EARNINGS RELEASE

AREZZO &CO

4T2019

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN FIEVER ALME VANS "OFF THE WALL"

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T19

Belo Horizonte, 04 de março de 2020. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre de 2019.

COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

04/03/2020
R$ 58,00 e R$ 5,3 bilhões

CALL DE RESULTADOS

Quinta-feira, 05 de março de 2020
11h00 (Brasília) / 09h00 (Nova York)

Participantes (Brasil e outros países)
+55 11 2820-4080
+55 11 3193-1080
Participantes (EUA)
+1 646 828-8246
Senha: Arezzo

HIGHLIGHTS – PRO-FORMA*

- A Receita Líquida do 4T19 alcançou R$ 467,7 milhões, aumento de 13,4% sobre o 4T18;
- Crescimento do web commerce de 51,2%, passando a representar 13,4% do faturamento no mercado interno;
- Crescimento de SSS *sell-out (Same-Store-Sales)* de 5,7% no trimestre;
- No 4T19, o Lucro Bruto somou R$ 218,2 milhões (margem bruta de 46,7%) com crescimento de 12,1%;
- O EBITDA do 4T19 totalizou R$ 85,1 milhões (margem EBITDA de 18,2%) com crescimento de 32,8% ante o 4T18;
- No 4T19, o Lucro Líquido foi de R$ 59,4 milhões (margem líquida de 12,7%) com crescimento de 40,6%;
- A Arezzo&Co teve abertura de 37 lojas líquidas no trimestre e de 67 lojas nos últimos doze meses.

Resultados desconsiderando a adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Rafael Sachete – CFO
Aline Penna – Diretora de RI e Estratégia
Victoria Machado – Gerente de RI
Marcos Benetti – Especialista de RI

E-mail: ri@arezzo.com.br
Tel: +55 11 2132-4300

Mensagem da Administração

Um ano repleto de desafios e conquistas: assim foi o nosso 2019!

Estamos nos aproximando do nosso cinquentenário uma história de vida que vai muito além de um negócio!

Como líder de mercado nas categorias de calçados e bolsas para as classes A e B, demonstramos nossa força e resiliência, entregando resultados sólidos e consistentes através de um time altamente engajado construindo uma cultura de sucesso e pavimentando o caminho do nosso futuro.

O mundo está cada vez mais dinâmico, com a adoção de tecnologias disruptivas e de **mudanças importantes no comportamento dos consumidores** – seja quanto à exigência de um propósito associado às marcas, ao posicionamento socioambiental e, sobretudo, a necessidade de ser atendido de maneira rápida, conectada e personalizada – o que redobrou nossa motivação para revisitar uma estratégia altamente vencedora. Afinal, o que nos trouxe até aqui não necessariamente nos levará onde queremos chegar. E nosso sonho é grande!

Foi assim que iniciamos um **novo ciclo de planejamento estratégico** na Arezzo&Co – um projeto que contou com elevada dedicação de nossos principais executivos e com o apoio de uma das mais renomadas consultorias de estratégia no mundo.

Aqui, cabe fazer um breve parêntese, a escolha do nome para o projeto: “Da Vinci” – um dos maiores artistas de todos os tempos, capaz de unir arte e ciência em tudo o que produziu, através de sua curiosidade insaciável. A Arezzo&Co, uma empresa de moda e criação de produtos e sonhos (“arte”), precisa ser capaz de se reinventar, assim como Da Vinci, utilizando a “ciência” – dados, tecnologia, modelo de suprimento e abastecimento – para criar uma combinação orquestrada capaz de entregar os melhores produtos, na hora e local certos, da melhor maneira possível, aos seus clientes.

Quando iniciamos o projeto Da Vinci, tínhamos uma grande certeza: que o foco no cliente era não apenas desejável, mas crucial. Com base na leitura do livro *Mentalidade do Fundador*, de James Allen, sócio da *Bain Company*, optamos por percorrer uma jornada incansável, posicionando nossas **clientes no centro do negócio** – com forte empoderamento da linha de frente para viabilizar a melhor experiência de marca – onde quer que a cliente esteja. Afinal, não queremos que nossa participação de mercado nos limite ou nos torne incumbentes com o passar do tempo, distantes da voz do consumidor. Queremos usar a nossa escala, aliada à nossa “mentalidade de dono”, tão presente em nossas equipes, buscando constante agilidade.
Adicionalmente, o projeto Da Vinci nos ajudou a entender o potencial de nossas marcas atuais, cada qual com seu posicionamento e curva de maturidade. Os resultados nos deixaram ainda mais otimistas com nosso crescimento futuro já endereçado no mercado doméstico.

A marca Arezzo – democrática, acessível e com sua pujante rede de franqueados – continuará a expandir através do modelo *light* e da omnicanalidade, permitindo reduzir a ruptura nas lojas. Schutz – marca de desejo e protagonista na cena *fashion* – aumentará sua força e relevância digital. Anacapri – marca descomplicada e alto astral – terá um interessante caminho de crescimento através da abertura de novas lojas e maturação das existentes. Alexandre Birman – marca sinônimo de luxo – dará continuidade ao seu franco crescimento no Brasil e no exterior, associado a um aumento exponencial de *brand awareness*. Fiever – marca de *sneakers* jovem e urbana – seguirá com seu plano de expansão em diferentes canais. E, finalmente, Alme – marca de conforto – continuará a crescer em seu mercado endereçável, atendendo mulheres maduras e em busca de conforto, sem abrir mão do estilo.

Mensagem da Administração

Além disso, em 2019 a Arezzo&Co deu importantes passos em seu **processo de transformação digital**, através do estabelecimento de uma cultura ágil e elevação de seu patamar tecnológico. Nosso foco primordial foi utilizar a tecnologia como meio, estabelecendo uma plataforma de produtividade e crescimento, visando empoderar as marcas com dados de BI para maximizar sua assertividade em vendas e estimular a **omnicanalidade**. Também foi dado um importante passo com a implementação do **RFID** na marca Schutz, que será estendido para as demais marcas do grupo em um futuro próximo.

Nesse cenário de marcas vencedoras e à frente de seu tempo – porém tão diferentes entre si – existem elementos comuns, agregados em uma robusta estrutura, que incluem, mas não se limitam a *sourcing*, engenharia de produtos, expansão, logística, franchising, multimarca e *web commerce* – além das áreas corporativas de suporte. Com a confiança de que tais áreas já atingiram a escala e a maturidade necessárias para absorver novas operações, passamos a nos questionar ao longo de 2019 se já não seria o momento de quebrarmos um antigo paradigma: o de termos apenas marcas criadas por nós em nosso portfólio.

E foi nesse contexto que abrimos o nosso horizonte para as oportunidades de M&A, estreando nosso primeiro movimento inorgânico, através da obtenção da exclusividade para comercialização e operação da marca Vans® no Brasil. Um desafio do tamanho da oportunidade que representa: uma marca reconhecida mundialmente, altamente desejada no mercado brasileiro e que traz consigo categorias novas para a Arezzo&Co, como calçados masculinos, infantis e vestuário. Uma operação de tamanho relevante (acima de R$ 200 milhões de faturamento), com forte potencial de crescimento, através de lojas físicas, multimarcas e *web commerce*.

Após a transação, iniciamos a frente de integração com muita humildade e dedicação. Em cerca de um mês, transferimos mais de 450 mil pares de calçados, acessórios e vestuário, criando um novo centro de distribuição, além da implementação integral do SAP e da internalização do *web commerce*, antes terceirizado. Nossa confiança, sempre elevada e movida pela paixão pelo negócio e por fazer acontecer, está maior do que nunca.

Certamente a Vans® nos abre um **novo caminho de possibilidades**, caminho pelo qual temos genuína intenção em trilhar, com critérios muito claros do que queremos fazer – e talvez ainda mais importante – do que não iremos fazer. Estamos motivados e confiantes de que a Arezzo&Co se consolidará como uma grande plataforma de marcas, uma verdadeira **"*House of Brands*".** Trata-se de um novo *mindset*, que veio para ficar. Além de licenciamentos como a Vans®, continuamos a analisar outras oportunidades de consolidação de mercado, seja de marcas tradicionais consolidadas ou de marcas insurgentes.

