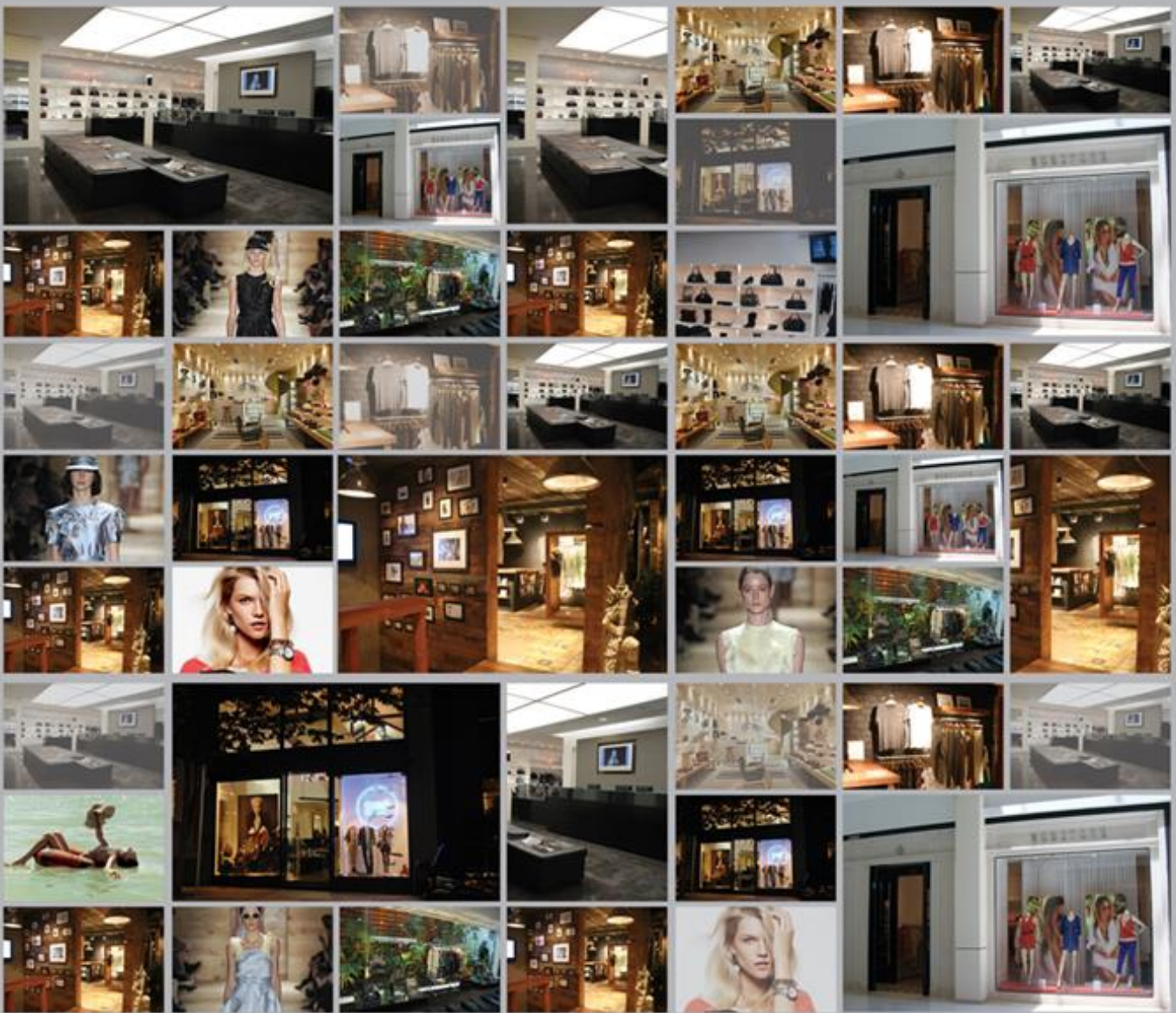


EARNINGS RELEASE 2T16



**EBITDA Ajustado de R\$ 8,4 milhões no 2T15 (Margem EBITDA de 4,7%) e
Receita Bruta com retração de 3,6% no semestre**

São Paulo, 15 de agosto de 2016 - A Inbrands S.A. (“Inbrands” ou “Companhia”), uma empresa brasileira consolidadora e operadora de marcas ícones de moda e “lifestyle”, anuncia hoje os resultados do 2º trimestre de 2016 (2T16). As informações da Companhia estão apresentadas de acordo com as práticas adotadas no Brasil e as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se ao mesmo período do ano anterior (2T15) e estão em milhares de Reais, exceto quando indicado de outra forma. Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis, além das informações descritas como históricas comparáveis, não foram revisadas pelos auditores independentes.

