

Divulgação de Resultados - 1T17

AREZZO
&CO

AREZZO
SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

FIEVER

Divulgação de Resultados - 1T17

AREZZO



SCHUTZ



ALEXANDRE
BIRMAN



ANACAPRI



FIEVER



Belo Horizonte, 4 de maio de 2017. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 1º trimestre de 2017. 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 2016 (1T16), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 03.05.17:

R\$ 34,04

Valor de mercado em 03.05.17:

R\$ 3.024,0 bilhões

Teleconferência de resultados:

Sexta-Feira, 5 de maio de 2017
11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam do Brasil e outros países:

+55 11 2820-4001

+55 11 3193-1001

Participantes que ligam do EUA:

+1 786-924-6977

Senha: Arezzo

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

Relações com Investidores:

Daniel Levy

Diretor Financeiro e de RI

Aline Penna

Gerente de RI

Guilherme de Biagi

Coordenador de RI

Victoria Machado

Analista de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzo.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

A Receita Líquida da Arezzo&Co cresceu 15,4%, o EBITDA 36,8% e o Lucro Líquido 51,1%, quando comparados ao 1T16.

DESTAQUES

- A receita líquida do 1T17 alcançou R\$297,2 milhões, aumento de 15,4% sobre o 1T16;
- No 1T17, o lucro bruto da Companhia somou R\$130,1 milhões, margem bruta de 43,8%, com crescimento de 16,4% ante 1T16;
- O EBITDA do 1T17 totalizou R\$ 36,0 milhões com margem de 12,1% e crescimento de 36,8% ante 1T16;
- No 1T17, o lucro líquido foi de R\$22,2 milhões com margem de 7,5% e crescimento de 51,1%;
- A Arezzo&Co terminou o 1T17 com o crescimento de 2,7% da área de lojas nos últimos doze meses.

Resumo do Resultado	1T16	1T17	Δ 16 x 17
Receita Líquida	257.547	297.177	15,4%
Lucro Bruto	111.719	130.064	16,4%
<i>Margem bruta</i>	43,4%	43,8%	0,4 p.p.
EBITDA¹	26.343	36.033	36,8%
<i>Margem EBITDA¹</i>	10,2%	12,1%	1,9 p.p.
Lucro líquido	14.679	22.175	51,1%
<i>Margem líquida</i>	5,7%	7,5%	1,8 p.p.

Indicadores Operacionais	1T16	1T17	Δ 16 x 17
Número de pares vendidos ('000)	2.356	2.560	8,6%
Número de bolsas vendidas ('000)	196	267	36,5%
Número de funcionários	2.200	2.307	4,9%
Número de lojas*	543	562	19
<i>Próprias</i>	50	48	(2)
<i>Franquias</i>	493	514	21
Outsourcing (% da produção total)	89,3%	89,2%	(0,1 p.p.)
SSS² sell-in (franquias)	(1,4%)	13,6%	15,0 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	(4,3%)	2,7%	7,0 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	(3,8%)	2,5%	6,3 p.p.

* Inclue 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. A partir do 4T16 a companhia passou a reportar o SSS sell-in líquido de descontos. 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 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 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 passou a também reportar o SSS de sell-out incluindo as vendas do canal online.

Receita Bruta	1T16	Part%	1T17	Part%	Δ (%) 16 x 17
Receita bruta total	330.236		368.397		11,6%
Mercado externo	35.176	10,7%	27.689	7,5%	(21,3%)
Mercado interno	295.060	89,3%	340.708	92,5%	15,5%
Por marca					
<i>Arezzo</i>	175.651	59,5%	199.376	58,5%	13,5%
<i>Schutz</i>	94.251	31,9%	98.326	28,9%	4,3%
<i>Anacapri</i>	22.577	7,7%	33.760	9,9%	49,5%
<i>Outros¹</i>	2.581	0,9%	9.246	2,7%	258,2%
Por canal					
<i>Franquias</i>	149.431	50,6%	173.246	50,8%	15,9%
<i>Multimarcas</i>	60.575	20,5%	77.938	22,9%	28,7%
<i>Lojas próprias</i>	59.923	20,3%	62.608	18,4%	4,5%
<i>Web Commerce</i>	24.487	8,3%	25.307	7,4%	3,3%
<i>Outros²</i>	644	0,2%	1.609	0,5%	149,8%

