

Divulgação de Resultados - 3T16

AREZZO
&CO

AREZZO
SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

FIEVER

Divulgação de Resultados - 3T16

AREZZO



SCHUTZ



ALEXANDRE
BIRMAN



ANACAPRI



FIEVER



Belo Horizonte, 3 de novembro de 2016. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2016. 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 2015 (3T15), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 02.11.16:

R\$28,90

Valor de mercado em 02.11.16:

R\$ 2.567,4 milhões

Teleconferência de resultados:

Sexta-feira, 4 de novembro de 2016
11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam do Brasil e outros países:

+55 11 2820-4001

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.arezzoco.com.br

Relações com Investidores:

Thiago Borges

Diretor Financeiro e de RI

Paulo Ionescu

Gerente de RI

Lucas Pontes

Analista de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzo.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

A rede Arezzo&Co registrou crescimento de 9,8% no sell-out e a Companhia alcançou crescimento de 10,1% em Receita Líquida e 12,5% em EBITDA, quando comparado ao 3T15.

DESTAQUES

- A receita líquida do 3T16 alcançou R\$346,9 milhões, aumento de 10,1% sobre o 3T15;

- No 3T16, o lucro bruto da Companhia somou R\$152,2 milhões, margem bruta de 43,9%, com crescimento de 14,4% ante 3T15;

- O EBITDA do 3T16 totalizou R\$55,9 milhões com margem de 16,1% e crescimento de 12,5% ante 3T15;

- No trimestre, o lucro líquido foi de R\$35,4 milhões com margem de 10,2%;

- A Arezzo&Co terminou o 3T16 com um crescimento de 6,4% no critério de vendas das mesmas lojas, incluindo os canais de lojas próprias, franquias e web-commerce.

Resumo do Resultado	3T15	3T16	Δ 15 x 16	9M15	9M16	Δ 15 x 16
Receita Líquida	315.068	346.941	10,1%	836.760	900.240	7,6%
Lucro Bruto	133.015	152.200	14,4%	349.470	396.060	13,3%
Margem bruta	42,2%	43,9%	1,7 p.p.	41,8%	44,0%	2,2 p.p.
EBITDA¹	49.698	55.896	12,5%	120.788	123.226	2,0%
Margem EBITDA¹	15,8%	16,1%	0,3 p.p.	14,4%	13,7%	-0,7 p.p.
Lucro líquido	36.082	35.440	-1,8%	86.163	80.332	-6,8%
Margem líquida	11,5%	10,2%	-1,3 p.p.	10,3%	8,9%	-1,4 p.p.

Indicadores Operacionais	3T15	3T16	Δ 15 x 16	9M15	9M16	Δ 15 x 16
Número de pares vendidos ('000)	2.926	3.231	10,4%	7.533	8.088	7,4%
Número de bolsas vendidas ('000)	247	284	15,1%	660	752	13,9%
Número de funcionários	2.124	2.206	3,9%	2.124	2.206	3,9%
Número de lojas*	525	544	19	525	544	19
Próprias	51	47	-4	51	47	-4
Franquias	474	497	23	474	497	23
Outsourcing (% da produção total)	91,0%	89,5%	-1,5 p.p.	91,1%	89,6%	-1,5 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	-8,1%	2,1%	10,2 p.p.	-6,2%	1,0%	7,2 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	-7,2%	5,6%	12,8 p.p.	-2,2%	1,4%	3,6 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	-6,8%	6,4%	13,2 p.p.	-1,3%	1,9%	3,2 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 *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	3T15	Part%	3T16	Part%	Δ (%) 15 x 16	9M15	Part%	9M16	Part%	Δ (%) 15 x 16
Receita bruta total	403.696		426.460		5,6%	1.067.635		1.134.537		6,3%
Mercado externo	38.202	9,5%	36.392	8,5%	(4,7%)	85.507	8,0%	114.307	10,1%	33,7%
Mercado interno	365.494	90,5%	390.068	91,5%	6,7%	982.127	92,0%	1.020.230	89,9%	3,9%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	203.431	55,7%	220.131	56,4%	8,2%	548.958	55,9%	585.024	57,3%	6,6%
<i>Schutz</i>	133.547	36,5%	130.138	33,4%	(2,6%)	358.982	36,6%	342.756	33,6%	(4,5%)
<i>Anacapri</i>	26.796	7,3%	33.411	8,6%	24,7%	67.720	6,9%	79.601	7,8%	17,5%
<i>Outros¹</i>	1.720	0,5%	6.388	1,6%	271,4%	6.467	0,7%	12.849	1,3%	98,7%
Por canal										
<i>Franquias</i>	175.481	48,0%	182.108	46,7%	3,8%	476.790	48,5%	491.035	48,1%	3,0%
<i>Multimarcas</i>	102.513	28,0%	107.102	27,5%	4,5%	257.184	26,2%	242.830	23,8%	(5,6%)
<i>Lojas próprias</i>	67.922	18,6%	71.313	18,3%	5,0%	200.506	20,4%	206.939	20,3%	3,2%
<i>Web Commerce</i>	19.340	5,3%	28.678	7,4%	48,3%	44.998	4,6%	77.473	7,6%	72,2%
<i>Outros²</i>	238	0,1%	867	0,2%	264,3%	2.649	0,3%	1.953	0,2%	(26,3%)