Relações com Investidores

Michel Sarkis
CEO

Rafael Grisolia
Diretor Financeiro e de RI

Tel.: (11) 2186-9000

Email: ri@inbrands.com.br

DESTAQUES DO PERÍODO

- A **Receita Bruta total** da companhia no **2T16** foi de **R\$ 231,4 milhões** com queda de 3,5% contra o mesmo período do ano anterior e de 3,6% no semestre, **próximo** ao observado no **1T16**, indicando **estabilidade** na queda de demanda.
- O indicador do **Same Store Sales (SSS)** fechou o trimestre com queda de -6,7%, mostrando evolução frente ao 1T16 com algumas marcas já demonstrando números positivos, pelo bom desempenho no dia dos namorados, e queda na temperatura que favoreceu a venda da coleção inverno.
- O EBITDA Ajustado no 2T16 foi de R\$ 8,4 milhões e Margem EBITDA ajustada de 4,7%.
- Redução de R\$ 33 milhões na dívida líquida em relação ao 1T16.
- Encerramos o período com 372 lojas, sendo 199 lojas próprias, 177 lojas franqueadas e 5.164 (5.595 no 1TR16) pontos de venda multimarcas.

Resumo do Resultado	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
Receita Bruta	231.337	239.776	-3,5%	502.849	521.748	-3,6%
Receita Líquida	178.631	188.708	-5,3%	393.546	416.130	-5,4%
Lucro Bruto	106.420	116.618	-8,7%	232.317	253.971	-8,5%
<i>Margem Bruta</i>	<i>59,6%</i>	<i>61,8%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>	<i>59,0%</i>	<i>61,0%</i>	<i>-2,0 p.p.</i>
EBITDA	5.106	17.334	-70,5%	23.493	52.758	-55,5%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>2,9%</i>	<i>9,2%</i>	<i>-6,3 p.p.</i>	<i>6,0%</i>	<i>12,7%</i>	<i>-6,7 p.p.</i>
Lucro Líquido	(43.536)	(10.396)	-318,8%	(72.546)	5.203	n/a
<i>Margem Líquida</i>	<i>-24,4%</i>	<i>-5,5%</i>	<i>-18,9 p.p.</i>	<i>-18,4%</i>	<i>1,3%</i>	<i>-19,7 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	8.391	17.377	-51,7%	29.645	52.931	-44,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>4,7%</i>	<i>9,2%</i>	<i>-4,5 p.p.</i>	<i>7,5%</i>	<i>12,7%</i>	<i>-5,2 p.p.</i>

Destaques do trimestre

Neste trimestre nossa receita bruta total teve retração de 3,5%, ainda com efeitos do declínio no cenário econômico com menor fluxo de clientes nos shoppings. A queda observada foi próxima a do 1T16 indicando um não agravamento neste trimestre da retração de nossa demanda. Nosso canal varejo apresentou uma receita bruta com queda de 0,8% frente ao mesmo período no ano anterior. Algumas de nossas marcas já apresentaram um bom crescimento como Bobstore, VR e Salinas. No canal Franquias tivemos queda na receita de 9,0% principalmente em função da antecipação de coleção que planejamos para o 1T16 e também função dos efeitos sobre a demanda e consumo, aumento do índice de inadimplência, restrição de crédito e alto custo de captação de recursos pelo patamar da taxa de juros que tornam as linhas de crédito escassas e menos atrativas para nossos parceiros. No canal atacado Multimarcas tivemos queda de 5,9% também pelos mesmos efeitos do cenário econômico adicionados ao nível ainda elevado de estoques de nossos parceiros lojistas.

O indicador "Same Store Sales (SSS)" apresentou uma queda de 6,7% neste 2T2016, enquanto que no 2T2015 este mesmo indicador apresentou um crescimento de 11,6%. Esse desempenho é muito afetado pelo momento econômico que o país atravessa com baixa confiança do consumidor e redução do fluxo de clientes nos *Shoppings*. Em contrapartida já vemos marcas nossas com VR e Bobstore mostrando indicadores de SSS positivos. Frentes como a evolução do nosso "supply chain", do planejamento do sortimento de loja, do treinamento, gestão e motivação da equipe de vendas, ajustes e incremento de qualidade em grupos de produtos, são exemplos de iniciativas que continuamos a executar com exaustão, para minimizar os efeitos da menor demanda.

