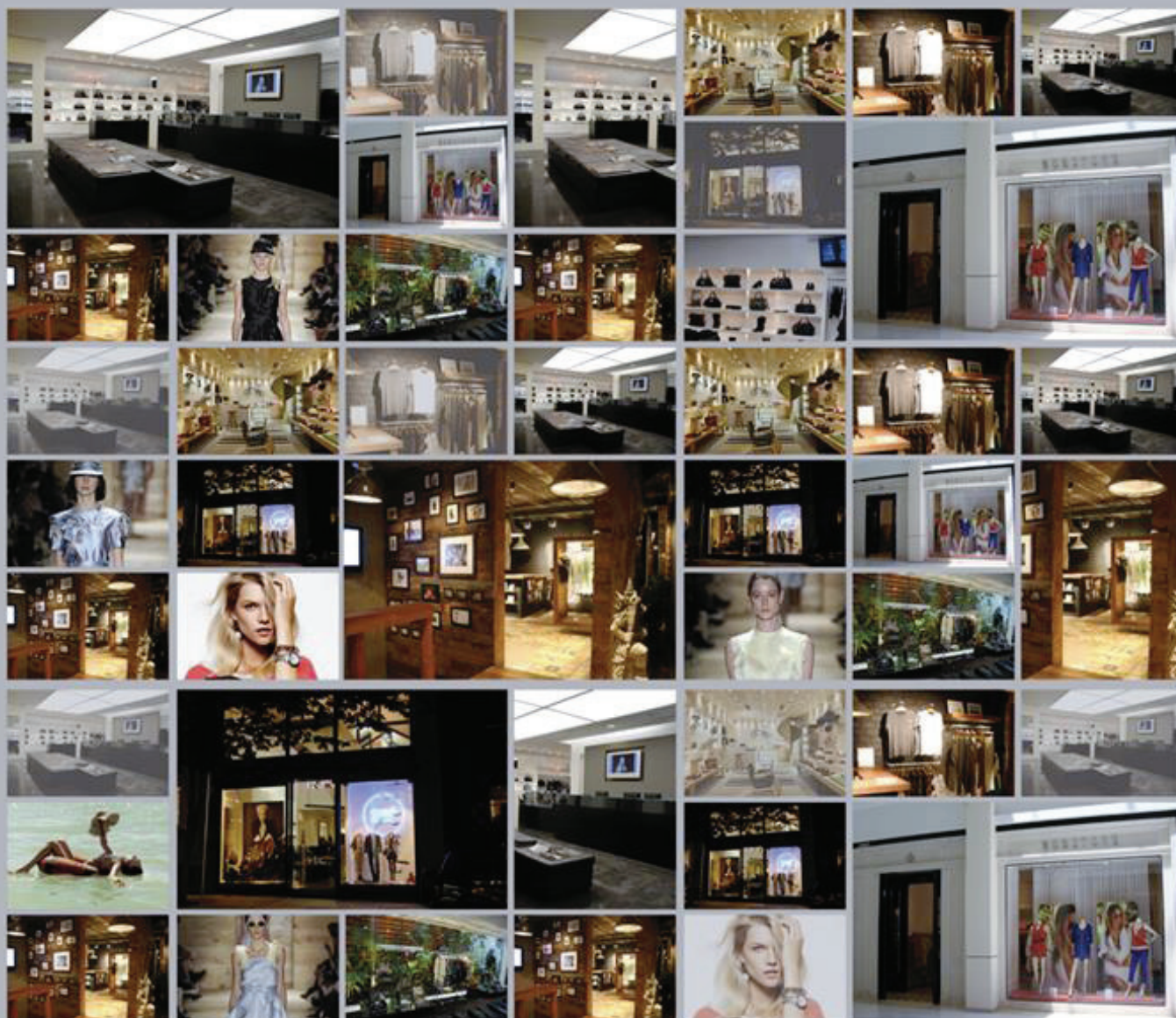




EARNINGS RELEASE 1T16





EARNINGS RELEASE 1T16

EBITDA Ajustado de R\$ 21,3 milhões no 1T15 (Margem EBITDA de 9,9%) e Receita Bruta com retração de 3,7% versus mesmo período do ano anterior.

