

Divulgação de Resultados - 1T14

AREZZO
&CO

AREZZO

SCHUTZ

Alexandre Birman

ANACAPRI

Divulgação de Resultados - 1T14

AREZZO



SCHUTZ



Alexandre Birman



ANACAPRI



Belo Horizonte, 29 de abril de 2014. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 1º trimestre de 2014. As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhares de reais, conforme as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2013 (1T13), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 28.04.14:

R\$ 24,99

Valor de mercado em 28.04.14:

R\$ 2.215,0 milhões

Teleconferência de resultados:

Quarta-feira, 30 de abril de 2014

11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam de São Paulo: 11 3301-3000

Participantes que ligam do Brasil e outros países: +55 11 4003-9004

Participantes que ligam do EUA: 1-866-866-2673

Senha: Arezzo&Co

A apresentação de slides e a conexão via webcast (via internet) estarão disponíveis 30 minutos antes em: www.arezzoco.com.br

Relações com Investidores:

Thiago Borges

Diretor Financeiro e de RI

Leonardo Pontes dos Reis, CFA

Gerente de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzoco.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Arezzo&Co registra crescimento de 7,1% da receita bruta no 1T14, com EBITDA de R\$27,3 milhões

DESTAQUES

- A receita bruta do 1T14 alcançou R\$275,8 milhões, crescimento de 7,1% sobre o 1T13, com destaque para o crescimento de 10,3% no mercado interno;
- No 1T14, o lucro bruto da Companhia atingiu R\$92,1 milhões, crescimento de 2,9% sobre o lucro bruto do 1T13;
- O EBITDA do 1T14 somou R\$27,3 milhões, redução de 4,7% em relação ao 1T13, com margem de 12,8%;
- No 1T14, o lucro líquido foi de R\$17,4 milhões, com margem líquida de 8,2%;
- Neste trimestre a Arezzo&Co abriu três lojas e ampliou uma loja, com crescimento de 20,6% da área de vendas nos últimos 12 meses.

Resumo do Resultado	1T13	1T14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	201.039	213.425	6,2%
Lucro Bruto	89.433	92.061	2,9%
Margem bruta	44,5%	43,1%	-1,4 p.p.
EBITDA¹	28.636	27.289	-4,7%
Margem EBITDA	14,2%	12,8%	-1,4 p.p.
Lucro líquido	19.366	17.433	-10,0%
Margem líquida	9,6%	8,2%	-1,4 p.p.

Indicadores Operacionais	1T13	1T14	Cresc. ou spread (%)
Número de pares vendidos ('000)³	1.992	2.058	3,3%
Número de bolsas vendidas ('000)	136	162	19,1%
Número de funcionários	2.105	2.077	-1,3%
Número de lojas*	400	461	61
Próprias	57	54	-3
Franquias	343	407	64
Outsourcing (% da produção total)	90,0%	90,3%	0,3 p.p
SSS² sell-in (franquias)	8,3%	8,7%	0,4 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	6,7%	3,3%	-3,4 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	8,4%	3,8%	-4,6 p.p

*Incluem lojas no exterior

1- EBITDA = Lucro antes do resultado financeiro, Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, Depreciação e Amortização. O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados e não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e a definição da Companhia de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA ajustado de outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis utilizadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa operacional, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional. Adicionalmente, a Companhia entende que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma Companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

2- SSS (Vendas nas mesmas lojas): As lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação. Variações em vendas de lojas comparáveis entre os dois períodos são baseadas nas vendas líquidas de devoluções para as vendas do sell-out, e em vendas brutas para sell-in de franquias que estavam em operação durante ambos os períodos comparados. Se uma loja estiver incluída no cálculo de vendas de lojas comparáveis por apenas uma parte de um dos dois períodos comparados, então essa loja será incluída no cálculo da parcela correspondente do outro período. Quando metros quadrados são acrescentados ou reduzidos a uma loja que é incluída nas vendas de lojas comparáveis, impactando a área de vendas em mais de 15%, a loja é excluída nas vendas de lojas comparáveis. Quando a operação de uma loja é descontinuada, as vendas dessa loja são excluídas do cálculo das vendas de lojas comparáveis para os períodos comparados. Considera-se que quando um operador franqueado abre um depósito, sua venda será incluída nas vendas de lojas comparáveis do sell-in se as franquias do operador estiverem em operação durante ambos os períodos que estão sendo comparados. O chamado SSS de Franquias – Sell-In, refere-se à comparação de vendas da Arezzo&Co junto a cada Loja Franqueada em operação há mais de 12 meses, servindo como um indicador mais preciso para monitoramento da receita do grupo. Já o SSS de sell-out é baseado na performance de vendas dos pontos de vendas, o que no caso da Arezzo&Co demonstra melhor o comportamento das vendas de Lojas Próprias e vendas de sell-out de Franquias. Os números de sell-out de Franquias representam a melhor estimativa calculada com base em informações fornecidas por terceiros. A partir do 1T14, a Companhia passa a também reportar o SSS de sell-out incluindo as vendas do canal web commerce.