A Companhia tem focado sua energia na melhoria de processos, eficiência nos gastos administrativos e redução do *sourcing* de produtos importados, de modo a reduzir nosso risco de exposição cambial, melhora na margem bruta e redução das apostas antecipadas de coleções. Também vimos colocando esforços significativos na otimização do nosso capital de giro, principalmente na redução do nível de estoques. Encerramos o trimestre com Estoque em quantidade 742 mil peças ou 21% menor do que o mesmo o mesmo período do ano passado. Fechamos o trimestre com uma queda em valor de aproximadamente R\$ 18 MM em nosso estoque se comparado ao mesmo período do ano anterior, o que gera impacto na receita do varejo, mas que melhora a condição de caixa da companhia.

O EBITDA ajustado do trimestre foi de R\$ 8,4 MM com margem de 4,7% e embora tenhamos ficado abaixo do mesmo período do ano passado, o resultado está em linha com nossas expectativas, dado o atual cenário macroeconômico.

A companhia tem uma característica de sazonalidade, dado o perfil das marcas que possui (mais masculino e mais forte no varejo), que concentra no 2º semestre do ano, parcela representativa de sua rentabilidade e geração de caixa. Historicamente o 2º trimestre na Inbrands é o período de menor atividade comercial e rentabilidade.

No trimestre, avançamos no processo documental e de execução de nossa 4ª emissão de debentures de R\$474M com a grande maioria de nossos credores. A liquidação final desta debenture aconteceu no último dia 15/08, o que permitirá a companhia seguir com sua estrutura de capital mais balanceada para os próximos anos, e dado o compromisso de capitalização futura de nossos acionistas assumido junto aos credores.

Rede de Distribuição

Rede de Distribuição	Lojas Próprias			Franquias			Clientes Multimarcas		
	2T16	2T15	Var. (%)	2T16	2T15	Var. (%)	2T16	2T15	Var. (%)
Ellus e Ellus Second Floor	51	50	2,0%	31	28	10,7%	2.118	2.013	5,2%
Richards e Selaria Richards	56	55	1,8%	33	33	0,0%	533	558	-4,5%
VR e VR Kids	32	27	18,5%	31	30	3,3%	770	805	-4,3%
Salinas	15	13	15,4%	24	23	4,3%	311	274	13,5%
Alexandre Herchcovitch	1	1	0,0%	-	-	0,0%	23	30	-23,3%
Bobstore	19	14	35,7%	38	42	-9,5%	444	508	-12,6%
Mandi	5	4	25,0%	-	-	0,0%	133	294	-54,8%
Tommy	12	8	50,0%	20	19	5,3%	832	1.279	-34,9%
Brands House (*)	8	6	33,3%	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Total Geral	199	178	11,8%	177	175	1,1%	5.164	5.761	-10,4%

(*) Tratam-se de lojas outlet com todas as marcas da Inbrands

A companhia ao longo de 2015 expandiu sua rede de distribuição, abrindo novas lojas e assumiu algumas lojas franqueadas, onde a performance requeria uma atuação de melhor desempenho. Assim, adicionamos 21 novas lojas em comparação com 2T15. As lojas abertas nos últimos doze meses foram em locais de excelente exposição e certamente vem contribuindo para a melhoria de posicionamento de nossas marcas, além de estarem ajudando na contribuição da receita bruta em face da retração de demanda do ano e dos impactos de SSS.

Na rede de parceiros franqueados, tivemos um aumento de duas lojas no período. Este crescimento, dado o período desafiador no cenário macroeconômico brasileiro, a própria expectativa não muito positiva de curto prazo e a confiança do consumidor em geral ainda baixa, nos mostra que obtivemos sucesso nas alavancas que ajustamos junto a nossa rede de franqueados, resultando em uma rede mais sustentável e resiliente.

Receita Bruta

Receita Bruta	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
Receita Bruta Total	231.337	239.776	-3,5%	502.849	521.748	-3,6%
Por Marca						
Ellus e Ellus Second Floor	76.812	76.897	-0,1%	165.822	170.225	-2,6%
Richards e Selaria Richards	66.919	80.359	-16,7%	151.463	169.171	-10,5%
VR e VR Kids	36.772	35.060	4,9%	78.163	77.117	1,4%
Bobstore	33.621	26.046	29,1%	69.335	60.978	13,7%
Mandi	2.489	4.750	-47,6%	4.079	8.488	-51,9%
Salinas	8.651	8.159	6,0%	23.648	20.980	12,7%
Alexandre Herchcovitch	432	1.362	-68,3%	1.748	2.880	-39,3%
Total marcas	225.696	232.633	-3,0%	494.258	509.839	-3,1%
Luminosidade	4.798	5.251	-8,6%	6.522	7.801	-16,4%
Outras receitas	843	1.891	-55,4%	2.069	4.108	-49,6%
Total outras unidades de negócio	5.641	7.142	-21,0%	8.591	11.909	-27,9%
Por Canal						
Franquias	18.973	20.844	-9,0%	52.087	56.849	-8,4%
Multimarcas	59.615	63.346	-5,9%	148.102	155.632	-4,8%
Lojas Próprias	140.133	141.254	-0,8%	280.336	280.894	-0,2%
E-commerce	6.975	6.384	9,3%	13.733	14.907	-7,9%
Conteúdo de Moda	4.798	5.251	-8,6%	6.522	7.801	-16,4%
Outros	843	2.696	-68,7%	2.069	5.664	-63,5%

