(35.163)	-2,4%	(38.110)	-2,3%	8,4%
Deduções de Venda Incentivos	34.674	7,6%	33.069	6,6%	-4,6%	115.275	7,7%	114.494	6,8%	-0,7%
Receita Líquida de Vendas	457.824	100,0%	503.293	100,0%	9,9%	1.491.316	100,0%	1.679.779	100,0%	12,6%
Total CPV - Sem Depreciação e Amortização	(241.174)	-52,7%	(272.309)	-54,1%	12,9%	(795.159)	-53,3%	(902.962)	-53,8%	13,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(250.541)	-54,7%	(280.393)	-55,7%	11,9%	(823.736)	-55,2%	(931.786)	-55,5%	13,1%
Ajuste a Valor Presente	4.271	0,9%	3.919	0,8%	-8,2%	13.814	0,9%	17.170	1,0%	24,3%
Subvenção para Custeio	5.096	1,1%	4.165	0,8%	-18,3%	14.763	1,0%	11.654	0,7%	-21,1%
Lucro Bruto Caixa	216.650	47,3%	230.984	45,9%	6,6%	696.157	46,7%	776.817	46,2%	11,6%
Depreciação e Amortização	(4.587)	-1,0%	(5.066)	-1,0%	10,4%	(16.978)	-1,1%	(18.272)	-1,1%	7,6%
Lucro Bruto	212.063	46,3%	225.918	44,9%	6,5%	679.179	45,5%	758.545	45,2%	11,7%
Despesas Operacionais	(88.101)	-19,2%	(97.292)	-19,3%	10,4%	(306.049)	-20,5%	(353.542)	-21,0%	15,5%
Vendas	(73.175)	-16,0%	(74.692)	-14,8%	2,1%	(243.043)	-16,3%	(261.977)	-15,6%	7,8%
Empresa	(48.449)	-10,6%	(50.386)	-10,0%	4,0%	(171.008)	-11,5%	(185.126)	-11,0%	8,3%
Fixa	(20.013)	-4,4%	(21.809)	-4,3%	9,0%	(77.462)	-5,2%	(76.518)	-4,6%	-1,2%
Variável	(28.436)	-6,2%	(28.577)	-5,7%	0,5%	(93.546)	-6,3%	(108.608)	-6,5%	16,1%
Lojas	(24.726)	-5,4%	(24.306)	-4,8%	-1,7%	(72.035)	-4,8%	(76.851)	-4,6%	6,7%
Gerais, Administrativas e Rem. dos Administradores	(10.890)	-2,4%	(16.650)	-3,3%	52,9%	(43.024)	-2,9%	(53.172)	-3,2%	23,6%
Depreciação e Amortização	(4.433)	-1,0%	(3.974)	-0,8%	-10,4%	(17.288)	-1,2%	(15.719)	-0,9%	-9,1%
Participação nos Resultados	-	N.D	305	0,1%	N.D	(3.691)	-0,2%	(17.125)	-1,0%	364,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	397	0,1%	(2.281)	-0,5%	N.D	997	0,1%	(5.549)	-0,3%	N.D
Lucro Antes das Financeiras	123.962	27,1%	128.626	25,6%	3,8%	373.130	25,0%	405.003	24,1%	8,5%
Receitas financeiras	14.984	3,3%	16.304	3,2%	8,8%	66.723	4,5%	59.941	3,6%	-10,2%
Despesas financeiras	(7.257)	-1,6%	(8.064)	-1,6%	11,1%	(29.384)	-2,0%	(31.182)	-1,9%	6,1%
Total resultado financeiro	7.727	1,7%	8.240	1,6%	6,6%	37.339	2,5%	28.759	1,7%	-23,0%
Lucro Operacional	131.689	28,8%	136.866	27,2%	3,9%	410.469	27,5%	433.762	25,8%	5,7%
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	(33.340)	-7,3%	(34.752)	-6,9%	4,2%	(95.911)	-6,4%	(116.654)	-6,9%	21,6%
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	2.661	0,6%	(419)	-0,1%	N.D	(3.544)	-0,2%	1.064	0,1%	N.D
Lucro Líquido	101.010	22,1%	101.695	20,2%	0,7%	311.014	20,9%	318.172	18,9%	2,3%
Atribuível aos acionistas da Companhia	101.010	22,1%	101.695	20,2%	0,7%	311.014	20,9%	318.172	18,9%	2,3%
EBITDA	132.982	29,0%	137.666	27,4%	3,5%	407.396	27,3%	438.994	26,1%	7,8%

