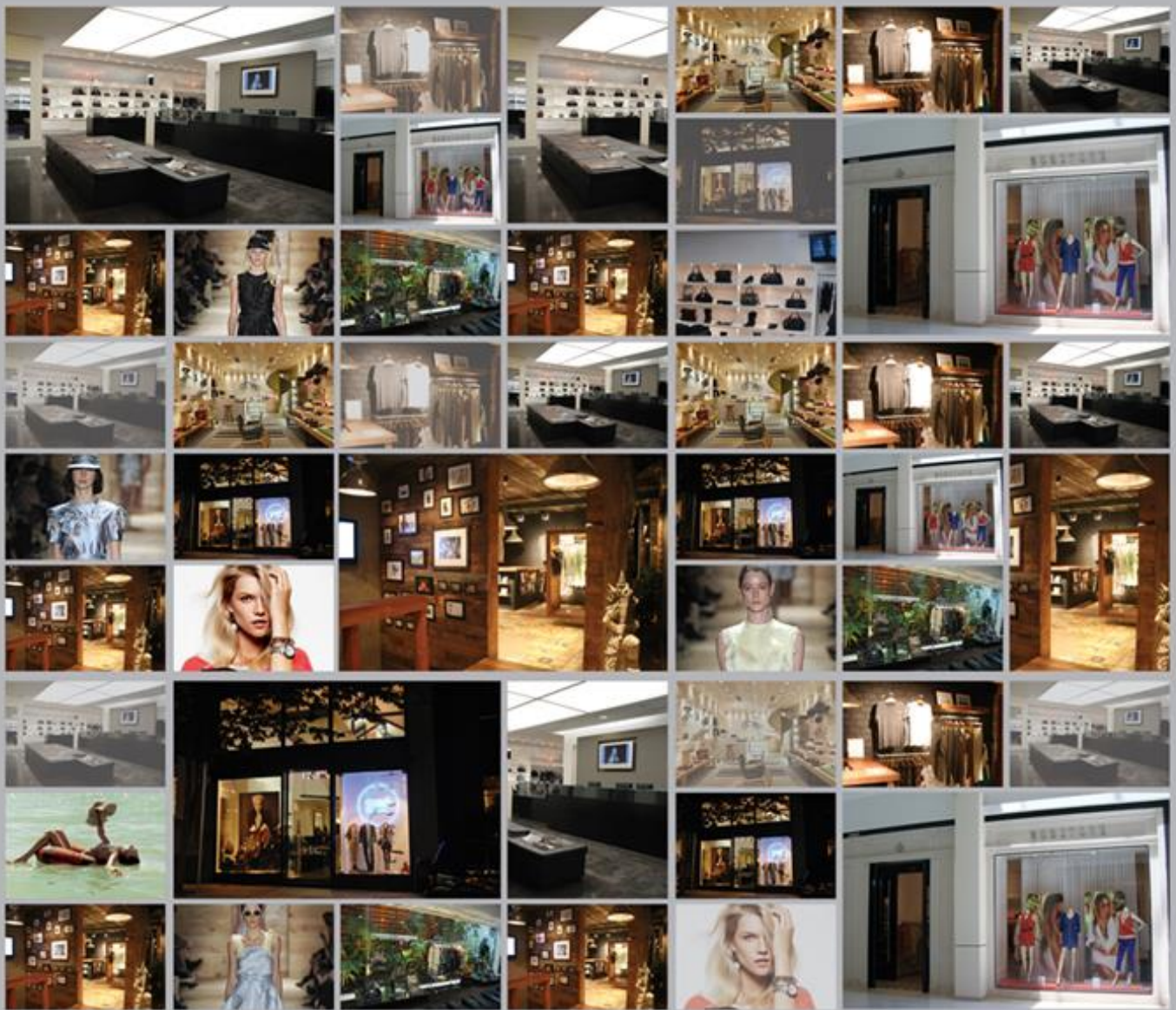


EARNINGS RELEASE 2014



Receita Bruta de R\$ 1,2 bilhão em 2014
EBITDA Ajustado de R\$ 194,1 milhões em 2014 (21% da Receita Líquida)

São Paulo, 25 de março de 2015 - 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 4º trimestre de 2014 (4T14). 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 (4T13) 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

