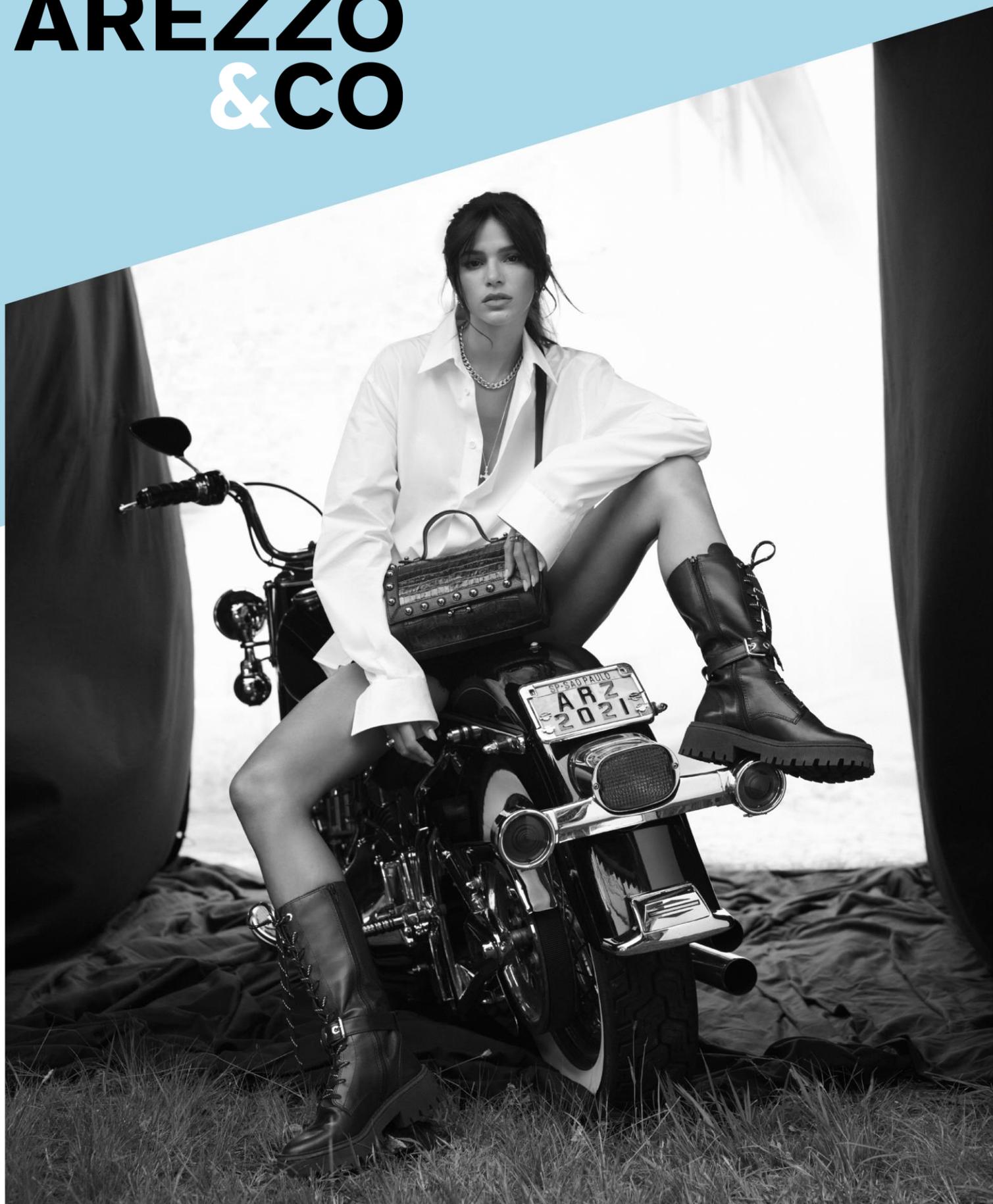


EARNINGS RELEASE

4T 2020

AREZZO & CO



AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN FIEVER ALME VANS "OFF THE WALL" TROC ZZ'MALL

AR&CO

Reserva

Reserva
mini

eva

Oficina
RESERVA

ReservaGo

INK
Reserva

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T20

São Paulo, 4 de março de 2021. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre de 2020.

- **Crescimento de 39,8% de Receita Bruta vs o 4T19**, atingindo R\$ 802,3 milhões;
- **Crescimento de 61,1% do EBITDA Ajustado vs 4T19**, totalizando R\$ 122,2 milhões, com expansão de 280 bps de margem;
- **Lucro Líquido Ajustado de R\$ 83,2 milhões com crescimento de 77,8%**;
- O Grupo Reserva registrou **Receita Bruta R\$ 90,3 milhões em dezembro e R\$ 168,1 milhões no trimestre**;
- **Abertura de 44 lojas líquidas no trimestre**, mesmo em meio a um cenário externo desafiador. Com o Grupo Reserva, a Arezzo&Co encerra o ano com 901 lojas;
- **Forte digitalização da empresa – 20,5% da receita do trimestre foi originada online através do APP da Vendedora**;
- **Crescimento do *web commerce* de 139,0%**, (R\$ 162,4 milhões), representando 22,4% da receita bruta;
- **Crescimento significativo do canal multimarcas de 94,5% no período**;
- **EBITDA positivo de R\$ 6,7 milhões no mercado norte-americano**, com crescimento de 19,1% da Receita Bruta.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Sexta-feira, 5 de março de 2021
11h00 (Brasília) / 09h00 (Nova York)

Videoconferência em Português com
Tradução para o Inglês

[Clique aqui](#)

COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

04/03/2021
Preço da Ação: R\$ 73,00
Market Cap: R\$ 7,3 bilhões

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Aline Penna - Diretora Executiva de RI, Estratégia e M&A
Victoria Machado - Gerente de RI
Maria Lucia Remigio - Especialista de RI

E-mail: ri@arezzo.com.br
Telefone: +55 11 2132-4357 / 2132-4303

ASSESSORIA DE IMPRENSA | INDEX

Taciana Veloso e Erika Sena
taciana@indexconectada.com.br
erika@indexconectada.com.br

Destaques nas Frentes Digitais

E-commerce

- Crescimento de 139,0% no 4T20, atingindo R\$ 162,4 milhões de faturamento.
- Crescimento de 145,3% em 2020, atingindo R\$ 526,4 milhões de faturamento.
- 467 mil downloads dos apps das marcas no trimestre;
- 31,7% da receita do *web commerce* gerada via apps.

Relacionamento digital com a cliente através do “APP da Vendedora”

- Realização de 3,2 milhões de contatos no 4T20;
- Representatividade de 20,5% do *sell out* das lojas físicas.

OMNI: Evolução das vendas de integração de canais

- Maior engajamento do time comercial e dos franqueados;
- Penetração das ferramentas digitais nas lojas físicas;
 - Venda Link: 96%; | Prateleira Infinita: 95%; | Retire na Loja: 76%; | Entrega pela Loja: 68%;
- São Paulo: retire e entrega pela loja com 28% de representatividade da receita.

