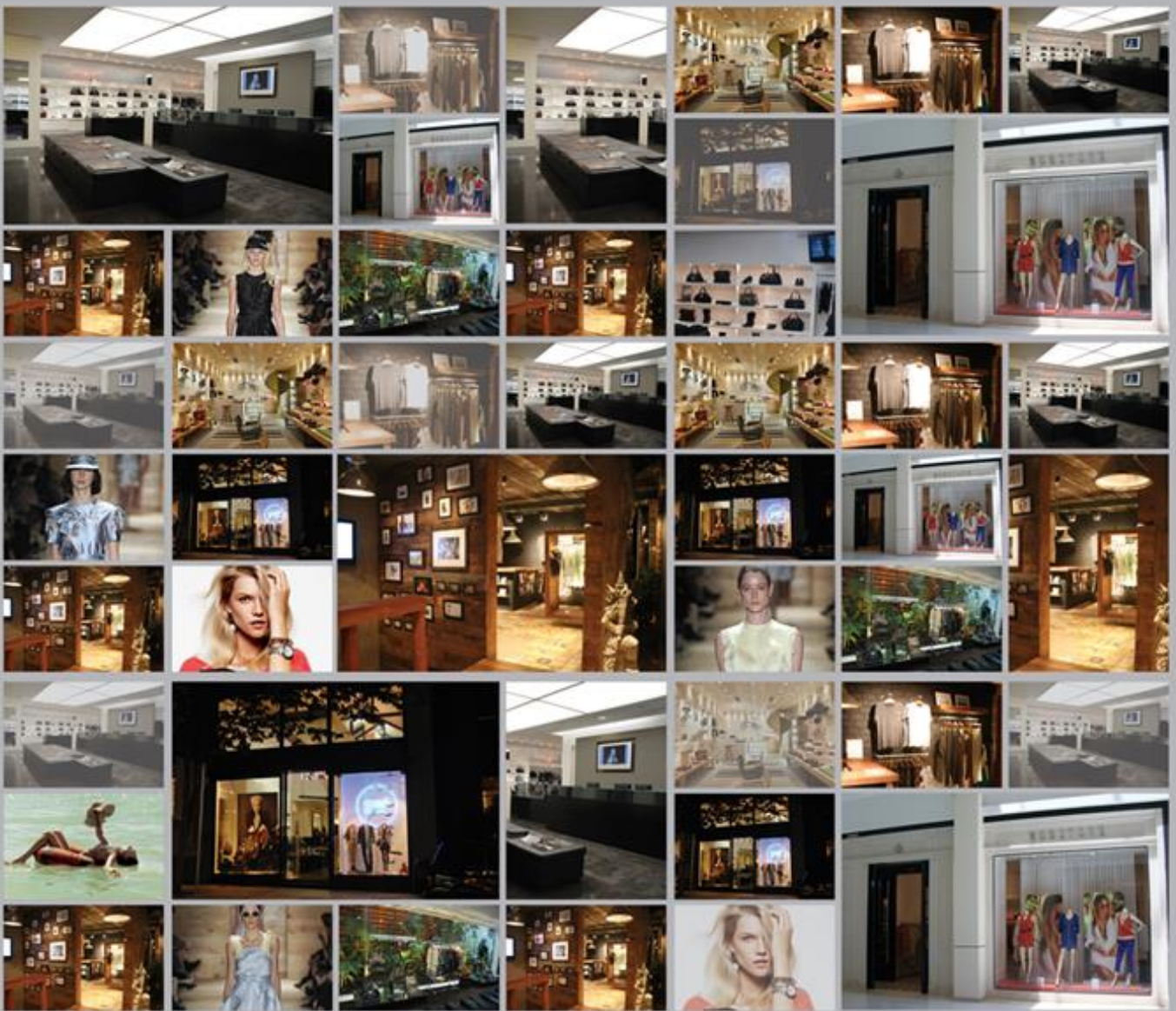


EARNINGS RELEASE 2T14



Receita Bruta de R\$ 241,8 milhões no 2T14 e R\$ 533,9 milhões no 1S14
Ebitda de R\$ 21,2 milhões no 2T14 e R\$ 51,4 milhões no 1S14