- Resultado expressivo de "**Same Store Sales**" (SSS) de **6,2%** no **4T14** e **10,4%** em **2014**.
- A **Receita Bruta do Varejo** atingiu no trimestre **R\$ 205,3 milhões**, crescendo 6,2% vs. 4T13. No ano, a Receita Bruta do Varejo cresceu 10.9%, atingindo R\$ 588,5 milhões. A **Receita Bruta do Atacado** chegou a **R\$ 108,4 milhões no trimestre**, com crescimento de 0.1%. No ano a Receita Bruta do Atacado foi de R\$ 492,0 milhões, queda de 5,5%.
- A **Receita Bruta total** da companhia em 2014 foi de **R\$ 1.168,0 milhões** com crescimento de 2,1% contra o ano anterior e queda de 1.9% na comparação de trimestres.
- No ano, o **EBITDA Ajustado** foi de **R\$ 194,1 milhões**, com um crescimento de 38,2% vs. 2013 (**Margem EBITDA** ajustada de **21%**, melhor indicador de **rentabilidade histórico**). O **Lucro líquido** do ano foi de **R\$ 33,9 milhões** e distribuição de R\$8.1 milhões de **dividendos**.
- Geração de **R\$ 102,4 milhões** de **caixa operacional** em 2014, com melhora no índice de **alavancagem** de 2,6 X dívida/Ebitda em 2013 para **2,1 X** em 2014.
- Encerramos o período com 173 lojas próprias, 175 lojas franqueadas e 5.154 pontos de venda multimarcas.

Resumo do Resultado	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Receita Bruta	332.045	338.598	-1,9%	1.167.965	1.143.806	2,1%
Receita Líquida	256.801	260.319	-1,4%	928.535	905.939	2,5%
Lucro Bruto	165.548	164.805	0,5%	567.159	562.380	0,8%
<i>Margem Bruta</i>	<i>64,5%</i>	<i>63,3%</i>	<i>1,2 p.p.</i>	<i>61,1%</i>	<i>62,1%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>
EBITDA	77.977	52.243	49,3%	177.768	127.291	39,7%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>30,4%</i>	<i>20,1%</i>	<i>10,3 p.p.</i>	<i>19,1%</i>	<i>14,1%</i>	<i>5,1 p.p.</i>
Lucro Líquido	25.211	25.785	-2,2%	33.916	36.925	-8,1%
<i>Margem Líquida</i>	<i>9,8%</i>	<i>9,9%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>3,7%</i>	<i>4,1%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	83.504	55.745	49,8%	194.073	140.442	38,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>32,5%</i>	<i>21,4%</i>	<i>11,1 p.p.</i>	<i>20,9%</i>	<i>15,5%</i>	<i>5,4 p.p.</i>

Destaques do ano

Encerramos o ano de 2014 de forma bastante positiva, atingindo os objetivos que nos propomos no final de 2013. Subimos mais um degrau em nossa capacidade de gestão, de geração de rentabilidade e caixa nesse ano, tornando ainda mais sólida nossa posição como plataforma de operação de marcas. Cumpre ressaltar que este desempenho acontece em um cenário econômico desafiador, com menor consumo e ainda com impactos de eventos como a copa do mundo e as eleições.

Os resultados obtidos durante o ano de 2014, e de forma mais destacada em nosso varejo, reforçam a consistência das melhorias que conseguimos implementar, desde 2013. Os projetos de desenvolvimento na companhia, vieram aumentar nossa eficiência na operação e na atividade comercial. Capturamos sinergias comerciais com frentes de desenvolvimento dos nossos canais de vendas. Hoje atuamos com estrutura muito bem preparada e com expertise nos cinco principais canais de distribuição da companhia: lojas próprias, franquias, atacado multimarcas, outlets e e-commerce. Vimos conseguindo oportunizar esses canais em todas as nossas marcas, buscando crescimento de acordo com o estágio de desenvolvimento e maturidade de cada marca. Expandimos linhas de produtos e intensificamos os investimentos em melhorias das nossas lojas.

O sólido crescimento do “Same Store Sales (SSS)” tanto neste trimestre (com 6,2% de aumento se comparado com o 4T13) quanto no acumulado do ano (que apresenta um crescimento de 10,4% contra o mesmo período do ano anterior) são resultados desse trabalho de organização e atuação enquanto plataforma. Marcas com operações relevantes no varejo, como a Richards e Salinas, apresentaram resultados significativos neste canal, com crescimentos de SSS de 16,4% e 22,5% respectivamente no acumulado do ano. O melhor planejamento de sortimento, do funcionamento da cadeia de suprimento e a melhor *performance* comercial em nossa rede, são exemplos de atividades que foram aprimoradas nesse período e contribuíram para os resultados obtidos.

Nossa receita bruta no varejo no 4T14 cresceu 6,2 % em nossas lojas próprias (saindo de R\$ 193,2 milhões no 4T13 para R\$ 205,3 milhões neste trimestre). Já o canal de atacado (multimarcas e franquias), que tem relevância no resultado da Inbrands, apresentou uma queda de 5,5% em relação ao ano anterior. Esta receita menor se deve a um ajuste em nossa base de franquias contra o ano anterior (saímos 186 em 2013 para 175 em 2014), sendo que parte destas franquias foram estrategicamente transformadas em lojas próprias. Adicionalmente, observamos ao longo do ano alguma retração de compras por parte dos lojistas multimarcas, aguardando uma melhor sinalização do consumo de vestuário no Brasil. Nossa receita bruta total em 2014 foi de R\$ 1.168 milhões com crescimento de 2,1% em relação ao ano anterior.