Apesar de ainda termos muito espaço para crescer através de nossas marcas próprias, da Vans® e de possíveis outras, acreditamos em um sonho ainda maior – e é por isso que discutimos incessantemente ao longo de nosso planejamento estratégico o que haveria de mais disruptivo a acontecer futuramente. Nesse contexto, definimos que queremos ser além de uma plataforma de marcas – e sim uma **plataforma de moda**, com todas as nossas marcas convivendo juntas, atreladas a um programa de fidelidade, carrinho de compra e frete únicos, além de investimentos em marketing e em downloads otimizados. Essa é a nossa meta para 2020, mas ela não para por aqui. Através da oferta de conteúdo de moda e serviços – a serem conectados posteriormente – poderemos trilhar um caminho rumo a um *marketplace* "3P", cuja curadoria de marcas parceiras e complementares às do grupo será um dos nossos grandes diferenciais como plataforma. Afinal, a Arezzo&Co quer ser a aliada de nossos clientes na moda e na vida, revolucionando o mercado *fashion* para as classes A/B no Brasil.

Mensagem da Administração

Nosso foco na expansão internacional – principalmente através de nossa operação própria nos Estados Unidos, continua sendo um importante pilar de nossa estratégia. Nosso crescimento exponencial da venda *online*, a abertura de novas "*doors*" e o ganho de "*share of wallet*" nas lojas de departamento são muito expressivos. Apesar da transformação vista no varejo norte-americano, acreditamos na importância das lojas físicas para a construção de *brand awareness* e de experiência de marca. O ano de 2019 trouxe conquistas importantes, porém também ajustes e investimentos que impactaram o resultado consolidado da nossa companhia. Contudo, acreditamos muito no potencial de nossas marcas no mercado norte-americano, e em 2020 continuaremos crescendo, respeitando nossa geração de caixa, e visando a melhoria contínua da rentabilidade.

Para encerrar, gostaria de agradecer a todo o time e ao Conselho de Administração pela dedicação empenhada ao longo desse 2019 tão intenso.

Nossa cultura é a base de tudo o que fazemos. O futuro a gente cria.

2154 é agora!
A Administração.

Adoção da Norma IFRS 16 – Principais Impactos

A adoção da norma IFRS16 em janeiro de 2019 trouxe algumas alterações no modo de contabilizar a parcela fixa dos alugueis, enquadrados como arrendamento. Os compromissos futuros dos arrendamentos são reconhecidos como passivos, em contrapartida ao direito de uso que é reconhecido como um ativo fixo. Como consequência, as despesas de alugueis são substituídas por juros sobre o passivo de arrendamento e pela depreciação do direito de uso. Desta forma, quando comparado ao modelo IAS 17 / CPC 06, o IFRS 16 gera um efeito positivo no EBITDA, uma vez que os aluguéis são reclassificados de despesas operacionais para despesas de depreciação e despesas financeiras.

Para melhor entendimento das alterações, ao longo do release de resultados, foi incluída uma coluna pro-forma do 4T19, desconsiderando a adoção da norma, nas tabelas relativas às principais contas impactadas. Os impactos da aplicação desta nova norma estão demonstradas nas notas 12 – Imobilizado e 16 – Arrendamento das Notas Explicativas do ITR do 4T19.

BALANÇO

- ↑ Ativo - Direito de Uso + R$ 205 Milhões
- ↑ Passivo - Arrendamento + R$ 209 Milhões

RESULTADOS

- ↓ CMV (Despesa com Ocupação) (R$ 10) Mil
- ↓ SG&A (Despesa com Ocupação) R$ 409 Mil
- ↑ EBITDA +R$ 8,7 Milhões
- ↑ Depreciação de Arrendamento (Despesa) (R$ 8,1) Milhões
- ↑ Desp. Financeira de Arrendamento (R$ 1,2) Milhões
- ↓ Lucro Líquido (R$ 0,7) Milhões

Demonstração de Resultados	4T19 Divulgado	Ajustes IFRS 16	4T19 Pro-forma	2019 Divulgado	Ajustes IFRS 16	2019 Pro-forma
Receita Bruta	**573.729**	**-**	**573.729**	**2.063.929**	**-**	**2.063.929**
Receita Líquida	**467.652**	**-**	**467.652**	**1.679.235**	**-**	**1.679.235**
CMV	**(249.435)**	**7**	**(249.428)**	**(903.541)**	**(42)**	**(903.583)**
Depreciação e amortização - Custo	(664)	195	(469)	(2.768)	901	(1.867)
Lucro Bruto	**218.217**	**7**	**218.224**	**775.694**	**(42)**	**775.652**
Margem Bruta	46,7%	0,0%	46,7%	46,2%	0,0%	46,2%
SG&A	**(142.180)**	**(407)**	**(142.587)**	**(552.592)**	**(707)**	**(553.299)**
Depreciação e amortização - Despesa	(17.128)	8.087	(9.041)	(75.075)	37.372	(37.703)
% ROL	-30,4%	-0,1%	-30,5%	-32,9%	0,0%	-32,9%
EBITDA	**93.829**	**(8.683)**	**85.146**	**300.945**	**(39.023)**	**261.922**
Margem EBITDA	20,1%	-1,9%	18,2%	17,9%	-2,3%	15,6%
Resultado Financeiro	**(4.644)**	**1.134**	**(3.510)**	**(18.176)**	**5.319**	**(12.857)**
Lucro antes do IR e CS	**71.393**	**733**	**72.126**	**204.926**	**4.569**	**209.495**
IR + CS	**(12.738)**	**-**	**(12.738)**	**(42.787)**	**-**	**(42.787)**
Lucro líquido	**58.655**	**733**	**59.388**	**162.139**	**4.569**	**166.708**
Margem Líquida	12,5%	0,2%	12,7%	9,7%	0,3%	9,9%

Resumo de Resultados	4T19	4T18	Δ (%) 19 x 18	4T19 Pro-Forma	Δ (%) 19 x 18
Receita Líquida	467.652	412.211	13,4%	467.652	13,4%
Lucro Bruto	218.217	194.724	12,1%	218.224	12,1%
Margem bruta	46,7%	47,2%	-0,5 p.p.	46,7%	-0,5 p.p.
EBITDA[1]	96.308	64.118	50,2%	85.146	32,8%
Margem EBITDA[1]	20,6%	15,6%	5,0 p.p.	18,2%	2,6 p.p.
Lucro líquido	58.655	42.243	38,9%	59.388	40,6%
Margem líquida	12,5%	10,2%	2,3 p.p.	12,7%	2,5 p.p.

Resumo de Resultados	2019	2018	Δ (%) 19 x 18	2019 Pro-Forma	Δ (%) 19 x 18
Receita Líquida	1.679.235	1.526.659	10,0%	1.679.235	10,0%
Lucro Bruto	775.694	710.672	9,1%	775.652	9,1%
Margem bruta	46,2%	46,6%	-0,4 p.p.	46,2%	-0,4 p.p.
EBITDA[1]	303.424	232.161	30,7%	261.922	12,8%
Margem EBITDA[1]	18,1%	15,2%	2,9 p.p.	15,6%	0,4 p.p.
Lucro líquido	162.139	142.644	13,7%	166.708	16,9%
Margem líquida	9,7%	9,3%	0,4 p.p.	9,9%	0,6 p.p.