São Paulo, 16 de maio 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 1º trimestre de 2016 (1T16). 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 (1T16) 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 do Varejo** atingiu no trimestre **R\$ 140,2 milhões**, em linha com o 1T15. A **Receita Bruta do Atacado** chegou a **R\$ 121,6 milhões no trimestre**, com uma queda de 5,5%. A **Receita Bruta total** da companhia no 1T16 foi de **R\$ 271,5 milhões** com queda de 3,7% contra o mesmo período do ano anterior.
- O indicador do **Same Store Sales (SSS)** fechou o trimestre com queda de -7,8%, principalmente em função de fluxo e consumo em nossas lojas, mas também pela redução significativa do número de peças em estoque no início do ano versus 1T15, em especial na Richards e nas lojas Outlets.
- O **EBITDA Ajustado** no 1T16 foi de **R\$ 21,3 milhões** e **Margem EBITDA** ajustada de **9,9%**.
- Encerramos o período com 372 lojas, sendo 195 lojas próprias, 176 lojas franqueadas e 5.595 pontos de venda multimarcas.
- **Desfecho positivo da renegociação e alongamento da dívida com debenturistas e credores** para emissão de nova debênture de R\$474 M com prazo de 3 anos, conforme AGD de 16/05

Resumo do Resultado	1T16	1T15	Var. (%)
Receita Bruta	271.512	281.972	-3,7%
Receita Líquida	214.915	227.422	-5,5%
Lucro Bruto	125.897	137.353	-8,3%
<i>Margem Bruta</i>	<i>58,6%</i>	<i>60,4%</i>	<i>-1,8 p.p.</i>
EBITDA	18.387	35.424	-48,1%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>8,6%</i>	<i>15,6%</i>	<i>-7,0 p.p.</i>
Lucro Líquido	(29.010)	15.599	-286,0%
<i>Margem Líquida</i>	<i>-13,5%</i>	<i>6,9%</i>	<i>-20,4 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	21.260	35.554	-40,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>9,9%</i>	<i>15,6%</i>	<i>-5,7 p.p.</i>



Destaques do trimestre

O 1º trimestre de 2016 foi marcado pela continuidade das dificuldades política e econômica que tem afetado os negócios em nosso país, em especial, no nível de demanda e consequente impacto na receita bruta. Neste trimestre nossa receita bruta total teve retração de 3,7%. Nosso varejo apresentou uma receita praticamente em linha com o ano anterior em função das lojas adicionadas ao longo de 2015. Algumas de nossas marcas apresentaram um bom crescimento como a Salinas e a Bobstore. No atacado multimarca, os efeitos sobre a demanda e consumo, também impactaram em nossos parceiros empreendedores lojistas, principalmente pela restrição de crédito e alto custo de captação de recursos em função do patamar da taxa de juros que tornam as linhas de crédito escassas e menos atrativas.

O indicador “Same Store Sales (SSS)” apresentou uma queda de 7,8% neste 1T2016, enquanto que no 1T2015 este mesmo indicador apresentou um crescimento de 7,2%. Esse desempenho foi afetado pela redução do fluxo de clientes nos *Shoppings*, fruto, principalmente, da desaceleração da economia e da confiança dos consumidores, além de um menor patamar de estoques durante o período de liquidação, em especial na Richards e nos Outlets, somada a menor atratividade da coleção de outono, devido as altas temperaturas durante o período. 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 implementamos para minimizar os efeitos da menor demanda.

Temos focado nossa energia para a operação da Companhia cuidando de cada etapa da cadeia de valor do nosso negócio, desde o planejamento de vendas, do sortimento, o desenvolvimento de produtos, passando pela cadeia de fornecimento, distribuição e operação comercial. Nas áreas de *back office* nosso foco tem sido eficiência com baixo gasto operativo e aumento do nível de serviço. Assim, estamos atenuando os impactos causados pela demanda menor de mercado, que por efeitos de conjuntura não gerenciamos diretamente. Temos em andamento um importante movimento de 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 572 mil peças ou 15% menor do que o mesmo o mesmo período do ano passado.

O EBITDA ajustado do trimestre foi de R\$ 21,3 MM com margem de 9,9% e embora tenhamos ficado abaixo do mesmo período do ano passado, o resultado está dentro de nossas expectativas, dado o atual cenário macroeconômico.

A companhia tem uma característica de sazonalidade, dado o perfil das marcas que possui e o percentual de atacado no mix de receita, que concentra no 2º semestre do ano, parcela representativa de sua rentabilidade e geração de caixa.