São Paulo, 13 de agosto de 2014 - 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 2014 (2T14). 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 (2T13) 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 **6,0%** no **2T14** e **14,2%** no **1S14**, mesmo em um período de baixa expectativa no varejo.
- A **Receita Bruta do Varejo** atingiu no trimestre **R\$ 121,0 milhões** (6.5% vs. 2T13). No **semestre**, a **Receita Bruta total** da companhia foi de **R\$ 533,9 milhões** com crescimento de 10,3% vs. 1S13.
- No **semestre**, o **EBITDA Ajustado** foi de **R\$ 51,4 milhões**, com um crescimento de 58.5% vs. 1S13. O **EBITDA Ajustado** do **2T14** foi de **R\$ 21,2 milhões** (Margem EBITDA ajustada de 11,2%).
- Geração de **R\$ 66,3 milhões** de caixa operacional no 1S14. Melhora de nossa dívida líquida em **R\$ 26,0 milhões** em relação ao 1T14.
- **Lançamento** no Varejo da marca **G-Star Raw**, "*jeanswear*" holandesa no sistema de distribuição da operação da Mandi.
- Encerramos o período com 170 lojas próprias, 175 lojas franqueadas e 5.118 pontos de venda multimarcas.

Resumo do Resultado	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
Receita Bruta	241.762	255.087	-5,2%	533.861	484.060	10,3%
Receita Líquida	189.170	201.651	-6,2%	423.266	385.293	9,9%
Lucro Bruto	107.818	125.430	-14,0%	249.073	239.477	4,0%
<i>Margem Bruta</i>	<i>57,0%</i>	<i>62,2%</i>	<i>-5,2 p.p.</i>	<i>58,8%</i>	<i>62,2%</i>	<i>-3,3 p.p.</i>
EBITDA	18.574	17.916	3,7%	46.155	24.269	90,2%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>9,8%</i>	<i>8,9%</i>	<i>0,9 p.p.</i>	<i>10,9%</i>	<i>6,3%</i>	<i>4,6 p.p.</i>
Lucro Líquido	(9.172)	(1.406)	-552,3%	27	(9.461)	100,3%
<i>Margem Líquida</i>	<i>-4,8%</i>	<i>-0,7%</i>	<i>-4,2 p.p.</i>	<i>0,0%</i>	<i>-2,5%</i>	<i>2,5 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	21.158	20.085	5,3%	51.350	32.399	58,5%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>11,2%</i>	<i>10,0%</i>	<i>1,2 p.p.</i>	<i>12,1%</i>	<i>8,4%</i>	<i>3,7 p.p.</i>

Destaques do segundo trimestre e primeiro semestre de 2014

No segundo trimestre de 2014, conseguimos melhorias significativas nos resultados da companhia. Ao longo do semestre nossas vendas, em especial no varejo, apresentaram boa evolução quando comparadas com o mesmo período anterior, fruto dos importantes avanços operacionais que conseguimos implantar. Vale ressaltar que este desempenho acontece em um período com fortes desafios em relação à demanda de mercado, em função principalmente da copa do mundo de futebol no Brasil.

Nosso “Same Store Sales (SSS)” total foi de 6,0% no trimestre, tendo em marcas como a Richards e Salinas um crescimento de SSS de 11,7% e 16,9% respectivamente. Este resultado foi atingido pelos avanços importantes com relação ao ano anterior, em especial no planejamento de compra de produtos, na entrega, na operação logística e na performance comercial em nossas lojas próprias, franquias e nos clientes multimarcas. O melhor sortimento de produtos e nível de estoques mais adequado fez também muita diferença no desempenho. Nossa receita bruta no varejo no 2T14 foi de R\$ 121 milhões, com crescimento de 6,5% em relação ao 2T13. Nossa receita bruta total no 1S14 foi de R\$ 534 milhões com crescimento de 10,3% em relação ao ano anterior. Quando comparamos a receita bruta total do 2T14 e do 2T13, observamos uma queda de 5,2%, em virtude da antecipação de receitas que tivemos na venda total do atacado no período para o 1T14. Isso se deve a melhora significativa na cadeia de fornecimento de produtos, que nos permitiu adiantar a entrega e o faturamento quando comparamos com o ocorrido no ano de 2013. Como o canal de atacado possui relevância no negócio da Inbrands, pontualmente esse efeito de antecipação favoreceu muito o resultado do primeiro trimestre na comparação com o ano anterior, com correspondência de redução para o segundo. Para uma análise dos resultados deste período em relação ao ano anterior, entendemos ser mais adequado analisar o semestre.