O ano de 2014 foi marcado por uma acentuada melhora do EBITDA Ajustado contra o ano anterior. Atingimos R\$194,1 milhões (com uma Margem EBITDA de 21%), se caracterizando como o melhor indicador de rentabilidade histórico da companhia. De forma ampla, após seu 1º ciclo de aquisições, concluído no 1º. semestre de 2012, a Inbrands vem evoluindo consistentemente em seu desempenho econômico-financeiro, com geração de caixa e lucro. Geramos no ano de 2014 R\$102,4 milhões de caixa operacional, com melhorias em nosso capital de giro, com relação a dias de estoque e prazo com fornecedores. Nosso lucro líquido acumulado no ano foi de R\$33,9 milhões, mantendo um bom nível de lucratividade e permitindo a distribuição de dividendos. O nível de endividamento se mostrou em patamares abaixo do ano passado e dentro dos nossos objetivos de estrutura de capital, quando medido em relação a nosso EBTIDA dos últimos 12 meses. Reduzimos o nível de alavancagem de 2,6 X dívida líquida/Ebitda em 2013 para 2,1 X em 2014.

Embora os resultados de nossa operação da marca Tommy Hilfiger, joint venture com a marca americana, apareçam em nossos resultados via equivalência patrimonial, cabe salientar nossa satisfação com o desempenho da operação no Brasil. Atingimos em 2014, o crescimento de receita bruta de 130% em relação ao ano anterior, com um faturamento de R\$100 milhões contra R\$ 43,6 em 2013. Terminamos o ano com 23 lojas na rede entre próprias e franqueados. Para 2015, com o excelente recall da marca e um forte trabalho de expansão do “footprint”, a Tommy Hilfiger do Brasil terá crescimento expressivo, se configurando em futuro próximo, uma de nossas principais marcas. Essa sociedade confirma a capacidade e vocação da nossa plataforma de operação de marcas em ser uma escolha diferenciada para atividade no Brasil de marcas internacionais.

Rede de Distribuição

Rede de Distribuição	Lojas Próprias			Franquias			Clientes Multimarcas		
	2014	2013	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Ellus e Ellus Second Floor	50	54	-7,4%	27	28	-3,6%	1.971	2.062	-4,4%
Richards e Selaria Richards	50	50	0,0%	34	35	-2,9%	501	503	-0,4%
VR e VR Kids	25	22	13,6%	30	28	7,1%	770	730	5,5%
Salinas	13	17	-23,5%	26	27	-3,7%	281	241	16,6%
Alexandre Herchcovitch	1	2	-50,0%	-	-	0,0%	36	29	24,1%
Bobstore	15	13	15,4%	43	54	-20,4%	477	462	3,2%
Mandi	5	9	-44,4%	-	5	-100,0%	338	370	-8,6%
Tommy	8	6	33,3%	15	9	66,7%	780	760	2,6%
Brands House (*)	6	3	0,0%	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Total Geral	173	176	-1,7%	175	186	-5,9%	5.154	5.157	-0,1%

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

Ao longo de 2014, a companhia atuou de forma relevante na otimização de nossa rede de lojas próprias, com o encerramento de algumas lojas de baixa performance e abrindo novas lojas em locais de melhor posicionamento e atividade comercial. Ao mesmo tempo, assumimos algumas lojas de franqueados em regiões onde acreditamos que atuar com loja própria nos daria melhor performance comercial na localidade. Entre aberturas e fechamentos, terminamos com um líquido de redução de 3 lojas, mas que produziram crescimento no total da receita do varejo de 11% em 2014.

Nos franqueados tivemos uma redução de 11 lojas na rede, parte por transformarmos em lojas próprias e parte pelo desempenho do parceiro, onde substituímos pela atuação com clientes multimarcas.

Estamos com nossa rede de lojas e franqueados mais preparados para uma atuação em 2015, enfrentando o cenário macro-econômico brasileiro.