Indicadores Operacionais	4T19	4T18	Δ (%) 19 x 18	2019	2018	Δ (%) 19 x 18
Número de pares vendidos ('000)	4.352	3.980	9,3%	14.533	13.507	7,6%
Número de bolsas vendidas ('000)	509	509	0,0%	1.771	1.520	16,5%
Número de funcionários	2.465	2.437	1,1%	2.465	2.437	1,1%
Número de lojas*	752	685	67	752	685	67
Próprias	53	51	2	53	51	2
Franquias	699	634	65	699	634	65
Outsourcing (% da produção total)	91,0%	92,1%	-1,1 p.p	90,7%	91,6%	-0,9 p.p
SSS[2] sell-in (franquias)	2,8%	9,2%	-6,4 p.p	1,7%	4,7%	-3,0 p.p
SSS[2] sell-out (lojas próprias + web + franquias)	5,7%	3,6%	0,2 p.p	3,9%	4,2%	-0,3 p.p

* Inclui 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	4T19	Part%	4T18	Part%	Δ (%) 19 x 18	2019	Part%	2018	Part%	Δ (%) 19 x 18
Receita bruta total	**573.729**		**505.511**		**13,5%**	**2.063.929**		**1.865.766**		**10,6%**
Mercado externo	**66.258**	**11,5%**	**52.395**	**10,4%**	**26,5%**	**258.982**	**12,5%**	**186.898**	**10,0%**	**38,6%**
Exportações	*8.420*	*12,7%*	*14.542*	*27,8%*	*(42,1%)*	*54.509*	*21,0%*	*66.627*	*35,6%*	*(18,2%)*
Operação USA	*57.838*	*87,3%*	*37.850*	*72,2%*	*52,8%*	*204.473*	*79,0%*	*120.271*	*64,4%*	*70,0%*
Mercado interno	**507.471**	**88,5%**	**453.116**	**89,6%**	**12,0%**	**1.804.947**	**87,5%**	**1.678.868**	**90,0%**	**7,5%**
Por marca										
Arezzo	*282.268*	*55,6%*	*259.589*	*57,3%*	*8,7%*	*983.757*	*54,5%*	*950.689*	*56,6%*	*3,5%*
Schutz [1]	*121.950*	*24,0%*	*107.701*	*23,8%*	*13,2%*	*474.295*	*26,3%*	*443.471*	*26,4%*	*7,0%*
Anacapri	*76.186*	*15,0%*	*65.417*	*14,4%*	*16,5%*	*259.116*	*14,4%*	*219.554*	*13,1%*	*18,0%*
Outros [2]	*27.067*	*5,3%*	*20.409*	*4,5%*	*32,6%*	*87.779*	*4,9%*	*65.154*	*3,9%*	*34,7%*
Por canal										
Franquias	*270.267*	*53,3%*	*244.274*	*53,9%*	*10,6%*	*899.399*	*49,8%*	*831.365*	*49,5%*	*8,2%*
Multimarcas	*92.158*	*18,2%*	*75.700*	*16,7%*	*21,7%*	*423.008*	*23,4%*	*384.272*	*22,9%*	*10,1%*
Lojas próprias [3]	*76.982*	*15,2%*	*87.700*	*19,4%*	*(12,2%)*	*266.310*	*14,8%*	*298.706*	*17,8%*	*(10,8%)*
Web Commerce	*67.948*	*13,4%*	*44.951*	*9,9%*	*51,2%*	*214.581*	*11,9%*	*162.640*	*9,7%*	*31,9%*
Outros [4]	*116*	*0,0%*	*491*	*0,1%*	*(76,4%)*	*1.649*	*0,1%*	*1.885*	*0,1%*	*(12,5%)*

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional
(2) Inclui as marcas A. Birman, Fiever e Alme apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.
(3) Desconsiderando a o repasse de 10 lojas próprias nos últimos 12 meses para franqueados, o canal de Lojas Próprias teria crescido 4,2% no trimestre.
(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

Marcas

O quarto trimestre do ano é marcado pela entrada da coleção de Verão, pela *Black Friday* e pelo momento mais importante do ano, o Natal. Atingimos bons resultados, fruto do desejo pelas nossas marcas aliado a um *mix* encantador impulsionado por uma equipe muito apaixonada pelo que faz. Os resultados atingidos e o posicionamento muito bem definido de cada uma de nossas marcas demonstra que estamos no caminho certo para a consolidação de nossa empesa como uma "*House of Brands*".

A marca **Arezzo** atingiu receita de R$ 282,3 milhões neste trimestre, um aumento de 8,7% em relação ao 4T18, representando 55,6% do faturamento do mercado interno da Arezzo&Co. Desconsiderando o efeito dos repasses de 5 lojas próprias para franquias nos últimos doze meses, a receita da marca teria crescido 12,2%.

Como destaque do trimestre, a marca Arezzo lançou uma parceria inédita com a *Pantone* – autoridade em cores mundialmente reconhecida e referência de *lifestyle* – com objetivo de manter o engajamento o público jovem. Com a parceria, a *Pantone* levou cores exclusivas para os calçados e bolsas da marca, resultando em uma excelente performance, com a venda de onze mil pares e mais de cinco mil bolsas em apenas 10 dias. No mês de dezembro, a Arezzo focou na campanha "Arezzo Sempre Presente" pelo terceiro ano consecutivo, reforçando a sua imagem como ótima opção de presentes para a data, através de ações de "compre e ganhe", reconhecimento das melhores clientes por loja e *display* de produto em loja focado nos itens presenteáveis.

A marca **Schutz** cresceu 17,3% em termos globais no 4T19, consolidando a importante estratégia da retomada de crescimento da marca. No mercado interno, representou 24,0% do faturamento da Companhia, somando R$ 122,0 milhões de receita bruta no 4T19, crescimento de 13,2% em relação ao mesmo período do ano anterior – dando continuidade a performance positiva também apresentada nos últimos trimestres.

Desconsiderando o efeito dos repasses de lojas próprias para franquias 5 lojas nos últimos dozes meses, a marca teria crescido 14,5%. No mercado externo, a operação dos Estados Unidos obteve crescimento vs. o 4T18 de 63,0% em e 51,2% em Dólares.

Como destaques no Brasil, a categoria de tênis elevou sua representatividade no mix para 6,6% (vs. 5,3% no 4T18) com um crescimento de receita de 35,7% no período. Em outubro, a marca ampliou a linha de tênis "*It Schutz*", *best seller* no 3T19, em novas cores e materiais. O produto registrou giro de 74,0% em apenas uma semana.

Seguindo a performance positiva do terceiro trimestre, a marca também registrou resultados inspiradores na categoria de bolsas, com crescimento de 28,6% passando a representar 27,6% do mix da Schutz. Dentre as ações realizadas no período, a marca lançou a sua bolsa ícone "*triangle"* em novos couros, padronagens e opção de personalização com iniciais. Em dezembro, a Schutz firmou parceria inédita com a marca brasileira de acessórios Isla, apresentando uma releitura de calçados e bolsas *best sellers* da marca ao longo dos anos.

A marca **Anacapri** alcançou receita de R$ 76,2 milhões, com crescimento de 16,5% vs. o 4T18, encerrando o trimestre com 15,0% de representatividade no faturamento no mercado interno da Companhia, ante 14,4% no 4T18. A boa performance da marca é fruto da abertura líquida de 35 franquias nos últimos 12 meses (sendo 20 lojas no 4T19) e da crescente relevância do canal *web commerce* que já representa 7,5% do faturamento. Vale destacar a performance da categoria de bolsas, que já representa 8,6% do *mix* de produtos, 2,4 p.p. acima do 4T18.

Como destaque no trimestre, a Anacapri foi a primeira marca a firmar uma parceira com a "*Smiley*" no Brasil para o lançamento de uma coleção exclusiva, que reforça o posicionamento de auto estima e liberdade de expressão da Anacapri, trazendo maior engajamento. O lançamento contou com diversas ações de marketing e de "*compre e ganhe*", o que contribuiu para o aumento o ticket médio das lojas.

A marca **Alexandre Birman** apresentou crescimento global de 18,5%, com destaque para o SSS de 31,3% no mercado interno, além das vendas no exterior. No mês de outubro, a marca lançou a sua plataforma de personalização de modelos no e-commerce – antes oferecida apenas nas lojas físicas – impulsionando assim a receita do canal. Atendendo à crescente demanda pela marca no território nacional, foram abertas duas lojas próprias no mês de novembro, em Curitiba e em Brasília. Para a época de festas, a marca Alexandre Birman fez o lançamento global da sua sandália *"Jelly"* como produto de entrada, em linha com a estratégia de grandes marcas de luxo internacionais. O modelo foi *best seller* já no primeiro mês de vendas.

A marca **Fiever** apresentou crescimento de 35,3%, que teve como destaque o canal de *web commerce* que atingiu 13,7% de representatividade na marca. No mês de outubro, a marca ampliou a linha do tênis "*Fiever BEAT"* e contou com o DJ Alok (reconhecido internacionalmente) para representar a marca. Com a campanha, o modelo se tornou *best seller* chegando a representar 25% das vendas. Em novembro, a Fiever teve como marco a abertura da sua primeira franquia no shopping Frei Caneca em São Paulo. Além da expansão de lojas, a Fiever firmou parceria com a Centauro – importante player no segmento de *sneakers* e esportes no Brasil – para a venda em mais de 30 lojas da rede.