(1) Inclui as marcas A. Birman e Fiever apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

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

Marcas

Seguindo o calendário de coleções da Companhia, o primeiro trimestre do ano é marcado pela transição da coleção de verão para a de inverno. O período de promoção - que historicamente se encerra após o carnaval e que foi 20 dias mais longo que o 1T16 - apresentou boa performance com aumento da participação dos produtos vendidos sem desconto e um menor índice de remarcação, fechando a coleção de verão com reduzido nível de sobras e, portanto, com maior o mark-up médio para a rede. Ainda no período promocional, as lojas apresentaram a coleção de Pre-Fall, introduzindo tendências da coleção de inverno, apresentando boa receptividade pelas consumidoras. A troca de coleção é um marco importante no modelo de negócios da Arezzo&Co, com diversas ações executadas para proporcionar novidades na experiência de compra, desde o uniforme das vendedoras até materiais de visual merchandising e, principalmente, a apresentação do novo mix de produtos. Todas as lojas receberam nova ambientação e a equipe de vendas foi fortemente treinada sobre as principais tendências de moda através da convenção de vendas no início da coleção, que chegou às lojas entre 8 e 10 de março.

A marca Arezzo alcançou R\$199,4 milhões em receita bruta no 1T17, crescimento de 13,5% em relação ao 1T16, representando 58,5% das vendas domésticas. Devido ao sucesso alcançado nas últimas coleções, nossa campanha de inverno contou mais uma vez com a participação da modelo brasileira de maior renome internacional. Personalização é um atributo cada vez mais valorizado pela marca e suas consumidoras, que em março puderam escolher o que gostariam estampar nos calçados e bolsas que compraram. Outra ativação importante do início da coleção de inverno foi o lançamento do monograma da Arezzo, que impulsionado por uma estratégia de marketing bem direcionada com foco cada vez maior em mídias digitais e micro influenciadoras, trouxe ótimo resultado de vendas para as lojas. O faturamento com franquias da marca continua com um crescimento saudável, demonstrando a evolução do modelo de negócios da Companhia, com maior frequência de coleções e um mix de produtos cada vez mais assertivo, que melhoram a performance e a confiança da rede. Além disso, o webcommerce continua sua consolidação como importante canal para a marca e representou 5,5% das vendas no trimestre.

A Schutz representou 28,9% no faturamento do mercado interno da Companhia, somando R\$98,3 milhões de receita bruta no 1T17, crescimento de 4,3% em comparação com o 1T16. O canal Lojas Próprias foi impactado em R\$2,1 milhões pelo repasse de 3 lojas para operadores de franquia nos últimos 12 meses, diminuindo seu faturamento no período, mas com impacto positivo em margem e capital empregado, em linha com a estratégia de aumentar o retorno da Companhia. O canal Multimarca, que representa 36% das vendas no mercado interno, continua consolidando sua trajetória de recuperação. Na feira Couromoda, um dos eventos mais importantes para o canal, a Schutz lançou uma coleção desenvolvida em parceria com a Disney inspirada em personagens vilãs, reforçando o posicionamento de marca inovadora e exclusiva, além de uma importante geração de mídia espontânea. Além disso, o projeto piloto da marca nos EUA continua sua evolução, conquistando cada vez mais brand awareness, com crescimento de 29% das vendas em dólares e destaque para o canal de Wholesale.