(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 terceiro trimestre marca a transição entre as coleções de inverno e verão. No mês de julho, as lojas monomarca encerraram a liquidação dos produtos de inverno de maneira bastante saudável, com aumento do percentual de vendas a preço cheio, menos sobras e portanto aumento do mark-up médio da rede. O preview da coleção de verão permitiu uma leitura do comportamento da venda na ponta e respostas rápidas e assertivas nos pedidos de reposição dentro da própria coleção, contribuindo para o crescimento das vendas.

A marca Arezzo alcançou R\$ 220,1 milhões em receita bruta no 3T16, um crescimento de 8,2% e representando 56,4% das vendas domésticas. Devido ao sucesso alcançado no inverno, a campanha de verão estrelou novamente a principal modelo brasileira de destaque internacional, o que aliado a um forte plano de marketing aumentou em 30% o impacto no público-alvo quando comparado com a última campanha. Além disso, conforme a estratégia da companhia de proporcionar uma experiência de compra cada vez mais diferenciada, a marca promoveu a campanha Persona Me, causando ótima percepção nas consumidoras. Vale lembrar que a elevada frequência de suprimento de novas coleções nas lojas – contando com sete coleções de verão – permite maior reação dentro da temporada baseada em leitura de sell-out, aumentando a assertividade dos produtos e incrementando a margem bruta da rede de lojas monomarca através de um maior mark-up médio e menos sobras ao final das coleções. Um marco importante neste trimestre foi o atingimento de 5,9% das vendas da marca no canal Web Commerce, que completa um ano. Além disso, o instagram da marca já atingiu 3 milhões de seguidores.

A marca Schutz atingiu receita bruta de R\$ 130,1 milhões ou 33,4% das vendas no mercado interno. Entre as inúmeras ações de marketing, que reforçam o posicionamento de marca inovadora e lançadora de tendências, destacam-se as seguintes: Schutz Step Up e Schutz Light On, voltadas para o fortalecimento da categoria tênis, e Schutz Trip F.I.S., evento de lançamento do novo site da marca. A nova plataforma Web da Schutz, que recebe o nome F.I.S. (Fashion Info & Shop), representa mais um passo importante no projeto Omni da empresa, ao tornar o site uma referência de conteúdo de moda e tendências, aumentando ainda mais o engajamento das consumidoras e alavancando o canal de vendas. Um importante projeto para a marca continua sendo projeto-piloto nos EUA; com a segunda loja, em Los Angeles, completando seu segundo trimestre e a operação de *wholesale* apresentando uma expansão saudável.

A marca Anacapri atingiu receita de R\$ 33,4 milhões no 3T16, crescimento de 24,7% sobre o mesmo período do ano passado. O bom resultado é consequência de um mix mais assertivo na coleção de verão, aliado à consolidação do posicionamento da marca e impulsionado por um maior investimento em marketing.

A marca Alexandre Birman, através do contínuo foco no fortalecimento de seu branding internacional, cresceu 22,6% seu faturamento em relação ao 3T15. A marca vem reforçando seu posicionamento através de iniciativas direcionadas para seu público consumidor, formando parcerias com as principais lojas de departamento nos EUA e recebendo *celebrity endorsements*, como a utilização de uma sandália da marca por uma modelo de renome internacional na abertura das Olimpíadas.