E-Showroom para realização do *sell in*

- Franqueados e multimarcas em uma única ferramenta com maior eficiência;
- Capacidade para mais de +3.000 usuários simultâneos.

CRM

- 10 milhões de clientes na base, sendo mais de 3 milhões deles ativos na Arezzo&Co e 1 milhão no Grupo Reserva;
- 1 milhão de clientes realizaram compras através de experiências digitais em 2020, 3x mais que 2019;
- 250 mil novos clientes captados e 180 mil clientes reativados;
- Altos níveis de satisfação de nossos clientes, com NPS atingindo 82 pontos.





Mensagem da Administração

MARINA RUY BARBOSA - SCHUTZ FW 21'

Mensagem da Administração

O ano de 2020 foi um ano inédito e marcante para Arezzo&Co, que demonstrou solidez e rápida adaptabilidade em um dos momentos mais desafiadores das últimas décadas. A Companhia se transformou e, de uma empresa focada em calçados e bolsas, **tornou-se uma verdadeira *house of brands***, através da incorporação do Grupo Reserva. Adicionalmente, ainda em meio à pandemia, lançou seu *marketplace* próprio (ZZ MALL) e adicionou ao portfólio uma plataforma online de *second-hand* (TROC), fortalecendo seu posicionamento de empresa sustentável ao investir na moda circular. Após tantos desafios enfrentados, a **Arezzo&Co encerrou o ano com um patamar de receita muito semelhante ao de 2019, mesmo após ter passado cerca de 4 meses com suas lojas físicas integralmente fechadas**. No quarto trimestre, a Arezzo&Co apresentou expressivo crescimento de receita de 39,8% - atingindo a marca de R\$802 milhões. E mesmo com a aquisição do Grupo Reserva, encerrou o ano com confortável posição de caixa.

No início da pandemia, a **Arezzo&Co arrancou à frente**. Rapidamente iniciou uma **guinada em sua operação digital**, através do fortalecimento das vendas não-presenciais (com treinamento intensivo de franqueados e vendedores) e do foco no canal *web commerce*. Adicionalmente, o **cuidado intensivo com a cadeia de fornecedores, franqueados e multimarcas foi constante**, com medidas de cuidado e suporte total, cancelamento de pedidos e concessão de prazos adicionais.

Além da frente de vendas e de suporte aos stakeholders, **os times de P&D se reinventaram** e passaram a desenvolver produtos mais adequados ao uso em casa. Em poucas semanas a produção das fábricas foi retomada e o **processo de *sell in* a franqueados e multimarcas passou a ser quinzenal** - com novidades sendo lançadas com frequência ainda maior - graças ao **controle total da cadeia de *sourcing*, que permitiu o incremento do número de coleções** para cerca de 20 ao ano. A eficácia de tais medidas refletiu-se em um **incremento de *market share*** - saindo dos estimados 24,8% de 2019 para aproximadamente 30,0% ao final de 2020.

Consolidamos o canal *web commerce* em 2020 com faturamento de R\$ 526 milhões, crescimento de 145% vs 2019. Nosso crescimento foi impulsionado pelo **uso crescente dos *apps* das marcas**, totalizando 467 mil downloads e 31,7% da receita gerada pelo canal. Contudo, a tendência de digitalização do varejo também pôde ser medida pelo forte aumento do nível de **vendas originadas de forma digital, que já representam cerca de 20% do *sell-out* das lojas físicas**.

Além disso, as **vendas omnichannel geradas pela web cresceram expressivamente**: Na praça de São Paulo a modalidade de retire e entrega pela loja representou 28% da receita no quarto trimestre, sendo impulsionada por rápida evolução tecnológica em ampliação de estoques e split de pedidos, aumentando a disponibilidade de produtos e a satisfação de nossos clientes, elemento central de nossa estratégia.

Mensagem da Administração

Mesmo em um ano de pandemia, fomos capazes de manter **mais de 3 milhões de clientes ativos** (de uma base total de 10 milhões), sendo que um terço deles realizaram suas compras através de experiências digitais, valor três vezes superior ao resultado de 2019. O incremento das vendas digitais veio acompanhado de **altos níveis de satisfação de nossos consumidores**, com NPS atingindo 82 pontos.

Alcançamos novo patamar na operação de CRM, aumentando mais de cinco vezes o volume mensal de ativações personalizadas, com impacto direto em receitas dos canais físicos e online. Além disso, criamos rapidamente uma solução de relacionamento digital em nosso app da vendedora, permitindo a realização de 3,2 milhões de contatos com clientes no 4T20.

Ainda em 2020, a Arezzo&Co **lançou seu marketplace próprio (ZZ MALL)**, adicionou ao seu ecossistema a TROC, **uma plataforma online de second-hand** - fortalecendo seu posicionamento de empresa sustentável ao investir na economia circular - e ainda **criou o ZZ Ventures** - área responsável pela captação e fomento de *start-ups*, com foco em ativos de tecnologia e marcas insurgentes.

Em sua operação internacional, ajustes necessários foram feitos nos momentos mais críticos de pandemia - incluindo redução do *footprint* de lojas físicas, ajustes de estrutura corporativa, revisão do posicionamento de preços da marca Schutz e foco total no canal e-commerce - com resultados positivos e **rentabilidade a nível de ebitda já auferida na segunda metade de 2020**.

O Grupo Reserva, oficialmente incorporado em dezembro, obteve resultados surpreendentes ao final de 2020, registrando o melhor natal de sua história. O processo de **integração ocorre de maneira tranquila e positiva**, o que nos traz uma elevada confiança na execução de nosso plano estratégico dos próximos anos, com significativa extração de valor.

Com relação ao tema ESG, temos por objetivo **ser uma empresa referência em sustentabilidade e assumir nossa vocação de líder do segmento da moda para promover a transformação da indústria**. Em relação à produção, a Arezzo&Co e o Grupo Reserva trabalham com **fabricação 96% nacional**, atuando assim na **geração de empregos no Brasil** e na arrecadação de tributos.

Na frente de **resíduos e emissões**, o objetivo é trabalhar com índice de 10% de redução em 2021, e a Companhia já trabalha com 12% de matérias primas consideradas sustentáveis. No pilar certificações, destacam-se (i) a aderência de 100% dos fornecedores à ABVTEX ao longo de 2021 e 2022; (ii) a certificação de 100% dos fornecedores de couro à CSCB ou à LWG em 2021 e (iii) a preparação para a certificação Sistema B em 2022. Por fim, na frente de **diversidade**, a Arezzo&Co possui um forte calendário de iniciativas contínuas de educação, sensibilização e treinamento.

Mensagem da Administração

Além dos elementos supramencionados, Arezzo&Co vislumbra uma infinidade de caminhos para o seu contínuo crescimento. O ano de 2020 trouxe disrupção e um novo patamar de resultados. Iniciamos 2021 com elevada confiança para superá-los, e é possível dizer que os números obtidos nos primeiros dois meses do ano foram encorajadores.