A Anacapri atingiu receita de R\$33,8 milhões no 1T17, com crescimento expressivo de 49,5% sobre o 1T16. O canal de franquias cresceu em comparação com mesmo período do ano anterior, fruto da abertura de 10 lojas nos últimos 12 meses e do incremento nas vendas nas mesmas lojas, resultante de um posicionamento assertivo em calçados flats, maior investimento em marketing e maior participação dos produtos de reposição automática no mix. Adicionalmente, a marca continua expandindo sua penetração nacional e o canal multimarca já ultrapassou 40% de seu faturamento consolidado.

A marca Alexandre Birman através do contínuo foco no fortalecimento de seu branding internacional apresentou forte crescimento no trimestre ante 1T16, dobrando suas vendas no mercado interno e com crescimento de 23% no mercado externo em dólares. A marca vem reforçando seu posicionamento, se beneficiando do frequente uso espontâneo por celebridades e formadoras de opinião, aliado a um plano bem estruturado de marketing e aumento da presença nas principais lojas de departamento internacionais.

A marca Fiever continua em seu processo de expansão. Além das lojas físicas e online, que dobraram seu faturamento em relação ao 1T16, a marca conta também com crescente presença no canal multimarca. Com seu posicionamento mais casual e urbano, vem conquistando clientes por todo o país.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

Seguindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, a rede de lojas Arezzo&Co (lojas próprias + franquias + web commerce) apresentou um crescimento de 6,2% nas vendas do sell-out no 1T17 em relação ao 1T16, devido principalmente ao crescimento das franquias e do canal online das marcas Arezzo e Anacapri. No conceito vendas nas mesmas lojas, houve crescimento de 2,5% no 1T17. Vale lembrar que o período de liquidação da coleção de verão foi maior este ano, por conta do calendário do carnaval, que aliado a menores sobras, fez com que o período até o dia 7 de março tivesse volume de vendas menores, porém com maior preço médio. Entretanto, o período a partir 8 de março, quando foram lançadas as coleções de inverno nas lojas, as vendas nas mesmas lojas tiveram forte crescimento, consistente com a performance do sell in.

A receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias e web commerce, apresentou crescimento de 11,7% no 1T17 ante o 1T16, em virtude principalmente do crescimento de 15,9% no canal de franquias. As lojas monomarca representaram 76,7% do faturamento no mercado doméstico no 1T17.

O canal franquias teve representatividade de 50,8% nas vendas domésticas no 1T17 e apresentou SSS sell-in de 13,6%, número superior ao SSS sell-out, reflexo da expectativa de boa performance da coleção de inverno pelos operadores de franquia. Adicionalmente, a performance do canal foi impulsionada pela abertura líquida de 21 franquias nos últimos 12 meses, sendo 2 da marca Arezzo, 9 da marca Schutz e 10 da marca Anacapri, adicionando um total de 1.342 m² à área de vendas do canal.

Considerando os canais de sell-out, somente, houve crescimento de 4,2%% da receita no 1T17, impactado pelo período promocional mais longo e lançamento da coleção de inverno após o carnaval. O canal Lojas Próprias cresceu 4,5%, apesar do repasse de lojas próprias para franquia no período e o canal webcommerce cresceu 3,3%. A partir deste trimestre, aperfeiçoamos o critério de reconhecimento de receita do web-commerce ("cut-off" de vendas). Excluindo este efeito, o canal webcommerce teria apresentado crescimento de 11,9%.

A Companhia finalizou o 1T17 com 555 lojas monomarca no Brasil e 7 no exterior, sendo no Brasil 383 da marca Arezzo, 83 da marca Schutz, 84 da marca Anacapri, 3 da marca Alexandre Birman e 2 da marca Fiever.