3- O volume de pares e bolsas ora retificado para o 1T13 foi de 1.992 pares vendidos e 136 mil bolsas vendidas.

Receita Bruta	1T13	Part%	1T14	Part%	Cresc. %
Receita bruta total	257.451		275.843		7,1%
Mercado externo	15.915	6,2%	9.536	3,5%	-40,1%
Mercado interno	241.536	93,8%	266.307	96,5%	10,3%
Por marca					
<i>Arezzo</i>	<i>150.719</i>	<i>62,4%</i>	<i>164.554</i>	<i>61,8%</i>	<i>9,2%</i>
<i>Schutz</i>	<i>78.976</i>	<i>32,7%</i>	<i>88.248</i>	<i>33,1%</i>	<i>11,7%</i>
<i>Anacapri</i>	<i>7.940</i>	<i>3,3%</i>	<i>11.795</i>	<i>4,4%</i>	<i>48,5%</i>
<i>Outros¹</i>	<i>3.901</i>	<i>1,6%</i>	<i>1.710</i>	<i>0,7%</i>	<i>-56,2%</i>
Por canal					
<i>Franquias</i>	<i>116.904</i>	<i>48,4%</i>	<i>145.905</i>	<i>54,8%</i>	<i>24,8%</i>
<i>Multimarcas</i>	<i>59.967</i>	<i>24,8%</i>	<i>55.598</i>	<i>20,9%</i>	<i>-7,3%</i>
<i>Lojas próprias²</i>	<i>61.412</i>	<i>25,4%</i>	<i>63.928</i>	<i>24,0%</i>	<i>4,1%</i>
<i>Outros³</i>	<i>3.253</i>	<i>1,4%</i>	<i>876</i>	<i>0,3%</i>	<i>-73,1%</i>

(1) Inclui a marca Alexandre Birman apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

(2) Lojas Próprias: inclui o canal de vendas Web Commerce.

(3) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

Marcas

O primeiro trimestre do ano iniciou-se com a liquidação da coleção de verão no período de janeiro até a primeira semana de março, encerrando com performance de giro superior ao histórico. Na segunda metade de março, logo após o carnaval, as lojas lançaram a coleção de inverno, com boa receptividade pelas consumidoras. A troca de coleção é um marco importante no modelo de negócios da Arezzo&Co. A Companhia executou inúmeras ações, proporcionando alta renovação na experiência de compra, desde o uniforme das vendedoras até materiais de visual merchandising e principalmente um forte mix de produtos. Todas as lojas receberam nova ambientação e a equipe de vendas foi amplamente treinada sobre as principais tendências de moda com uma grande convenção de vendas no início da coleção. Adicionalmente, a Companhia executou seu completo plano de comunicação e marketing, incluindo novas campanhas com modelos internacionais e atrizes, posicionando cada marca dentro do seu público-alvo, que aliado a um estruturado plano de mídia social e assessoria de imprensa, bem como a uma série de eventos em lojas, resultou em bom aumento do volume de vendas.

A marca Arezzo alcançou receita de R\$164,6 milhões em receita bruta no 1T14, crescimento de 9,2% em relação ao 1T13, representando 61,8% das vendas domésticas. Dando continuidade a uma importante iniciativa de expansão e reforma das lojas da marca para o novo modelo arquitetônico, neste trimestre foi reinaugurada a sua loja flagship na Rua Oscar Freire em São Paulo, incluindo também ampliação de área para 220 m², tornando-se a maior loja da rede, permitindo ofertar um amplo mix de produtos e fortalecendo a marca com uma ótima experiência de compra para a consumidora. No 1T14, a marca inaugurou quatro lojas no novo modelo, resultando em aumento de produtividade nas lojas reformadas, e em 2014 deve manter o mesmo ritmo de reformas apresentado no ano anterior, quando apresentou 25 lojas no novo layout.