Receita Bruta

Receita Bruta	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Receita Bruta Total	332.045	338.598	-1,9%	1.167.965	1.143.809	2,1%
Por Marca						
Ellus e Ellus Second Floor	90.336	94.791	-4,7%	363.112	363.086	0,0%
Richards, SELARIA Richards	126.498	115.753	9,3%	369.054	326.799	12,9%
VR e VR Kids	43.612	37.960	14,9%	167.367	158.451	5,6%
Bobstore	26.580	23.683	12,2%	118.119	120.004	-1,6%
Mandi	5.887	8.529	-31,0%	23.393	41.843	-44,1%
Salinas	27.458	26.009	5,6%	61.035	56.998	7,1%
Alexandre Herchcovitch	1.259	2.834	-55,6%	5.185	8.141	-36,3%
Total marcas	321.628	309.558	3,9%	1.107.264	1.075.324	3,0%
Luminosidade	9.413	14.954	-37,1%	26.864	30.182	-11,0%
Outras receitas	1.004	14.085	-92,9%	33.836	38.303	-11,7%
Total outras unidades de negócio	10.417	29.040	-64,1%	60.701	68.485	-11,4%
Por Canal						
Franquias	35.201	34.177	3,0%	141.224	167.287	-15,6%
Multimarcas	73.230	74.140	-1,2%	350.769	353.356	-0,7%
Lojas Próprias	205.273	193.218	6,2%	588.459	530.509	10,9%
E-commerce	7.924	5.931	33,6%	26.812	22.079	21,4%
Conteúdo de Moda	9.413	14.954	-37,1%	26.864	30.182	-11,0%
Outros	1.004	16.177	-93,8%	33.836	40.395	-16,2%

Same Store Sales	4T14	2014
Ellus e Ellus Second Floor	-0,3%	3,2%
Richards, Selaria Richards	8,8%	16,4%
VR e VR Kids	2,4%	1,9%
Bobstore	3,4%	4,6%
Mandi	-16,6%	-22,2%
Salinas	20,2%	22,5%
Alexandre Herchcovitch	23,5%	23,6%
TOTAL	6,2%	10,4%

Evolução por marca

Ellus e Ellus 2nd Floor: A receita bruta das marcas Ellus e Ellus 2nd Floor reduziu 4,7% no 4T14 quando comparado ao 4T13, em consequência do desempenho do canal atacado da marca. As incertezas no cenário macroeconômico e no desempenho do varejo de moda no Brasil e em sell out menor em nossos parceiros lojistas, levaram a uma postura mais conservadora na compra realizada por clientes, principalmente do segundo semestre de 2014. Vale ressaltar que as melhorias nos nossos processos de distribuição levaram a um faturamento mais adequado a necessidade dos clientes quando comparado com 2013. No varejo, a marca apresentou um patamar de SSS em linha no 4T14, enquanto que no ano, obteve um crescimento SSS de 3,2%, resultado da melhora no processo de recebimento de mercadorias e distribuição nas lojas próprias, bem como do desempenho dos produtos. O mesmo desempenho positivo se repete no e-commerce da marca, canal que apresenta uma grande oportunidade de crescimento de vendas.

Richards e Selaria Richards: As marcas apresentaram crescimentos em receita bruta de 9,3% no 4T14 e de 12,9% em 2014, quando comparados com os mesmos períodos do ano anterior, principalmente em consequência da performance do varejo, canal de maior participação nas suas vendas. Essa performance, mostrada ao longo de todo o ano de 2014, foi devido a melhora na eficiência de vendas nesse canal com avanços importantes no processo de planejamento de compra de produtos, o que afetou fortemente as vendas das coleções a partir da primavera/verão 2013, deixando as lojas com adequado sortimento de produtos e nível de estoques no decorrer das estações. Além disso, a evolução da qualidade dos nossos produtos, extensão de linhas, melhorias em nossas lojas, no marketing, as ações comerciais aliadas aos ajustes em processos, contribuíram para um crescimento SSS de 8,8% no período (sobre uma base de lojas com bom desempenho em 4T13 comparado com 4T12) e 16,4% no acumulado do ano. Chegamos a um patamar de desempenho muito expressivo nessa marca, com uma sincronização de atividades muito bem executadas. Nossa equipe está pronta para um ano de 2015 de mais investimento e crescimento, como expansão de nossa rede de lojas e atacado.

VR e VR Kids: A receita bruta das marcas VR e VR Kids apresentou um crescimento de 14,9% no 4T14 e 5,6% no ano. No varejo, a marca apresentou um crescimento de 9,6% no último trimestre de 2014, devido a abertura e anualização de 4 lojas e ao desempenho das lojas comparáveis, que apresentaram um crescimento de 2,4%. No acumulado do ano, o crescimento de 1,9% nas mesmas lojas é consequência principalmente do impacto do baixo nível de estoques nas categorias de produtos mais associadas à estação de verão no período de liquidação do primeiro trimestre de 2014 e do momento do mercado de varejo que afetou principalmente o segundo semestre. No atacado, a marca apresentou um crescimento de faturamento de 13,9% pelo bom desempenho no faturamento para clientes multimarcas no trimestre. No ano, a marca apresentou uma queda de 1,7% no canal atacado, consequência da performance de venda para clientes franqueados no segundo semestre de 2014. Vimos atuando forte no planejamento, no branding e na padronização da rede de lojas no novo conceito, que nos permitirá atuar ainda melhor em 2015.