A **Alme**, sexta marca do grupo, teve crescimento de 46,7% no período e teve como destaque a abertura de duas franquias, localizadas nos shoppings Vila Olímpia e Ibirapuera, em São Paulo. Além da inauguração das novas lojas, a marca lançou a linha de produtos "*Alme Eleva"*, cuja principal característica é a leveza dos calçados, que pesam cerca de metade de um calçado convencional, proporcionando ainda mais conforto para as consumidoras.

Conforme anunciado no início de outubro, a Arezzo&Co assinou contrato para se tornar a distribuidora exclusiva da marca **Vans®** no Brasil. Durante os meses de novembro e dezembro, a Companhia se dedicou de forma intensiva na integração da nova marca em sua estrutura através da formação de um *"war room"* com pessoas de áreas-chave do negócio. Ao longo desses meses, o time integrou a plataforma de *web commerce*, concluiu a migração para o SAP, transferiu todos os produtos para o centro de distribuição próprio em Cariacica (ES) e assumiu a gestão das lojas físicas, finalizando assim o processo de forma bem sucedida sem atrasos ou "*blackouts*" de faturamento. Visando manter o DNA e cultura da Vans®, o escritório em São Paulo foi mantido e grande parte do time foi absorvido. Desde 01 de janeiro de 2020, a Arezzo&Co passou a reconhecer a receita da Vans® em seu faturamento, que passará a ser divulgado no release de resultados do primeiro trimestre de 2020.

Na frente de **Sustentabilidade**, as marcas do grupo deram importantes passos como:

- **Arezzo**: lançamento da plataforma *Arezzo Futuro*, que abrigará todas as iniciativas de sustentabilidade da marca. A primeira aposta foi a linha de tênis *ZZ Bio*, que tem como diferencial o uso de fio de poliamida biodegradável – tecnologia desenvolvida pela *Rhodia Solvey* – substituindo o poliéster. Além disso, a palmilha, a forração e o solado também foram desenvolvidos com material biodegradável.
- **Schutz**: primeiro lançamento de um tênis com soldado feito com 10% de resíduos em sua composição além de cabedal construído com fio de PET reciclado.
- **Anacapri:** lançamento de um tênis com solado à base de casca de arroz, substituindo o plástico em sua composição.
- **Fiever**: lançamento da plataforma *Fiever Choice*, que irá abrigar todas as iniciativas de sustentabilidade, sendo a primeira uma linha de tênis construída em cabedais de algodão reciclado e solado com 10% de resíduos próprio em sua composição.

As ações das marcas materializam os esforços de sustentabilidade em uma das etapas do negócio, entretanto a Arezzo&Co tem trabalhado de forma intensiva em um sólido programa que abrange todos os elos da cadeia de valor, incluindo o rastreamento da cadeia de fornecedores e a obtenção de certificações.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e W*eb Commerce*

Refletindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, a rede de PDVs Arezzo&Co (Lojas Próprias + Franquias + *web commerce*) apresentou um crescimento de 8,8% nas vendas do *sell-out* no 4T19 em relação ao 4T18 devido, principalmente, ao forte crescimento do canal online e da abertura líquida de 64 lojas monomarca no Brasil nos últimos 12 meses, além do crescimento das vendas nas mesmas lojas, que foi de 5,6% no 4T19.

Seguindo a estratégia *asset light* da Companhia, reforçando a atratividade do modelo de franquias para nossos franqueados, nos últimos doze meses, foram repassadas 10 lojas próprias (5 da marca Arezzo e 5 da marca Schutz), o que implicou em queda de faturamento do canal de Lojas Próprias e incremento do faturamento do canal de Franquias. Desconsiderando os repasses anteriormente mencionados, o canal de Lojas Próprias teria crescido 4,2%.

A área de vendas das lojas no Brasil e no exterior teve aumento de 4,5% no trimestre em comparação ao 4T18. No Brasil, houve adição líquida de 35 lojas da marca Anacapri, 23 da marca Arezzo (sendo sua maioria no formato light), 4 da marca Alme, 2 da marca Alexandre Birman e 1 da marca Fiever, totalizando 2.061 m² (excluindo *outlets*).

O canal Franquias teve representatividade de 53,3% nas vendas domésticas no 4T19 e apresentou *SSS sell-in* de 2,8% e 2,3% de *sell-out*.

O canal *web commerce* apresentou crescimento de 51,2% ante o 4T18, passando a representar 13,4% do faturamento doméstico da companhia. Vale destacar a excelente performance do canal nos dias da *"Black Friday"* (sexta-feira a domingo) que registrou *SSS sell out* de 78,3%.

Multimarcas

No 4T19, o faturamento do canal Multimarcas apresentou crescimento de 21,7% ante o 4T18, sobre uma base de comparação de 12,3%. Todas as marcas registraram excelente performance, com destaque para a marca Schutz e a marca Fiever, apresentando elevado giro da coleção e grande atratividade para os lojistas do canal.

As seis marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.646 lojas no 4T19, crescimento de 6,2% ante o 4T18, e estão presentes em 2.590 cidades.

Mercado Externo

Nos Estados Unidos, a receita da operação registrou crescimento de 52,8%. Em dólares, o crescimento foi de 41,8%. Todos os canais apresentaram boa performance no período, com destaque para o crescimento de 36,4% no canal *wholesale*, cujas vendas foram alavancadas pelo crescimento da modalidade "*dropship*"* bem como da venda dos *web commerces* de tais redes. As marcas encerraram o ano em 119 portas ao todo, crescimento de 30% em relação ao mesmo período de 2018.

Além do crescimento do canal *wholesale*, a operação *online* obteve crescimento expressivo de 133,4%, resultante da intensificação dos investimentos em marketing e *brand awareness*, com impacto direto nos indicadores de tráfego e conversão. O canal de Lojas Próprias também apresentou boa performance, com crescimento de 56,1%, impulsionado pelo aumento de SSS das lojas e aberturas nos últimos doze meses. No início de março, a marca Schutz inaugurou uma *pop-up store* (loja temporária) no reconhecido shopping *The Grove*, em Los Angeles.

Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo tiveram uma redução de 42,1% em Reais no 4T19 em comparação ao mesmo período de 2018, parcialmente explicado pela postergação de alguns pedidos referentes ao 4T19 para o 1T20 e a queda de receita em alguns países específicos como Argentina e Chile.

Em termos consolidados, no 4T19, a receita da Companhia no mercado externo foi 26,5% superior ao 4T18, passando a representar 11,5% da receita total vs 10,4% no mesmo período do ano anterior.

**Dropship: disponibilização de produtos de estoque próprio nos Estados Unidos nos websites de lojas como Nordstrom, Bloomingdale's, Saks Fifth Avenue, Dillards e Neiman Marcus.*

Transformação Digital – Integração de Canais

Em 2018, a Arezzo&Co deu início ao seu processo de Transformação Digital através do uso de metodologias ágeis e *squads,* que visam a integração dos canais de vendas, digitalização do negócio com a implementação de BI e tecnologia no merchandising.

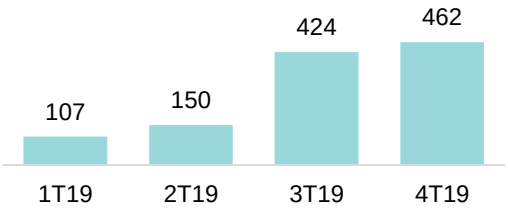
A frente tem apresentado progresso com o aumento de lojas aptas a operarem as ferramentas de omnicanalidade, com crescente engajamento dos franqueados visando o incremento da conversão em loja e melhora constante da experiência de compra da rede Arezzo&Co.

Click n Collect

O *Click n Collect* consiste na compra do produto no *webcommerce* da marca com retirada gratuita na loja física, em prazos mais curtos.

No 4T19, 462 lojas já estavam habilitadas.

Evolução de Lojas Habilitadas

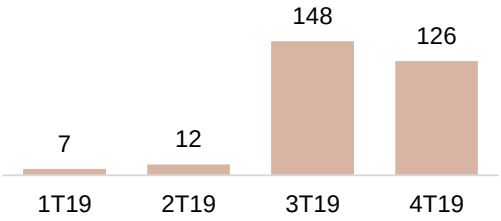


Store Shipping

O *Store Shipping* consiste na compra do produto através do *webcommerce* da marca e entrega na casa da cliente de um produto disponível em loja.