A marca Schutz mostrou crescimento de 11,7% no 1T14 em comparação com o 1T13, atingindo receita bruta de R\$88,2 milhões, ou 33,1% das vendas do mercado interno. Dentro de sua estratégia de fortalecimento da rede, as vendas do canal monomarca apresentaram crescimento de 27,3%, reflexo principalmente da abertura de 18 lojas nos últimos 12 meses. Seguindo a estratégia de aumentar a participação na marca, a categoria de bolsas foi destaque e apresentou crescimento de 123% no trimestre. A execução da estratégia do canal web commerce trouxe forte resultado, com 31,8% de crescimento no 1T14. Além disso, com o objetivo de fortalecer ainda mais seu branding, a marca segue inovando na sua comunicação ao celebrar contrato de longo prazo com uma top model e celebridade internacional, que conta com milhões de seguidores nas principais mídias sociais e, além de estrelar a nova campanha, tornou-se embaixadora da marca, estando presente em vários eventos bem como divulgando os produtos de forma espontânea.

A marca Anacapri atingiu receita de R\$11,8 milhões no 1T14, crescimento de 48,5% sobre o 1T13. No trimestre, a marca realizou parcerias estratégicas para fortalecer seu branding, contribuindo para o saudável lançamento de sua coleção de inverno. Adicionalmente, o início do roll out no canal de Franquias, com resultados iniciais bastante positivos, proporcionou forte crescimento da marca, encerrando o trimestre com 17 lojas no canal.

Marcas

A marca Alexandre Birman fortaleceu seu branding internacional com a realização de eventos em diferentes países. No 1T14, a marca realizou evento para apresentar sua nova coleção de primavera no Museu de Arte Moderna em Nova Iorque, contando com a presença de importantes formadoras de opinião, e realizou o lançamento da coleção de inverno em Paris para a imprensa mundial.

Canais

Monomarcas - Franquias e Lojas Próprias

Dentro da estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, as vendas do sell-out da rede Arezzo&Co cresceram 13,5% no 1T14 em relação ao 1T13, devido principalmente à expansão da área de vendas e crescimento nas vendas nas mesmas lojas sell-out (Lojas Próprias + Web Commerce + Franquias) de 3,8% no período. Em relação ao indicador SSS sell-out, vale destacar que:

(i) diferentemente de 2013, quando ocorreu no início de fevereiro, este ano o carnaval ocorreu somente em março. Dessa forma, devido ao efeito-calendário do carnaval, este trimestre apresentou um menor número de dias com os produtos sendo vendidos sem descontos quando comparado ao mesmo período do ano anterior, impactando negativamente o SSS sell-out;

(ii) demonstrando a saúde da rede e consistência do indicador, todos os meses do trimestre apresentaram SSS positivo;

(iii) o indicador SSS sell-out inclui também as vendas online. Excluindo o canal web commerce, o SSS seria de 3,3%.

O crescimento da receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias, foi de 17,7% no 1T14 ante o 1T13, devido principalmente à expansão da área de vendas em 17,6% nos últimos 12 meses, excluindo abertura de outlets, e também ao forte crescimento de receita de 33,0% da categoria de bolsas no período, resultado do trabalho de desenvolvimento de produto nas marcas. As lojas monomarca representaram 78,8% das vendas domésticas no 1T14.

O canal Franquias apresentou crescimento de 24,8% no sell-in no trimestre, representando 54,8% das vendas domésticas no 1T14, impulsionado pela abertura de 64 franquias nos últimos 12 meses, sendo 29 da marca Arezzo, 18 da marca Schutz e 17 da marca Anacapri. Além disso, 11 franquias da marca Arezzo foram expandidas nos últimos 12 meses, adicionando 363,7 m² à área de vendas do canal.

As vendas de sell-in, ou seja, aquelas feitas pela Arezzo&Co aos seus franqueados, tiveram expansão nas mesmas franquias (SSS – Franquias) de 8,7% no 1T14 quando comparado ao 1T13, devido principalmente ao maior volume vendido de sapatos e bolsas. Vale frisar que o primeiro trimestre é marcado pela chegada da coleção de inverno nas lojas, que precisam ter um mix completo e repor seus estoques após o encerramento da coleção de verão.

Considerando somente o canal de Lojas Próprias, houve redução de 5,8% na área de vendas no 1T14 quando comparado ao mesmo período do ano anterior, excluindo outlets, devido aos repasses de lojas para o canal de Franquias. Nos últimos 12 meses, houve expansão de 3 lojas próprias, adicionando 197,9 m² à área de vendas do canal.

Com a abertura de 3 lojas, a Companhia encerrou o trimestre com 452 lojas monomarcas no Brasil e 9 no exterior, sendo no Brasil 358 da marca Arezzo, 68 da marca Schutz, 24 da marca Anacapri e 2 da marca Alexandre Birman.