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



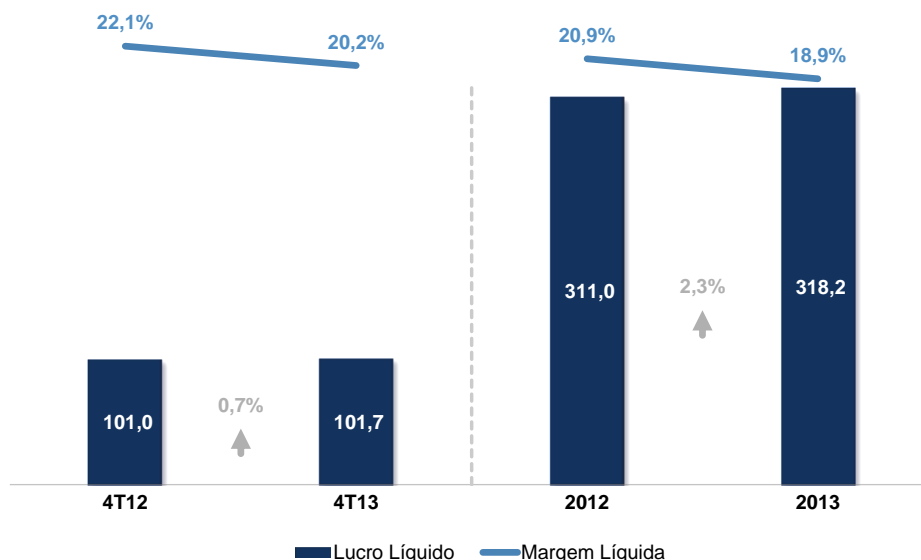
O EBITDA apresentou crescimento de 3,5% no 4T13 e de 7,8% em 2013, com perdas de margem de -1,6 p.p. e de -1,2 p.p., respectivamente. Os principais fatores associados a estes resultados são:

- Crescimento de 10,2% no 4T13 e 12,6% em 2013 na **receita bruta de vendas**.
- Queda de -1,4 p.p. na **margem bruta** no 4T13 devido à pressão de custos ligados a câmbio desvalorizado, mão de obra e matéria prima, menor nível de incentivo fiscal sobre produtos importados além de um cenário de vendas ainda desafiador. O ano de 2013 fechou com queda de 0,3 p.p. principalmente devido ao resultado do 4T13.
- Crescimento nas **despesas com vendas, gerais e administrativas** de 8,7% no 4T13 e 10,2% em 2013, em função do aumento de gastos com pessoal relacionado às mudanças que ocorreram durante o ano.
- Normalização das despesas com **participação nos resultados**, de -R\$ 17,1 milhões em 2013, apesar da reversão de R\$ 0,3 milhões no 4T13.
- Queda de desempenho na linha de **outras receitas e (despesas) operacionais** em -R\$ 2,7 milhões no 4T13 e -R\$ 6,5 milhões no ano.

Reconciliação EBITDA

Reconciliação EBITDA - R\$ mil	4T12	4T13	Var.	2012	2013	Var.
Lucro Líquido	101.010	101.695	0,7%	311.014	318.172	2,3%
(+) IR e CSLL	30.679	35.171	14,6%	99.455	115.590	16,2%
(-) Receita Financeira Líquida	(7.727)	(8.240)	6,6%	(37.339)	(28.759)	-23,0%
(+) Depreciações e Amortizações	9.020	9.040	0,2%	34.266	33.991	-0,8%
(=) EBITDA	132.982	137.666	3,5%	407.396	438.994	7,8%
Margem EBITDA	29,0%	27,4%	-1,6 p.p.	27,3%	26,1%	-1,2 p.p.