A marca Fiever continua com desempenho crescente, triplicando o faturamento em relação ao 2T16. Um evento importante no trimestre foi o lançamento de sua loja on-line; permitindo, já no primeiro ano da marca, o alcance de consumidoras em todo território nacional.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

Refletindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, a rede de lojas Arezzo&Co (lojas próprias + franquias + web commerce) apresentou um crescimento de 9,8% nas vendas do sell-out no 3T16 em relação ao 3T15 devido, principalmente, ao aumento das vendas nas mesmas lojas e ao lançamento da loja online da marca Arezzo em agosto de 2015. No conceito vendas nas mesmas lojas monomarca, houve aumento de 6,4% no 3T16. Já a área de venda das lojas teve aumento de 4,5% em comparação ao mesmo trimestre de 2015, excluindo outlets.

A receita da Companhia no mercado interno proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias e web commerce, apresentou crescimento de 7,4% no 3T16 ante o 3T15, impulsionado pelo incremento de 48,3% do canal de web commerce. As lojas monomarca representaram 72,3% do faturamento no mercado doméstico no 3T16.

O canal Franquias apresentou crescimento de 3,8% no sell-in no trimestre, representando 46,7% das vendas domésticas no 3T16, impulsionado pela abertura de 23 franquias nos últimos 12 meses, sendo 5 da marca Arezzo, 7 da marca Schutz, 11 da marca Anacapri nos últimos 12 meses, adicionando um total de 1.791 m² à área de vendas do canal, excluindo outlets.

As vendas de sell-in, ou seja, aquelas feitas pela Arezzo&Co aos seus franqueados, tiveram crescimento nas mesmas franquias (SSS – franquias) de 2,1% no 3T16 quando comparado ao 3T15. Este crescimento está abaixo do SSS sell-out deste trimestre, o que é consistente com a estratégia da Companhia de manter saudável o nível de estoque dos franqueados e de proporcionar aumento de margem bruta na rede, com maior mark-up médio e menos sobras ao final das coleções.

Considerando somente os canais de sell-out, houve crescimento de 14,6% da receita no 3T16. Apesar da redução do número de lojas próprias no mercado interno, por conta de repasses para franqueados, o canal teve performance positiva, crescendo 5,0% em relação ao 3T15. Além disso, o canal Web Commerce, impulsionado pelo lançamento da loja online da Arezzo – que está completando um ano – e pelo aumento das vendas de Anacapri, contribuiu para o crescimento do sell-out.

A Companhia finalizou o 3T16 com 537 lojas monomarca no Brasil e sete no exterior, sendo no Brasil 380 da marca Arezzo, 78 da marca Schutz, 76 da marca Anacapri, duas da marca Alexandre Birman e uma da marca Fiever.

Multimarcas

No 3T16, o faturamento do canal Multimarcas apresentou crescimento de 4,5% ante o 3T15, voltando a apresentar crescimento após três trimestres. A boa performance do canal é reflexo da combinação de um esforço da Companhia em constantemente melhorar o nível de serviço, de uma coleção com mix de produtos muito acertado e de sinais de recuperação da confiança dos lojistas. Vale destacar o crescimento de Anacapri, que conquistou novos clientes no período e cresceu suas vendas em mais de 30% no canal. Além disso, Fiever também vem aumentando sua penetração entre os clientes Multimarcas.

As quatro principais marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.091 lojas no 3T16, redução de 7,6% ante o 3T15, e estão presentes em 1.200 cidades.

Histórico de lojas	3T15	4T15	1T16	2T16	3T16
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	36.053	37.342	37.296	37.653	37.687
Área de venda - franquias (m²)	29.649	31.087	31.033	31.131	31.410
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	6.404	6.255	6.264	6.522	6.278
Total de lojas no Brasil	519	537	536	537	537
Número de franquias	469	489	488	489	492
Arezzo	360	367	366	365	365
Schutz	48	52	52	52	55
Anacapri	61	70	70	72	72
Número de lojas próprias	50	48	48	48	45
Arezzo	16	15	15	15	15
Schutz	28	26	26	26	23
Alexandre Birman	2	2	2	2	2
Anacapri	4	4	4	4	4
Fiever	–	1	1	1	1
Total de lojas no Exterior	6	6	7	7	7
Número de franquias	5	5	5	5	5
Número de lojas próprias	1	1	2	2	2

(1) Inclui metragens das sete lojas no exterior

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

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

Exportação

As vendas da Companhia no Mercado Externo reduziram 4,7% ante o mesmo período do ano anterior, devido à valorização cambial e um efeito de calendário dos pedidos dos clientes internacionais. Descontado o efeito do câmbio, as vendas de exportação somando todos os canais - operação-piloto EUA, exportação de marcas próprias para o resto do mundo e private label - teriam sido positiva em 4,1%.