Canais

Histórico de lojas	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	26.659	27.996	28.999	31.848	32.138
Área de venda - franquias (m²)	20.731	22.154	23.174	25.262	25.498
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	5.928	5.842	5.825	6.586	6.640
Total de lojas no Brasil	391	408	420	449	452
Número de franquias	335	353	365	395	399
Arezzo	312	324	328	340	341
Schutz	23	29	35	40	41
Anacapri	0	0	2	15	17
Número de lojas próprias	56	55	55	54	53
Arezzo	19	17	16	17	17
Schutz	27	27	27	27	27
Alexandre Birman	2	2	2	2	2
Anacapri	8	9	10	8	7
Total de lojas no Exterior	9	9	9	9	9
Número de franquias	8	8	8	8	8
Número de lojas próprias	1	1	1	1	1

1. Inclui metragens das 9 lojas no exterior

2. Inclui 6 lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.217 m²

3. Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

No 1T14, o faturamento do canal Multimarcas apresentou redução de 7,3%, principalmente devido ao impacto causado pelo crescimento das lojas monomarca da marca Schutz. Devido ao processo de roll-out em lojas monomarca, a marca Schutz, que representou 60,9% da receita bruta do canal multimarcas no 1T14. A partir do 1T13, a marca iniciou um processo de descredenciamento de lojas no canal multimarcas com a finalidade de preservar seu branding, impactando o crescimento do canal devido à menor base de lojas. A Companhia continua acreditando na importância estratégica do canal, trabalhando para conquistar novos clientes, crescer o share of wallet nos clientes existentes, e aumentar o cross selling entre as marcas.

Devido ao descredenciamento mencionado acima, as quatro marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.355 lojas, redução de 3,5% ante o 1T13, e estão presentes em 1.185 cidades.

Principais indicadores financeiros	1T13	1T14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	201.039	213.425	6,2%
CMV	(111.606)	(121.364)	8,7%
Lucro bruto	89.433	92.061	2,9%
<i>Margem bruta</i>	44,5%	43,1%	-1,4 p.p.
SG&A	(63.382)	(67.981)	7,3%
<i>%Receita</i>	31,5%	31,9%	0,4 p.p.
Despesa comercial	(43.863)	(45.922)	4,7%
Lojas próprias	(22.337)	(22.571)	1,0%
Venda, logística e suprimentos	(21.526)	(23.351)	8,5%
Despesas gerais e administrativas	(17.329)	(17.914)	3,4%
Outras (despesas) e receitas	395	(936)	n/a
Depreciação e amortização	(2.585)	(3.209)	24,1%
EBITDA	28.636	27.289	-4,7%
<i>Margem EBITDA</i>	14,2%	12,8%	-1,4 p.p.
Lucro líquido	19.366	17.433	-10,0%
<i>Margem líquida</i>	9,6%	8,2%	-1,4 p.p.
Capital de giro¹ - % da receita	24,6%	28,0%	3,4 p.p.
Capital empregado² - % da receita	33,7%	39,3%	5,6 p.p.
Dívida total	87.880	96.652	10,0%
Dívida líquida ³	(125.426)	(110.901)	-11,6%
Dívida líquida/EBITDA	-0,8x	-0,7x	n/a

1 - Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras subtraído do Passivo Circulante menos Empréstimos e Financiamentos e Dividendos a pagar.

2 - Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

3 - Dívida Líquida é equivalente à posição total de endividamento oneroso ao final de um período subtraída da posição de caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto prazo.

Receita líquida

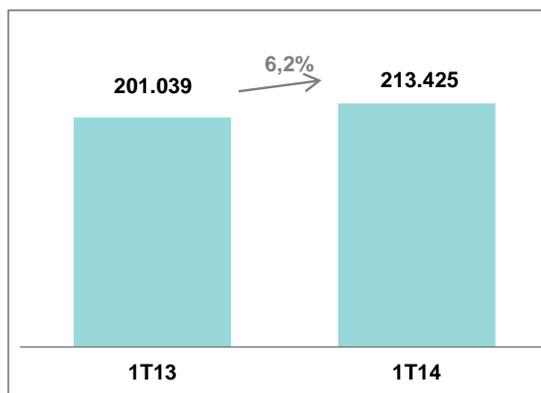
A receita líquida da Companhia atingiu R\$213,4 milhões neste trimestre, crescimento de 6,2% em relação ao 1T13. Destaque para o mercado interno, com crescimento da receita bruta de 10,3% no período. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento destacam-se:

i) Excluindo outlets, expansão de 17,6% da área de vendas ante o 1T13, com destaque para o crescimento de 23,0% da área de Franquias;

ii) Crescimento do indicador de same store sales (conceito de vendas nas mesmas lojas) do sell-in em 8,7% e de 3,8% do sell-out;

iii) Canal Multimarcas apresentou redução de 7,3% ante o 1T13, principalmente devido ao impacto causado no canal pelo forte crescimento das franquias da marca Schutz;

iv) Apesar da alteração do mix de canais, a receita líquida foi afetada positivamente em R\$1,6 milhão por uma redução temporária da alíquota de ICMS no trimestre.

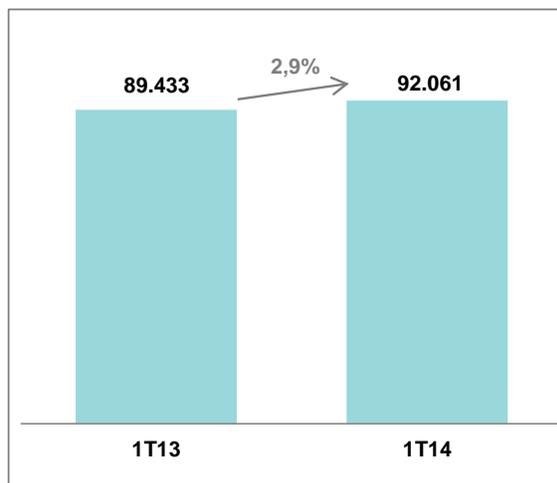


Lucro bruto

O lucro bruto do 1T14 cresceu 2,9% na comparação com o 1T13, totalizando R\$92,1 milhões e margem bruta de 43,1%.

O crescimento do lucro bruto no 1T14 reflete, em especial, o aumento da receita líquida em 6,2%.

A Companhia segue uma estratégia de manter as margens estáveis por canal, sendo que o canal de Lojas Próprias é o que está sujeito à maior variação. No 1T14, houve maior participação do canal Franquias, e a mudança do mix de canais impactou a margem consolidada. Além disso, diferentemente do 1T13, quando ocorreu em fevereiro, neste trimestre o carnaval ocorreu apenas em março. Dessa forma, este trimestre apresentou um maior número de dias com produtos sendo vendidos com descontos nas lojas próprias quando comparado ao 1T13.



Despesas operacionais

A Companhia trabalha fortemente para adequar os níveis de despesas ao crescimento da Companhia. No segundo semestre de 2013 e no 1T14, observou-se uma forte desaceleração das despesas, que neste trimestre, excluindo as despesas não recorrentes, ficaram em linha como percentual do faturamento em comparação ao 1T13.

Despesas Comerciais

As Despesas Comerciais da Companhia podem ser divididas em dois principais grupos:

- i) Despesas de Lojas Próprias:
 - Abrangem apenas as despesas das lojas próprias, sell out.
- ii) Despesas de Venda, Logística e Suprimentos:
 - Compreendem despesas da operação de sell in e de sell out.

No 1T14 houve uma expansão de 4,7% das Despesas Comerciais quando comparada ao 1T13, alcançando R\$45,9 milhões neste trimestre ante R\$43,9 milhões no mesmo período do ano anterior. As despesas de venda, logística e suprimentos somaram R\$23,4 milhões no período, aumento de 8,5% ante o mesmo trimestre do ano anterior, em linha com o crescimento da receita do sell-in.

As despesas com lojas próprias totalizaram R\$22,6 milhões no 1T14, aumento de 1,0% na comparação com o 1T13, ficando abaixo do crescimento de 3,0% do sell out de lojas próprias no mesmo período, principalmente em virtude da redução de despesas com pessoal nas lojas ocorrida durante o segundo semestre de 2013.

Despesas Gerais e Administrativas

No 1T14, as despesas gerais e administrativas somaram R\$17,9 milhões ante R\$17,3 milhões no mesmo trimestre do ano anterior, aumento de 3,4%, devido principalmente a despesas não recorrentes com provisões tributárias no valor de R\$1,2 milhão.