Como prioridades para 2021, elencamos o crescimento orgânico das marcas existentes através de ganho de *market share*; a integração do Grupo Reserva; o avanço da digitalização da Companhia rumo ao ecossistema desejado de marcas, produtos e serviços; a aquisição de novas marcas e a continuidade da expansão no mercado norte-americano.

Em 2 de fevereiro, a Arezzo&Co completou uma década de capital aberto na B3. Nestes 10 anos, divulgamos sólidos e consistentes resultados, com crescimento dos patamares de receita e rentabilidade em quase todos os trimestres. A Companhia gostaria de agradecer seus investidores, analistas e *stakeholders* por toda a confiança ao longo desta jornada, que é apenas o início de uma nova Arezzo&Co!

Rumo à 2154!

A Administração



Principais Indicadores

MANU GAVASSI- ANACAPRI INVERNO 21'

Receita Bruta e Indicadores Operacionais

Vale destacar que os resultados abaixo contemplam apenas o mês de dezembro do Grupo Reserva¹.

Receita Bruta	4T20	Part%	4T19	Part%	Δ (%) 20 x 19	2020	Part%	2019	Part%	Δ (%) 20 x 19
Receita bruta total	802.283		573.729		39,8%	2.021.609		2.063.928		(2,1%)
Mercado externo	76.785	9,6%	66.258	11,5%	15,9%	224.767	11,1%	258.982	12,5%	(13,2%)
Exportações	7.902	10,3%	8.420	12,7%	(6,2%)	23.714	10,6%	54.509	21,0%	(56,5%)
Operação USA	68.883	89,7%	57.838	87,3%	19,1%	201.053	89,4%	204.474	79,0%	(1,7%)
Mercado interno	725.498	90,4%	507.471	88,5%	43,0%	1.796.841	88,9%	1.804.946	87,5%	(0,4%)
Por marca										
Arezzo	295.969	40,8%	282.268	55,6%	4,9%	760.648	42,3%	983.757	54,5%	(22,7%)
Schutz²	152.388	21,0%	121.950	24,0%	25,0%	427.641	23,8%	474.295	26,3%	(9,8%)
Grupo Reserva³	90.333	12,5%	-	-	na	90.333	5,0%	-	-	na
Anacapri	83.801	11,6%	76.186	15,0%	10,0%	217.745	12,1%	259.116	14,4%	(16,0%)
Vans	78.410	10,8%	-	-	na	231.908	12,9%	-	-	na
Outros⁴	24.597	3,4%	27.067	5,3%	(9,1%)	68.566	3,8%	87.778	4,9%	(21,9%)
Por canal										
Franquias	251.038	34,6%	270.267	53,3%	(7,1%)	562.266	31,3%	899.399	49,8%	(37,5%)
Multimarcas	179.246	24,7%	92.158	18,2%	94,5%	471.554	26,2%	423.008	23,4%	11,5%
Lojas próprias	132.715	18,3%	76.982	15,2%	72,4%	235.946	13,1%	266.310	14,8%	(11,4%)
Web Commerce	162.400	22,4%	67.948	13,4%	139,0%	526.382	29,3%	214.580	11,9%	145,3%
Outros⁵	99	0,0%	116	0,0%	(14,7%)	693	0,0%	1.649	0,1%	(58,0%)
Por canal (ex-Reserva)	635.165		507.471		25,2%	1.706.508		1.804.946		(5,5%)
Franquias	246.291	38,8%	270.267	53,3%	(8,9%)	557.519	32,7%	899.399	49,8%	(38,0%)
Multimarcas	174.101	27,4%	92.158	18,2%	88,9%	466.409	27,3%	423.008	23,4%	10,3%
Lojas próprias	69.207	10,9%	76.982	15,2%	(10,1%)	172.438	10,1%	266.310	14,8%	(35,2%)
Web Commerce	145.458	22,9%	67.948	13,4%	114,1%	509.440	29,9%	214.580	11,9%	137,4%
Outros⁵	108	0,0%	116	0,0%	(6,9%)	702	0,0%	1.649	0,1%	(57,4%)

(1) Incorporação dos números de Reserva após aprovação formal do CADE e closing da transação

(2) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

(3) O Grupo Reserva compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, EVA e INK.

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

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

Indicadores Operacionais ¹	4T20	4T19	Δ (%) 20 x 19	2020	2019	Δ (%) 20 x 19
Número de pares vendidos ('000)	5.497	4.352	26,3%	13.032	14.533	-10,3%
Número de bolsas vendidas ('000)	535	509	5,1%	1.374	1.771	-22,4%
Número de peças de roupas vendidas ('000)²	633	-	-	935	-	-
Número de funcionários	2.260	2.465	-8,3%	2.260	2.465	-8,3%
Número de lojas*	901	752	149	901	752	149
Próprias	139	53	86	139	53	86
Franquias	762	699	63	762	699	63
Outsourcing (% da produção total)	92,1%	91,0%	1,1 p.p	90,6%	90,7%	-0,1 p.p
SSS³ sell-in (franquias)	-3,4%	2,8%	-6,2 p.p	-25,2%	1,7%	-26,9 p.p
SSS³ sell-out (lojas próprias + web + franquias)	-10,6%	5,7%	-16,3 p.p	-23,8%	3,9%	-27,7 p.p

(1) Os indicadores operacionais excluem a incorporação do Grupo Reserva, exceto as linhas referentes ao número de peças de roupas vendidas e a quantidade de lojas próprias e franquias.

(2) Considera peças de roupas vendidas pelas marcas Vans (full year) e Grupo Reserva (somente no mês de dezembro)

(3) SSS (vendas nas mesmas lojas): as lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação.

* Inclui lojas no exterior

Principais Indicadores Financeiros

Vale destacar que os resultados abaixo contemplam apenas o mês de dezembro do Grupo Reserva¹.