No 4T19, 126 lojas já estavam habilitadas. Cabe lembrar que tal modalidade depende de parcerias com entregadores locais.

Evolução de Lojas Habilitadas

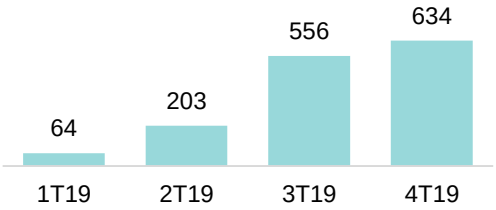


Prateleira Infinita

A Prateleira Infinita permite a compra online no ambiente de loja física quando a consumidora não encontra o modelo/tamanho desejado disponível.

No 4T19, 634 lojas já estavam habilitadas.

Evolução de Lojas Habilitadas

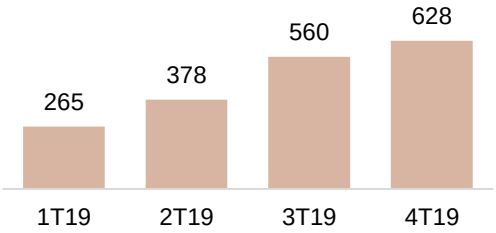


Venda Remota

A Venda Remota consiste na venda remota feita através da loja física. A loja pode vender seu estoque à distância através do envio de um link de pagamento Cielo pelo *Whatsapp.*

No 4T19, 628 lojas já estavam habilitadas .

Evolução de Lojas Habilitadas



Expansão da Rede Monomarca

Encerramos o trimestre com 752 lojas, sendo 737 no Brasil e 15 no exterior - um aumento de área de vendas de 4,5%, com 67 aberturas líquidas no Brasil e exterior nos últimos 12 meses.

No 4T19, a Arezzo&Co teve a abertura líquida de 37 lojas, sendo 13 lojas da Arezzo (11 no formato light), 20 lojas da Anacapri, 2 lojas de Alme, 2 da Alexandre Birman e 1 da Fiever.

Histórico de lojas	4T18	1T19	2T19	3T19	4T19
Área de venda[1,3] - Total (m²)	**43.965**	**44.086**	**44.322**	**44.835**	**45.925**
Área de venda - franquias (m²)	37.691	37.704	37.768	38.739	39.752
Área de venda - lojas próprias[2] (m²)	6.274	6.382	6.553	6.096	6.173
Total de lojas no Brasil	**673**	**677**	**681**	**700**	**737**
Número de franquias	**628**	**632**	**636**	**658**	**693**
Arezzo	405	405	406	419	432
Schutz	73	74	73	73	72
Anacapri	150	153	157	165	185
Fiever	–	–	–	–	1
Alme	–	–	–	1	3
Número de lojas próprias	**45**	**45**	**45**	**42**	**44**
Arezzo	14	14	14	10	10
Schutz	17	17	17	17	17
Alexandre Birman	4	4	4	4	6
Anacapri	3	3	3	3	3
Fiever	5	5	5	5	5
Alme	2	2	2	3	3
Total de lojas no Exterior	**12**	**13**	**15**	**15**	**15**
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias[4]	6	7	9	9	9

(1) Inclui metragens das lojas no exterior
(2) Inclui sete lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.217 m²
(3) Inclui metragens de lojas ampliadas
(4) Inclui 2 lojas em Nova York, 2 em Miami, 1 em Los Angeles, 1 em Las Vegas, 1 em Nova Jersei, 1 em São Francisco e 1 em Dallas das marcas Schutz e Alexandre Birman.

Principais Indicadores Financeiros	4T19	4T18	Δ (%) 19 x 18	4T19 Pro-forma[4]	Δ (%) 19 x 18
Receita Bruta	573.729	505.511	13,5%	573.729	13,5%
Receita Líquida	467.652	412.211	13,4%	467.652	13,4%
CMV	(249.435)	(217.487)	14,7%	(249.428)	14,7%
Depreciação e amortização - Custo	(664)	(412)	n/a	(469)	n/a
Lucro bruto	218.217	194.724	12,1%	218.224	12,1%
Margem bruta	*46,7%*	*47,2%*	*(0,5 p.p)*	*46,7%*	*(0,5 p.p)*
SG&A	(142.180)	(143.607)	(1,0%)	(142.587)	(0,7%)
%Receita	*(30,4%)*	*(34,8%)*	*4,4 p.p*	*(30,5%)*	*4,3 p.p*
Despesas comerciais	**(108.582)**	**(97.168)**	**11,7%**	**(115.433)**	**18,8%**
Lojas próprias e Web Commerce	(33.064)	(36.261)	(8,8%)	(35.167)	(3,0%)
Venda, logística e suprimentos	(75.518)	(60.907)	24,0%	(80.266)	31,8%
Despesas gerais e administrativas	**(50.678)**	**(38.038)**	**33,2%**	**(52.321)**	**37,5%**
Outras (despesas) e receitas[5]	**34.208**	**4.187**	**n/a**	**34.208**	**n/a**
Depreciação e amortização - Despesa	**(17.128)**	**(12.588)**	**36,1%**	**(9.041)**	**(28,2%)**
EBITDA	93.829	64.117	46,3%	85.146	32,8%
Margem EBITDA	*20,1%*	*15,6%*	*4,5 p.p*	*18,2%*	*2,6 p.p*
Lucro líquido	58.655	42.243	38,9%	59.388	40,6%
Margem líquida	*12,5%*	*10,2%*	*2,3 p.p*	*12,7%*	*2,5 p.p*
Capital de giro[1] - % da receita	25,0%	27,0%	(2,0 p.p)	27,4%	0,4 p.p
Capital empregado[2] - % da receita	42,7%	36,8%	5,9 p.p	37,8%	1,0 p.p
Caixa líquido/EBITDA	**0,3x**	**0,5x**	**-**	**0,4x**	**-**
Caixa Bruto	277.683	235.801	17,8%	277.683	17,8%
Dívida total	180.784	111.418	62,3%	180.784	62,3%
Caixa líquido[3]	96.899	124.383	(22,1%)	96.899	(22,1%)

(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.
(4) Descontando os impactos do IFRS 16 / CPC 06 (R2)
(5) Considera receitas provenientes de créditos fiscais extemporâneos (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS), que por sua vez acarretaram em maior atingimento das métricas de participação de resultados da companhia (PPR), cujo impacto financeiro adicional foi alocado nas linhas de despesas recorrentes (G&A). O efeito positivo (líquido de PPR) de tais créditos no EBITDA da companhia foi de R$ 18,0 milhões.