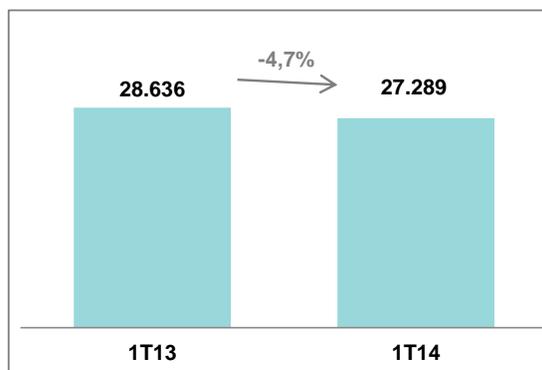
Outras (despesas) e receitas

No 1T14, a Companhia somou uma despesa de R\$936 mil na linha de Outras Despesas Operacionais, em comparação com uma receita de R\$395 mil no 1T13, devido principalmente a maior despesa de R\$1,3 milhão no programa de stock options da Companhia.

EBITDA e margem EBITDA

O EBITDA da Companhia reduziu 4,7% no 1T14 ante o 1T13, totalizando R\$27,3 milhões. A margem EBITDA do 1T14 foi de 12,8% ante 14,2% do 1T13. Os principais fatores que levaram ao valor do EBITDA neste trimestre foram:

- i) Aumento da receita líquida em 6,2%;
- ii) Crescimento do lucro bruto em 2,9%;
- iii) Despesas operacionais como percentual da receita em 31,9%, aumento de 40 bps em relação ao apresentado no 1T13.



Vale mencionar que os resultados do 1T14 vieram em linha com o projetado pela Companhia e a Administração mantém sua confiança para 2014. Adicionalmente, excluindo as despesas não recorrentes com provisões tributárias no valor de R\$1,2 milhão, o EBITDA do 1T14 seria de R\$28,5 milhões, em linha com o apresentado no 1T13.

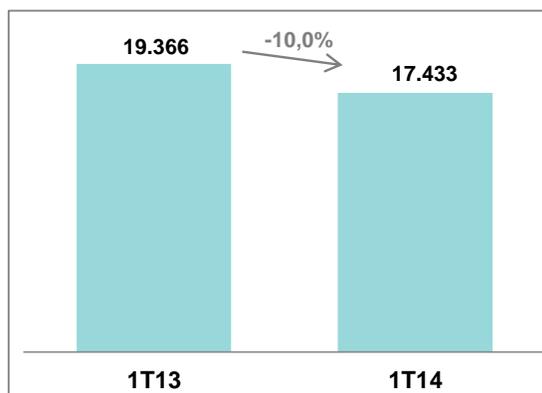
Reconciliação do EBITDA	1T13	1T14
Lucro líquido	19.366	17.433
(-) Imposto de renda e contribuição social	(8.725)	(9.564)
(-) Resultado financeiro	2.040	2.917
(-) Depreciação e amortização	(2.585)	(3.209)
(=) EBITDA	28.636	27.289

Lucro líquido e margem líquida (%)

A Companhia apresentou conversão de EBITDA com margem de 12,8% no 1T14 para lucro líquido com margem de 8,2% no trimestre, reflexo do aumento do emprego de capital em ativo imobilizado durante os últimos dois anos resultado do maior número de lojas próprias e maiores investimentos em TI.

Devido ao maior ativo permanente no 1T14 em comparação com o 1T13, a depreciação teve um aumento de 24,1% no período.

Além disso, devido a maiores despesas indedutíveis com stock options e menor constituição de tributos diferidos, a alíquota de imposto de renda no 1T14 apresentou aumento em relação ao 1T13.



Excluindo apenas os efeitos acima, a conversão de EBITDA para lucro líquido no trimestre ficaria em linha com a apresentada no ano anterior. O lucro líquido do 1T14 somou R\$17,4 milhões no 1T13, com margem líquida de 8,2%.

Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$33,9 milhões de caixa operacional no 1T14, em linha com a geração de caixa do mesmo período do ano anterior, devido principalmente ao lucro operacional do período atrelado à menor necessidade de capital de giro. No trimestre, o capital de giro aumentou como percentual da receita em comparação com o 1T13, impactado principalmente por diferenças temporárias no pagamento de tributos e pela sazonalidade do negócio.

Geração de caixa operacional	1T13	1T14	Varição em R\$	Varição em %
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	28.091	26.997	(1.094)	-3,9%
Depreciações e amortizações	2.585	3.209	624	24,1%
Outros	(818)	(3.184)	(2.366)	289,2%
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	8.237	9.202	965	11,7%
Contas a receber de clientes	(2.374)	2.503	4.877	n/a
Estoques	(11.474)	(17.774)	(6.300)	54,9%
Fornecedores	33.513	39.400	5.887	17,6%
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(11.428)	(14.927)	(3.499)	30,6%
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(3.663)	(2.342)	1.321	-36,1%
Disponibilidades líq. geradas pelas ativ. operacionais	34.432	33.882	(550)	-1,6%

Investimentos - Capex

Os investimentos da Companhia têm 3 naturezas: 1) investimento em expansão ou reformas de pontos de venda próprios; 2) investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e 3) outros investimentos, que são principalmente relacionados à modernização da operação industrial.