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

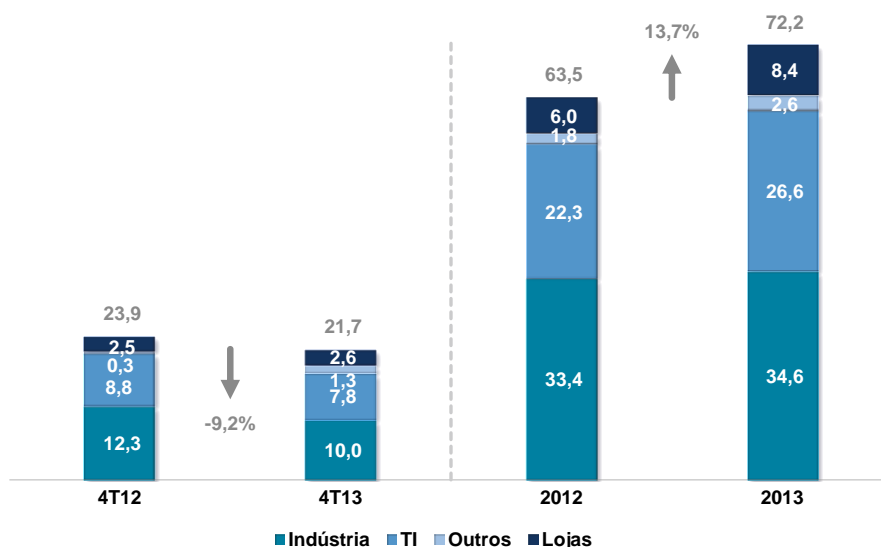


O lucro líquido da Cia. Hering apresentou crescimento de 0,7% no 4T13 e crescimento de 2,3% em 2013, com perda de -1,9 p.p. na margem líquida no 4T13 e de -2,0 p.p. em 2013. Este resultado é decorrência dos seguintes fatores:

- Crescimento do **EBITDA** com queda de **margem EBITDA** no ano e no 4T13 em função do resultado operacional (item 4).
- Aumento de 6,6% no resultado financeiro no 4T13 e queda de 23% em 2013, principalmente devido ao menor saldo de caixa ao longo do ano.
- Maior incidência de **imposto de renda e contribuição social**, em função de redução do incentivo fiscal sobre importados e o fim do tratamento do mesmo como subvenção para investimento.

5) INVESTIMENTOS

Os investimentos totalizaram R\$ 21,7 milhões no 4T13 e R\$ 72,2 milhões em 2013. A maior parte foi destinada à área industrial (R\$ 10,0 milhões e R\$ 34,6 milhões respectivamente), e à infraestrutura de TI (R\$ 7,8 milhões e R\$ 26,6 milhões respectivamente).



6) GERAÇÃO DE CAIXA

No 4T13, a Cia. Hering apresentou geração negativa de R\$ 28,4 milhões de caixa, totalizando geração de R\$ 123,7 milhões em 2013. Esse resultado é consequência, principalmente, do aumento de EBITDA combinado à maior necessidade de investimentos em capital de giro no 2S13, pelo aumento de estoque como parte da preparação para implementar o sistema SAP, além de maior despesa com IR&CS após fim do tratamento do incentivo para importação (Pró-Emprego) como subvenção para investimento no começo de 2013.

DFC Gerencial - Consolidado (R\$ mil)	4T12	4T13	Var.	2012	2013	Var.
EBITDA	132.982	137.666	4.684	407.396	438.994	31.598
Itens Não caixa	1.680	1.214	(466)	4.236	4.701	465
IR&CS Corrente	(33.340)	(34.752)	(1.412)	(95.911)	(116.654)	(20.743)
Investimento em Capital de Giro	(95.442)	(110.814)	(15.372)	(43.506)	(131.139)	(87.633)
(Aumento) em contas a receber de clientes	(106.716)	(104.859)	1.857	(67.615)	(48.805)	18.810
(Aumento) redução nos estoques	7.352	10.956	3.604	6.361	(84.573)	(90.934)
Aumento (redução) em fornecedores	5.627	(18.411)	(24.038)	30.130	(1.550)	(31.680)
Aumento (redução) em obrigações tributárias	(248)	16.204	16.452	(16.895)	(1.132)	15.763
Outros	(1.457)	(14.704)	(13.247)	4.513	4.921	408
CapEx	(23.893)	(21.691)	2.202	(63.489)	(72.217)	(8.728)
Geração de Caixa Livre	(18.013)	(28.377)	(10.364)	208.726	123.685	(85.041)