Principais Indicadores Financeiros	4T20	4T19	Δ (%) 20 x 19	2020	2019	Δ (%) 20 x 19
	Ajustado	Ajustado		Ajustado	Ajustado	
Receita Bruta	802.283	573.729	39,8%	2.026.280	2.063.928	(1,8%)
Receita Líquida	644.615	467.652	37,8%	1.612.539	1.679.235	(4,0%)
CMV	(328.421)	(249.435)	31,7%	(846.175)	(903.541)	(6,3%)
Depreciação e amortização - Custo	(821)	(664)	23,6%	(3.249)	(2.768)	17,4%
Lucro bruto	316.194	218.217	44,9%	766.364	775.694	(1,2%)
Margem bruta	49,1%	46,7%	2,4 p.p	47,5%	46,2%	1,3 p.p
SG&A	(212.057)	(160.138)	32,4%	(615.568)	(584.697)	5,3%
% Receita	(32,9%)	(34,2%)	1,3 p.p	(38,2%)	(34,8%)	(3,4 p.p)
Despesas comerciais	(145.598)	(108.582)	34,1%	(404.532)	(368.017)	9,9%
Lojas próprias e Web Commerce	(61.317)	(33.064)	85,4%	(153.494)	(119.124)	28,9%
Venda, logística e suprimentos	(84.281)	(75.518)	11,6%	(251.038)	(248.893)	0,9%
Despesas gerais e administrativas	(49.037)	(35.462)	38,3%	(134.879)	(144.963)	(7,0%)
Outras (despesas) e receitas	(131)	1.034	(112,6%)	(3.274)	3.358	(197,5%)
Depreciação e amortização - Despesa	(17.291)	(17.128)	1,0%	(72.882)	(75.075)	(2,9%)
EBITDA Ajustado	122.249	75.871	61,1%	226.927	268.840	(15,6%)
Margem EBITDA	19,0%	16,2%	2,8 p.p	14,1%	16,0%	(1,9 p.p)
Lucro líquido	83.208	46.803	77,8%	87.317	140.950	(38,1%)
Margem líquida	12,9%	10,0%	2,9 p.p	5,4%	8,4%	(3,0 p.p)

(1) Incorporação dos números de Reserva após aprovação formal do CADE e closing da transação, ocorrido no início de dezembro.

Ajustes Não Recorrentes

	4T20	4T19	2020	2019
EBITDA Contábil Consolidado	112.915	93.829	168.240	300.945
Itens Não-Recorrentes				
Créditos Extemporâneos Líquidos¹	2.906	20.705	51.985	39.960
Despesas Legais	(195)	(2.747)	(4.488)	(7.855)
Itens Não Recorrentes COVID-19	-	-	(94.139)	-
Despesas M&A Reserva e TROC²	(12.045)	-	(12.045)	-
Efeito Líquido dos Efeitos Não Recorrentes	(9.334)	17.958	(58.687)	32.105
EBITDA Consolidado Ajustado	122.249	75.871	226.927	268.840
Receita Bruta Ajustada	802.283	573.729	2.026.280	2.063.928
Receita Líquida Ajustada	644.615	467.652	1.612.539	1.679.235
Lucro Bruto Ajustado	316.194	218.217	766.364	775.694

(1) Receitas provenientes de créditos fiscais extemporâneos (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS), que por sua vez acarretaram em um maior atingimento das métricas de participação de resultados da companhia no 4T19 (PPR). O efeito positivo (líquido de PPR) de tais créditos no EBITDA da companhia foi de R\$ 18,0 milhões.

(2) Despesas com bancos, advogados, auditores e CADE relacionadas ao M&A.

ALEXANDRE BIRMAN PRE FALL 21'

**Performance
das Marcas**



Performance das Marcas

O quarto trimestre do ano é tradicionalmente marcado por eventos relevantes no calendário da Arezzo&Co, como o lançamento das coleções de alto verão, Black Friday e a mais importante delas – natal e festas. Com um mix de produtos assertivos e encantadores, as marcas do grupo registraram resultados excelentes, demonstrando forte retomada frente aos meses mais críticos de pandemia vividos em 2020. Em novembro, as coleções de alto verão chegaram às lojas, apresentando excelente receptividade e, em dezembro, as marcas lançaram suas coleções de natal e festas focadas em itens presenteáveis a preços competitivos.

A marca **Arezzo** registrou receita de R\$ 295,9 milhões, com crescimento de 4,9% em relação ao 4T19. Como destaque do trimestre, e abordado no último release de resultados, em novembro, a marca realizou o lançamento da sua nova linha de calçados e bolsas injetáveis – a BriZZa. A performance de *sell out* da linha superou as expectativas da Arezzo&Co, representando 9% do volume de vendas da Arezzo no mês de dezembro. No consolidado do trimestre, a BriZZa registrou *sell out* de R\$ 28,5 milhões. Além do lançamento nas lojas da marca Arezzo, foram abertas 25 lojas exclusivas BriZZa, sendo uma delas em Trancoso, destino frequente de férias neste período do ano.

Adicionalmente, o ZZPLAY, primeiro tênis vulcanizado da Arezzo, foi lançado, registrando excelente performance de venda. A categoria de tênis já representa 19,0% do mix de produtos da Arezzo. Já em dezembro, a marca fortaleceu sua comunicação em torno do natal, baseada em um mix assertivo com muitas opções de presentes para data e forte incentivo ao *cross sell* dos produtos da linha BriZZa. No mês, em 60,0% das vendas de produtos da marca Arezzo, pelo menos um produto da linha BriZZa também foi vendido na mesma transação.

A marca **Schutz** apresentou receita de R\$ 152,4 milhões, com crescimento de 25,0% no mercado interno e 25,9% em termos globais. A Schutz registrou a melhor performance de faturamento entre as marcas da Arezzo&Co, com destaque para os canais *web commerce* e multimarcas, que cresceram 81,9% e 60,4%, respectivamente, reforçando a assertividade de seu posicionamento no mercado vs a concorrência. Como destaque do período, a Schutz lançou uma *collab* exclusiva com a marca Ginger, fundada pela atriz e empreendedora brasileira, Marina Ruy Barbosa. Além dos calçados, a coleção contou com peças de roupas oferecendo a experiência “full look” para suas consumidoras. Os resultados da *collab* foram surpreendentes, e em apenas 6 dias após o lançamento, foram vendidos mais de 3.000 pares de calçados, 500 bolsas e 300 itens de vestuário. No mês de dezembro, a *collab* representou 7,0% da receita da Schutz.

A marca **Anacapri** registrou R\$ 83,8 milhões de faturamento com 10,0% de crescimento em relação ao 4T19, com destaque para o canal online que já representa 19,1% do faturamento da marca e apresentou crescimento de 181,2% no período. No mês de novembro, a Anacapri lançou uma coleção em parceria com a atriz e cantora brasileira Manu Gavassi, que também participou de todo o processo de criação.

Performance das Marcas

A coleção contou com 8 modelos, sendo 7 calçados e 1 bolsa, e apresentou excelente giro dos produtos. Além disso, a marca também lançou o “Ana de Açúcar”, primeiro calçado de origem renovável e sustentável da marca, produzido com EVA originado da cana de açúcar.

A marca **Alexandre Birman** atingiu receita de R\$ 13,0 milhões no Brasil, crescimento de 5,7% vs 2019, com destaque para os canais de *web commerce* e lojas próprias. Durante o trimestre, a marca inaugurou sua oitava loja no Brasil, no CJ Shops - novo empreendimento de luxo de São Paulo. Para as comemorações de final de ano, a marca Alexandre Birman fez o lançamento global da coleção “*Make a Wish*”, sandálias em diferentes cores refletindo os tradicionais desejos para o ano que se inicia.

As marcas **Fiever** e **Alme**, realizaram campanhas específicas para a época de natal e registraram forte faturamento no canal online, e combinadas cresceram 73,8%.