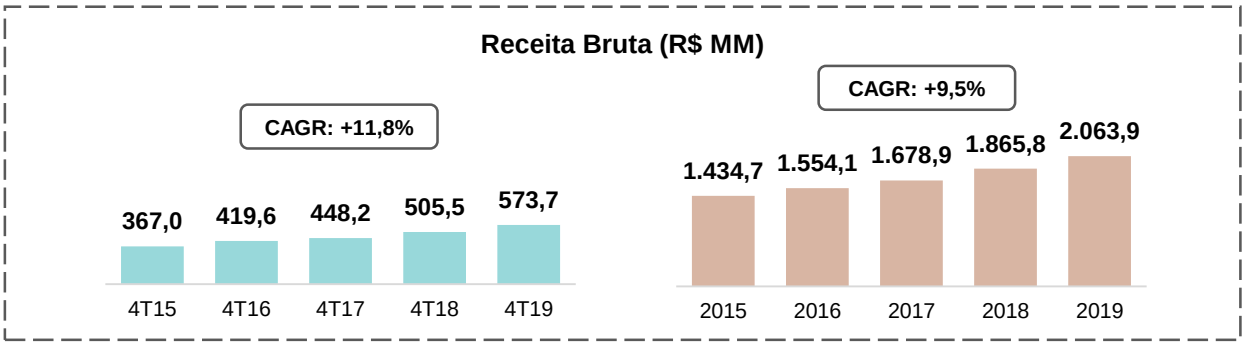
Principais Indicadores Financeiros	2019	2018	Δ (%) 19 x 18	2019 Pró-forma[4]	Δ (%) 19 x 18
Receita Bruta	2.063.929	1.865.768	10,6%	2.063.929	10,6%
Receita Líquida	1.679.235	1.526.659	10,0%	1.679.235	10,0%
CMV	(903.541)	(815.987)	10,7%	(903.583)	10,7%
Depreciação e amortização - Custo	(2.768)	(1.459)	n/a	(1.867)	n/a
Lucro bruto	775.694	710.672	9,1%	775.652	9,1%
Margem bruta	*46,2%*	*46,6%*	*(0,4 p.p)*	*46,2%*	*(0,4 p.p)*
SG&A	(552.592)	(519.392)	6,4%	(553.299)	6,5%
%Receita	*(32,9%)*	*(34,0%)*	*1,1 p.p*	*(32,9%)*	*1,1 p.p*
Despesas comerciais	**(368.023)**	**(349.297)**	**5,4%**	**(400.229)**	**14,6%**
Lojas próprias e Web Commerce	(119.130)	(130.886)	(9,0%)	(131.917)	0,8%
Venda, logística e suprimentos	(248.893)	(218.411)	14,0%	(268.312)	22,8%
Despesas gerais e administrativas	**(165.281)**	**(131.068)**	**26,1%**	**(171.138)**	**30,6%**
Outras (despesas) e receitas	**55.787**	**393**	**n/a**	**55.771**	**n/a**
Depreciação e amortização - Despesa	**(75.075)**	**(39.420)**	**90,4%**	**(37.703)**	**(4,4%)**
EBITDA	300.945	232.159	29,6%	261.922	12,8%
Margem EBITDA	*17,9%*	*15,2%*	*2,7 p.p*	*15,6%*	*0,4 p.p*
Lucro líquido	162.139	142.644	13,7%	166.708	16,9%
Margem líquida	*9,7%*	*9,3%*	*0,4 p.p*	*9,9%*	*0,6 p.p*
Capital de giro[1] - % da receita	25,0%	27,0%	(2,0 p.p)	27,4%	0,4 p.p
Capital empregado[2] - % da receita	42,7%	36,8%	5,9 p.p	37,8%	1,0 p.p
Caixa líquido/EBITDA	**0,3x**	**0,5x**	**-**	**0,4x**	**-**
Caixa Bruto	277.683	235.801	17,8%	277.683	17,8%
Dívida total	180.784	111.418	62,3%	180.784	62,3%
Caixa líquido[3]	96.899	124.383	(22,1%)	96.899	(22,1%)

(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.
(4) Descontando os impactos do IFRS 16 / CPC 06 (R2).

Receita Bruta

A receita bruta da Companhia atingiu R$ 573,7 milhões neste trimestre, crescimento de 13,5% em relação ao 4T18. Dentre os principais fatores que resultaram nesse crescimento, destacam-se:

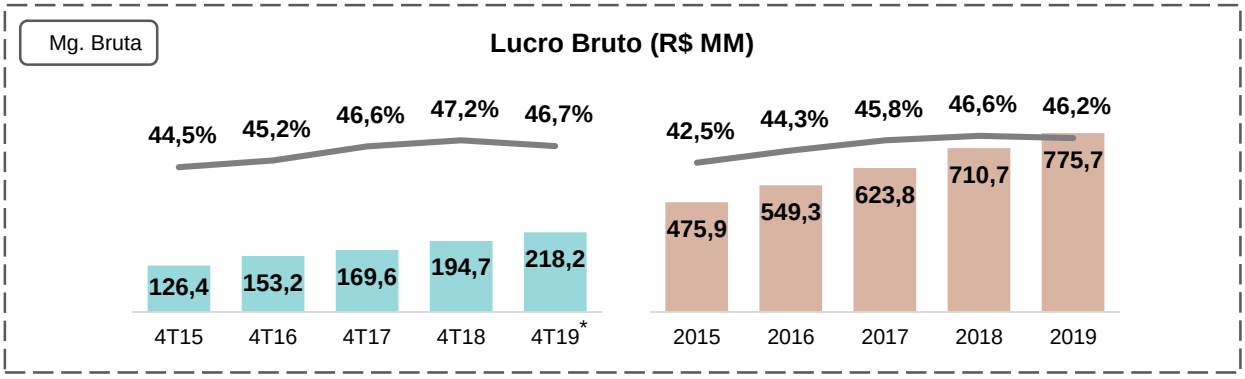
- Crescimento de 52,8% da Operação nos Estados Unidos;
- Crescimento de 51,2% do canal *web commerce*;
- Crescimento de 16,5% da marca Anacapri e de 13,2% da Schutz;
- Crescimento de 10,6% do canal de Franquias.



Lucro Bruto (Pro-forma)

O lucro bruto ajustado do 4T19 totalizou R$ 218,2 milhões, crescimento de 12,1% ante 4T18, com retração de 50 bps na margem bruta, que alcançou 46,7% no 4T19.

Dentre os fatores responsáveis pela margem bruta, destaca-se negativamente a menor representatividade do canal de Lojas Próprias no *mix*, devido aos repasses de 10 lojas para franqueados com mudança de venda "*sell out*" para venda "*sell in*" ao longo de 2018 e 2019.



Lucro Bruto antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Despesas Operacionais (Pro-forma)

A Arezzo&Co permanece fiel à sua política de desenvolvimento de marcas, e grande parte das despesas apresentadas a seguir refletem o investimento em novas marcas e em novos mercados/geografias.

Despesas Comerciais

No 4T19 houve uma expansão de 18,9% das despesas comerciais quando comparadas ao 4T18, alcançando R$ 115,5 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem:

(i) despesas de Lojas Próprias e W*eb Commerce* (canais de "*sell out*"), que somaram R$ 35,2 milhões – retração de 3,0% em relação ao 4T18 – abaixo do crescimento de 51,2% do canal de *web commerce* e em linha com a menor relevância do canal de lojas próprias no *mix*.

(ii) despesas de Vendas, Logística e Suprimentos, que somaram R$ 80,3 milhões - aumento de 31,9% em relação ao 4T18. Destacam-se aqui os gastos incrementais relacionados ao investimento na operação norte-americana, cujas receitas deverão trazer maior alavancagem operacional ao longo dos próximos trimestres. Além disso, destacam-se também investimentos no projeto piloto de RFID na marca Schutz e despesas relacionadas à integração da marca Vans®.

Despesas Gerais e Administrativas

No 4T19, as despesas gerais e administrativas somaram R$ 52,2 milhões, aumento de 37,3% em relação ao 4T18, parcialmente explicado pelo maior nível de atingimento de métricas de participação de resultados da Companhia e despesas legais associadas, em decorrência da recuperação de créditos fiscais. Além disso, as despesas também foram impactadas por ações trabalhistas não recorrentes.

**Despesas antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)*

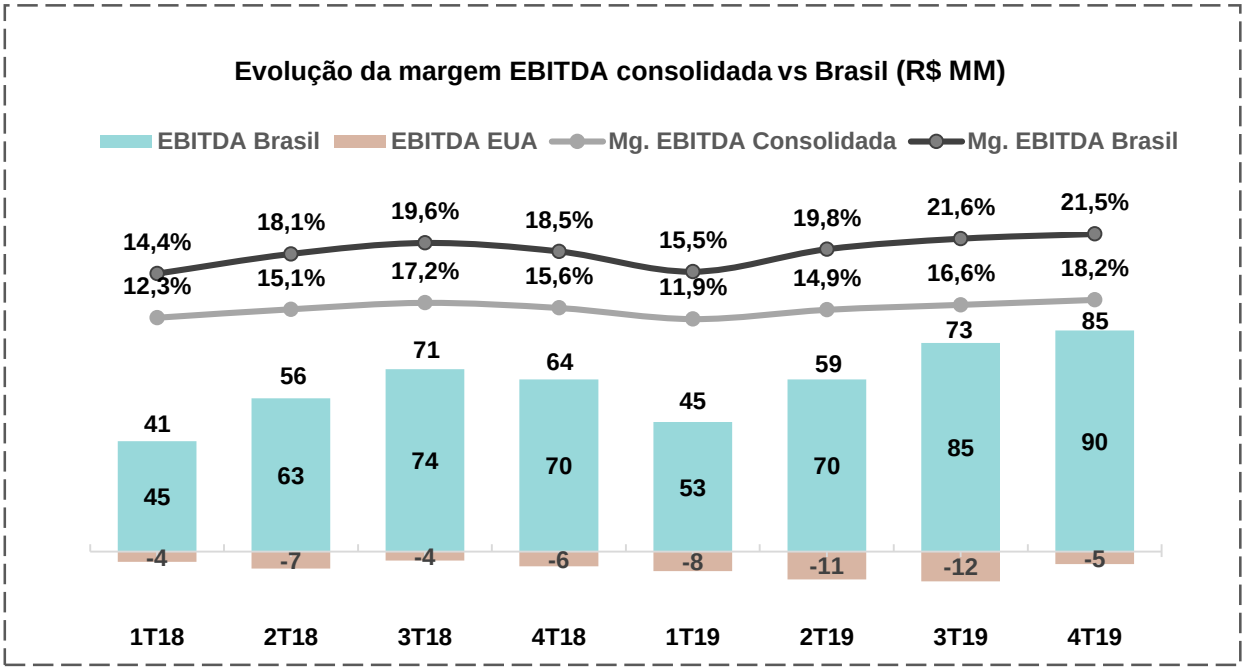
EBITDA e margem EBITDA (Pro-forma)