Same Store Sales	2T16
Ellus e Ellus Second Floor	-6,6%
Richards e Selaria Richards	-16,6%
VR e VR Kids	16,8%
Bobstore	5,4%
Mandi	-20,4%
Salinas	9,7%
Alexandre Herchcovitch	-27,6%
Tommy Hilfiger	-7,5%
Brands House (*)	-1,1%
TOTAL	-6,7%

(*) Tratam-se de lojas outlet com todas as marcas da Inbrands

Evolução por marca

Ellus e Ellus 2nd Floor: A receita bruta das marcas Ellus e Ellus 2nd Floor ficou *flat* no 2T16 quando comparado ao 2T15 em consequência do desempenho dos canais Franquias e Varejo. As incertezas no cenário macroeconômico e no desempenho do varejo de moda no Brasil e um *sell out* menor em nossos parceiros franqueados levaram a uma postura mais conservadora na compra realizada por clientes. No varejo, a marca apresentou uma queda de SSS de -6,6%, unicamente pelas lojas outlet da marca, em virtude do volume muito menor de produtos off disponibilizados para venda, em especial no masculino. O canal atacado multimarca cresceu 3% minimizando os impactos dos canais Varejo e Franquias.

Richards e Selaria Richards: As marcas apresentaram queda em receita bruta de -16,7% no 2T16 quando comparado com o mesmo período do ano anterior. Embora tenhamos retraído os canais de franquias e multimarcas, o principal efeito foi no canal varejo em função da maior concentração de vendas neste canal, aproximadamente de 80%. Essa redução nas vendas está relacionada, principalmente, a uma queda no fluxo de clientes nas lojas da marca, mas também porque reduzimos o número de SKU's no outono/inverno quando ajustamos o patamar de compra de produtos em função de uma nova perspectiva de venda. Com isso, a oferta de variedade dos clientes e a frequência de novidades durante a estação foi sentida pelos clientes. Isso foi melhor balanceado no verão para evitar esse impacto nas coleções futuras. Além disso, a Richards é nossa marca com maior percentual de importado. Nossos preços foram revisados no plano de lançamento da estação, de modo a reduzir impacto de aumento de custos. Situação que vem se estabilizando na estação que entra em função das melhores negociações, da queda do dólar mais recente e da redução do percentual de importados na coleção. Por último, nossa gestão mais apertada de estoque evitando sobras de coleção, fez com que nossa disponibilidade de produtos off, em especial em nossas lojas outlet da Richards, composto nesse resultado de SSS do varejo, fosse muito menor que em 2015. Assim, por mais que tenhamos impacto no SSS da marca, esse redução do off contribuiu para a melhoria da posição de caixa da companhia pela redução do capital de giro empregado. Encerramos o trimestre com o estoque em peças 35% a menor que o mesmo período do ano anterior. Por esses efeitos o SSS retraiu 16,6% no 2T16 crescimento de 11% realizado no 2T15.

VR e VR Kids: A receita bruta das marcas VR e VR Kids apresentou um crescimento de 4,9% no 2T16. No varejo, a marca apresentou um SSS de +16,8 Começamos a observar, e capturar, resultados importantes de frentes endereçadas nos últimos períodos na marca, como por exemplo: frentes de planejamento comercial, *supply chain* e *marketing*. O canal franquias também apresentou crescimento com duplo dígito no período e o canal multimarca teve retração.

Bobstore: No 2T16 houve um aumento na receita bruta de 29,1% versus o 2T15. Este crescimento na receita bruta se dá principalmente pelo aumento no número de lojas próprias, que passou de 14 lojas para 19 lojas no período, algumas delas de grande posicionamento e visibilidade como Oscar Freire (SP), Shopping Morumbi (SP), Shopping Leblon (RJ) e Village Mall (RJ). O índice SSS cresceu 5,4% no 2T15. Os canais franquias e multimarcas apresentaram crescimento de 15% e 41% respectivamente.

Salinas: A marca apresentou um aumento na receita bruta de 6% no 2T16 contra o 2T15. No varejo, tivemos um crescimento de SSS de 9,7% neste 2T16. No canal franquias também tivemos um desempenho com crescimento de duplo dígito e queda no canal multimarcas. O clima contribuiu e os ajustes de sortimento e produção em nossa fábrica vem tornando a operação cada vez mais fluida e consistente.