Principais indicadores financeiros	3T15	3T16	Δ (%) 15 x 16	9M15	9M16	Δ (%) 15 x 16
Receita Líquida	315.068	346.941	10,1%	836.760	900.240	7,6%
CMV	(182.053)	(194.741)	7,0%	(487.290)	(504.180)	3,5%
Lucro bruto	133.015	152.200	14,4%	349.470	396.060	13,3%
<i>Margem bruta</i>	42,2%	43,9%	1,7 p.p	41,8%	44,0%	2,2 p.p
SG&A	(89.437)	(102.804)	14,9%	(246.708)	(292.115)	18,4%
<i>%Receita</i>	28,4%	29,6%	1,2 p.p	29,5%	32,4%	2,9 p.p
Despesa comercial	(63.817)	(75.208)	17,8%	(170.591)	(209.528)	22,8%
Lojas próprias e Web Commerce	(27.155)	(30.625)	12,8%	(75.221)	(89.437)	18,9%
Venda, logística e suprimentos	(36.663)	(44.583)	21,6%	(95.371)	(120.091)	25,9%
Despesas gerais e administrativas	(20.808)	(19.570)	(5,9%)	(57.366)	(61.476)	7,2%
Outras (despesas) e receitas	1.309	(1.526)	n/a	(724)	(1.830)	152,7%
Depreciação e amortização	(6.121)	(6.500)	6,2%	(18.026)	(19.282)	7,0%
EBITDA	49.699	55.896	12,5%	120.789	123.226	2,0%
<i>Margem EBITDA</i>	15,8%	16,1%	0,3 p.p	14,4%	13,7%	(0,7 p.p)
Lucro líquido	36.082	35.440	(1,8%)	86.163	80.332	(6,8%)
<i>Margem líquida</i>	11,5%	10,2%	(1,3 p.p)	10,3%	8,9%	(1,4 p.p)
Capital de giro¹ - % da receita	30,3%	29,1%	(1,2 p.p)	30,3%	29,1%	(1,2 p.p)
Capital empregado² - % da receita	44,4%	45,3%	0,9 p.p	44,4%	45,3%	0,9 p.p
Dívida total	126.928	95.785	(24,5%)	126.928	95.785	(24,5%)
Dívida líquida ³	(66.558)	(125.806)	89,0%	(66.558)	(125.806)	89,0%
Dívida líquida/EBITDA	-0,4x	-0,7x	-	-0,4x	-0,7x	-

(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

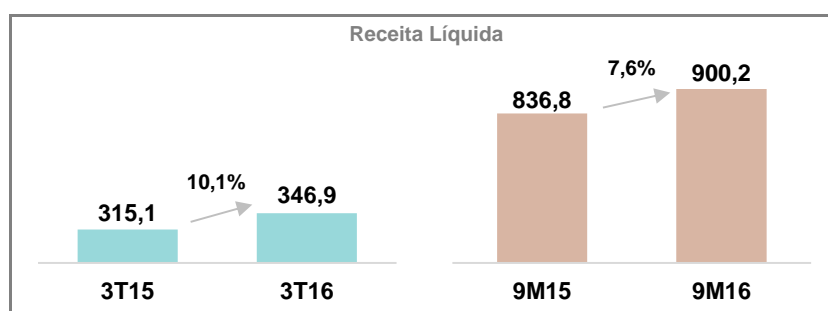
A receita líquida da Companhia atingiu R\$ 346,9 milhões neste trimestre, crescimento de 10,1% em relação ao 3T15. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento, destacam-se:

i) crescimento de 48,3% do canal web commerce, que passou a representar 7,4% do mercado interno ante 5,3% no 3T15, com destaque para a marca Arezzo, que completa um ano de loja online;

ii) aumento do faturamento das lojas próprias físicas em 5,0%;

iii) aumento de 4,5% no Canal Multimarcas, que voltou a crescer após 3 trimestres, com destaque para Anacapri e Fiever;

iv) redução das vendas no mercado externo em 4,7%, por conta de impacto cambial e efeito calendário de entrega.