O desempenho econômico-financeiro do 2T14, quando comparado ao mesmo período do ano anterior, precisa ser analisado sob a ótica dos comentários acima, uma vez que essa antecipação da receita do atacado para o 1T14 teve impacto até a última linha do resultado. Nesta ótica e observado o desempenho do semestre, nosso EBITDA ajustado foi de R\$51.4 milhões no 1S14 com um crescimento de 58.5% em relação ao ano anterior. Revertemos o prejuízo de 2013 e geramos R\$ 66.3 milhões de caixa operacional, tanto pela rentabilidade da operação, como por uma adequada gestão do capital de giro, principalmente nos estoques e contas a pagar com fornecedores.

Continuamos extremamente confiantes, que em função da evolução que vimos apresentando em nosso desempenho comercial, operacional e financeiro, a companhia atingiu um patamar de maturidade, que nos consolida como uma das mais relevantes plataformas de operação de marcas de moda no Brasil, preparada para capturar as oportunidades de mercado.

Rede de Distribuição

Rede de Distribuição	Lojas Próprias			Franquias			Clientes Multimarcas		
	2T14	2T13	Var. (%)	2T14	2T13	Var. (%)	2T14	2T13	Var. (%)
Ellus e Ellus Second Floor	50	55	-9,1%	27	26	3,8%	1.674	1.754	-4,6%
Richards e Selaria Richards	50	54	-7,4%	36	32	12,5%	546	420	30,0%
VR e VR Kids	23	21	9,5%	29	29	0,0%	900	766	17,5%
Salinas	14	17	-17,6%	26	26	0,0%	285	281	1,4%
Alexandre Herchcovitch	1	2	-50,0%	-	-	0,0%	37	19	94,7%
Bobstore	15	13	15,4%	45	50	-10,0%	474	368	28,8%
Mandi	7	11	-36,4%	3	11	-72,7%	422	344	22,7%
Tommy	6	3	100,0%	9	5	80,0%	780	612	27,5%
Brands House (*)	4	-	0,0%	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Total Geral	170	176	-3,4%	175	179	-2,2%	5.118	4.564	12,1%

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

Receita Bruta

Receita Bruta	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
Receita Bruta Total	241.762	255.087	-5,2%	533.861	484.060	10,3%
Por Marca						
Ellus e Ellus Second Floor	69.450	82.969	-16,3%	167.026	162.379	2,9%
Richards, SELARIA Richards	67.829	64.859	4,6%	151.128	127.495	18,5%
VR e VR Kids	32.507	36.739	-11,5%	70.425	69.705	1,0%
Bobstore	25.706	34.177	-24,8%	56.149	58.285	-3,7%
Mandi	5.661	11.474	-50,7%	11.427	18.207	-37,2%
Salinas	5.750	7.211	-20,3%	20.136	17.056	18,1%
Alexandre Herchcovitch	1.152	1.252	-8,0%	2.246	2.465	-8,9%
Total marcas	208.055	238.682	-12,8%	478.536	455.592	5,0%
Luminosidade	9.608	7.307	31,5%	16.742	14.053	19,1%
Outras receitas	24.100	9.098	164,9%	38.583	14.415	167,7%
Total outras unidades de negócio	33.708	16.405	105,5%	55.325	28.468	94,3%
Por Canal						
Franquias	23.985	38.718	-38,1%	58.352	71.718	-18,6%
Multimarcas	66.976	81.712	-18,0%	170.706	161.972	5,4%
Lojas Próprias	121.014	113.671	6,5%	249.482	215.798	15,6%
E-commerce	6.180	4.581	34,9%	13.775	10.185	35,2%
Conteúdo de Moda	9.608	7.307	31,5%	16.742	14.053	19,1%
Outros	13.999	9.098	53,9%	24.805	10.335	140,0%

A receita bruta no 2T14 foi de R\$ 241,8 milhões (5,2% abaixo do 2T13). Esta redução é resultado da antecipação de faturamento para o 1T14, o que ajudou a garantir a melhora do semestre (crescimento de 10,3% no comparativo).