Mandi: A redução de 47,6% no faturamento do 1T16 foi resultado do encerramento de lojas próprias, fruto da decisão de congelar a operação da marca e colocá-la em status de análise de posicionamento de mercado, aguardando um melhor momento de consumo.

Tommy Hilfiger: Receita registrou queda de 14,5% no 2T16 se compararmos com 2T15. O Canal Varejo foi destaque com crescimento de 45%, porém com apenas 35% de participação nas vendas totais. O aumento do varejo vem das 4 novas lojas abertas no final de 2015, dentre elas uma *“Flagship”* na Rua Oscar Freire e uma loja conceito no Shopping Iguatemi JK. Nas lojas comparáveis as vendas (SSS), houve uma redução de -7,5% muito em função de queda no fluxo de clientes nas lojas. Não consolidamos a receita da Tommy Hilfiger na receita da Inbrands por termos 50% da sociedade. O resultado vem por equivalência patrimonial.

Evolução por canal

Varejo (Lojas Próprias): Nossa receita bruta neste canal caiu 0,8% no 2T16 em relação ao 2T15, em função de pontos já comentados dentro de cada marca no capítulo anterior, porém catalisados pelas questões de consumo envolvidos no cenário macroeconômico geral. Nosso SSS cedeu em 6,7% no período, sobre uma base que havia crescido 11,6% no 2T15. As lojas Outlets, dedicadas a vender produtos de coleções anteriores, perceberam as maiores quedas no varejo da Companhia. Esta queda se deu por uma menor oferta de produtos off neste canal por um volume de estoque significativamente mais baixo, consequência de menores sobras nas últimas coleções, que apesar de reduzir as vendas, tem impacto muito positivo na geração de caixa.

Atacado (Franquias e Multimarcas): A receita bruta do canal teve retração de 6,7% no 2T16 em relação ao 2T15. No canal Franquias retraímos 9% e o canal Multimarcas teve uma redução no trimestre de 5,9% em relação ao mesmo período no ano anterior, em decorrência da baixa expectativa de vendas motivada pelo cenário político econômico desfavorável e aliado a um alto nível de estoques por parte de nossos parceiros empreendedores lojistas e baixa oferta de crédito e inadimplência.

E-commerce: No 2T16 a operação de e-commerce apresentou uma performance de +9,3%, na Receita Bruta, em relação ao mesmo período do ano passado. Destacam-se positivamente os resultados das marcas Bobstore, Salinas e Tommy, com forte crescimento em receita e taxa de conversão, alavancados principalmente pela boa cobertura de estoque, que se deve a melhora no processo de compras para o canal de e-commerce, forte atuação nas redes sociais e ótima qualidade na fotografia dos looks e produtos da coleção. Um outro destaque importante é uma consistente migração do fluxo de visitas nos sites para o canal mobile que apresenta, segundo o relatório *webshoppers* do e-bit, uma taxa de conversão um terço menor do que a taxa de conversão do canal de aquisição desktop. Este fato tem afetado negativamente principalmente a Richards que já é uma marca bastante madura na operação do canal e-commerce e que corresponde por aproximadamente 50% do total da operação deste canal. Para tratar deste ponto relevante, estamos revendo a experiência de compra nos sites móveis para torna-los mais objetivos e cuidando para que todas as comunicações enviadas por e-mails sejam construídas seguindo a lógica do uso de um smartphone. Em relação aos projetos estruturantes finalizamos a migração da segunda marca para a nova plataforma de e-commerce (Salinas) e começamos os processos de homologação envolvidos para a migração das lojas on-line da Bobstore e Richards que acontecerão no segundo semestre de 2016. Em relação ao projeto piloto de estoque integrado, que possibilita a comercialização de estoque do e-commerce nas lojas físicas, conseguimos estabilizar a tecnologia envolvida, estender o piloto para quatro marcas (Richards, Ellus, Tommy e Bobstore) e preparar mais treze lojas para receber o projeto. Além disso, iniciamos o desenvolvimento do protótipo de pagamento móvel e a versão do estoque integrado para funcionar sob o sistema operacional android, o que reduzirá bastante os custos de implantação em toda a rede.