Lucro Bruto

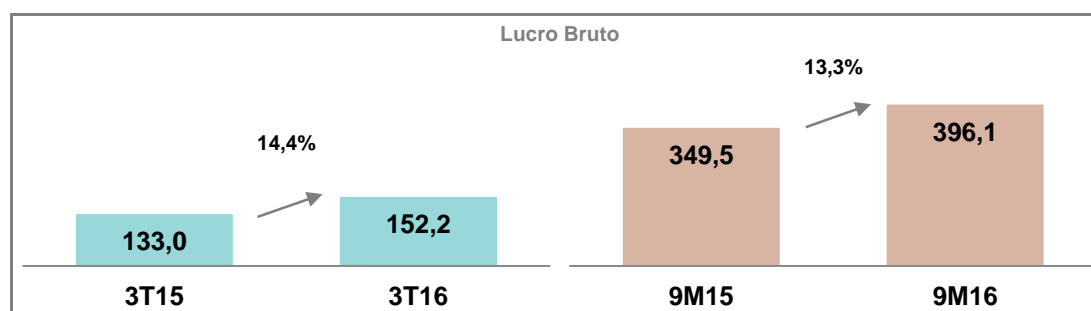
O lucro bruto do 3T16 totalizou R\$ 152,2 milhões, crescimento de 14,4% ante 3T15, com expansão de 170 bps na margem bruta, que alcançou 43,9% no 3T16. Dentre os principais fatores, destacam-se:

i) crescimento do canal Web Commerce em 48,3%, que possui margem bruta maior que a média, representando 7,4% do faturamento versus 5,3% no 3T15;

ii) impacto positivo de 200bps na margem bruta em virtude da obtenção de benefício fiscal relativo ao ICMS através da operacionalização do novo centro de distribuição;

iii) diminuição da margem de exportação por conta do impacto cambial.

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 adequar os níveis de despesas à evolução do faturamento. Contudo, neste trimestre as despesas foram pressionadas por quatro principais fatores, são eles: (i) perdas em renegociações com devedores atrasados; (ii) continuidade da 2ª fase da operação-piloto nos EUA (iii) despesas do novo centro de distribuição; (iv) a reoneração da folha de pagamento.

Despesas Comerciais

No 3T16, houve uma expansão de 17,8% das despesas comerciais quando comparadas ao 3T15, alcançando R\$ 75,2 milhões no trimestre. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem despesas de lojas próprias e web commerce, que somaram R\$ 30,6 milhões no trimestre, aumento de 12,8% frente o 3T15. Além das despesas de vendas, logística e suprimento, que representaram R\$ 44,6 milhões e cresceram 21,6% ante o mesmo período do ano anterior.

O aumento das despesas de Lojas Próprias e Web Commerce ficou abaixo do crescimento de 14,6% das receitas desses canais, apesar do impacto da reoneração da folha de R\$ 1,5 milhão.

As despesas de Vendas, Logística e Suprimento somaram gastos incrementais com (i) perdas em renegociação com devedores atrasados em R\$ 3,4 milhões; (ii) operação-piloto EUA, no montante de R\$ 1,9 milhões, principalmente pela abertura da loja na Califórnia; e (iii) despesas com o novo centro de distribuição de R\$ 1,3 milhão. Excluindo esses impactos a companhia chegaria a R\$ 38,0 milhões, um crescimento de 3,7%, abaixo do crescimento da receita da Companhia.

Despesas Gerais e Administrativas

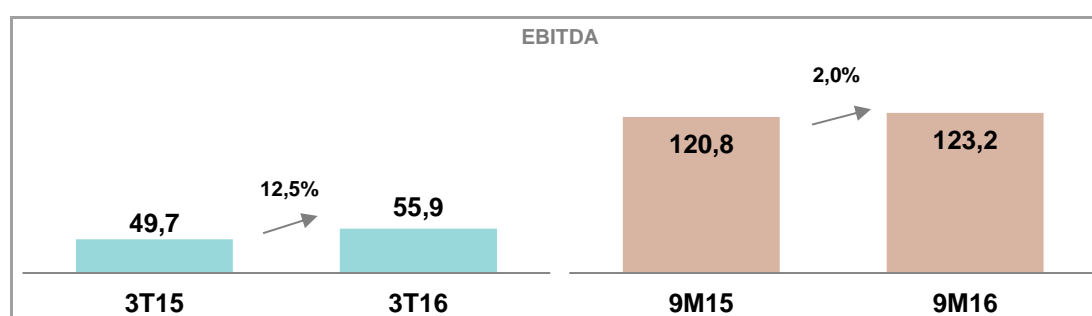
No 3T16, as despesas gerais e administrativas somaram R\$ 19,6 milhões, representando uma queda de 5,9% ante o 3T15, evidenciando o esforço da companhia em manter suas despesas sob controle.