Conciliação DFC Gerencial e Contábil (R\$ mil)	4T12	4T13	Var.	2012	2013	Var.
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais (contábil)	13.601	1.574	(12.027)	309.731	224.638	(85.093)
Ajuste - Itens Financeiros alocados ao caixa operacional	(7.721)	(8.260)	(539)	(37.516)	(28.736)	8.780
Variações monetária, cambial e juros não realizados	(540)	(477)	63	(2.803)	(1.421)	1.382
Resultado Financeiro	(7.727)	(8.240)	(513)	(37.339)	(28.759)	8.580
Juros pagos por empréstimos	546	457	(89)	2.626	1.444	(1.182)
DFC - Caixa líquido gerado pelas atividades de Investimento	(23.893)	(21.691)	2.202	(63.489)	(72.217)	(8.728)
Geração de Caixa Livre	(18.013)	(28.377)	(10.364)	208.726	123.685	(85.041)

* 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 4T13, o ROIC da Cia. Hering foi de 41,9%, com queda de -5,5 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Essa contração se deve, principalmente, pelo aumento do capital investido em capital de giro, acentuado pelo aumento pontual de estoques, e pela queda na margem EBITDA.

Resultado Operacional	4T12	4T13	Var. 2013/2012
EBITDA	407.396	438.994	7,8%
(-) Depreciação e Amortização	(34.266)	(33.991)	-0,8%
(+) Amortização - Fundo do Comércio ¹	5.448	4.349	-20,2%
(+) Resultado Financeiro - Ajuste a Valor Presente ²	22.723	19.924	-12,3%
(-) IR&CS - Alíquota Vigente (34%) ³	(139.559)	(147.479)	5,7%
(+) IR&CS - Benefício Fiscal JSCP ³	14.294	13.096	-8,4%
Resultado Operacional	276.036	294.893	6,8%
Ativo Permanente	278.419	313.172	12,5%
Amortização Acumulada - Fundo do Comércio ¹	17.497	22.252	27,2%
Capital de Giro	286.468	368.901	28,8%
Capital Investido Médio*	582.384	704.325	20,9%
ROIC	47,4%	41,9%	-5,5 p.p.

Notas explicativas às demonstrações financeiras: (1) Nr. 15; (2) Nr. 33; (3) Nr. 34

(*) Média dos últimos 4 trimestres

8) ENDIVIDAMENTO

A Cia. Hering encerrou o 4T13 com R\$ 141,8 milhões em caixa e aplicações financeiras e um caixa líquido de R\$ 117,3 milhões. O caixa líquido da Companhia foi reduzido em R\$ 52,4 milhões, em comparação do 4T12, principalmente devido ao pagamento de dividendos ter sido superior à geração de caixa do ano.

Endividamento - R\$ mil	3T12	Part. (%)	4T12	Part. (%)	3T13	Part. (%)	4T13	Part. (%)
Curto Prazo	(25.474)	99%	(24.555)	99%	(492)	2%	(2.092)	9%
Longo Prazo	(303)	1%	(152)	1%	(22.340)	98%	(22.339)	91%
Total da Dívida	(25.777)	100%	(24.707)	100%	(22.832)	100%	(24.431)	100%
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	326.814		194.486		229.547		141.779	
(=) (Endivid. Líquido) Caixa Líquido	301.037		169.779		206.715		117.348	

09) REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

Em reunião realizada no dia 16 de outubro de 2013, foi aprovada pelo Conselho de Administração da Companhia o pagamento de dividendos, “ad referendum” da Assembleia Geral Ordinária, no valor de R\$ 49,9 milhões (R\$ 0,30 por ação), pagos em 30 de outubro de 2013. Em reunião realizada no dia 21 de novembro de 2013, foi aprovado pelo Conselho de Administração da Companhia o pagamento de juros sobre capital próprio no montante de R\$ 19,3 milhões (R\$ 0,12 por ação), pagos em 20 de dezembro de 2013.

Em 2013, foi aprovada a distribuição de dividendos e JCP (juros sobre capital próprio) referentes ao exercício no montante total de R\$88,5 milhões (R\$ 0,538 por ação).