Bobstore: No 4T14 houve um aumento na receita bruta de 12,2% versus o 4T13, e uma queda de 1,6% no ano de 2014 se comparado com o mesmo período do ano anterior. Essa queda é concentrada no canal atacado, devido principalmente ao encerramento de franquias/transformação em lojas próprias, e uma redução na venda para franquias existentes, dado o cenário de incerteza de mercado no segundo semestre. No varejo, a marca apresentou um crescimento de 14,3% no trimestre e 16,9% ano acumulado do ano. Esse desempenho foi consequência do acréscimo de lojas e do desempenho das lojas comparáveis, que apresentaram um crescimento de 4,6%, confirmando o resultado positivo da reestruturação realizada na marca desde 2013. Estamos seguros que 2015 será um ano de colher os resultados das melhorias que implantamos e os resultados vem apresentando um cenário positivo.

Salinas: A marca obteve um crescimento de receita bruta de 5,6% no 4T14 e 7,1% no acumulado de 2014. No varejo, tivemos um crescimento de 6,1% no 4T14 mesmo com uma diminuição da base de lojas próprias. No SSS, a marca apresentou um significativo crescimento de 20,2% no 4T14 e 22,7% no acumulado de 2014. Essa performance foi consequência da melhora no processo de planejamento da coleção, de produção na fábrica, da melhora nos processos de distribuição, além da consolidação da linha de roupa da marca. No atacado, a marca apresentou uma pequena queda de 2,9% no ano, pelo desempenho no canal de franquias. As vendas para multimarcas, canal de grande oportunidade para a marca, cresceram 8,0% no acumulado do ano.

Mandi: A redução de 31,0% no faturamento do 4T14 e de 44,1% no faturamento de 2014 quando comparado com os mesmos períodos do ano anterior foi resultado do encerramento de nossas lojas franqueadas e do desempenho do varejo, com o fechamento de 4 lojas. Começamos o ano de 2015 com um importante processo de reestruturação da marca, a exemplo do que fizemos em outras marcas, com melhorias significativas na estrutura comercial, de produto e marketing, com resultados esperados para as próximas coleções. No varejo, iniciamos a comercialização da G-Star Raw, conceituada marca europeia de “jeanswear”. Esta marca ainda está em período de consolidação e maturação no Brasil e é uma das iniciativas importantes da marca para o futuro, completando o portfólio de produtos da Mandi. Nesse período de transição, a marca apresentou uma queda SSS de 22,2% em 2014.

Tommy Hilfiger: No acumulado do ano de 2014, a marca apresentou um crescimento de receita 130% em relação ao mesmo período do ano anterior, conseqüente de sua expansão no canal varejo com abertura de 6 novas lojas próprias em 2013 e 2 em 2014, a fidelização da base de clientes multimarcas e a abertura de 4 franquias em 2013 e 6 em 2014. No atacado, o crescimento de receita foi de 171,8% no 4T14 e 127,2% no acumulado de 2014. Já no varejo, a marca teve um aumento de 50,0% no 4T14, nas lojas comparáveis. Esses resultados confirmam o bom desempenho esperado em 2014 para a marca, que tem alto desejo verificado no mercado brasileiro em relação aos seus produtos e posicionamento. A marca está totalmente integrada aos processos da Inbrands e passa por franco trabalho de expansão no país. Em 2015 estará entre as maiores marcas da Inbrands em tamanho.

Evolução por canal

Varejo (Lojas Próprias): O varejo apresentou um expressivo crescimento de receita bruta de 10,9% em 2014 (vs. 2013) e de 6,2% no 4T14 (vs. 4T13). Este desempenho acontece em um cenário econômico desafiador, com menor consumo e ainda com impactos de eventos como a copa do mundo e as eleições. O SSS cresce 10,4% no acumulado do ano de 2014, acima da média de mercado, foi resultado dos efeitos de melhoria na operação, no sortimento e no nível de estoques nas nossas lojas. Nossa rede de lojas passou um ano de adequação e eficiência, que resultou no fechamento de algumas de baixa performance, abertura de novas em pontos de melhor posicionamento, bem como realizamos reforma e melhorias em um número significativo, padronizando-as e as preparando para uma atuação superior em 2015.

Atacado (Franquias e Multimarcas): A queda de 5,5% na receita desse canal no acumulado de 2014 se deu principalmente a diminuição da base de franquias (por incorporação na base de lojas próprias, ou por substituição por multimarcas, quando necessário). O canal multimarcas ainda apresenta grandes oportunidades de crescimento em algumas marcas (por exemplo: Richards, Bobstore, Salinas). Para tal, foram mapeados os principais municípios com oportunidades por marca, visando à expansão via entrada em “áreas brancas” e reforçando o relacionamento com clientes chave. Esse programa de expansão de geografia vem gerando bons resultados na empresa neste canal. No entanto, o lojista em 2014 esteve com a demanda mais restrita por preocupação com o cenário de consumo.