A marca **Vans**, licenciada ao final de 2019, registrou receita de R\$ 78,4 milhões no último trimestre do ano. No período, a marca inaugurou mais 4 lojas, atingindo a patamar de 7 franquias e 7 lojas próprias no Brasil. A abertura mais recente foi realizada no Rio de Janeiro em uma localidade *premium* (Rua Garcia D’avila), levando a experiência da Vans para a cidade através de uma *flagship* de dois andares. Desde o lançamento, a loja apresentou excelente performance de vendas.

Todos os trimestres, a Vans lança *collabs* com ícones da cultura pop global, como bandas, marcas, filmes e artistas, conectando os pilares de autenticidade e originalidade da marca com as histórias e obras de seus parceiros. Neste trimestre, a Vans lançou uma *collab* com o MoMA que apresentou uma coleção completa de tênis, vestuário e acessórios para todas as idades, inspirados em obras de arte de Claude Monet, Vasily Kandinsky, Salvador Dalí e Edvard Munch, entre outros.

A marca **Reserva** apresentou crescimento no *sell out* de lojas próprias + *web commerce* de 19% vs. o 4T19 e de 22% no *sell in* de franquias e multimarca. Algumas estratégias relacionadas a *mix* de produto foram adotadas ao longo do trimestre. Na coleção de Natal e Ano Novo, por exemplo, houve um maior foco nos tecidos de linho, em produtos confortáveis e elegantes, com crescimento de 37% na categoria em dezembro. Outra adição importante foi o lançamento do primeiro tênis feminino da Reserva, o “Simples”. As vendas do “Simples” superaram todas as expectativas e o modelo ficou entre os 4 mais vendidos da rede já no mês de lançamento. Outro destaque foi a Máscara de Proteção Reserva, com tecnologia AntiViral, estando entre os top 8 produtos vendidos no 4T20. Ainda no trimestre, a marca iniciou o formato de vendas digitais aos seus clientes multimarca (*sell in* inverno 2021), com excelentes resultados auferidos.



**Performance
dos Canais**

MARINA RUY BARBOSA - SCHUTZ FW 21'

Canais

Monomarca – Franquias e Lojas Próprias

A rede de PDVs Arezzo&Co (Lojas Próprias + Franquias + Web Commerce) – excluindo o Grupo Reserva - atingiu 91,4% do *sell out* apresentado no 4T19, impacto devido ao fechamento temporário de algumas lojas físicas e reabertura parcial, com horário reduzido de funcionamento dos shoppings no período. É importante ressaltar que aproximadamente 70% das lojas da rede estão localizadas em shoppings. A performance de vendas nas mesmas lojas foi de -10,6% no 4T20, com aumento significativo da performance mês a mês, atingindo -5,4% em dezembro. Em outubro e novembro, a performance nas mesmas lojas foi de -20,3% e -9,8%, respectivamente.

Vale destacar que, mesmo com o fechamento de algumas lojas físicas no estado de São Paulo, Manaus e Belo Horizonte nos últimos dias do ano, o impacto nas vendas foi compensado quase na integralidade pelas vendas não presenciais. A representatividade das vendas de dezembro comparadas à 2019 é de 99,6% com a exclusão das lojas fechadas. Considerando essas lojas, a performance ficou no patamar de 97,0% vs 2019.

As lojas da Arezzo&Co registraram uma média de faturamento em janeiro e fevereiro de 88,1% e 93,5% vs 2020, incluindo o canal *web commerce* e a receita do Grupo Reserva.

O canal de franquias apresentou recuperação, com queda de 6,9% vs queda de 41,4% no terceiro trimestre. Essa performance reflete a retomada gradual do *sell in*, a resiliência e confiança dos franqueados e a boa performance das lojas devido a assertividade das coleções, principalmente a partir do mês de novembro com os lançamentos de alto verão. Vale destacar o efeito base de comparação forte do 4T19 (+10,6%), que refletiu a antecipação do faturamento de *sell in* de *pre fall* para dezembro.

Multimarcas

No 4T20, o faturamento do canal multimarcas apresentou **forte crescimento de 94,5% ante o 4T19**. Excluindo o faturamento da marca Vans® e do Grupo Reserva em dezembro, o canal ainda apresentaria um forte crescimento de 44,0%.

Tal crescimento é fruto da capacidade da Arezzo&Co em desenvolver uma grande variedade de coleções com frequência e com prazos de entrega curtos (mesma metodologia usada no *sell in* de franquias) - um forte diferencial perante à concorrência nesse canal - resultando em um aumento de *share of wallet* nos clientes que já faziam parte da carteira Arezzo&Co e conquista de novos clientes, principalmente em cidades menores anteriormente não atendidas.

Canais

Multimarcas

Vale destacar que no mês de outubro, a marca Arezzo realizou o *sell in* da linha BriZZa para os multimarcas, que demonstraram alta receptividade aos produtos e *price point*. Tal performance abre uma nova possibilidade de expansão para novos clientes, com produtos já presentes em mais de 1.000 portas.

As sete marcas do grupo são distribuídas através de 4.236 pontos de vendas, crescimento de 60,1% ante o 4T19. Vale destacar que esse número ainda não contempla as adições do Grupo Reserva, que totalizam cerca de 1.200 portas.