Histórico de lojas	1T16	2T16	3T16	4T16	1T17
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	37.296	37.653	37.687	38.828	38.322
Área de venda - franquias (m²)	31.033	31.131	31.410	32.440	32.374
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	6.264	6.522	6.278	6.387	5.947
Total de lojas no Brasil	536	537	537	558	555
Número de franquias	488	489	492	510	509
Arezzo	366	365	365	369	368
Schutz	52	52	55	61	61
Anacapri	70	72	72	80	80
Número de lojas próprias	48	48	45	48	46
Arezzo	15	15	15	15	15
Schutz	26	26	23	23	22
Alexandre Birman	2	2	2	3	3
Anacapri	4	4	4	4	4
Fiever	1	1	1	3	2
Total de lojas no Exterior	7	7	7	7	7
Número de franquias	5	5	5	5	5
Número de lojas próprias	2	2	2	2	2

(1) Inclui metragens das sete lojas no exterior

(2) Inclui oito lojas do tipo Outlets cuja área total é de 1.952 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

No 1T17, o faturamento do canal Multimarca apresentou crescimento de 28,7%, consolidando a trajetória de recuperação do canal. A boa performance é reflexo da combinação de ações da Companhia para melhorar o nível de serviço, de uma coleção com mix de produtos assertivo, da conquista de novos clientes e de um maior cross-sell, de bolsas e entre as marcas. Vale destacar o crescimento de Anacapri, que conquistou novos clientes no período e cresceu suas vendas no canal, além da Schutz, marca do grupo mais representativa para o canal.

As cinco marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.229 lojas no 1T17, aumento de 0,7% ante o 1T16, e estão presentes em 1.230 cidades.

Exportação

A receita da Companhia no mercado externo foi 21,3% inferior em relação ao 1T16, representando 7,5% da receita total. A valorização do Real no período impactou os volumes e receitas da operação de exportação feita a partir do Brasil para o resto do mundo, enquanto que a operação piloto nos EUA apresentou crescimento tanto em dólares quanto em reais. Cabe lembrar que, a partir deste trimestre, aperfeiçoamos o critério de reconhecimento da receita proveniente de nossas exportações ("cut-off" de vendas). Excluindo este efeito, a receita total no mercado externo teria sido 12,7% inferior em relação ao 1T16.

Principais indicadores financeiros	1T16	1T17	Δ (%) 16 x 17
Receita Líquida	257.547	297.177	15,4%
CMV	(145.828)	(167.113)	14,6%
Lucro bruto	111.719	130.064	16,4%
<i>Margem bruta</i>	43,4%	43,8%	0,4 p.p
SG&A	(91.647)	(100.706)	9,9%
<i>%Receita</i>	35,6%	33,9%	(1,7 p.p)
Despesa comercial	(65.218)	(70.244)	7,7%
Lojas próprias e Web Commerce	(28.861)	(29.681)	2,8%
Venda, logística e suprimentos	(36.357)	(40.563)	11,6%
Despesas gerais e administrativas	(19.836)	(23.717)	19,6%
Outras (despesas) e receitas	(322)	(70)	(78,3%)
Depreciação e amortização	(6.272)	(6.675)	6,4%
EBITDA	26.343	36.033	36,8%
<i>Margem EBITDA</i>	10,2%	12,1%	1,9 p.p
Lucro líquido	14.679	22.175	51,1%
<i>Margem líquida</i>	5,7%	7,5%	1,8 p.p
Capital de giro¹ - % da receita	27,0%	24,1%	(2,9 p.p)
Capital empregado² - % da receita	43,1%	38,9%	(4,2 p.p)
Dívida total	114.349	97.191	(15,0%)
Dívida líquida ³	(134.809)	(195.506)	45,0%
Dívida líquida/EBITDA	-0,8x	-1,0x	-

(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.