Same Store Sales	2T14	1S14
Ellus e Ellus Second Floor	3,8%	5,8%
Richards, Selaria Richards	11,7%	26,6%
VR e VR Kids	-4,1%	-4,0%
Bobstore	-2,6%	4,4%
Mandi	-37,1%	-28,9%
Salinas	16,9%	35,0%
Alexandre Herchcovitch	26,8%	23,3%
TOTAL	6,0%	14,2%

Evolução por marca

Ellus e Ellus 2nd Floor: A receita bruta das marcas Ellus e Ellus 2nd Floor reduziu 16,3% no 2T14 quando comparado ao 2T13. A queda é decorrente da melhor eficiência na entrega do atacado em 2014, que possibilitou adiantar parte do faturamento no canal para o primeiro trimestre, deixando nossos clientes franquias e multimarcas abastecidos desde o início das vendas da coleção Outono/Inverno 2014. Tal desempenho é oriundo do forte trabalho de acompanhamento do calendário de criação, na cadeia de fornecimento/produção e na logística, resultado da estruturação de processos ocorrida ao longo de 2013. No semestre, o crescimento de receita da marca foi de aproximadamente 3%. No varejo, o crescimento SSS no período foi de 3,8%, mesmo com os impactos negativos do evento Copa do Mundo. Esse desempenho também resulta da melhora no processo de recebimento de mercadorias e distribuição nas lojas próprias, bem como do desempenho dos produtos.

Richards e Selaria Richards: O crescimento de 4,6% na receita bruta do 2T14, quando comparada com o mesmo período do ano anterior, foi consequência da performance do varejo da marca, afetada pelo evento Copa do Mundo. No semestre, o crescimento foi de 18,5% em receita bruta, consequência da eficiência de vendas apresentada no varejo. Melhoramos o nosso processo de planejamento de compra de produtos, o que afetou fortemente as vendas da coleção de verão 2013 e o lançamento das coleções de outono/inverno 2014 no canal. Com isso, as lojas estavam com adequado sortimento de produtos e nível de estoques no decorrer das estações. Além disso, a evolução dos nossos produtos, as ações comerciais aliadas aos ajustes em processos contribuíram para um crescimento SSS de 11,7% no período e 26,6% no semestre, com destaque para cidades que no passado apresentavam menor participação na receita.

VR e VR Kids: A receita bruta das marcas VR e VR Kids apresentou uma queda de 11,5% no 2T14, também em consequência do adiantamento de parte do faturamento do atacado da marca para o primeiro trimestre, o que deixou nossos clientes franquias e multimarcas abastecidos para as vendas da coleção Outono/Inverno 2014 desde o lançamento da coleção. No varejo, a queda SSS de 4,1% no 2T14 é consequência do impacto do evento Copa do Mundo que, junto com o baixo nível de estoques nas categorias de produtos mais associadas à estação de verão no período de liquidação do primeiro trimestre, levou a uma queda de 4,0% nas mesmas lojas no acumulado do trimestre.

Bobstore: No 2T14 houve uma queda na receita bruta de 24,8% versus o 2T13, e uma queda de 3,7% no 1S14 se comparado com os mesmos períodos do ano anterior. Essa queda é concentrada no canal atacado, devido principalmente ao fechamento de 5 franquias e uma redução na venda para franquias existentes, dado o cenário de incerteza de desempenho de vendas do segundo semestre. Nos clientes multimarcas, a Bobstore apresentou um crescimento de aproximadamente 20%, corroborando o incremento da base de clientes já explicitado nos resultados anteriores. A marca vem passando por uma reestruturação no seu processo de planejamento e desenvolvimento das coleções. O crescimento de 4,4% do varejo mesmas lojas no 1S14 comparada ao mesmo período do ano anterior, mesmo com uma queda de 2,6% no desempenho SSS do 2T14 em consequência do impacto do evento Copa do Mundo, corrobora os efeitos positivos dessa mudança já percebidos.