A Companhia atingiu EBITDA de R$ 85,2 milhões no 4T19, com margem de 18,2% e um aumento de 32,8% em relação aos resultados apresentados no 4T18. Dentre os principais fatores, destacam-se:

- Crescimento de 13,4% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- Crescimento de 12,1% no lucro bruto (pressão de 50bps na margem bruta);
- Excluindo a operação nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia seria 331 bps superior;
- Desconsiderando elementos de natureza não-recorrente auferidos no 4T18 e 4T19, a margem EBITDA Brasil teria sido 40 bps inferior.

	4T19			4T18			2019			2018		
	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA
Receita Líquida	467,7	419,1	48,5	412,2	380,0	32,2	1.679,3	1.509,3	170,0	1.526,6	1.423,5	103,2
EBITDA	85,1	90,2	(5,0)	64,1	70,2	(6,1)	261,9	298,5	(36,5)	232,2	253,1	(20,9)
Mg. EBITDA	***18,2%***	***21,5%***	**-**	***15,6%***	***18,5%***	**-**	***15,6%***	***19,8%***	**-**	***15,2%***	***17,8%***	**-**
Impacto EUA	**331 bps**			**292 bps**			**418 bps**			**257 bps**		

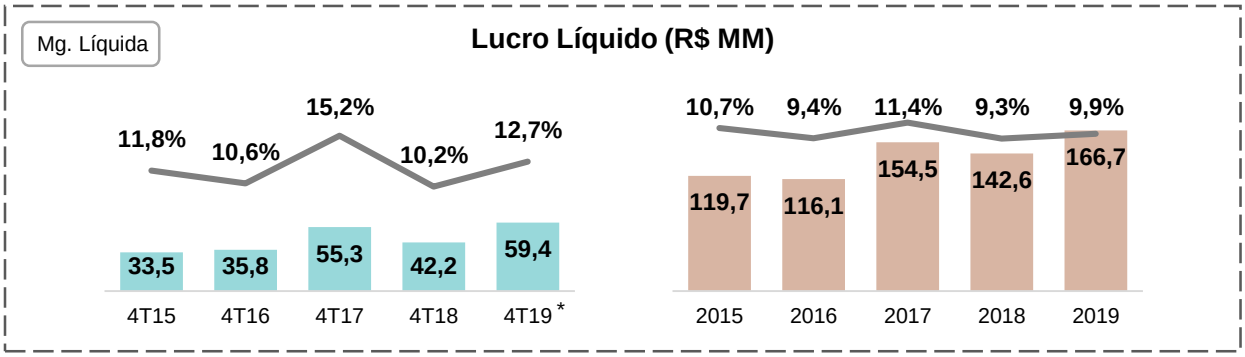
Valores em R$ MM



EBITDA antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Lucro líquido e Margem líquida (Pro-forma)

O lucro líquido do período somou R$ 59,4 milhões, sendo 40,6% acima em relação ao 4T18, com impacto positivo proveniente da recuperação de créditos fiscais. A Companhia apresentou margem líquida ajustada de 12,7% no 4T19, 250bps superior ao mesmo período do ano anterior.



Lucro Líquido antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Geração de Caixa Operacional

A Arezzo&Co gerou R$ 61,5 milhões de caixa operacional no 4T19, associado a um LAIR superior no período e ao maior volume de depreciação e amortizações (efeitos do IFRS-16) frente ao 4T18.

Geração de caixa operacional	4T19	4T18	2019	2018
Lucro líquido	**58.655**	**42.243**	**162.139**	**142.644**
Imposto de renda e contribuição social	**12.738**	**5.549**	**42.785**	**27.354**
Depreciações e amortizações	**20.271**	**13.002**	**80.322**	**40.882**
Outros	**(9.806)**	**(8.916)**	**5.348**	**1.872**
Decréscimo (acréscimo) de ativos/passivos	**(14.165)**	**(2.104)**	**(50.887)**	**(66.170)**
Contas a receber de clientes	3.938	2.248	(27.753)	(47.759)
Estoques	(585)	(4.921)	(33.208)	(39.845)
Fornecedores	(13.216)	(17.424)	29.496	5.705
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(4.302)	17.993	(19.422)	15.729
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	**(6.241)**	**(14.750)**	**(34.825)**	**(28.746)**
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	**61.452**	**35.024**	**204.882**	**117.836**

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia possuem três naturezas:

i) Investimentos em expansão e reforma de pontos de venda próprios no Brasil;

ii) Investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritórios no Brasil; e

iii) Outros investimentos, principalmente relacionados à operação norte-americana e à operação industrial.

No 4T19, a Arezzo&Co investiu R$ 22,0 milhões em CAPEX, com destaque para:

Operação Brasil: (i) investimento na área de Transformação Digital, tais como BI e integração de canais, (ii) investimentos no piloto do projeto RFID na marca Schutz e (iii) adequações no Centro de Distribuição em Cariacica – ES para a incorporação da marca Vans® .

Operação Estados Unidos: (i) valores residuais da abertura da loja da Alexandre Birman em Dallas, (ii) investimentos em integração de sistemas e no web commerce das marcas e (iii) reforma da loja da Schutz na Madison Avenue em Nova York.

Sumário de investimentos	4T19	4T18	Δ 19 x 18 (%)	2019	2018	Δ 19 x 18 (%)
CAPEX total	**22.042**	**12.648**	**74,3%**	**65.608**	**48.614**	**35,0%**
Lojas - expansão e reformas	215	1.433	(85,0%)	8.096	10.796	(25,0%)
Corporativo	19.698	4.133	376,6%	33.484	20.257	65,3%
Outros	2.129	7.082	(69,9%)	24.028	17.561	36,8%

Posição de Caixa e Endividamento

A Companhia encerrou o 4T19 com caixa líquido de R$ 96,9 milhões. No período, a política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R$ 180,8 milhões no 4T19 ante R$ 111,4 milhões no 4T18;
- Caixa líquido de 0,4x frente a 0,5x no 4T18.

Posição de caixa e endividamento	4T19	3T19	4T18
Caixa e equivalentes de caixa	**277.683**	**275.344**	**235.801**
Dívida total	**180.784**	**189.092**	**111.418**
Curto prazo	158.222	183.678	43.978
% dívida total	87,5%	97,1%	39,5%
Longo prazo	22.562	5.414	67.440
% dívida total	12,5%	2,9%	60,5%
Caixa líquido	**96.899**	**86.252**	**124.383**

ROIC - Retorno sobre o Capital Investido (Pro-forma)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) pro-forma atingiu o patamar de 28,3% frente a 29,2% no 4T18, principalmente devido à elevação dos patamares de capital de giro ocasionada, por sua vez, por um maior volume de estoques decorrente do crescimento da operação e incorporação do estoque da marca Vans®. Além disso, o capital de giro também foi impactado por um maior volume de impostos a recuperar.

Resultado operacional	4T19	4T19 Pro-forma	4T18	4T17	Δ 19 x 18 Reportado	Δ 19 x 18 Pro-Forma
EBIT (LTM)	223.102	222.353	191.280	173.633	16,6%	16,2%
+ IR e CS (LTM)	(42.787)	(42.787)	(27.354)	(28.463)	56,4%	56,4%
NOPAT	**180.315**	**179.566**	**163.926**	**145.170**	**10,0%**	**9,5%**
Capital de giro[1]	419.220	459.342	412.461	342.283	1,6%	11,4%
Ativo permanente	382.146	177.679	153.693	149.754	148,6%	15,6%
Outros ativos de longo prazo[2]	34.756	34.756	31.847	33.375	9,1%	9,1%
Capital empregado	**836.122**	**671.777**	**598.001**	**525.412**	**39,8%**	**12,3%**
Média do capital empregado[3]	**717.062**	**634.889**	**561.707**		**27,7%**	**13,0%**
ROIC[4]	**25,1%**	**28,3%**	**29,2%**			

(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.