E-commerce: Os crescimentos de 21,4% no acumulado de 2014 e 33,6% no 4T14 mostram uma boa evolução desse canal em 2014. Trabalhamos forte em todo o ciclo de operação do canal, desde o plano de sortimento, a melhora de exposição, as ações de marketing, entre outras. O canal é tratado na Inbrands como uma unidade de negócios inteiramente dedicada, para garantir foco e alto grau de especialidade.

Lucro Bruto

Lucro Bruto e Margem Bruta	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Lucro Bruto	165.548	164.805	0,5%	567.159	562.380	0,8%
<i>Margem Bruta</i>	<i>64,5%</i>	<i>63,3%</i>	<i>1,2 p.p.</i>	<i>61,1%</i>	<i>62,1%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>

O lucro bruto cresceu 0,5% no 4T14 quando comparado ao 4T13, totalizando R\$ 165,5 milhões (64,5% da receita líquida), o que representa um crescimento de 1,2 p.p. quando comparado com o mesmo trimestre do ano anterior.

No acumulado do ano, o lucro foi de R\$ 567,2 milhões (61,1% da receita líquida), apresentando um crescimento absoluto de 0,8%, porem uma queda na margem bruta de 1,0 p.p. Esta queda está diretamente relacionada à operação de importação de produtos da Tommy Hilfiger, realizadas desde 2013, que ganharam importância no total do volume da Inbrands. Estes produtos foram importados diretamente pela Inbrands S.A. e revendidos para Tommy do Brasil, com apuração de margens mais baixas na Inbrands S.A. No 3º trimestre, deixamos de realizar esta operação de importação de produtos pela Inbrands e passamos a fazer pela Tommy Hilfiger do Brasil.

A Inbrands possui uma receita de atacado significativa e divide parte da margem final dos produtos com seus parceiros lojistas que arcam com o custo da operação comercial e capital de giro dessa parcela da venda. Nossa precificação tem se mantido competitiva e maximizando margem, inclusive no período de liquidação e nas lojas outlet que apresentam margem bruta média superior a 45%.

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	(103.458)	(117.595)	-12,0%	(404.182)	(450.621)	-10,3%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-40,3%</i>	<i>-45,2%</i>	<i>-4,9 p.p.</i>	<i>-43,5%</i>	<i>-49,7%</i>	<i>-6,2 p.p.</i>
Despesas de Vendas	(85.700)	(95.332)	-10,1%	(312.685)	(346.940)	-9,9%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-33,4%</i>	<i>-36,6%</i>	<i>-3,2 p.p.</i>	<i>-33,7%</i>	<i>-38,3%</i>	<i>-4,6 p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(17.758)	(22.263)	-20,2%	(91.497)	(103.681)	-11,8%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-6,9%</i>	<i>-8,6%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>	<i>-9,9%</i>	<i>-11,4%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>

Nossas despesas de vendas, gerais e administrativas caíram 12,0% no 4T14 contra o 4T13. Em percentual da receita líquida apresentamos uma queda de 4,9 p.p. Já no acumulado do ano estas despesas caíram 10,3%, mesmo com a nossa receita líquida crescendo 2,5% no período.

A melhora operacional observada nestas despesas foi decorrente, principalmente, dos nossos projetos de otimização do “back office” e de eficiência operacional e comercial, que inclui substituição de lojas piores de desempenho por lojas melhores ao longo de 2014.

Parte da redução observada acima, mais precisamente no que tange a despesas de vendas, foi decorrente da nossa decisão de adotar as práticas contábeis do CPC 04* que regula as possíveis capitalizações (e futuras amortizações) dos gastos com desenvolvimento de coleções. Decidimos por esta medida, tendo em vista uma melhor visibilidade para o investidor com relação à análise de nossos resultados e adequada apuração do Ebitda da companhia em cada período e comparação com empresas do mercado de vestuário.

* Para todo o detalhamento desta mudança de prática vide demonstração completa e extensiva no ITR divulgado do 2T14.

EBITDA e Margem EBITDA

Reconciliação EBITDA	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
Lucro Líquido	25.211	25.785	-2,2%	33.916	36.925	-8,1%
(-) IR e CSLL	14.069	1.000	1306,9%	1.963	(1.065)	284,3%
(-) Receita Financeira Líquida	27.514	20.630	33,4%	100.524	73.324	37,1%
(-) Depreciações e Amortizações	11.183	4.828	131,6%	41.365	18.107	128,4%
(=) EBITDA	77.977	52.243	49,3%	177.768	127.291	39,7%
Margem EBITDA	30,4%	20,1%	10,3 p.p.	19,1%	14,1%	5,1 p.p.