EARNINGS RELEASE 1T16

Rede de Distribuição

Rede de Distribuição	Lojas Próprias			Franquias			Clientes Multimarcas		
	1T16	1T15	Var. (%)	1T16	1T15	Var. (%)	1T16	1T15	Var. (%)
Ellus e Ellus Second Floor	51	50	2,0%	31	28	10,7%	2.296	1.971	16,5%
Richards e Selaria Richards	56	51	9,8%	33	34	-2,9%	588	536	9,7%
VR e VR Kids	31	26	19,2%	31	29	6,9%	854	811	5,3%
Salinas	14	13	7,7%	24	25	-4,0%	285	316	-9,8%
Alexandre Herchcovitch	1	1	0,0%	-	-	0,0%	29	36	-19,4%
Bobstore	19	12	58,3%	37	44	-15,9%	474	494	-4,0%
Mandi	3	5	-40,0%	-	-	0,0%	220	336	-34,5%
Tommy	12	8	50,0%	20	15	33,3%	849	856	-0,8%
Brands House (*)	8	6	33,3%	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Total Geral	195	172	13,4%	176	175	0,6%	5.595	5.356	4,5%

(*) 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 23 novas lojas em comparação com 1T15. As lojas abertas em 2015 foram em locais de excelente exposição e certamente vem contribuindo para a melhoria de posicionamento de nossas marcas.

O resultado vem confirmando as decisões tomadas, uma vez que crescemos 0,4% a receita de venda em lojas próprias mesmo com todas as adversidades que vivemos no atual contexto político e econômico.

Na rede de parceiros franqueados, tivemos um aumento de uma loja no período.

No que se refere ao canal de atacado multimarcas, nosso plano de expansão visa a ocupação de áreas brancas onde há consumo de vestuário e temos baixa ou nenhuma presença. E vimos logrando êxito nessa atividade, objetivando a mitigação de impacto de vendas menores em alguns clientes da carteira ou em clientes cujas vendas se encontram bloqueadas por dificuldades financeiras.



EARNINGS RELEASE 1T16

Receita Bruta

Receita Bruta	1T16	1T15	Var. (%)
Receita Bruta Total	271.512	281.972	-3,7%
Por Marca			
Ellus e Ellus Second Floor	89.010	92.977	-4,3%
Richards e Selaria Richards	84.544	88.662	-4,6%
VR e VR Kids	41.391	42.049	-1,6%
Bobstore	35.714	34.947	2,2%
Mandi	1.590	3.751	-57,6%
Salinas	14.997	12.818	17,0%
Alexandre Herchcovitch	1.316	1.516	-13,2%
Total marcas	268.562	276.721	-2,9%
Luminosidade	1.724	2.549	-32,4%
Outras receitas	1.226	2.702	-54,6%
Total outras unidades de negócio	2.950	5.251	-43,8%
Por Canal			
Franquias	33.114	33.397	-0,8%
Multimarcas	88.487	95.251	-7,1%
Lojas Próprias	140.203	139.641	0,4%
E-commerce	6.758	8.432	-19,9%
Conteúdo de Moda	1.724	2.549	-32,4%
Outros	1.226	2.702	-54,6%

Same Store Sales	1T16
Ellus e Ellus Second Floor	-1,0%
Richards e Selaria Richards	-13,0%
VR e VR Kids	-5,2%
Bobstore	-4,7%
Mandi	-29,3%
Salinas	8,7%
Alexandre Herchcovitch	-7,5%
Tommy Hilfiger	-4,5%
Brands House (*)	-9,5%
TOTAL	-7,8%

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



EARNINGS RELEASE 1T16

Evolução por marca

Ellus e Ellus 2nd Floor: A receita bruta das marcas Ellus e Ellus 2nd Floor reduziu em 4,3% no 1T16 quando comparado ao 1T15 em consequência do desempenho do canal atacado da marca. As incertezas no cenário macroeconômico e no desempenho do varejo de moda no Brasil e um *sell out* menor em nossos parceiros lojistas levaram a uma postura mais conservadora na compra realizada por clientes. No varejo, a marca apresentou uma queda de SSS de -1,0%. As ações de planejamento de sortimento, distribuição e operação de vendas, contribuiram para mitigar o efeito de consumo.