Mandi: Redução de 50,7% no faturamento do 2T14 e de 37,2% no faturamento do 1S14 quando comparado com os mesmos períodos do ano anterior é resultado da diminuição da base de clientes atacado (franquias e multimarcas) e do desempenho do

varejo, com o fechamento de 4 lojas. Tal performance é resultado do processo de reestruturação da marca, com melhorias significativas na estrutura de produto e marketing, ainda não finalizado.

No varejo, iniciamos a comercialização da G-Star Raw, conceituada marca europeia de “jeanswear”. Esta marca ainda está em período de maturação no Brasil e é uma das principais iniciativas da marca para o futuro, completando o portfólio de produtos da Mandi. Nesse período de transição, a marca apresentou uma queda SSS de 37,1% no 2T14, justamente na entrada da nova marca, pelo ajuste do sortimento total e adequação das lojas, que estiveram fechadas por um período enquanto estavam sendo reformadas.

Tommy Hilfiger: No 1S14, a marca alcançou uma receita de R\$ 40 milhões, um crescimento de 281% em relação ao mesmo período do ano passado, devido a sua expansão no canal varejo com abertura de 3 novas lojas próprias no ano passado, o aumento da base de clientes de atacado em aproximadamente 160 e a abertura de mais 4 franquias. O crescimento da marca esperado em 2014, devido ao alto desejo verificado no mercado brasileiro em relação aos produtos e conceito geral da marca, vem se confirmando pelo desempenho apresentado no primeiro semestre do ano.

Evolução por canal

Varejo (Lojas Próprias): O varejo apresentou um expressivo crescimento de receita bruta de 15,6% no 1S14 e 6,5% no 2T14, versus os respectivos períodos do ano anterior, mesmo com os desafios das desacelerações da demanda durante a Copa do Mundo. Este desempenho associado ao crescimento do SSS de 14,2% no semestre ressalta os efeitos das melhorias na operação das marcas e a melhora no sortimento e do nível de estoques das nossas lojas.

Atacado (Franquias e Multimarcas): A queda de 24,5% na receita desse canal no 2T14 se deve ao adiantamento do faturamento de parte da coleção Outono/Inverno 2014 para o 1T14 em consequência da melhora nos processos de produção, de recebimento de mercadorias dos fornecedores e de faturamento para clientes, evitando o atraso ocorrido em 1T13. No semestre, o canal apresentou uma redução de 2,0% concentrada nos clientes franqueados devido ao fechamento de algumas lojas ineficientes. Nos clientes multimarcas, as vendas apresentaram um crescimento de 5,4%, principalmente pelo incentivo ao desenvolvimento deste canal em algumas marcas, cuja participação ainda apresenta grandes oportunidades (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 por este canal.

E-commerce: O crescimento de 35,2% no 1S14 mostra a maturação das marcas que tiveram sua comercialização no canal recém iniciadas no mesmo período em 2013. Também importante para este resultado foi a correção do nível de estoque para este canal, com ajuste no processo de abastecimento do CD de E-commerce. Reforçamos a estruturação do canal ao longo de 2013, criando uma unidade de negócios inteiramente dedicada para garantir franca expansão da atividade e alto grau de especialidade.

Lucro Bruto

Lucro Bruto e Margem Bruta	2T14	2T13	Var. (%)	1ST14	1ST13	Var. (%)
Lucro Bruto	107.818	125.430	-14,0%	249.073	239.477	4,0%
Margem Bruta	57,0%	62,2%	-5,2 p.p.	58,8%	62,2%	-3,3 p.p.

O lucro bruto caiu 14,0% no 2T14 quando comparado ao 2T13, totalizando R\$ 107,8 milhões (57,0% da receita líquida). No acumulado do semestre, o lucro foi de R\$ 249,1 milhões (58,8% da receita líquida), o que representa um crescimento absoluto de 4,0% quando comparado com o ano anterior.