O capex total no 1T14 foi de R\$9,9 milhões devido principalmente a investimentos corporativos em TI em razão da implantação de seu novo sistema transacional visando sustentabilidade de seu crescimento e ganhos de eficiência. No trimestre, a Companhia inaugurou sua nova loja flagship da marca Arezzo na Rua Oscar Freire em São Paulo, que com 220 m² se tornou a maior loja da marca, e reformou com seu novo layout sua loja da marca Anacapri no Shopping Morumbi resultando em forte aumento de produtividade.

Sumário de investimentos	1T13	1T14	Var. (%)
Capex total	11.227	9.858	-12,2%
Lojas - expansão e reforma	2.388	3.182	33,2%
Corporativo	8.032	6.086	-24,2%
Outros	807	590	-26,9%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 1T14 com R\$110,9 milhões de caixa líquido. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$96,7 milhões no 1T14 ante R\$87,9 milhões no 1T13;
- Endividamento de Longo Prazo de 38,3% da dívida total no 1T14, ante 53,1% no 1T13;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 1T14 se mantém em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	1T13	4T13	1T14
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	213.306	185.691	207.553
Dívida total	87.880	98.418	96.652
Curto prazo	41.226	59.835	59.680
% dívida total	46,9%	60,8%	61,7%
Longo prazo	46.654	38.583	36.972
% dívida total	53,1%	39,2%	38,3%
Dívida líquida	(125.426)	(87.273)	(110.901)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

Em linha com o direcionamento estratégico da Companhia, os níveis de investimento em Capital Empregado estão superiores aos dos anos anteriores, especialmente devido à abertura de lojas próprias ocorridas desde 2010. O Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) foi de 26,1% no 1T14, impactado pela maior necessidade de capital de giro conforme mencionado anteriormente e pela concentração de investimentos em infra-estrutura que somente apresentarão efeitos positivos nos médio e longo prazos.

Resultado operacional	1T12	1T13	1T14	Cresc. (%)
EBIT (UDM)	107.066	141.005	146.519	3,9%
+ IR e CS (UDM)	(32.030)	(40.571)	(46.401)	14,4%
NOPAT	75.036	100.434	100.118	-0,3%
Capital de giro ¹	176.637	221.069	272.718	23,4%
Ativo permanente	76.940	116.901	139.892	19,7%
Outros ativos de longo prazo ²	7.423	7.650	8.451	10,5%
Capital empregado	261.000	345.620	421.061	21,8%
Média do capital empregado³		303.310	383.341	26,4%
ROIC⁴		33,1%	26,1%	

1 - Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalente de Caixa e Aplicações Financeiras subtraído do Passivo Circulante menos Empréstimos e Financiamentos e Dividendos a pagar.

2 - Descontados do IR e Contribuição Social diferidos.

3 - Média de capital empregado no período e no mesmo período do ano anterior.

4 - ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital empregado médio

Balço patrimonial

Ativo	1T13	4T13	1T14
Ativo circulante	539.360	553.093	596.400
Caixa e equivalentes de caixa	8.427	13.786	10.973
Aplicações financeiras	204.879	171.905	196.580
Contas a receber de clientes	211.251	247.498	244.997
Estoques	87.481	85.108	102.756
Impostos a recuperar	15.797	19.188	24.775
Outros créditos	11.525	15.608	16.319
Ativo não circulante	132.558	150.773	156.635
Realizável a longo Prazo	15.657	15.116	16.743
Aplicações financeiras	178	23	27
Impostos a recuperar	377	0	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8.007	5.514	8.292
Outros créditos	7.095	9.579	8.424
Imobilizado	63.338	68.543	69.435
Intangível	53.563	67.114	70.457
Total do ativo	671.918	703.866	753.035
Passivo	1T13	4T13	1T14
Passivo circulante	146.211	143.860	175.809
Empréstimos e financiamentos	41.226	59.835	59.680
Fornecedores	69.021	34.859	74.259
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	0	7.598	0
Outras obrigações	35.964	41.568	41.870
Passivo não circulante	52.102	45.464	43.996
Empréstimos e financiamentos	46.654	38.583	36.972
Partes relacionadas	969	873	355
Outras obrigações	4.479	6.008	6.669
Patrimônio líquido	473.605	514.542	533.230
Capital social	106.857	157.186	219.186
Reserva de capital	173.838	128.288	67.543
Reservas de lucros	173.544	208.174	229.068
Proposta de distribuição de dividendo adicional	0	20.894	0
Lucro do exercício	19.366	0	17.433
Total do passivo e patrimônio líquido	671.918	703.866	753.035