EBITDA e margem EBITDA

A Companhia atingiu no 3T16 EBITDA de R\$ 55,9 milhões, o que representa uma margem de 16,1% e um crescimento de 12,5% em relação aos resultados apresentados no 3T15. Dentre os principais motivos, destacam-se:

- i) crescimento de 10,1% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- ii) expansão da margem bruta em 170bps, encerrando o 3T16 em 43,9%;
- iii) aumento das despesas operacionais incrementais relacionadas a iniciativas em maturação, como a operação-piloto nos EUA e com o novo Centro de distribuição no Espírito Santo;

Em linha com o impacto apresentado nos trimestres anteriores, excluindo a operação-piloto nos EUA a margem EBITDA consolidada da Companhia aumentaria 150bps.

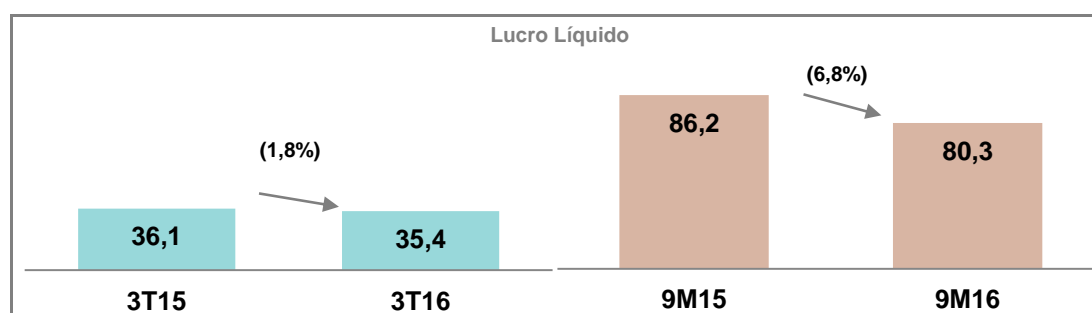


Reconciliação do EBITDA	3T15	3T16	9M15	9M16
Lucro líquido	36.082	35.440	86.163	80.332
(-) Imposto de renda e contribuição social	(17.463)	(17.329)	(36.643)	(30.130)
(-) Resultado financeiro	9.968	3.373	20.044	6.518
(-) Depreciação e amortização	(6.121)	(6.500)	(18.026)	(19.282)
(=) EBITDA	49.699	55.896	120.788	123.226

Lucro líquido e margem líquida

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 16,1% para margem líquida de 10,2% no 3T16, reflexo do menor resultado financeiro do 3T16 ante 3T15, atribuível à variação cambial menos favorável que no mesmo período do ano anterior.

O lucro líquido do 3T16 somou R\$ 35,4 milhões. Excluindo a variação cambial, o lucro líquido da Companhia cresceria 14,5% ante 3T15.



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 26,0 milhões de caixa operacional no 3T16 e R\$ 56,0 milhões no acumulado do ano, níveis superiores aos apresentados no 3T15, principalmente pelo menor consumo de capital de giro no período. Vale lembrar que essas variações não consistem em alterações nas políticas comerciais da Companhia, refletindo efeitos sazonais e esforços da Companhia em gerir de forma mais eficiente o capital de giro.

Geração de caixa operacional	3T15	3T16	Δ 15 x 16 (R\$)	Δ 15 x 16 (%)	9M15	9M16	Δ 15 x 16 (R\$)	Δ 15 x 16 (%)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	53.545	52.769	(776)	(1,4%)	122.806	110.462	(12.344)	(10,1%)
Depreciações e amortizações	6.121	6.500	379	6,2%	18.026	19.282	1.256	7,0%
Outros	1.169	(880)	(2.049)	n/a	(17)	(22.555)	(22.538)	n/a
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	(46.494)	(21.674)	24.820	(53,4%)	(74.957)	(31.950)	43.007	(57,4%)
Contas a receber de clientes	(50.216)	(50.634)	(418)	0,8%	(63.630)	(53.991)	9.639	(15,1%)
Estoques	(5.839)	3.741	9.580	n/a	(25.442)	(17.917)	7.525	(29,6%)
Fornecedores	15.857	21.930	6.073	38,3%	31.428	38.169	6.741	21,4%
Varição de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(6.296)	3.289	9.585	n/a	(17.313)	1.789	19.102	n/a
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(9.733)	(10.672)	(939)	9,6%	(23.861)	(19.209)	4.652	(19,5%)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	4.608	26.043	21.435	465,2%	41.997	56.030	14.033	33,4%

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia têm 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.