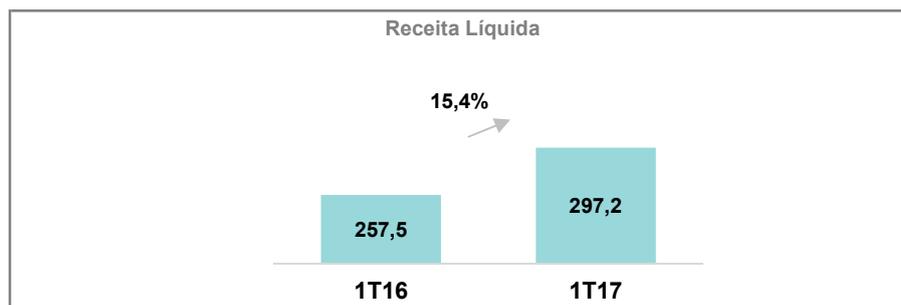
(2) Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo, descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

(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\$ 297,2 milhões neste trimestre, crescimento de 15,4% em relação ao 1T16. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento, destacam-se:

- i) receita no mercado externo 26,7% menor que o 1T16, devido ao impacto cambial
- ii) aumento do faturamento do canal Franquias, com crescimento de 15,0%, principalmente nas marcas Arezzo e Anacapri;
- iii) forte crescimento de 29,9% do canal Multimarcas, com destaque para as marcas Schutz e Anacapri;

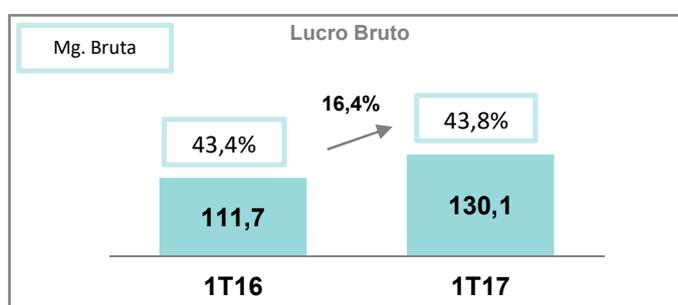


Lucro Bruto

O lucro bruto do 1T17 totalizou R\$ 130,1 milhões, crescimento de 16,4% ante 1T16, com expansão de 40 bps na margem bruta, que alcançou 43,8% no 1T17. Dentre os principais fatores, destacam-se:

- i) diminuição da margem de exportação por conta do impacto cambial;
- ii) efeito do mix dos canais no mercado interno, com impacto negativo devido à menor participação de lojas próprias e web commerce;
- iii) impacto positivo de 180 bps na margem bruta em virtude da obtenção de incentivo fiscal, através da operacionalização do novo centro de distribuição no Espírito Santo, iniciada em março de 2016;

Vale lembrar que a Companhia segue uma estratégia de estabilidade de margem bruta por canal, cabendo certa variação nos canais de lojas próprias, Web Commerce e exportação.



Despesas operacionais

A Companhia trabalha fortemente para controlar os níveis de despesas e adequá-las à evolução de suas vendas. No 1T17, as despesas foram impactadas por dois principais fatores: (i) provisão para pagamento de participação nos Lucros (PPR), em vista da performance de resultados do período e (ii) aumento do montante de provisionamento de créditos duvidosos e perdas com clientes. Em contrapartida, nossas despesas relacionadas à operação piloto nos EUA foram menores em relação ao 1T16, beneficiadas pelo Real mais apreciado no período.

Despesas Comerciais

No 1T17, houve uma expansão de 7,7% das despesas comerciais quando comparadas ao 1T16, alcançando R\$ 70,2 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem despesas de lojas próprias e web commerce, que somaram R\$ 29,7 milhões, aumento de 2,8% frente ao 1T16. Adicionalmente, as despesas de vendas, logística e suprimentos representaram R\$ 40,6 milhões e cresceram 11,6% ante o mesmo período do ano anterior.

O aumento nas despesas com Lojas Próprias e Web Commerce ficou abaixo não só do crescimento de 4,2% da receita desses canais como também da inflação do período.