Lucro Bruto

Lucro Bruto e Margem Bruta	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
Lucro Bruto	106.420	116.618	-8,7%	232.317	253.971	-8,5%
<i>Margem Bruta</i>	<i>59,6%</i>	<i>61,8%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>	<i>59,0%</i>	<i>61,0%</i>	<i>-2,0 p.p.</i>

O lucro bruto diminuiu 8,7% no 2T16 quando comparado ao 2T15, totalizando R\$ 106,4 milhões (59,6% da receita líquida). Tivemos uma queda de R\$ 10 milhões versus o mesmo período no ano anterior. Além do fator de menor volume de vendas registrado no período, o maior impacto é proveniente da queda na margem no canal Varejo, principalmente em função de: a) aumento de custos dos produtos importados em função do patamar do dólar mais elevado durante o primeiro trimestre quando houve a entrada da coleção outono/inverno e que devido ao momento econômico com menor demanda, não conseguimos repassar em sua totalidade para o preço de venda; b) antecipação da liquidação de inverno na última semana de Junho; e c) impacto da venda dos produtos de outlet e off, uma vez que otimizando estoques e gerando mais caixa, vendemos camadas mais antigas de estoque off que tem margens mais baixas.

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	(99.651)	(99.662)	0,0%	(202.936)	(200.538)	1,2%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-55,8%</i>	<i>-52,8%</i>	<i>3,0 p.p.</i>	<i>-51,6%</i>	<i>-48,2%</i>	<i>3,4 p.p.</i>
Despesas de Vendas	(77.360)	(77.945)	-0,8%	(160.021)	(157.285)	1,7%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-43,3%</i>	<i>-41,3%</i>	<i>2, p.p.</i>	<i>-40,7%</i>	<i>-37,8%</i>	<i>2,9 p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(22.291)	(21.717)	2,6%	(42.915)	(43.253)	-0,8%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-12,5%</i>	<i>-11,5%</i>	<i>1, p.p.</i>	<i>-10,9%</i>	<i>-10,4%</i>	<i>0,5 p.p.</i>

Nossas despesas de vendas, gerais e administrativas aumentaram 2,4% no 2T16 contra o 2T15. Em percentual da receita líquida apresentamos um aumento de 3,0 p.p., este aumento foi causado em função da queda da receita e seu impacto sobre a parte de nossas despesas fixas, mas foi amenizado pelos esforços feitos pela companhia para redução de despesas.

As despesas com vendas foram impactadas por aluguéis que embora tenham uma relação direta com vendas, ela não cai proporcional em função do valor mínimo exigido por parte dos contratos existentes. Outra linha de despesas representativa é o gasto com pessoal que recebeu aumento pelo dissídio de 9% no final de 2015 e a remuneração de vendedores, que embora tenha caído em função da receita, também tem piso da categoria respeitado. Nossos gastos com marketing se mantiveram no mesmo patamar de 2015 a fim de continuar o reforço de posicionamento das marcas e amenizar o impacto da menor demanda.

Com relação as despesas Gerais e Administrativas tivemos um aumento de 2.6%, mesmo com pressão inflacionária em torno de 9% demonstra os esforços feitos através do nosso projeto de otimização do “back office” e ganho de eficiência operacional.

EBITDA e Margem EBITDA

Reconciliação EBITDA	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
Lucro Líquido	(43.536)	(10.396)	-318,8%	(72.546)	5.203	-1494,3%
(-) IR e CSLL	1.043	(8.697)	112,0%	4.589	(20.713)	122,2%
(-) Receita Financeira Líquida	33.894	24.146	40,4%	64.315	44.059	46,0%
(-) Depreciações e Amortizações	13.705	12.281	11,6%	27.135	24.209	12,1%
(=) EBITDA	5.106	17.334	-70,5%	23.493	52.758	-55,5%
Margem EBITDA	2,9%	9,2%	-6,3 p.p.	6,0%	12,7%	-6,7 p.p.

Nosso EBITDA no 2T16 foi de R\$ 5,1 milhões (margem EBITDA de 2,9%). Queda de 70,5% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, sendo o lucro bruto em função do menor volume o principal responsável.

A Companhia, em seu gerenciamento do negócio, entende que os eventos abaixo devem ser desconsiderados para melhor refletir os resultados de suas operações:

EBITDA Ajustado	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
EBITDA	5.106	17.334	-70,5%	23.493	52.758	-55,5%
(+) Plano de Stock Options (1)	9	43	-79,1%	9	173	-94,8%
(+) Despesas não recorrentes (2)	3.276	-	100,0%	6.143	-	100,0%
(=) EBITDA Ajustado	8.391	17.377	-51,7%	29.645	52.931	-44,0%
Margem EBITDA	4,7%	9,2%	-4,5 p.p.	7,5%	12,7%	-5,2 p.p.

Em linha com a Instrução CVM 527 a Companhia passa, a partir do 4T12, a fazer a reconciliação do EBITDA conforme referida Instrução. De acordo com o parágrafo 4º desta Instrução, optamos por utilizar o EBITDA AJUSTADO, visando demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa nas atividades da Companhia, sendo que os ajustes efetuados não representam uma saída de caixa ou não são recorrentes e decorrem de transações pontuais realizadas pela Companhia:

- (1) Efeito econômico (não caixa) do plano de stock options para funcionários;
- (2) Despesas extras do trimestre com ajustes de inventários, mudança de fábrica etc...