O capex total no 3T16 foi de R\$ 5,3 milhões devido principalmente à compra e renovação de licenças de software e investimento em logística.

Sumário de investimentos	3T15	3T16	Δ 15 x 16 (%)	9M15	9M16	Δ 15 x 16 (%)
CAPEX total	4.680	5.343	14,2%	20.763	20.783	0,1%
Lojas - expansão e reforma	1.158	856	(26,0%)	3.197	5.801	81,4%
Corporativo	3.241	3.174	(2,1%)	14.820	8.336	(43,8%)
Outros	281	1.313	366,5%	2.746	6.646	142,0%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 3T16 com caixa de R\$ 221,6 milhões. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$ 95,8 milhões no 3T16 ante R\$ 97,5 milhões no 2T16;
- Endividamento de longo prazo de 30,7% da dívida total no 3T16, ante 32,7% no 2T16;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 3T16 se mantém em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	3T15	2T16	3T16
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	193.486	223.764	221.591
Dívida total	126.928	97.535	95.785
Curto prazo	98.422	65.642	66.424
% dívida total	77,5%	67,3%	69,3%
Longo prazo	28.506	31.893	29.361
% dívida total	22,5%	32,7%	30,7%
Dívida líquida	(66.558)	(126.229)	(125.806)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) no 3T16 foi de 19,4%. Apesar do crescimento do NOPAT, o ROIC foi pressionado por um maior nível de capital empregado médio. Entretanto, o saldo do capital empregado cresceu apenas 1%, indicando estabilidade no últimos 12 meses, fruto de um nível de investimentos próximo à depreciação e às ações de controle do capital de giro.

Resultado operacional	3T14	3T15	3T16	$\Delta 15 \times 16$ (%)
EBIT (UDM) ¹	151.794	145.373	142.470	(2,0%)
+ IR e CS (UDM) ²	(50.070)	(46.200)	(38.381)	(16,9%)
NOPAT	101.724	99.173	104.089	5,0%
Capital de giro ³	302.987	341.839	344.943	0,9%
Ativo permanente	156.237	168.276	162.540	(3,4%)
Outros ativos de longo prazo ⁴	8.107	23.276	31.450	35,1%
Capital empregado	467.331	533.391	538.933	1,0%
Média do capital empregado⁵		500.361	536.162	7,2%
ROIC⁶		19,8%	19,4%	

(1) Não inclui impacto contábil não caixa e não recorrente de R\$8,7 milhões referente à implantação do novo ERP no 4T14.

(2) Ajustado pelo valor de R\$2,8 milhões para refletir o efeito mencionado acima no EBIT UDM.

(3) 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.

(4) Descontados do IR e Contribuição Social diferidos.

(5) Média de capital empregado no período e no mesmo período do ano anterior.

(6) ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital empregado médio.

Balço patrimonial

Ativo	3T15	2T16	3T16
Ativo circulante	683.153	679.511	719.074
Caixa e equivalentes de caixa	4.788	9.607	7.155
Aplicações financeiras	188.698	214.157	214.436
Contas a receber de clientes	325.702	283.260	334.858
Estoques	121.038	128.365	124.019
Impostos a recuperar	16.608	24.263	21.468
Outros créditos	26.319	19.859	17.138
Ativo não circulante	199.972	202.326	203.994
Realizável a longo Prazo	31.696	36.759	41.454
Aplicações financeiras	90	836	0
Contas a receber de clientes	13.807	13.569	13.896
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8.420	7.254	10.004
Outros créditos	9.379	15.100	17.554
Investimento	0	0	1.177
Imobilizado	77.227	74.682	72.741
Intangível	91.049	90.885	88.622
Total do ativo	883.125	881.837	923.068
Passivo	3T15	2T16	3T16
Passivo circulante	246.250	212.566	230.221
Empréstimos e financiamentos	98.422	65.642	66.424
Fornecedores	101.743	81.120	103.050
Outras obrigações	46.085	65.804	60.747
Passivo não circulante	36.059	39.998	37.887
Empréstimos e financiamentos	28.506	31.893	29.361
Partes relacionadas	5.579	1.143	1.208
Outras obrigações	1.974	6.962	7.318
Patrimônio líquido	600.816	629.273	654.960
Capital social	261.247	309.058	310.008
Reserva de capital	250.120	37.659	38.371
Reservas de lucros	34.159	261.249	261.249
Ajuste de avaliação patrimonial	-5.831	-1.692	-1.850
Lucro do exercício	61.121	22.999	47.182
Total do passivo e patrimônio líquido	883.125	881.837	923.068