As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos cresceram 11,6% no trimestre, incremento de R\$ 4,2 milhões frente ao 1T16, e somaram gastos incrementais com (i) provisão para PPR de R\$ 1,2 milhões e (ii) aumento do montante de provisionamento de créditos duvidosos e perdas que totalizaram R\$ 2,0 milhões. Ainda assim, as despesas de Venda, Logística e Suprimentos cresceram abaixo do ritmo de crescimento da receita líquida da Companhia.

Despesas Gerais e Administrativas

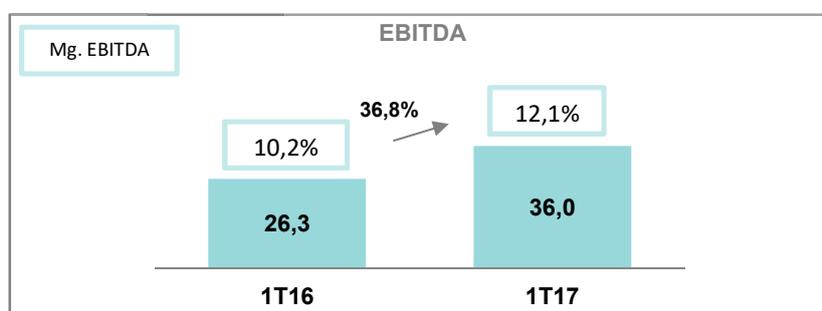
No 1T17, as despesas gerais e administrativas somaram R\$ 23,7 milhões, incremento de R\$ 3,8 milhões frente ao 1T16, representando um aumento de 19,6% ante o 1T16. Tais despesas foram impactadas por alguns fatores: (i) provisão para pagamento de PPR de R\$ 1,7 milhões e (ii) despesas recorrentes de manutenção de sistemas de R\$ 0,9 milhão, que foram antecipadas para o 1T17.

EBITDA e margem EBITDA

A Companhia atingiu no 1T17 EBITDA de R\$ 36 milhões, o que representa uma margem de 12,1% e um forte crescimento de 36,8% em relação aos resultados apresentados no 1T16. Dentre os principais motivos, destacam-se:

- i) crescimento de 15,4% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- ii) expansão da margem bruta em 40bps, encerrando o 1T17 em 43,8%;
- iii) aumento das despesas de SG&A em patamares inferiores ao crescimento da receita;

Excluindo a operação-piloto nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia teria sido 230 bps superior no 1T17.

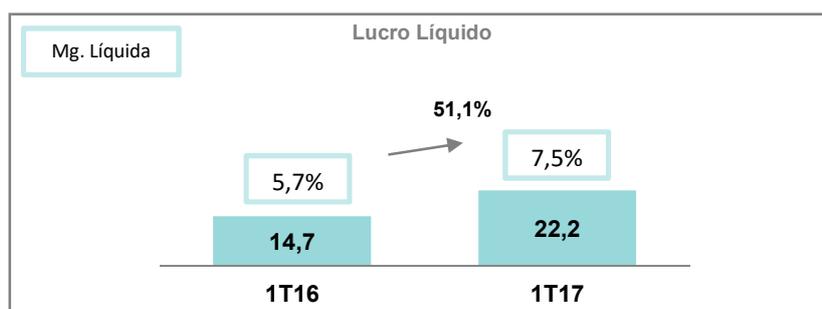


Reconciliação do EBITDA	1T16	1T17
Lucro líquido	14.679	22.175
(-) Imposto de renda e contribuição social	(8.795)	(12.262)
(-) Resultado financeiro	3.403	5.079
(-) Depreciação e amortização	(6.272)	(6.675)
(=) EBITDA	26.343	36.033

Lucro líquido e margem líquida

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 12,1% para margem líquida de 7,5% no 1T17.

O lucro líquido do 1T17 somou R\$ 22,2 milhões um crescimento de 51,1% ante o 1T16.



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 54 milhões de caixa operacional no 1T17, mais de 120% superior ao apresentado no 1T16, fruto do foco da Companhia em gerir de forma mais eficiente o capital de giro, bem como o aumento do LAIR em 47%.