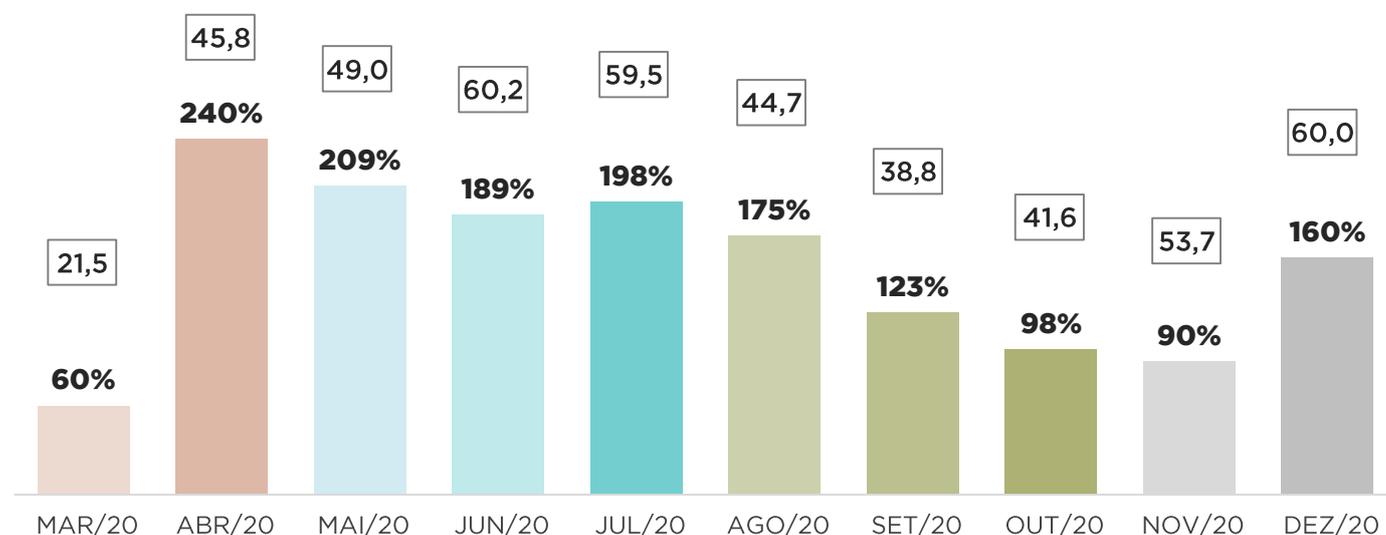
Transformação Digital

No ano de 2020, devido a pandemia do COVID-19, a Arezzo&Co experenciou uma forte aceleração do seu canal de *web commerce*, bem como das iniciativas de omnicanalidade. Uma das principais frentes foi a integração dos canais físico e online, pilar essencial durante os períodos mais desafiadores da pandemia.

No 4T20, o canal *web commerce* seguiu a tendência de aceleração dos últimos trimestres, mesmo com a reabertura das lojas físicas, e registrou R\$ 162,4 milhões de receita bruta (R\$ 526,4 milhões no ano), com crescimento de 139,0%. O canal online já representa 22,4% da receita consolidada da Arezzo&Co vs 13,4% no mesmo período de 2019.

Evolução de SSS Web Commerce

Valores em R\$ MM



SSS do canal web commerce incluindo a marca Vans® (ano completo) e Grupo Reserva (mês de dezembro).

Canais

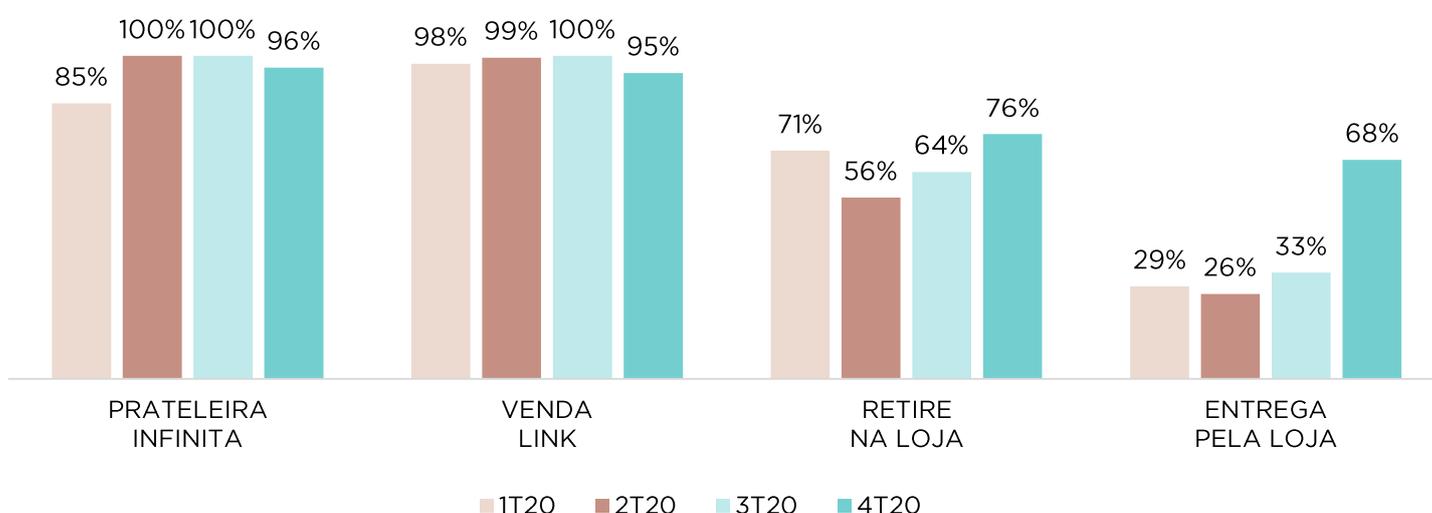
Transformação Digital

Em relação ao ZZ MALL, após o lançamento oficial, a plataforma registrou 114,0% em aumento de visitas, demonstrando forte aderência dos consumidores alvo da plataforma. Além do site, o ZZ MALL conta com um aplicativo que já registrou mais de 148 mil downloads. Atualmente a plataforma conta com 41 *sellers* “3P” e, desde o lançamento, muitas marcas demonstram interesse em se juntar ao ZZ MALL.

As frentes de integração de canais seguiram a mesma tendência do canal *web commerce* e apresentaram forte evolução em lojas habilitadas e na representatividade das vendas. As vendas não-presenciais foram essenciais para manter os patamares de receita nos últimos dias do ano, mesmo em meio ao fechamento compulsório de lojas no estado de São Paulo, Manaus e Belo Horizonte.

As vendas realizadas através das iniciativas “Retire na Loja” e “Entrega pela Loja”, que são faturadas pelas lojas físicas, apresentaram receita 1,8x superior no 4T20 em relação ao ano inteiro de 2019. A principal ação de melhoria implementada foi a disponibilização dos estoques das lojas físicas no *web commerce*. Já as iniciativas de prateleira infinita e voucher da vendedora representaram 7% das vendas do canal *web commerce* – nesta modalidade, as clientes compram o estoque do *web commerce* nas lojas físicas, com o auxílio de uma vendedora – que por sua vez recebe uma comissão pela venda.

Evolução de Lojas Habilitadas | Iniciativas OMNI



- Entrega pela loja: número está em ascensão uma vez que as lojas estão fechando parcerias com transportadoras com elevados níveis de serviço.
- Prateleira Infinita e Venda Link: o percentual de lojas habilitadas apresentou queda no 4T20 devido as aberturas das pop-ups da linha BrizZa.