Balanço Patrimonial

Ativo	4T19	3T19	4T18
Ativo circulante	**980.665**	**949.191**	**842.001**
Caixa e bancos	13.808	7.657	8.501
Aplicações financeiras	263.875	267.687	227.300
Contas a receber de clientes	413.412	415.431	382.728
Estoques	179.499	180.736	150.861
Impostos a recuperar	90.332	56.891	49.370
Outros créditos	19.739	20.789	23.241
Ativo não circulante	**432.584**	**442.450**	**203.031**
Realizável a longo Prazo	50.438	59.248	49.338
Contas a receber de clientes	10.402	10.829	10.720
Imposto de renda e contribuição social diferidos	15.682	22.099	17.491
Outros créditos	24.354	26.320	21.127
Propriedades para Investimento	3.017	3.017	3.324
Imobilizado	304.082	317.786	83.201
Intangível	75.047	62.399	67.168
Total do ativo	**1.413.249**	**1.391.641**	**1.045.032**

Passivo	4T19	3T19	4T18
Passivo circulante	**464.659**	**482.982**	**255.889**
Empréstimos e financiamentos	158.222	183.678	43.978
Arrendamento	40.145	39.617	0
Fornecedores	134.967	148.756	110.121
Outras obrigações	131.325	110.931	101.790
Passivo não circulante	**202.519**	**198.004**	**77.801**
Empréstimos e financiamentos	22.562	5.414	67.440
Partes relacionadas	1.502	1.551	1.443
Outras obrigações	9.542	9.858	8.918
Arrendamento	168.913	181.181	0
Patrimônio líquido	**746.071**	**710.655**	**711.342**
Capital social	352.715	352.715	341.073
Reserva de capital	50.538	49.810	46.725
Reservas de lucros	94.276	90.033	165.033
Reserva de Incentivos Fiscais	213.880	136.443	136.443
Outros resultados abrangentes	6.820	5.788	4.342
Lucros acumulados	27.842	75.866	17.726
Total do passivo e patrimônio líquido	**1.413.249**	**1.391.641**	**1.045.032**

Demonstrativo de Resultado

DRE	4T19	4T18	Var.%	4T19 Pro-Forma	Var.%
Receita operacional líquida	**467.652**	**412.211**	**13,4%**	**467.652**	**13,4%**
Custo dos produtos vendidos	(249.435)	(217.487)	14,7%	(249.428)	14,7%
Lucro bruto	**218.217**	**194.724**	**12,1%**	**218.224**	**12,1%**
Receitas (despesas) operacionais:	**(142.180)**	**(143.607)**	**-1,0%**	**(142.588)**	**-0,7%**
Comerciais	(121.208)	(106.655)	13,6%	(121.737)	14,1%
Administrativas e gerais	(55.179)	(41.140)	34,1%	(55.059)	33,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	34.207	4.188	716,8%	34.208	716,8%
Lucro antes do resultado financeiro	**76.037**	**51.117**	**48,8%**	**75.636**	**48,0%**
Resultado Financeiro	(4.644)	(3.325)	39,7%	(3.510)	5,6%
Lucro antes do IR e CS	**71.393**	**47.792**	**49,4%**	**72.126**	**50,9%**
Imposto de renda e contribuição social	(12.738)	(5.549)	129,6%	(12.738)	129,6%
Corrente	(6.321)	2.913	-317,0%	(6.321)	-317,0%
Diferido	(6.417)	(8.462)	-24,2%	(6.417)	-24,2%
Lucro líquido do exercício	**58.655**	**42.243**	**38,9%**	**59.388**	**40,6%**

DRE	2019	2018	Var.%	2019 Pro-Forma	Var.%
Receita operacional líquida	**1.679.235**	**1.526.659**	**10,0%**	**1.679.235**	**10,0%**
Custo dos produtos vendidos	(903.541)	(815.987)	10,7%	(903.583)	10,7%
Lucro bruto	**775.694**	**710.672**	**9,1%**	**775.652**	**9,1%**
Receitas (despesas) operacionais:	**(552.592)**	**(519.393)**	**6,4%**	**(553.300)**	**6,5%**
Comerciais	(424.366)	(378.922)	12,0%	(425.488)	12,3%
Administrativas e gerais	(184.012)	(140.865)	30,6%	(183.583)	30,3%
Outras receitas operacionais, líquidas	55.786	394	14058,9%	55.771	14055,1%
Lucro antes do resultado financeiro	**223.102**	**191.279**	**16,6%**	**222.352**	**16,2%**
Resultado Financeiro	(18.176)	(21.281)	-14,6%	(12.857)	-39,6%
Lucro antes do IR e CS	**204.926**	**169.998**	**20,5%**	**209.495**	**23,2%**
Imposto de renda e contribuição social	(42.787)	(27.354)	56,4%	(42.787)	56,4%
Corrente	(42.659)	(31.631)	34,9%	(42.659)	34,9%
Diferido	(128)	4.277	-103,0%	(128)	-103,0%
Lucro líquido do exercício	**162.139**	**142.644**	**13,7%**	**166.708**	**16,9%**

Fluxo de Caixa

DFC	4T19	4T18	2019	2018
Das atividades operacionais				
Lucro líquido	58.655	42.243	162.139	142.644
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	**23.203**	**9.635**	**128.455**	**70.108**
Depreciações e amortizações	20.271	13.002	80.322	40.882
Rendimento de aplicação financeira	(2.929)	(3.950)	(13.614)	(17.664)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(3.068)	(1.865)	(6.468)	(5.049)
Juros e variação cambial	(5.945)	(1.820)	16.517	15.588
Imposto de renda e contribuição social	12.738	5.549	42.785	27.354
Outros	2.136	(1.281)	8.913	8.997
Decréscimo (acréscimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	3.938	2.248	(27.753)	(47.759)
Estoques	(585)	(4.921)	(33.208)	(39.845)
Impostos a recuperar	(34.941)	(3.225)	(40.835)	(11.396)
Variação de outros ativos circulantes	3.625	6.023	2.306	(1.294)
Depósitos judiciais	1.914	1.873	(3.461)	715
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	(13.216)	(17.424)	29.496	5.705
Obrigações trabalhistas	10.744	(6.197)	9.135	3.594
Obrigações fiscais e sociais	8.665	18.006	1.465	18.618
Variação de outras obrigações	5.691	1.513	11.968	5.492
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(6.241)	(14.750)	(34.825)	(28.746)
Arrendamento	-	-	-	-
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	**61.452**	**35.024**	**204.882**	**117.836**
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	(784)	5.753	6.126	6.437
Aquisições de imobilizado e intangível	(22.041)	(12.648)	(65.607)	(48.614)
Aplicações financeiras	(316.915)	(279.712)	(1.090.118)	(1.010.083)
Resgate de aplicações financeiras	322.672	335.400	1.064.190	1.124.496
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	**(17.068)**	**48.793**	**(85.409)**	**72.236**
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	48.008	15.652	153.084	70.400
Pagamentos de empréstimos	(47.302)	(69.123)	(88.816)	(155.140)
Contraprestação de arrendamento	(11.438)	-	(46.723)	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	**(10.732)**	**(53.471)**	**17.545**	**(84.740)**
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	(2.351)	-	(43.526)	(41.922)
Distribuição de lucros	(25.000)	(24.998)	(100.000)	(73.796)
Créditos (débitos) com sócios	(50)	(48)	58	211
Emissão de ações	-	-	11.642	10.698
Recompra de Ações	-	-	-	(3.007)
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	**(27.401)**	**(25.046)**	**(131.826)**	**(107.816)**
Aumento (redução) das disponibilidades	**6.251**	**5.300**	**5.192**	**(2.484)**
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(100)	(189)	115	829
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	7.657	3.390	8.501	10.156
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	13.808	8.501	13.808	8.501
Aumento (redução) das disponibilidades	**6.251**	**5.300**	**5.192**	**(2.484)**

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.