A Margem Bruta do trimestre e do semestre está menor do que as apresentadas no mesmo período de ano anterior (reduções de 5,2 p.p. e de 3,3 p.p., respectivamente). Esta queda está diretamente relacionada à operação de importação de produtos da

Tommy Hilfiger, realizadas durante o primeiro semestre de 2014, que ganharam importância no total de 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. Sem este efeito, nossa Margem Bruta seria de 60,2% (2,0 p.p. abaixo do 2T13) e de 61,4% no acumulado do semestre (0,8 p.p. abaixo do 1S13). Lembrando que a operação da Tommy está em CNPJ distinto da Inbrands SA e por ser uma “JV” sua consolidação se dá via equivalência patrimonial. Em resumo, não há redução relativa de margem no consolidado econômico da Inbrands, uma vez que este impacto demonstrado na margem bruta da Inbrands é compensado no resultado da equivalência patrimonial.

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 40%.

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	(88.282)	(108.263)	-18,5%	(201.233)	(215.450)	-6,6%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-46,7%</i>	<i>-53,7%</i>	<i>-7,0 p.p.</i>	<i>-47,5%</i>	<i>-55,9%</i>	<i>-8,4 p.p.</i>
Despesas de Vendas	(65.290)	(84.805)	-23,0%	(146.652)	(163.466)	-10,3%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-34,5%</i>	<i>-42,1%</i>	<i>-7,5 p.p.</i>	<i>-34,6%</i>	<i>-42,4%</i>	<i>-7,8 p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(22.992)	(23.458)	-2,0%	(54.581)	(51.984)	5,0%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-12,2%</i>	<i>-11,6%</i>	<i>0,5 p.p.</i>	<i>-12,9%</i>	<i>-13,5%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>

Nossas despesas de vendas, gerais e administrativas caíram 18,5% no 2T14 contra o 2T13. Em percentual da receita líquida apresentamos uma queda de 7,0 p.p. Já no acumulado do ano estas despesas caíram 6,6%, mesmo com a nossa receita líquida crescendo 9,9% no período.

A melhora operacional observada nestas despesas é decorrente, principalmente, dos nossos projeto de otimização do “back office” e de eficiência comercial. Acreditamos ainda em um potencial a capturar com estas melhorias, tanto em eficiência operacional quando redução de despesas.

Parte da redução observada acima, mas precisamente no que tange a despesas de vendas, é 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.

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

EBITDA e Margem EBITDA

Reconciliação EBITDA	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
Lucro Líquido	(9.172)	(1.406)	-552,3%	27	(9.461)	100,3%
(-) IR e CSLL	(10.665)	(5.423)	-96,7%	(22.351)	(8.916)	-150,7%
(-) Receita Financeira Líquida	23.631	20.388	15,9%	49.020	33.976	44,3%
(-) Depreciações e Amortizações	14.780	4.357	239,2%	19.459	8.670	124,4%
(=) EBITDA	18.574	17.916	3,7%	46.155	24.269	90,2%
Margem EBITDA	9,8%	8,9%	0,9 p.p.	10,9%	6,3%	4,6 p.p.

Nosso EBITDA no 2T14 foi de R\$ 18,6 milhões (margem EBITDA de 9,8%). No acumulado do ano nosso EBITDA foi de R\$ 46,2 milhões (margem EBITDA de 10,9%).

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	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
EBITDA	18.574	17.916	3,7%	46.155	24.269	90,2%
(+) Plano de Stock Options (1)	328	937	-65,0%	941	2.455	-61,7%
(+) Despesas não recorrentes (2)	2.256	1.232	83,1%	4.254	5.675	-25,0%
(=) EBITDA Ajustado	21.158	20.085	5,3%	51.350	32.399	58,5%
Margem EBITDA	11,2%	10,0%	1,2 p.p.	12,1%	8,4%	3,7 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 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 2T14 foi de R\$ 21,2 milhões (Margem EBITDA ajustada de 11,2%). Já no acumulado do semestre este EBITDA ajustado foi de R\$ 51,4 milhões (margem EBITDA ajustada de 12,1%).