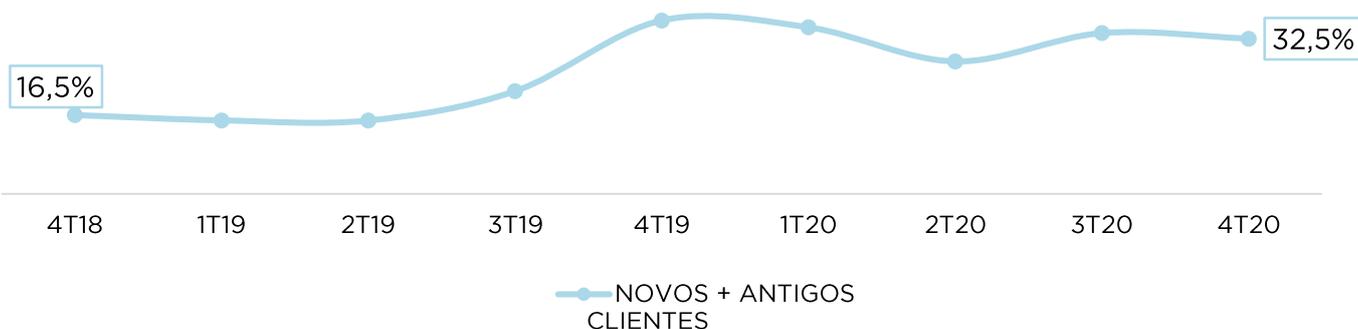
Canais

Transformação Digital

Taxa de Recompra¹

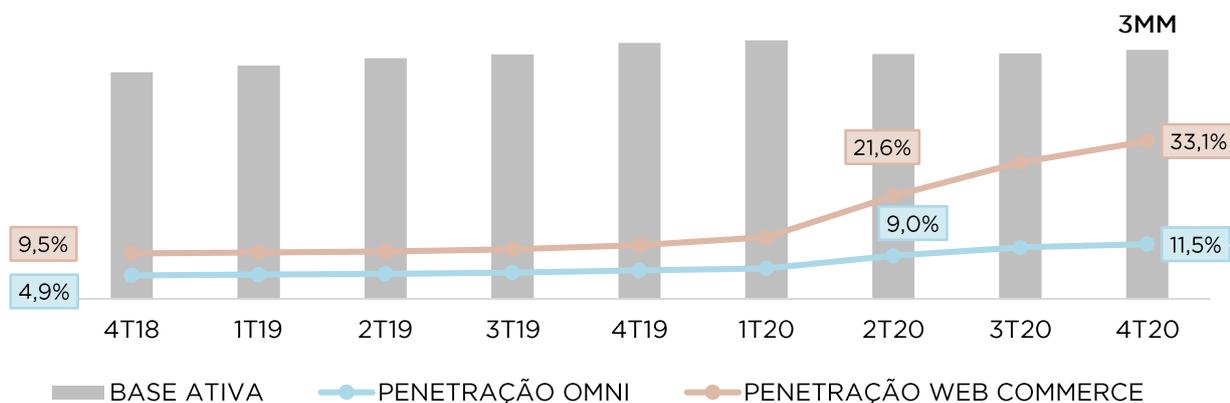
- A taxa de recompra total em 90 dias no canal online da Arezzo&Co foi de **32,5%** no 4T20;
- Melhora contínua na taxa de recompra nos últimos anos, devido a ações de CRM contínuas.
- Capacidade de retenção de clientes que compravam apenas nos canais físicos e se tornaram clientes OMNI;
- Alto nível de reativação de clientes que não compravam há mais de 1 ano.

Em 90 dias



Penetração do Canal Online¹

- Aumento crescente da penetração do canal online na base ativa de clientes da Arezzo&Co;
- **33,1%** dos clientes da Arezzo&Co compram no canal online;
- **11,5%** dos clientes são omnichannel;
- Grande oportunidade em aumentar a penetração OMNI seguindo a tendência dos últimos meses.



¹Dados excluindo Grupo Reserva

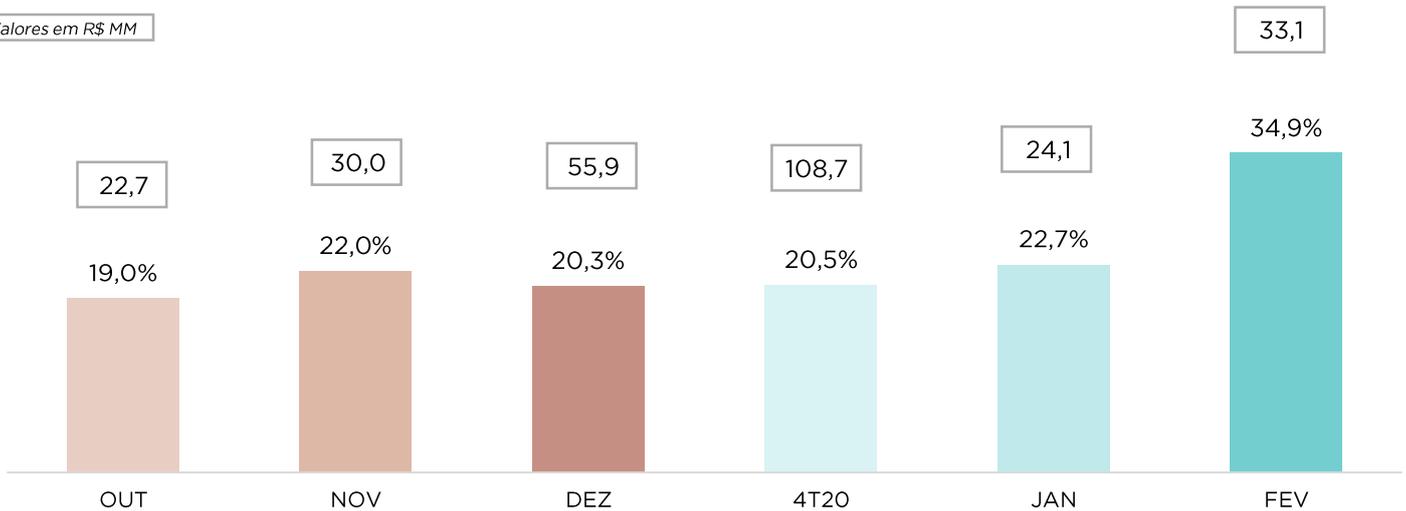
Transformação Digital

Nas frentes de relacionamento e CRM, as lojas intensificaram ainda mais o uso do APP da Vendedora no dia a dia. O aplicativo consiste em uma ferramenta na qual é possível realizar vendas digitais, consultar estoque e detalhes de produtos, consultar pedidos, status da entrega, entre outros. Ou seja, a vendedora possui tudo o que precisa em uma única plataforma.