O EBITDA ajustado no 2T16 foi de R\$ 8,4 milhões (Margem EBITDA ajustada de 4,7%) e embora apresente uma queda frente ao ano anterior está em linha com a nossa previsão desenhado para o trimestre, diante dos impactos ocorridos na receita a companhia e no lucro bruto.

Resultado Financeiro

Nosso resultado financeiro líquido passou de R\$ 24,1 milhões de despesas no 2T15 para R\$ 33,9 milhões de despesa no 2T16. Esta piora no resultado financeiro é decorrente de variação cambial no período em consequência de hedge cambial negociado entre outubro e novembro de 2015 e aos juros relacionados sobre o endividamento com o alto e atual patamar da taxa básica de juros do país.

Lucro / (Prejuízo) Líquido

No 2T16 registramos um prejuízo líquido de R\$ 43,5 milhões (-24,4 % da receita líquida) em comparação com o prejuízo líquido de R\$ 10,4 milhões no 2T15 (-5,6 % da receita líquida).

Endividamento

No 2T16 nossa dívida bruta foi de R\$ 590,8 milhões e R\$ 41,4 milhões de caixa e aplicações financeiras totalizando uma dívida líquida de R\$ 549,3 milhões, com crescimento de 19,7 % em comparação com o fechamento de 2015 (R\$ 458,8 milhões). As maiores razões deste aumento se deram em função do período sazonal tanto de “build-up” de estoques como de menor demanda comparada ao fim de 2015, além da necessidade que tivemos de capitalizar nossa JV com a Tommy em parceria com nossos sócios.

Na comparação com o 1T16 tivemos uma redução importante de R\$ 33 milhões na dívida líquida mesmo considerando sazonalidade. Variáveis chave de capital de giro como estoques e contas a pagar foram as principais alavancas deste resultado.

No dia 15/08, fizemos com sucesso a liquidação de nossa debenture de 4ª emissão, no valor de R\$ 474 milhões, com quase a totalidade de nossos credores, concluindo assim, o alongamento de nossa atual dívida de curto prazo. Os vencimentos de principal iniciarão em 2018 e quitação final em 2019. Esta nova debenture assim como o compromisso de capitalização de nossos investidores no valor de R\$ 100 milhões no tempo, reforçam a estrutura de capital da empresa, em especial no cenário macro e de crédito atual.

Posição de caixa e endividamento	2T16	1T16	2015	Var. (%) 2T16x1T16	Var. (%) 1T16x2015
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	41.466	22.227	93.696	86,6%	-76,3%
Dívida total	590.800	604.584	552.433	-2,3%	9,4%
Curto Prazo	531.546	545.265	552.433	-2,5%	-1,3%
% total	90,0%	90,2%	100,0%	-0,2 p.p.	-0,1 p.p.
Longo Prazo	59.254	59.319	-	-0,1%	0,0%
% total	10,0%	9,8%	0,0%	0,2 p.p.	0, p.p.
Dívida Líquida	549.334	582.357	458.737	-5,7%	26,9%

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL	1S16	2015	Var. (%)	BALANÇO PATRIMONIAL	1S16	2015	Var. (%)
ATIVO				PASSIVO			
CIRCULANTE				CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	41.466	93.696	-55,7%	Fornecedores	35.791	23.033	55,4%
Contas a receber	139.210	146.684	-5,1%	Obrigações Decorrente de Compra de Mercadoria e Serviços	47.683	56.573	-15,7%
Estoques	235.211	225.512	4,3%	Empréstimos e financiamentos	531.546	552.433	-3,8%
Impostos a recuperar	53.938	47.095	14,5%	Obrigações trabalhistas	31.644	32.836	-3,6%
Créditos diversos	9.146	11.232	-18,6%	Obrigações tributárias	43.327	30.545	41,8%
Total do ativo circulante	478.971	524.219	-8,6%	Contas a pagar	42.690	55.986	-23,7%
				Parcelamento de tributos	2.854	2.980	-4,2%
NÃO CIRCULANTE				Adiantamento de clientes	1.767	1.228	43,9%
Realizável a longo prazo:				Dividendos a pagar	5.689	5.689	0,0%
IR Diferido Ativo	432	963	-55,1%	Total do passivo circulante	742.991	761.303	-2,4%
Depósitos judiciais	3.249	4.242	-23,4%				
Impostos a recuperar LP	4.831	4.831	0,0%	NÃO CIRCULANTE			
Partes relacionadas	54.178	48.366	12,0%	Contas a pagar	1.020	1.282	-20,4%
Investimentos	38.224	33.495	14,1%	Empréstimos e financiamentos	59.254	-	0,0%
Imobilizado	123.170	119.973	2,7%	Provisão para contingências	7.513	10.917	-31,2%
Intangível	287.859	287.325	0,2%	Parcelamento de tributos	17.089	16.793	1,8%
Ágio	233.202	233.202	0,0%	IR e CS diferidos	35.264	32.800	7,5%
Total do ativo não circulante	745.145	732.397	1,7%	Total do passivo não circulante	120.140	61.792	94,4%
TOTAL DO ATIVO	1.224.116	1.256.616	-2,6%	PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
				Capital social	286.934	286.934	0,0%
				Reserva especial de ágio	49.954	49.954	0,0%
				Reservas de lucros	30.525	103.003	-70,4%
				Participação não controladora	(6.428)	(6.370)	-0,9%
				Total do patrimônio líquido	360.985	433.521	-16,7%
				TOTAL DO PASSIVO E PL	1.224.116	1.256.616	-2,6%