Richards e Selaria Richards: As marcas apresentaram queda em receita bruta de -4,6% no 1T16 quando comparado com o mesmo período do ano anterior. Essa redução nas vendas está relacionada, principalmente, a uma queda no fluxo de cliente nas lojas da marca e a um menor estoque remanescente de coleção anterior, que apesar de reduzir as vendas tem impacto muito positivo na geração de caixa apresentado pela marca. Entramos com 21% a menos de estoque no início do ano na marca. No grupo masculino a redução de estoque foi de 35% em categorias relevantes como camisaria e calçados. No início do mês de março nós retiramos todos os produtos de verão das lojas e iniciamos o encaminhamento dos mesmos para os outlets, que ficaram parte do mês em trânsito, sem exposição de vendas. As lojas em março ficaram praticamente com novos produtos de outono, que desempenharam em linha com nossa previsão, embora tenhamos vivenciado um período de altas temperaturas, em dissonância com a característica dos produtos de outono mais apropriados para o frio. Outro fator preponderante foi o incremento de preços que fizemos em virtude do repasse necessário de parte do aumento do dólar. Com isso, buscamos reposição de margem mas com alto impacto sobre a venda. Por esses efeitos o SSS da marca no 1T16 foi negativo em 13,0% contra um crescimento de 7,6% no 1T15.

VR e VR Kids: A receita bruta das marcas VR e VR Kids apresentou uma queda de 1,6% no 1T16. No varejo, a marca apresentou um SSS de -5,2%, muito por consequência da queda de fluxo nos Shoppings e atuais condições de demanda de consumo e confiança do consumidor. Em 2015, aumentamos muito o *base line*, quando apresentamos um crescimento expressivo de 18,0%. Da mesma forma que na Richards, lançamos *preview* mais cedo esse ano na VR com produtos de outono em meio a temperaturas altas para o período.

Bobstore: No 1T16 houve um aumento na receita bruta de 2,2% versus o 1T15. Este crescimento na receita bruta se dá principalmente pelo aumento no número de lojas próprias, que passou de 12 lojas para 19 lojas no período, algumas delas de grande posicionamento e visibilidade, como Shopping Leblon (RJ), Village Mall (RJ), Oscar Freire (SP) e Shopping Morumbi (SP). Após apresentar um SSS positivo em 8,7% no 1T15, neste 1T16 o SSS foi de -4,7%, pelas mesmas razões mercadológicas que atingiram as outras marcas. Porém, de todas as nossas marcas, a Bobstore é a mais sensível ao lançamento de novas coleções e sentiu o desalinhamento entre a entrada efetiva da coleção de Outono e as altas temperaturas apresentadas até então.

Salinas: A marca apresentou um aumento na receita bruta de 17,0% no 1T16 contra o 1T15. No varejo, tivemos um crescimento de SSS de 8,7% neste 1T16, devido a acertos de coleções e alocação assertiva de produtos em nossas lojas. Neste caso da Salinas, a questão do atraso na chegada das temperaturas mais amenas, típicas do outono, nos beneficiou alavancando e prolongando as vendas de produtos tipicamente de verão.

Mandi: A redução de 57,6% 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: Houve um aumento na Receita Bruta de 10% na marca no 1T16 se compararmos com 1T15, onde o atacado que representou 73,8% do faturamento no período cresceu 1,7% e o varejo, com uma participação menor, apenas 26,1%, cresceu 42,6%. 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 -4,5% muito em função de queda no fluxo de clientes nas lojas.



EARNINGS RELEASE 1T16

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 cresceu 0,4% no 1T16 em relação ao 1T15, fruto da aposta em novas lojas durante o ano de 2015. Nosso SSS cedeu em 7,8% no período, sobre uma base que havia crescido 7,2% no 1T15.

Esta queda no 1T16 se deu em função de pontos já comentados dentro de cada marca no capítulo anterior, porém catalisados pelas questões de consumo envolvidos no cenário macroeconômico geral, em especial nas lojas *outlets* de nossas marcas, aquelas que vendem exclusivamente produtos de coleções anteriores. Esta queda se deu por uma menor oferta de produtos *off* neste canal por um volume de estoque significativamente mais baixo, deixando a qualidade do mesmo menos atrativa. Em 31 de Março de 2016, o canal varejo apresentava um estoque cerca de 303.000 peças ou 17% menor se comprado com a mesma data do ano anterior.