Foi destinado à conta de dividendos adicionais propostos o montante de R\$ 49,9 milhões, sendo correspondente a destinação do lucro líquido de 2013, a ser apresentado como proposta da Administração sujeito à deliberação em Assembleia Geral Ordinária a realizar-se em abril de 2014.

10) RECONHECIMENTOS

Em 2013, a Cia. Hering recebeu importantes premiações que refletem o reconhecimento do mercado à sua atuação:

- Top 25 Franchising Brasileiro 2013
- Premio Adolfo Bini: 1º lugar na categoria indústria
- Premio “Os Mais Importantes do Varejo”: Categoria Magazines/Lojas; realização BR WEEK
- Prêmio “Marcas de quem decide”: 1º lugar; realização Jornal do Comércio (RS)
- Prêmio “Excelência Franchising 2013”: 8ª vez para a rede Hering Store e 10ª para a rede PUC; realização ABF
- 500 MAIORES DO SUL 2013 é uma realização da AMANHÃ, com apoio técnico da PricewaterhouseCoopers (PwC).
- Prêmio “A melhor franquia do Brasil 2013”: novamente vencedora na categoria Vestuário, Calçados e Acessórios; realização Revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios, da editora Globo, em parceria com o Serasa.
- Prêmio Top of Mind 2013 (SC): vencedora na categoria “marca grife adulto”; realização Jornal A Notícia.
- “As Empresas Mais Admiradas do Brasil 2013”: Homenageada no segmento vestuário e confecção; promovido por Carta Capital.
- Ranking “As Melhores do Dinheiro Rural”: primeira colocada no setor têxtil.

- Ranking “As Marcas Brasileiras Mais Valiosas”: primeiro lugar pelo terceiro ano consecutivo; realização Interbrand.

11) COLABORADORES

Sabemos que uma empresa é também um elemento importante para transformação da sociedade e dos indivíduos. A busca de resultados, que é a razão de ser de toda companhia, deve estar aliada a práticas responsáveis do ponto de vista social e ambiental, de modo que o crescimento da organização possibilite o desenvolvimento de seus colaboradores, não comprometa a qualidade de vida das gerações atuais e futuras e signifique também o crescimento de todos os que estão à sua volta.

A Cia Hering está evoluindo em seus processos de Gestão de Pessoas de forma a refletir o alinhamento destes à Cultura e Estratégia de longo prazo, garantindo o engajamento de nossos colaboradores na busca por entregar valor a todos os *stakeholders*.

Em 2013 evoluímos nosso modelo organizacional para uma estrutura centrada na gestão de marcas, viabilizando maior foco em nossos negócios e aprimorando competências para sustentar nosso crescimento. Durante o ano continuamos a implementação do ciclo de gestão de pessoas, expandindo o processo a todos os gestores e consultores de franquia, implementando a estratégia e políticas de remuneração e benefícios, o desenho da arquitetura de desenvolvimento e o planejamento sucessório para as posições críticas. A Companhia finalizou o ano com 9.342 colaboradores.

12) PERSPECTIVAS

O ano de 2014 inicia com importantes desafios no cenário econômico, com incertezas em relação ao ambiente de consumo e pressões de custos a serem administradas. Nesse contexto, nosso objetivo para o ano será minimizar os impactos adversos em nossos resultados operacionais no curto prazo ao mesmo tempo que implementamos nosso novo modelo organizacional e trabalhamos na construção de novo ciclo de crescimento para nossas marcas. Dessa forma, reforçamos nossa confiança na capacidade de crescimento de nossas marcas e no potencial de geração de valor através do nosso modelo de negócios.

Na marca Hering, além da continuidade de expansão da rede Hering store, com a inauguração de 70 lojas no ano e da estratégia de aumento de penetração no varejo multimarcas, nosso plano de crescimento de SSS deve começar a apresentar impactos positivos a partir do segundo semestre, através das 4 frentes: (i) sortimento, (ii) planejamento, (iii) estilo e (iv) execução. No mercado infantil, seguiremos com a estratégia combinada das marcas Hering Kids e PUC além da expansão do formato Hering Kids com a abertura de 30 lojas no ano. Na dzarm., estamos trabalhando no desenvolvimento de um novo plano de negócios que deve ser finalizado ao longo dos próximos trimestres.