Geração de caixa operacional	1T16	1T17	Δ 16 x 17 (R\$)	Δ 16 x 17 (%)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	23.474	34.437	10.963	46,7%
Depreciações e amortizações	6.272	6.675	403	6,4%
Outros	(13.057)	(2.855)	10.202	(78,1%)
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	7.481	16.146	8.665	115,8%
Contas a receber de clientes	(12.244)	(1.939)	10.305	(84,2%)
Estoques	(15.524)	(9.346)	6.178	(39,8%)
Fornecedores	45.767	46.587	820	1,8%
Varição de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(10.518)	(19.156)	(8.638)	82,1%
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	-	(450)	(450)	n/a
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	24.170	53.953	29.783	123,2%

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia possuem três naturezas:

- i) Investimento em expansão ou reforma de pontos de venda próprios;
- ii) Investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e
- iii) Outros investimentos, que são principalmente relacionados à modernização da operação industrial.

No 1T17, a Arezzo&Co investiu R\$ 3,3 milhões, com destaque para duas lojas próprias da Fiever que serão abertas nos próximos meses e aquisição de licenças de software, principalmente relacionadas ao projeto Omni da Companhia.

Sumário de investimentos	1T16	1T17	Δ 16 x 17 (%)
CAPEX total	7.904	3.255	(58,8%)
Lojas - expansão e reforma	4.183	1.181	(71,8%)
Corporativo	1.873	1.679	(10,3%)
Outros	1.848	394	(78,7%)

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 1T17 com caixa de R\$ 292,7 milhões. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$ 97,2 milhões no 1T17 ante R\$ 106,0 milhões no 4T16;
- Endividamento de longo prazo de 25,5% da dívida total no 1T17, ante 25,5% no 4T16;
- O custo médio ponderado da dívida da Companhia no 1T17 se manteve em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	1T16	4T16	1T17
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	249.158	242.844	292.697
Dívida total	114.349	106.049	97.191
Curto prazo	79.799	78.970	72.385
% dívida total	69,8%	74,5%	74,5%
Longo prazo	34.550	27.079	24.806
% dívida total	30,2%	25,5%	25,5%
Dívida líquida	(134.809)	(136.795)	(195.506)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) novamente apresentou crescimento no 1T17, atingindo o patamar de 23,4%. Entre os fatores responsáveis pela melhora estão o crescimento do NOPAT de 19,2%, devido ao melhor resultado operacional e o baixo crescimento do capital empregado, resultante de uma menor necessidade de investimentos em capex, bem como ações de melhoria do capital de giro.

Resultado operacional	1T15	1T16	1T17	$\Delta 16 \times 17$ (%)
EBIT (UDM)	146.317	139.032	160.613	15,5%
+ IR e CS (UDM)	(51.378)	(41.482)	(44.318)	6,8%
NOPAT	94.939	97.550	116.295	19,2%
Capital de giro ¹	302.429	308.783	307.837	(0,3%)
Ativo permanente	170.350	165.318	157.656	(4,6%)
Outros ativos de longo prazo ²	9.788	27.637	28.275	2,3%
Capital empregado	482.567	501.738	493.768	(1,6%)
Média do capital empregado³		492.153	497.753	1,1%
ROIC⁴		19,8%	23,4%	

(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) 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	1T16	4T16	1T17
Ativo circulante	707.625	706.229	769.656
Caixa e equivalentes de caixa	3.210	5.020	8.674
Aplicações financeiras	245.948	237.824	284.023
Contas a receber de clientes	293.052	315.304	317.967
Estoques	122.611	110.478	119.069
Impostos a recuperar	22.164	22.562	21.388
Outros créditos	20.640	15.041	18.535
Ativo não circulante	199.942	200.919	199.613
Realizável a longo Prazo	34.624	41.001	41.957
Aplicações financeiras	942	0	0
Contas a receber de clientes	13.422	13.676	8.792
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6.987	8.405	13.682
Outros créditos	13.273	18.920	19.483
Investimento	0	905	2.405
Imobilizado	72.500	73.052	70.712
Intangível	92.818	85.961	84.539
Total do ativo	907.567	907.148	969.269