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	3T15	3T16	Var.%	9M15	9M16	Var.%
Receita operacional líquida	315.068	346.941	10,1%	836.760	900.240	7,6%
Custo dos produtos vendidos	(182.053)	(194.741)	7,0%	(487.290)	(504.180)	3,5%
Lucro bruto	133.015	152.200	14,4%	349.470	396.060	13,3%
Receitas (despesas) operacionais:	(89.438)	(102.804)	14,9%	(246.708)	(292.116)	18,4%
Comerciais	(68.039)	(80.003)	17,6%	(182.932)	(223.320)	22,1%
Administrativas e gerais	(22.708)	(21.275)	-6,3%	(63.052)	(66.966)	6,2%
Outras receitas operacionais, líquidas	1.309	(1.526)	n/a	(724)	(1.830)	152,8%
Lucro antes do resultado financeiro	43.577	49.396	13,4%	102.762	103.944	1,2%
Resultado Financeiro	9.968	3.373	-66,2%	20.044	6.518	-67,5%
Lucro antes do IR e CS	53.545	52.769	-1,4%	122.806	110.462	-10,1%
Imposto de renda e contribuição social	(17.463)	(17.329)	-0,8%	(36.643)	(30.130)	-17,8%
Corrente	(18.513)	(20.079)	8,5%	(40.939)	(33.849)	-17,3%
Diferido	1.050	2.750	161,9%	4.296	3.719	-13,4%
Lucro líquido do exercício	36.082	35.440	-1,8%	86.163	80.332	-6,8%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	3T15	3T16	9M15	9M16
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	53.545	52.769	122.806	110.462
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais	7.290	5.620	18.009	(3.273)
Depreciações e amortizações	6.121	6.500	18.026	19.282
Rendimento de aplicação financeira	(5.313)	(6.804)	(14.192)	(21.722)
Juros e variação cambial	1.715	6.203	5.759	(5.427)
Outros	4.767	(279)	8.416	4.594
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(50.216)	(50.634)	(63.630)	(53.991)
Estoques	(5.839)	3.741	(25.442)	(17.917)
Impostos a recuperar	(6.678)	2.188	1.339	(5.820)
Variação de outros ativos circulantes	(1.575)	3.405	(12.814)	6.813
Depósitos judiciais	(360)	(1.971)	(970)	(4.412)
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	15.857	21.930	31.428	38.169
Obrigações trabalhistas	3.518	6.045	4.727	10.744
Obrigações fiscais e sociais	3.625	(4.029)	(4.604)	(5.459)
Variação de outras obrigações	(4.826)	(2.349)	(4.991)	(77)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(9.733)	(10.672)	(23.861)	(19.209)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	4.608	26.043	41.997	56.030
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	849	2.745	2.720	2.745
Aquisições de imobilizado e intangível	(4.680)	(5.342)	(20.763)	(20.783)
Aplicações financeiras	(182.137)	(228.192)	(526.391)	(560.956)
Resgate de aplicações financeiras	170.019	231.652	541.378	579.577
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(15.949)	863	(3.056)	583
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações ¹	280.527	22.485	314.978	46.248
Pagamentos de empréstimos ¹	(260.001)	(30.858)	(298.109)	(63.818)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(757)	(140)	(2.166)	(1.321)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	19.769	(8.513)	14.703	(18.891)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	-	(21.893)	(15.553)	(21.893)
Distribuição de lucros	(9.489)	1	(44.837)	(18.704)
Créditos (débitos) com sócios	313	67	470	(183)
Emissão de Ações	1.050	950	1.050	1.931
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(8.126)	(20.875)	(58.870)	(38.849)
Aumento (redução) das disponibilidades	302	(2.482)	(5.226)	(1.127)
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(539)	30	(816)	(540)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	5.025	9.607	10.831	8.822
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	4.788	7.155	4.788	7.155
Aumento (redução) das disponibilidades	302	(2.482)	(5.227)	(1.127)

¹A Administração da Companhia reclassificou a linha de Captação em contra partida de Pagamentos de empréstimos no grupo de Atividades de financiamentos com terceiros do Fluxo de Caixa do período findo em 30 de setembro de 2015, apresentado para fins comparativos. A retificação das linhas não tem efeito no total Das atividades de financiamentos com terceiros ou quaisquer outros totais da Demonstração de Fluxo de Caixa.

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.