Em relação aos resultados, o crescimento de vendas deve ser parcialmente compensado pelo aumento de despesas operacionais em função dos investimentos em nossa nova estrutura de gestão de marcas bem como pelas pressões de custos. Assim nossos resultados operacionais devem crescer menos do que o crescimento esperado das vendas.

Independente dos desafios de curto prazo, continuamos apostando no crescimento orgânico, explorando o potencial de nossas marcas combinado com um modelo de negócios vencedor e que tem demonstrado alto poder de geração de valor. Seguimos confiante que a evolução em nossa estrutura organizacional nos ajudará a explorar as oportunidades de crescimento já identificadas bem como de desenvolver novas avenidas de crescimento.

13) ORÇAMENTO DE CAPITAL PROPOSTO PELA ADMINISTRAÇÃO

A Companhia está apresentando na tabela abaixo, o orçamento de capital para o exercício de 2014, em atendimento à Instrução Normativa 480/09, publicada pela CVM na data de 07 de dezembro de 2009.

Orçamento de Capital e Capital de Giro - R\$ mil	
Investimentos	99.951
Lojas	23.240
Industrial	29.851
Logística	6.731
Tecnologia da Informação	32.664
Outros	7.465
Total Geral	99.951
Fontes Próprias (Reserva de retenção de lucros)	99.951

14) AUDITORES INDEPENDENTES

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

15) ADERÊNCIA À CÂMARA DE ARBITRAGEM DO MERCADO

A Companhia, seus acionistas, administradores e membros do Conselho Fiscal (quando instalado), obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei nº 6.404/76, no Estatuto, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado.

Balço Patrimonial – IFRS

(R\$ mil)

ATIVO	2013	2012	PASSIVO e PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2013	2012
Circulante	934.994	851.186	Circulante	312.785	314.979
Caixa e equivalente de caixa	140.710	193.470	Empréstimos e financiamentos	2.092	24.555
Contas a receber de clientes	478.287	429.482	Fornecedores	153.138	154.688
Estoques	295.569	210.996	Salários e encargos sociais	36.641	36.191
Impostos a recuperar	11.466	13.241	Parcelamentos tributários e previdenciários	3.916	7.527
Outras contas a receber	8.577	3.574	Obrigações tributárias	62.711	50.559
Despesas antecipadas	385	423	Provisões para contingências e outras provisões	29.918	22.033
Não Circulante	363.964	331.148	Incentivos fiscais	16.840	11.614
Realizável a longo prazo	31.178	35.494	Dividendos a pagar	500	443
Aplicações financeiras	1.069	1.016	Outras contas a pagar	7.029	7.369
Títulos e contas a receber	8.145	6.798	Não Circulante	78.915	83.355
Impostos a recuperar	5.517	9.189	Exigível a longo prazo	78.915	83.355
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.447	18.491	Empréstimos e financiamentos	22.339	152
Imobilizado	278.117	256.486	Parcelamentos tributários e previdenciários	11.697	14.772
Intangível	54.669	39.168	Provisões para contingências e outras provisões	9.815	11.747
TOTAL DO ATIVO	1.298.958	1.182.334	Benefícios a empregados	9.507	19.121
			Incentivos fiscais	25.417	37.241
			Outras contas a pagar	140	322
			Patrimônio Líquido	907.258	784.000
			Capital social	239.435	235.974
			Reserva de capital	10.209	6.602
			Reserva de lucros	597.557	413.371
			Ajuste de avaliação patrimonial	10.064	8.170
			Dividendos adicionais propostos	49.993	119.883
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.298.958	1.182.334