Atacado (Franquias e Multimarcas): A receita bruta do canal teve retração de 5,5% em relação ao 1T15. Em Franquias, andamos em linha com o ano anterior. Já no canal Multimarcas os efeitos do cenário macroeconômicos causaram a queda da receita bruta de 7,1% no trimestre em relação ao mesmo período no ano passado.

E-commerce: No 1T16 a operação de E-commerce da Companhia apresentou uma performance de -20%, na Receita Bruta, comparada com o 1T15. Este resultado é função de uma baixa oferta no estoque do E-commerce, sobretudo, de produtos de liquidação em todas as marcas que atende esta operação e os efeitos de menor demanda causados pelo cenário econômico. Para minimizar o impacto da queda de vendas e equilibrar o resultado da operação, buscou-se uma readequação do estoque e uma economia relevante nas despesas. Passamos a estruturar melhor o processo de compras para o canal de e-commerce que deverá apresentar melhor performance nas próximas coleções. O nível de ruptura de estoque no canal foi alto e o principal responsável pela redução de vendas. Com a reposição de produtos, a lacuna de vendas em relação ao ano anterior fechou fortemente em março e abril. Em relação aos projetos estruturantes, tivemos os primeiros três meses de operação da nova loja online da VR e iniciamos a homologação da nova loja online da Salinas, ambas na nova plataforma de E-commerce. Estas iniciativas nos proporcionaram a oportunidade de aumentar significativamente o nosso domínio sobre os processos e as tecnologias utilizadas. Além disso, com relação ao projeto piloto de estoque integrado, que possibilita a comercialização de estoque entre as lojas físicas e as lojas virtuais, conseguimos aumentar significativamente a estabilidade da ferramenta que suporta esse projeto e preparar sua extensão para as principais lojas da Companhia que acontecerá no 2T16.

Lucro Bruto

Lucro Bruto e Margem Bruta	1T16	1T15	Var. (%)
Lucro Bruto	125.897	137.353	-8,3%
Margem Bruta	58,6%	60,4%	-1,8 p.p.

O lucro bruto diminuiu 8,3% no 1T16 quando comparado ao 1T15, totalizando R\$ 125,9 milhões (58,6% da receita líquida). Tivemos uma queda de R\$ 11 milhões versus o mesmo período no ano anterior. Dois terços desta queda está relacionada com o menor volume de vendas registrado no período e um terço é proveniente da queda na margem no canal Varejo, principalmente e em função de: a) aumento de custo dos produtos importados em função do patamar do dólar mais elevado que o ano passado e que devido ao momento econômico com menor demanda, não conseguimos repassar em sua totalidade para o preço de venda; b) prolongamento do período promocional nas lojas para minimizar o enfraquecimento na demanda; c) menor participação nas vendas dos produtos da coleção outono/inverno esse ano na receita total, em função do clima mais quente vigente nesse trimestre.



EARNINGS RELEASE 1T16

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas

Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	1T16	1T15	Var. (%)
Despesas de Vendas, Gerais e Administrativas	(103.285)	(100.876)	2,4%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-48,1%</i>	<i>-44,4%</i>	<i>3,7 p.p.</i>
Despesas de Vendas	(82.661)	(79.341)	4,2%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-38,5%</i>	<i>-34,9%</i>	<i>3,6 p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(20.624)	(21.535)	-4,2%
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>-9,6%</i>	<i>-9,5%</i>	<i>0,1 p.p.</i>

Nossas despesas de vendas, gerais e administrativas aumentaram 2,4% no 1T16 contra o 1T15. Em percentual da receita líquida apresentamos um aumento de 3,7 p.p., este aumento foi causado em função da queda da receita e 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. 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 uma leve redução, mesmo com pressão inflacionária em torno de 9%. A pequena redução demonstra os esforços feitos através do nosso projeto de otimização do "back office" e ganho de eficiência operacional.

EBITDA e Margem EBITDA

Reconciliação EBITDA	1T16	1T15	Var. (%)
Lucro Líquido	(29.010)	15.599	-286,0%
(-) IR e CSLL	3.546	(12.016)	129,5%
(-) Receita Financeira Líquida	30.421	19.913	52,8%
(-) Depreciações e Amortizações	13.430	11.928	12,6%
(=) EBITDA	18.387	35.424	-48,1%
Margem EBITDA	8,6%	15,6%	-7, p.p.