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	2T16	2T15	Var. (%)	1S16	1S15	Var. (%)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	178.631	188.708	-5,3%	393.546	416.130	-5,4%
CUSTO DAS MERCADORIAS E DOS SERVIÇOS VENDIDOS	(72.211)	(72.090)	0,2%	(161.229)	(162.159)	-0,6%
LUCRO BRUTO	106.420	116.618	-8,7%	232.317	253.971	-8,5%
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS	(115.019)	(111.565)	-3,1%	(235.959)	(225.422)	-4,7%
Despesas de Vendas	(77.360)	(77.945)	-0,8%	(160.021)	(157.285)	1,7%
Despesas Gerais e administrativas	(22.291)	(21.717)	2,6%	(42.915)	(43.253)	-0,8%
Depreciações e amortizações	(13.705)	(12.281)	11,6%	(27.135)	(24.209)	12,1%
Equivalência patrimonial	(1.573)	(74)	-2025,7%	(2.771)	(1.140)	-143,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(90)	452	-119,9%	(3.117)	465	-770,3%
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(8.599)	5.053	-270,2%	(3.642)	28.549	-112,8%
RESULTADO FINANCEIRO	(33.894)	(24.146)	-40,4%	(64.315)	(44.059)	-46,0%
Despesas financeiras	(37.807)	(28.270)	33,7%	(71.147)	(55.147)	29,0%
Receitas financeiras	4.385	3.040	44,2%	8.564	6.569	30,4%
Variação cambial, líquida	(472)	1.084	-143,5%	(1.732)	4.519	-138,3%
LUCRO ANTES DO IR E CS	(42.493)	(19.093)	-122,6%	(67.957)	(15.510)	-338,1%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL						
Correntes	(524)	(653)	-19,8%	(1.494)	(1.912)	-21,9%
Diferidos	(519)	9.350	-105,6%	(3.095)	22.625	-113,7%
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(43.536)	(10.396)	-318,8%	(72.546)	5.203	-1494,3%
ATRIBUÍVEL A						
Proprietários da controladora	(43.651)	(10.390)	320,1%	(72.488)	5.502	1417,5%
Participações não controladoras	115	(6)	-2016,7%	(58)	(299)	-100,0%

FLUXO DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA		1S16
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
EBITDA		23.493
Varição nos ativos e passivos operacionais:		
Contas a Receber		10.099
Estoques		(9.699)
Fornecedores		3.868
Contas a Pagar		(22.973)
Obrigações e direitos tributários		4.515
Var. outros ativos e passivos		3.017
(=) Fluxo de Caixa Operacional		12.320
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO E CUSTO DA ESTRUTURA DE CAPITAL		
Atividades de Investimentos		
Adições do ativo imobilizado		(13.536)
Adições do ativo intangível		(20.337)
Participação em controladas e coligadas		(4.729)
Custo da estrutura de capital		
Custo Financeiro		(64.315)
(=) Fluxo de Caixa de investimentos e custo de ca		(102.917)
(=) Geração de caixa do negócio		(90.597)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Pagamento de empréstimos		(170.052)
Captação e atualização de empréstimos		208.419
(=) Fluxo de Caixa de Financiamentos		38.367
(=) Aumento ou Diminuição de Caixa		(52.230)
<i>Saldo inicial</i>		<i>93.696</i>
<i>Saldo final</i>		<i>41.466</i>

Aviso/Disclaimer

As declarações contidas neste comunicado relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais/financeiros, potencial de crescimento da Companhia e relativas às estimativas de mercado e macroeconômicas constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico geral do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.