Passivo	1T16	4T16	1T17
Passivo circulante	229.483	201.830	241.510
Empréstimos e financiamentos	79.799	78.970	72.385
Fornecedores	110.648	66.445	113.032
Outras obrigações	39.036	56.415	56.093
Passivo não circulante	42.217	35.619	34.101
Empréstimos e financiamentos	34.550	27.079	24.806
Partes relacionadas	1.267	1.214	8.086
Outras obrigações	6.400	7.326	1.209
Patrimônio líquido	635.867	669.699	693.658
Capital social	261.247	310.008	310.008
Reserva de capital	36.578	39.554	40.695
Reservas de lucros	308.079	269.024	269.024
Ajuste de avaliação patrimonial	-3.420	-1.862	-1.219
Lucro do exercício	14.679	0	22.175
Proposta de distribuição de dividendos adicional	18.704	52.975	52.975
Total do passivo e patrimônio líquido	907.567	907.148	969.269

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	1T16	1T17	Var. %
Receita operacional líquida	257.547	297.177	15,4%
Custo dos produtos vendidos	(145.828)	(167.113)	14,6%
Lucro bruto	111.719	130.064	16,4%
Receitas (despesas) operacionais:	(91.648)	(100.706)	9,9%
Comerciais	(69.660)	(74.953)	7,6%
Administrativas e gerais	(21.666)	(25.683)	18,5%
Outras receitas operacionais, líquidas	(322)	(70)	-78,3%
Lucro antes do resultado financeiro	20.071	29.358	46,3%
Resultado Financeiro	3.403	5.079	49,3%
Lucro antes do IR e CS	23.474	34.437	46,7%
Imposto de renda e contribuição social	(8.795)	(12.262)	39,4%
Corrente	(9.497)	(17.539)	84,7%
Diferido	702	5.277	651,7%
Lucro líquido do exercício	14.679	22.175	51,1%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	1T16	1T17
Das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	23.474	34.437
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais	(6.785)	3.820
Depreciações e amortizações	6.272	6.675
Rendimento de aplicação financeira	(7.417)	(7.978)
Juros e variação cambial	(7.646)	(299)
Outros	2.006	5.422
Decréscimo (acrécimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(12.244)	(1.939)
Estoques	(15.524)	(9.346)
Impostos a recuperar	(3.646)	(4.812)
Variação de outros ativos circulantes	1.052	(2.601)
Depósitos judiciais	(87)	(936)
Decréscimo (acrécimo) em passivos		
Fornecedores	45.767	46.587
Obrigações trabalhistas	972	(5.691)
Obrigações fiscais e sociais	(8.076)	(5.358)
Variação de outras obrigações	(733)	242
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	-	(450)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	24.170	53.953
Das atividades de investimento		
Alienação de imobilizado e intangível	-	31
Aquisições de imobilizado e intangível	(7.904)	(3.254)
Aplicações financeiras	(177.863)	(231.078)
Resgate de aplicações financeiras	155.689	192.151
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(30.078)	(42.150)
Das atividades de financiamento com terceiros		
Captações ¹	15.037	6.330
Pagamentos de empréstimos ¹	(13.713)	(14.001)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(620)	(346)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	704	(8.017)
Das atividades de financiamento com acionistas		
Juros sobre o capital próprio	-	-
Distribuição de lucros	-	-
Créditos (débitos) com sócios	(126)	(34)
Emissão de Ações	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(126)	(34)
Aumento (redução) das disponibilidades	(5.330)	3.752
Disponibilidades		
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(282)	(98)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	8.822	5.020
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	3.210	8.674
Aumento (redução) das disponibilidades	(5.330)	3.752

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.