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	1T13	1T14	Var.%
Receita operacional líquida	201.039	213.425	6,2%
Custo dos produtos vendidos	(111.606)	(121.364)	8,7%
Lucro bruto	89.433	92.061	2,9%
Receitas (despesas) operacionais:	(63.382)	(67.981)	7,3%
Comerciais	(45.299)	(47.721)	5,3%
Administrativas e gerais	(18.478)	(19.324)	4,6%
Outras receitas operacionais, líquidas	395	(936)	n/a
Lucro antes do resultado financeiro	26.051	24.080	-7,6%
Resultado Financeiro	2.040	2.917	43,0%
Lucro antes do IR e CS	28.091	26.997	-3,9%
Imposto de renda e contribuição social	(8.725)	(9.564)	9,6%
Corrente	(10.468)	(12.342)	17,9%
Diferido	1.743	2.778	59,4%
Lucro líquido do exercício	19.366	17.433	-10,0%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	1T13	1T14
Das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	28.091	26.997
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	1.767	25
Depreciações e amortizações	2.585	3.209
Rendimento de aplicação financeira	(3.269)	(4.310)
Juros e variação cambial	10	(953)
Outros	2.441	2.079
Decréscimo (acréscimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(2.374)	2.503
Estoques	(11.474)	(17.774)
Impostos a recuperar	(1.516)	(5.588)
Variação de outros ativos circulantes	171	(117)
Depósitos judiciais	904	562
Decréscimo (acréscimo) em passivos		
Fornecedores	33.513	39.400
Obrigações trabalhistas	(4.519)	(2.500)
Obrigações fiscais e sociais	(6.304)	(6.373)
Variação de outras obrigações	(164)	(911)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(3.663)	(2.342)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	34.432	33.882
Das atividades de investimento		
Alienação de imobilizado e intangível	-	2.463
Aquisições de imobilizado e intangível	(11.227)	(9.860)
Aplicações financeiras	(82.139)	(84.585)
Resgate de aplicações financeiras	71.006	64.216
Acréscimo de Investimentos	-	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(22.360)	(27.766)
Das atividades de financiamento com terceiros		
Captações	2.080	10.291
Pagamentos de empréstimos	(7.953)	(10.718)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(341)	(386)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	(6.214)	(813)
Das atividades de financiamento com acionistas		
Juros sobre o capital próprio	(8.945)	(7.598)
Distribuição de lucros	-	-
Créditos (débitos) com sócios	(4)	(518)
Emissão de Ações	-	-
Custos de transação para emissão de ações	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(8.949)	(8.116)
Aumento (redução) das disponibilidades	(3.091)	(2.813)
Disponibilidades		
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	11.518	13.786
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	8.427	10.973
Aumento (redução) das disponibilidades	(3.091)	(2.813)

Aviso importante

Informações contidas neste documento podem incluir considerações futuras e refletem a percepção atual e perspectivas da diretoria sobre a evolução do ambiente macroeconômico, condições da indústria, desempenho da Companhia e resultados financeiros. Quaisquer declarações, expectativas, capacidades, planos e conjecturas contidos neste documento, que não descrevam fatos históricos, tais como informações a respeito da declaração de pagamento de dividendos, a direção futura das operações, a implementação de estratégias operacionais e financeiras relevantes, o programa de investimento, e os fatores ou tendências que afetem a condição financeira, liquidez ou resultados das operações, são considerações futuras de significado previsto no "U.S. Private Securities Litigation Reform Act" de 1995 e contemplam diversos riscos e incertezas. Não há garantias de que tais resultados venham a ocorrer. As declarações são baseadas em diversos fatores e expectativas, incluindo condições econômicas e mercadológicas, competitividade da indústria e fatores operacionais. Quaisquer mudanças em tais expectativas e fatores podem implicar que o resultado real seja materialmente diferente das expectativas correntes.

As informações financeiras consolidadas da Companhia aqui apresentadas estão de acordo com os critérios do padrão contábil internacional - IFRS, emitido pelo International Accounting Standards Board - IASB, a partir de informações financeiras auditadas. As informações não financeiras, assim como outras informações operacionais, não foram objeto de auditoria por parte dos auditores independentes.