Conforme apresentado anteriormente o efeito de queda que aparece no resultado do segundo trimestre é referente à antecipação das vendas para o primeiro trimestre, o que ajudou a garantir o resultado do semestre (crescimento de 58,5% no EBITDA ajustado).

Resultado Financeiro

Nosso resultado financeiro líquido passou de R\$ 20,4 milhões de despesas no 2T13 para R\$ 23,6 milhões de despesa no 2T14. No acumulado saímos de R\$ 34,0 milhões no 1S13 para R\$ 49,0 milhões no 1S14. Estes aumentos ocorrem basicamente devido aos juros relacionados com o endividamento líquido atual.

Lucro / (Prejuízo) Líquido

No 2T14 registramos um prejuízo líquido de R\$ 9,2 milhões (-4,8% da receita líquida) em comparação com o prejuízo líquido de R\$ 1,4 milhões no 2T13 (-0,7% da receita líquida). No acumulado do semestre, revertemos o prejuízo do 1S13 de R\$ 9,5 milhões, resultando em uma melhora de 100,3%.

Endividamento

No 2T14 nossa dívida bruta foi de R\$ 454,0 milhões e R\$ 69,8 milhões de caixa e aplicações financeiras totalizando uma dívida líquida de R\$ 384,2 milhões, com crescimento de 3,6% em comparação com o fechamento de 2013 (R\$ 370,7 milhões).

Este nível de endividamento é 2,4 vezes o EBITDA Ajustado LTM (12 meses). No mesmo período do ano anterior (2T13) este número era de 4,1 vezes. Mostrando uma melhora significativa neste índice de alavancagem.

Posição de caixa e endividamento	2T14	1T14	2013	Var. (%)
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	69.839	21.810	42.666	63,7%
Dívida total	453.990	431.917	413.382	9,8%
Curto Prazo	281.772	258.006	238.632	18,1%
% total	62,1%	59,7%	57,7%	4,3 p.p.
Longo Prazo	172.218	173.911	174.750	-1,4%
% total	37,9%	40,3%	42,3%	-4,3 p.p.
Dívida Líquida	384.151	410.107	370.716	3,6%

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL	2T14	2013	Var. (%)	BALANÇO PATRIMONIAL	2T14	2013	Var. (%)
ATIVO				PASSIVO			
CIRCULANTE				CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	69.839	42.666	63,7%	Fornecedores	43.463	29.987	44,9%
Contas a receber	95.759	123.010	-22,2%	Empréstimos e financiamentos	281.772	238.632	18,1%
Estoques	218.398	212.615	2,7%	Obrigações trabalhistas	36.763	33.543	9,6%
Impostos a recuperar	31.344	37.055	-15,4%	Obrigações tributárias	31.627	36.074	-12,3%
Dividendos antecipados	234	13	1700,0%	Contas a pagar	38.739	43.354	-10,6%
Créditos diversos	17.803	18.673	-4,7%	Parcelamento de tributos	5.212	5.779	-9,8%
Total do ativo circulante	433.377	434.032	-0,2%	Adiantamento de clientes	8.288	8.108	2,2%
				Dividendos a pagar	7.814	7.814	0,0%
NÃO CIRCULANTE				Total do passivo circulante	453.678	403.291	12,5%
Realizável a longo prazo:				NÃO CIRCULANTE			
Depósitos judiciais	4.070	3.287	23,8%	Contas a pagar	21.285	20.874	2,0%
Impostos a recuperar LP	4.831	5.854	0,0%	Empréstimos e financiamentos	172.218	174.750	-1,4%
Partes relacionadas	42.948	39.485	8,8%	Provisão para contingências	28.988	31.058	-6,7%
Investimentos	23.580	24.936	-5,4%	Parcelamento de tributos	10.981	12.372	-11,2%
Imobilizado	114.139	98.225	16,2%	IR e CS diferidos	29.178	45.370	-35,7%
Intangível	256.290	225.524	13,6%	Total do passivo não circulante	262.650	284.424	-7,7%
Ágio	233.202	233.202	0,0%	PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Total do ativo não circulante	679.060	630.513	7,7%	Capital social	285.446	285.446	0,0%
TOTAL DO ATIVO	1.112.437	1.064.545	4,5%	Reserva especial de ágio	49.954	49.954	0,0%
				Reservas de lucros	64.644	45.365	42,5%
				Participação não controladora	(3.935)	(3.935)	0,0%
				Total do patrimônio líquido	396.109	376.830	5,1%
				TOTAL DO PASSIVO E PL	1.112.437	1.064.545	4,5%