Nosso EBITDA no 4T14 foi de R\$ 78,0 milhões (margem EBITDA de 30,4%). No acumulado do ano nosso EBITDA foi de R\$ 177,8 milhões (margem EBITDA de 19,1%).

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	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
EBITDA	77.977	52.243	49,3%	177.768	127.291	39,7%
(+) Plano de Stock Options (1)	649	648	0,2%	1.262	3.730	-66,2%
(+) Despesas não recorrentes (2)	4.878	2.854	70,9%	15.043	9.421	59,7%
(=) EBITDA Ajustado	83.504	55.745	49,8%	194.073	140.442	38,2%
Margem EBITDA	32,5%	21,4%	11,1 p.p.	20,9%	15,5%	5,4 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 e do ano com relação a serviços de apoio consultivo em estruturação e busca de eficiência e por gastos logísticos e de transporte não recorrentes.

O EBITDA ajustado no 4T14 foi de R\$ 83,5 milhões (Margem EBITDA ajustada de 32,5%). Já no acumulado do ano este EBITDA ajustado foi de R\$ 194,1 milhões (margem EBITDA ajustada de 20,9%). Tal marca de rentabilidade representou o melhor desempenho histórico em nossa companhia.

Resultado Financeiro

Nosso resultado financeiro líquido passou de R\$ 20,6 milhões de despesas no 4T13 para R\$ 27,5 milhões de despesa no 4T14. No acumulado saímos de R\$ 73,3 milhões em 2013 para R\$ 100,5 milhões em 2014. Estes aumentos ocorrem basicamente devido aos juros relacionados com o endividamento líquido atual e mudança do patamar da taxa básica de juros da economia. Além disso, fizemos reclassificações das despesas com cartões de crédito para esta linha, buscando maior alinhamento com práticas do mercado.

Lucro / (Prejuízo) Líquido

Em 2014 registramos um lucro líquido de R\$ 33,9 milhões (3,7% da receita líquida) em comparação com o lucro líquido de R\$ 36,9 milhões em 2013 (4,1% da receita líquida). O aumento das taxas de juros com relação a 2013 explicam a despesa maior de juros este ano, além do que no 3T13 tivemos o efeito da operação do “sale-lease back” do prédio da matriz de SP.

Pagamos no ano de 2014, R\$5.8 milhões de dividendos referentes ao resultado de 2013 e estamos provisionando R\$8.1 milhões de dividendos a serem distribuídos em 2015, referentes aos resultados de 2014.

Endividamento

Em 2014 nossa dívida bruta foi de R\$ 508,0 milhões e R\$ 92,1 milhões de caixa e aplicações financeiras totalizando uma dívida líquida de R\$ 415,9 milhões, com crescimento de 12,2% em comparação com o fechamento de 2013 (R\$ 370,7 milhões).

Este nível de endividamento é 2,1 vezes o EBITDA Ajustado LTM (12 meses). No mesmo período do ano anterior este número era de 2,6 vezes, demonstrando uma boa melhora neste índice de alavancagem.

No início de outubro fizemos a liquidação de nossa 2ª emissão de debêntures no valor de R\$200 milhões com prazo de 3 anos, refletida no novo perfil de endividamento entre curto e médios prazos, conforme demonstrado no quadro abaixo.

Posição de caixa e endividamento	2014	2013	Var. (%)
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	92.112	42.666	115,9%
Dívida total	508.049	413.382	22,9%
Curto Prazo	210.278	238.632	-11,9%
% total	41,4%	57,7%	-16,3 p.p.
Longo Prazo	297.771	174.750	70,4%
% total	58,6%	42,3%	16,3 p.p.
Dívida Líquida	415.937	370.716	12,2%