Nosso EBITDA no 1T16 foi de R\$ 18,4 milhões (margem EBITDA de 8,6%). Queda de 48,1% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

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



EARNINGS RELEASE 1T16

EBITDA Ajustado	1T16	1T15	Var. (%)
EBITDA	18.387	35.424	-48,1%
(+) Plano de Stock Options (1)	9	130	-93,1%
(+) Despesas não recorrentes (2)	2.864	-	#DIV/0!
(=) EBITDA Ajustado	21.260	35.554	-40,2%
Margem EBITDA	9,9%	15,6%	-5,7 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 ajustes de inventários.

O EBITDA ajustado no 1T16 foi de R\$ 21,3 milhões (Margem EBITDA ajustada de 9,9%) 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\$ 19,9 milhões de despesas no 1T15 para R\$ 30,4 milhões de despesa no 1T16. Esta piora no resultado financeiro é decorrente de variação cambial no período em consequência de um Hedge cambial negociado entre outubro e novembro de 2015 e aos juros relacionados sobre o endividamento que foram impulsionados pelo atual patamar da taxa básica de juros.

Lucro / (Prejuízo) Líquido

No 1T16 registramos um prejuízo líquido de R\$ 29,0 milhões (-13,5 % da receita líquida) em comparação com o lucro líquido de R\$ 15,6 milhões no 1T15 (6,9 % da receita líquida).

Endividamento

No 1T16 nossa dívida bruta foi de R\$ 604,6 milhões e R\$ 22,2 milhões de caixa e aplicações financeiras totalizando uma dívida líquida de R\$ 582,4 milhões, com crescimento de 26,9% em comparação com o fechamento de 2015 (R\$ 458,8 milhões). As maiores razões deste aumento se deram em função do período sazonal de "build-up" de estoques e menor demanda comparada ao fim de 2015, além da necessidade que tivemos de capitalizar nossa JV com a Tommy em parceria com nossos sócios.

Após um período de alinhamento com nossos credores, conseguimos concluir o processo de negociação do alongamento da dívida da companhia. Realizamos uma AGD em 16/05, com um desfecho positivo da renegociação, sumarizada em proposta de emissão de nova debênture no valor de R\$474 M, com prazo de 3 anos, com condições compatíveis com o mercado de crédito atual e com a capacidade de pagamento da empresa em função de sua geração de caixa futura. Essa negociação também prevê um compromisso importante de capitalização de nossos acionistas no montante de R\$100 milhões. Desta forma e após concluída a formalização contratual, parcela substancial de nossa dívida, hoje no curto prazo, passará para o longo prazo, permitindo a Inbrands atravessar com maior liquidez o período subsequente de retomada da atividade econômica do nosso país.



EARNINGS RELEASE 1T16

Posição de caixa e endividamento	1T16	2015	Var. (%)
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	22.227	93.696	-76,3%
Dívida total	604.584	552.433	9,4%
Curto Prazo	545.265	552.433	-1,3%
<i>% total</i>	<i>90,2%</i>	<i>100,0%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Longo Prazo	59.319	-	0,0%
<i>% total</i>	<i>9,8%</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,0%</i>
Dívida Líquida	582.357	458.737	26,9%



EARNINGS RELEASE 1T16

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL	1T16	2015	Var. (%)
ATIVO			
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	22.227	93.696	-76,3%
Contas a receber	180.858	146.684	23,3%
Estoques	246.373	225.512	9,3%
Impostos a recuperar	52.327	47.095	11,1%
Dividendos antecipados	1.238	1.238	0,0%
Créditos diversos	12.981	11.233	15,6%
Total do ativo circulante	516.004	525.458	-1,8%
NÃO CIRCULANTE			
Realizável a longo prazo:			
IR Diferido Ativo	571	963	-40,7%
Depósitos judiciais	4.318	4.242	1,8%
Impostos a recuperar LP	4.831	4.831	0,0%
Partes relacionadas	50.015	48.366	3,4%
Investimentos	39.797	33.494	18,8%
Imobilizado	123.416	119.973	2,9%
Intangível	287.455	287.325	0,0%
Ágio	233.202	233.202	0,0%
Total do ativo não circulante	743.605	732.396	1,5%
TOTAL DO ATIVO	1.259.609	1.257.854	0,1%