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	2T14	2T13	Var. (%)	1S14	1S13	Var. (%)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	189.170	201.651	-6,2%	423.266	385.293	9,9%
CUSTO DAS MERCADORIAS E DOS SERVIÇOS VENDIDOS	(81.352)	(76.221)	6,7%	(174.193)	(145.816)	19,5%
LUCRO BRUTO	107.818	125.430	-14,0%	249.073	239.477	4,0%
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS						
Despesas de Vendas	(65.290)	(84.805)	-23,0%	(146.652)	(163.466)	-10,3%
Despesas Gerais e administrativas	(22.992)	(23.458)	-2,0%	(54.581)	(51.984)	5,0%
Depreciações e amortizações	(14.780)	(4.357)	239,2%	(19.459)	(8.670)	124,4%
Equivalência patrimonial	(65)	653	n.a.	(1.135)	(9)	n.a.
Outras receitas (despesas) operacionais	(897)	96	-1034,4%	(550)	251	-319,1%
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	3.794	13.559	-72,0%	26.696	15.599	71,1%
RESULTADO FINANCEIRO						
Despesas financeiras	(24.754)	(18.958)	30,6%	(50.586)	(33.906)	49,2%
Receitas financeiras	1.770	1.331	33,0%	3.417	2.468	38,5%
Variação cambial, líquida	(647)	(2.761)	76,6%	(1.851)	(2.538)	27,1%
LUCRO ANTES DO IR E CS	(19.837)	(6.829)	-190,5%	(22.324)	(18.377)	-21,5%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL						
Correntes	(1.760)	(1.848)	-4,8%	(3.274)	(4.964)	-34,0%
Diferidos	12.425	7.271	70,9%	25.625	13.880	84,6%
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(9.172)	(1.406)	-552,3%	27	(9.461)	100,3%
ATRIBUÍVEL A						
Proprietários da controladora	(8.551)	(1.187)	620,4%	27	(9.205)	-100,3%
Participações não controladoras	(621)	(219)	183,6%	-	(256)	-100,0%

FLUXO DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA	1S14	1S13	Var. (%)
ATIVIDADES OPERACIONAIS			
EBITDA	46.155	39.467	17%
<u>Varição nos ativos e passivos operacionais:</u>			
Contas a Receber	28.301	57.024	-50%
Estoques	(5.783)	(66.465)	91%
Fornecedores	13.476	5.708	136%
Contas a Pagar	(16.083)	(15.782)	-2%
Obrigações e direitos tributários	(2.945)	(22.444)	87%
Var. outros ativos e passivos	3.137	1.201	161%
(=) Fluxo de Caixa Operacional	66.258	(1.291)	5232%
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO E CUSTO DA ESTRUTURA DE CAPITAL			
<u>Atividades de Investimentos</u>			
Adições do ativo imobilizado	(21.213)	(9.558)	-122%
Adições do ativo intangível	(16.829)	(13.324)	-26%
Participação em controladas e coligadas	221	(15.000)	101%
<u>Custo da estrutura de capital</u>			
Custo Financeiro	(36.647)	(25.564)	-43%
(=) Fluxo de Caixa de investimentos e custo de capital	(74.468)	(63.446)	-17%
(=) Geração de caixa do negócio	(8.210)	(64.737)	87%
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Pagamento de empréstimos	(108.546)	(83.657)	-30%
Captação e atualização de empréstimos	143.929	92.434	56%
(=) Fluxo de Caixa de Financiamentos	35.383	8.777	303%
(=) Aumento ou Diminuição de Caixa	27.173	(55.960)	149%
<i>Saldo inicial</i>	<i>42.666</i>	<i>59.714</i>	<i>-29%</i>
<i>Saldo final</i>	<i>69.839</i>	<i>3.754</i>	<i>1760%</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.