Demonstração de Resultados - IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	4T12	4T13	Var. 4T13 / 4T12	2012	2013	Var. 2013 / 2012
Receita Líquida de Vendas	457.824	503.293	9,9%	1.491.316	1.679.779	12,6%
Custo dos Produtos Vendidos	(245.761)	(277.375)	12,9%	(812.137)	(921.234)	13,4%
Lucro Bruto	212.063	225.918	6,5%	679.179	758.545	11,7%
Despesas Operacionais	(88.101)	(97.292)	10,4%	(306.049)	(353.542)	15,5%
Vendas	(73.175)	(74.692)	2,1%	(243.043)	(261.977)	7,8%
Remuneração dos Administradores	(1.811)	(1.971)	8,8%	(7.006)	(7.546)	7,7%
Gerais e Administrativas	(9.079)	(14.679)	61,7%	(36.018)	(45.626)	26,7%
Depreciação e Amortização	(9.020)	(9.040)	0,2%	(34.266)	(33.991)	-0,8%
(-) Apropriada ao Custo	4.587	5.066	10,4%	16.978	18.272	7,6%
Participação nos Resultados	-	305	N.D	(3.691)	(17.125)	364,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	397	(2.281)	N.D	997	(5.549)	N.D
Lucro Antes das Financeiras	123.962	128.626	3,8%	373.130	405.003	8,5%
Receitas financeiras	14.984	16.304	8,8%	66.723	59.941	-10,2%
Despesas financeiras	(7.257)	(8.064)	11,1%	(29.384)	(31.182)	6,1%
Total resultado financeiro	7.727	8.240	6,6%	37.339	28.759	-23,0%
Lucro Operacional	131.689	136.866	3,9%	410.469	433.762	5,7%
Impostos Correntes - CSLL e IRPJ	(33.340)	(34.752)	4,2%	(95.911)	(116.654)	21,6%
Impostos Diferidos - CSLL e IRPJ	2.661	(419)	N.D	(3.544)	1.064	N.D
Lucro Líquido	101.010	101.695	0,7%	311.014	318.172	2,3%
Atribuível aos acionistas da Companhia	101.010	101.695	0,7%	311.014	318.172	2,3%
EBITDA	132.982	137.666	3,5%	407.396	438.994	7,8%

Fluxo de Caixa – IFRS

(R\$ mil)

R\$ Mil	4T12	4T13	2012	2013
Fluxo de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido do período	101.010	101.695	311.014	318.172
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Imposto de renda e contribuição social diferidos líquidos	(2.661)	419	3.544	(1.064)
Variação monetária, cambial e juros não realizados	540	477	2.803	1.421
Depreciação e amortização	9.020	9.040	34.266	33.991
Provisão para perda de créditos de liquidação duvidosa	1.844	1.552	2.247	5.519
Resultado na venda de ativos imobilizados e intangíveis	737	213	1.545	1.094
Plano de opção de compra de ações	943	1.001	2.691	3.607
Variações nos ativos e passivos				
(Aumento) em contas a receber de clientes	(108.560)	(106.411)	(69.862)	(54.324)
(Aumento) redução nos estoques	7.352	10.956	6.361	(84.573)
(Aumento) redução em impostos a recuperar	(2.414)	5.877	24	5.447
(Aumento) redução em outros ativos	188	(1.374)	5.558	(3.098)
Aumento (redução) em fornecedores	5.627	(18.411)	30.130	(1.550)
Aumento (redução) em contas a pagar e provisões	769	(19.207)	(1.069)	2.572
Aumento (redução) em IRPJ e CSLL	(11.622)	11.111	(15.071)	13.841
Aumento (redução) em obrigações tributárias	11.374	5.093	(1.824)	(14.973)
Juros pagos por empréstimos	(546)	(457)	(2.626)	(1.444)
Caixa líquido geradas pelas atividades operacionais	13.601	1.574	309.731	224.638
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisições de ativo imobilizado	(16.771)	(14.304)	(44.111)	(49.655)
Aquisições de ativo intangível	(7.122)	(7.387)	(19.378)	(22.562)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de investimento	(23.893)	(21.691)	(63.489)	(72.217)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Aumento de capital	-	-	6.095	3.461
Aplicações financeiras	(17)	(24)	(79)	(53)
Juros sobre capital próprio e dividendos pagos	(120.972)	(69.231)	(248.245)	(208.337)
Empréstimos tomados	1.012	1.734	10.440	25.278
Pagamento de empréstimos	(2.076)	(154)	(20.832)	(25.530)
Caixa líquido aplicadas nas atividades de financiamentos	(122.053)	(67.675)	(252.621)	(205.181)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	(132.345)	(87.792)	(6.379)	(52.760)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa				
No início do exercício	325.815	228.502	199.849	193.470
No fim do exercício	193.470	140.710	193.470	140.710
	(132.345)	(87.792)	(6.379)	(52.760)

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.