BALANÇO PATRIMONIAL	1T16	1T15	Var. (%)
PASSIVO			
CIRCULANTE			
Fornecedores	33.557	23.033	45,7%
Obrigações Decorrente de Compra de Mercadoria e Serviços	50.212	56.573	-11,2%
Empréstimos e financiamentos	545.265	552.433	-1,3%
Obrigações trabalhistas	30.030	32.836	-8,5%
Obrigações tributárias	18.611	30.545	-39,1%
Contas a pagar	43.054	55.986	-23,1%
Parcelamento de tributos	2.932	2.980	-1,6%
Adiantamento de clientes	2.588	1.228	110,7%
Dividendos a pagar	6.927	6.927	0,0%
Total do passivo circulante	733.176	762.541	-3,9%
NÃO CIRCULANTE			
Contas a pagar	1.127	1.282	-12,1%
Empréstimos e financiamentos	59.319	-	#DIV/0!
Provisão para contingências	9.393	10.917	-14,0%
Parcelamento de tributos	17.092	16.793	1,8%
IR e CS diferidos	34.982	32.800	6,7%
Total do passivo não circulante	121.913	61.792	97,3%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	286.934	286.934	0,0%
Reserva especial de ágio	49.954	49.954	0,0%
Reservas de lucros	74.175	103.003	-28,0%
Participação não controladora	(6.543)	(6.370)	-2,7%
Total do patrimônio líquido	404.520	433.521	-6,7%
TOTAL DO PASSIVO E PL	1.259.609	1.257.854	0,1%



EARNINGS RELEASE 1T16

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	1T16	1T15	Var. (%)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	214.915	227.422	-5,5%
CUSTO DAS MERCADORIAS E DOS SERVIÇOS VENDIDOS	(89.018)	(90.069)	-1,2%
LUCRO BRUTO	125.897	137.353	-8,3%
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS	(120.940)	(113.857)	-6,2%
Despesas de Vendas	(82.661)	(79.341)	4,2%
Despesas Gerais e administrativas	(20.624)	(21.535)	-4,2%
Depreciações e amortizações	(13.430)	(11.928)	12,6%
Equivalência patrimonial	(1.198)	(1.066)	-12,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	(3.027)	13	-23384,6%
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	4.957	23.496	-78,9%
RESULTADO FINANCEIRO	(30.421)	(19.913)	-52,8%
Despesas financeiras	(33.340)	(26.877)	24,0%
Receitas financeiras	4.179	3.529	18,4%
Variação cambial, líquida	(1.260)	3.435	-136,7%
LUCRO ANTES DO IR E CS	(25.464)	3.583	-810,7%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL			
Correntes	(970)	(1.259)	-23,0%
Diferidos	(2.576)	13.275	-119,4%
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(29.010)	15.599	-286,0%
ATRIBUÍVEL A			
Proprietários da controladora	(28.837)	15.892	281,5%
Participações não controladoras	(173)	(293)	-41,0%



EARNINGS RELEASE 1T16

FLUXO DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA		1T16
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
EBITDA		18.387
<u>Varição nos ativos e passivos operacionais:</u>		
Contas a Receber		(34.552)
Estoques		(20.861)
Fornecedores		4.163
Contas a Pagar		(19.153)
Obrigações e direitos tributários		(17.887)
Var. outros ativos e passivos		826
(=) Fluxo de Caixa Operacional		(69.077)
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO E CUSTO DA ESTRUTURA DE CAPITAL		
<u>Atividades de Investimentos</u>		
Adições do ativo imobilizado		(8.267)
Adições do ativo intangível		(9.553)
Participação em controladas e coligadas		(6.302)
<u>Custo da estrutura de capital</u>		
Custo Financeiro		(30.421)
(=) Fluxo de Caixa de investimentos e custo de capital		(54.543)
(=) Geração de caixa do negócio		(123.620)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Pagamento de empréstimos		(23.927)
Captação e atualização de empréstimos		76.078
(=) Fluxo de Caixa de Financiamentos		52.151
(=) Aumento ou Diminuição de Caixa		(71.469)
<i>Saldo inicial</i>		<i>93.696</i>
<i>Saldo final</i>		<i>22.227</i>



EARNINGS RELEASE 1T16

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.