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL	2014	2013	Var. (%)	BALANÇO PATRIMONIAL	2014	2013	Var. (%)
ATIVO				PASSIVO			
CIRCULANTE				CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	92.112	42.666	115,9%	Fornecedores	41.934	29.987	39,8%
Contas a receber	149.321	123.010	21,4%	Empréstimos e financiamentos	210.278	238.632	-11,9%
Estoques	214.643	212.615	1,0%	Obrigações trabalhistas	33.147	33.543	-1,2%
Impostos a recuperar	38.420	37.055	3,7%	Obrigações tributárias	39.181	36.074	8,6%
Dividendos antecipados	50	13	284,6%	Contas a pagar	46.275	43.354	6,7%
Créditos diversos	15.774	18.673	-15,5%	Parcelamento de tributos	3.305	5.779	-42,8%
Total do ativo circulante	510.320	434.032	17,6%	Adiantamento de clientes	3.391	8.108	-58,2%
				Dividendos a pagar	10.208	7.814	30,6%
				Total do passivo circulante	387.719	403.291	-3,9%
NÃO CIRCULANTE				NÃO CIRCULANTE			
Realizável a longo prazo:				Contas a pagar	13.585	20.874	-34,9%
IR Diferido Ativo	183	-	n.a.	Empréstimos e financiamentos	297.771	174.750	70,4%
Depósitos judiciais	4.331	3.287	31,8%	Provisão para contingências	26.079	31.058	-16,0%
Impostos a recuperar LP	4.831	5.854	0,0%	Parcelamento de tributos	16.485	12.372	33,2%
Partes relacionadas	58.154	39.485	47,3%	IR e CS diferidos	52.552	54.803	-4,1%
Investimentos	24.875	24.936	-0,2%	Total do passivo não circulante	406.472	293.857	38,3%
Imobilizado	110.788	100.008	10,8%	PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Intangível	269.664	251.485	7,2%	Capital social	285.446	285.446	0,0%
Ágio	233.202	233.202	0,0%	Reserva especial de ágio	49.954	49.954	0,0%
Total do ativo não circulante	706.028	658.257	7,3%	Reservas de lucros	91.141	63.676	43,1%
				Participação não controladora	(4.384)	(3.935)	-11,4%
TOTAL DO ATIVO	1.216.348	1.092.289	11,4%	Total do patrimônio líquido	422.157	395.141	6,8%
				TOTAL DO PASSIVO E PL	1.216.348	1.092.289	11,4%

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	4T14	4T13	Var. (%)	2014	2013	Var. (%)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	256.801	260.319	-1,4%	928.535	905.939	2,5%
CUSTO DAS MERCADORIAS E DOS SERVIÇOS VENDIDOS	(91.253)	(95.514)	-4,5%	(361.376)	(343.559)	5,2%
LUCRO BRUTO	165.548	164.805	0,5%	567.159	562.380	0,8%
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS	(98.754)	(117.390)	-15,9%	(430.756)	(453.196)	-5,0%
Despesas de Vendas	(85.700)	(95.332)	-10,1%	(312.685)	(346.940)	-9,9%
Despesas Gerais e administrativas	(17.758)	(22.263)	-20,2%	(91.497)	(103.681)	-11,8%
Depreciações e amortizações	(11.183)	(4.828)	131,6%	(41.365)	(18.107)	128,4%
Equivalência patrimonial	631	159	n.a.	211	1.091	n.a.
Outras receitas (despesas) operacionais	15.256	4.874	213,0%	14.580	14.441	1,0%
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	66.794	47.415	40,9%	136.403	109.184	24,9%
RESULTADO FINANCEIRO	(27.514)	(20.630)	33,4%	(100.524)	(73.324)	37,1%
Despesas financeiras	(32.752)	(22.346)	46,6%	(109.344)	(78.810)	38,7%
Receitas financeiras	3.890	2.958	31,5%	10.300	7.234	42,4%
Variação cambial, líquida	1.348	(1.242)	208,5%	(1.480)	(1.748)	15,3%
LUCRO ANTES DO IR E CS	39.280	26.785	46,6%	35.879	35.860	0,1%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(14.069)	(1.000)	1306,9%	(1.963)	1.065	284,3%
Correntes	1.615	(1.518)	-206,4%	(4.398)	(6.113)	-28,1%
Diferidos	(15.684)	518	-3127,8%	2.435	7.178	-66,1%
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	25.211	25.785	-2,2%	33.916	36.925	-8,1%
ATRIBUÍVEL A						
Proprietários da controladora	24.808	24.504	-1,2%	34.365	36.410	5,6%
Participações não controladoras	403	1.281	68,5%	(449)	515	187,2%

FLUXO DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA		2014
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
EBITDA		177.768
Variação nos ativos e passivos operacionais:		
Contas a Receber		(28.129)
Estoques		(2.028)
Fornecedores		11.947
Contas a Pagar		(41.640)
Obrigações e direitos tributários		7
Var. outros ativos e passivos		(15.545)
(=) Fluxo de Caixa Operacional		102.380
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO E CUSTO DA ESTRUTURA DE CAPITAL		
Atividades de Investimentos		
Investimentos		(70.324)
Participação em controladas e coligadas		272
Custo da estrutura de capital		
Custo Financeiro		(73.986)
(=) Fluxo de Caixa de investimentos e custo de capital		(144.038)
(=) Geração de caixa do negócio		(41.658)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Pagamento de empréstimos		(375.855)
Captação e atualização de empréstimos		466.959
(=) Fluxo de Caixa de Financiamentos		91.104
(=) Aumento ou Diminuição de Caixa		49.446
<i>Saldo inicial</i>		<i>42.666</i>
<i>Saldo final</i>		<i>92.112</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.