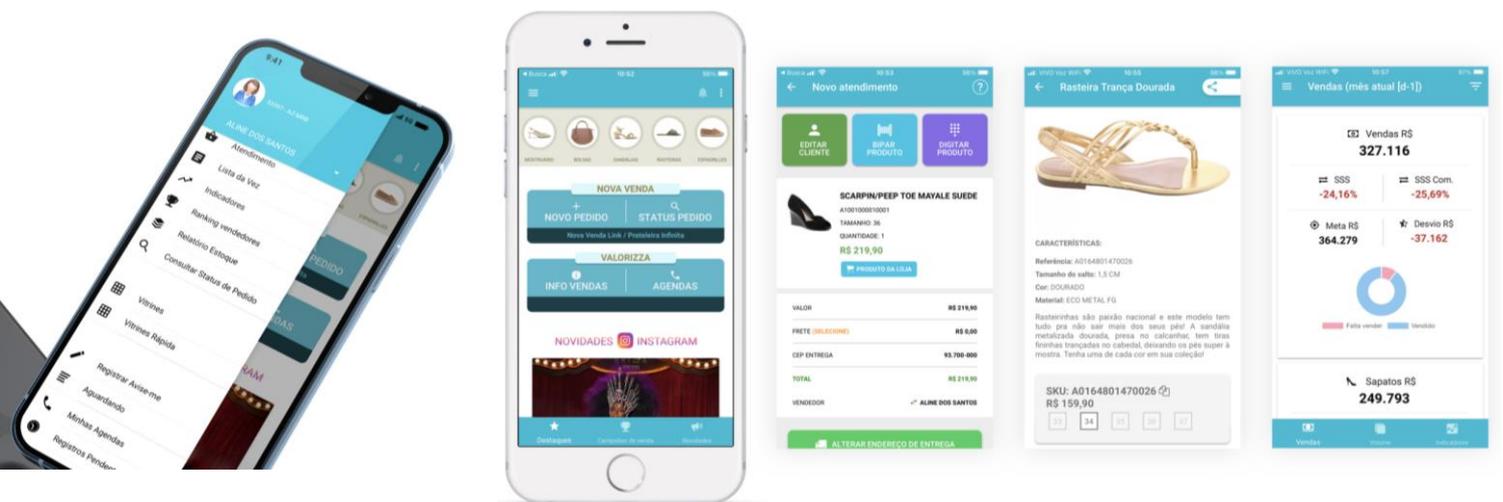
Com o APP, as lojas estruturaram uma rotina de contatos diários com as clientes voltados para a conversão de receita e relacionamento de longo prazo. No quarto trimestre, 20,5% do *sell out* das lojas físicas foi influenciados pelo APP da Vendedora, com forte crescimento nos primeiros meses de 2021.

Receita Influenciada Online (vs Receita Total) APP da Vendedora

Valores em R\$ MM



Interface APP da Vendedora



Mercado Externo

Nos Estados Unidos, a receita registrou crescimento de 19,1% (em dólares, a queda foi de 9,4%). Assim como no Brasil, a operação norte-americana demonstrou evolução na performance de receita frente aos impactos sofridos no 2T20 e 3T20, em decorrência da pandemia do COVID-19 no mundo.

Como destaque do trimestre, os canais *web commerce* e *wholesale* da marca Schutz apresentaram crescimento de 55,4% e 33,3% em reais (23,9% e 12,7% em dólares), respectivamente, reforçando a forte aderência da nova estratégia de preços da marca, que passou a fazer parte do segmento de “*Contemporary Shoes*”. **A marca encerrou o ano com um forte crescimento no número de portas na loja de departamentos Nordstrom, triplicando sua presença em relação à 2019.**

Como reforçado a partir do segundo semestre pela Arezzo&Co, a operação norte-americana manteve o *breakeven* a nível de EBITDA, apresentando resultado positivo de R\$ 6,7 milhões no quarto trimestre. Maiores detalhes da estrutura de SG&A foram explorados na página 23.

Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo registraram queda de -6,2% no faturamento do 4T20, desempenho explicado pelos efeitos da pandemia, que seguiu impactando de forma relevante clientes europeus e latino-americanos, desde o mês de fevereiro de 2020. Vale destacar que o canal já apresenta melhora em relação aos últimos trimestres.

Rede Monomarca

A Companhia encerrou o ano de 2020 com 901 lojas, sendo 890 no Brasil e 11 no exterior, considerando a incorporação do Grupo Reserva.

Excluindo a adição das lojas do Grupo Reserva, no 4T20, a Arezzo&Co teve abertura líquida de 44 lojas, sendo 25 lojas BriZZa, 9 lojas Anacapri, 4 lojas regulares Arezzo, 4 lojas no formato light Arezzo, 4 lojas Vans, 1 loja Schutz e 1 loja Alexandre Birman.

Histórico de lojas	4T19	1T20	2T20	3T20	4T20
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	45.925	46.265	45.544	45.012	56.461
Área de venda - franquias (m ²)	39.752	39.794	39.302	38.816	42.176
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	6.173	6.472	6.242	6.196	14.285
Total de lojas no Brasil	737	739	730	724	890
Número de franquias	693	693	682	676	756
Arezzo	432	432	428	423	451
Schutz	72	70	68	67	68
Anacapri	185	184	179	179	186
Fiever	1	1	1	-	1
Alme	3	3	3	3	3
Vans	-	3	3	4	7
Grupo Reserva	-	-	-	-	40
Número de lojas próprias	44	46	48	48	134
Arezzo	10	9	9	9	12
Schutz	17	16	16	16	16
Alexandre Birman	6	6	6	7	8
Anacapri	3	3	3	3	5
Fiever	5	5	5	4	2
Alme	3	3	3	3	2
Vans	-	4	6	6	7
Grupo Reserva	-	-	-	-	82
Total de lojas no Exterior	15	15	11	11	11
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias⁴	9	9	5	5	5

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui onze lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.450 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

(4) Inclui 3 lojas da marca Schutz sendo (i) Nova York na Madison Avenue, (ii) Miami no Shopping Aventura e (iii) Los Angeles na rua Beverly Drive. Inclui também 2 lojas da marca Alexandre Birman sendo (i) Nova York na Madison Avenue e (ii) Miami no Shopping Bal Harbour.

ALEXANDRE BIRMAN 'PRE FALL 21'

Indicadores Financeiros



Lucro Bruto e Margem Bruta

O lucro bruto do 4T20 totalizou R\$ 316,2 milhões, com margem de 49,1%, expansão de 240 bps vs o ano anterior. Dentre os fatores responsáveis pela margem bruta, destaca-se, positivamente, (i) a inclusão do Grupo Reserva no faturamento da Companhia, (ii) a maior participação do *web commerce* no mix de canais e negativamente (i) o efeito mix pela maior participação do canal multimarcas e menor participação do canal de lojas próprias e (ii) a menor margem consolidada no mercado norte-americano, devido ao novo posicionamento de preços da marca Schutz, remarcações residuais de estoques antigos e menor número de lojas próprias.

Despesas Operacionais

A Arezzo&Co pretende manter suas despesas fixas em patamares inferiores aos que foram apresentados nos últimos trimestres, mesmo permanecendo fiel ao seu planejamento estratégico, que possui como um dos principais pilares o contínuo crescimento de *market share*, a *omnicanalidade* e a consolidação do mercado de moda brasileiro.

Vale destacar que as análises abaixo desconsideram efeitos não recorrentes que impactaram os resultados do 4T20 e 4T19 (apresentados na página 10).

Despesas Comerciais

No 4T20 houve crescimento de 34,1% das despesas comerciais quando comparadas ao 4T19, alcançando R\$ 145,6 milhões. Vale destacar que desconsiderando a marca Vans e as despesas do mês de dezembro do Grupo Reserva, as despesas comerciais aumentaram apenas 3,6% vs o 4T19.

(i) despesas de Lojas Próprias e Web Commerce (canais de “sell out”), somaram R\$ 61,3 milhões – aumento de 85,4% em relação ao 4T19. Desconsiderando a marca Vans e o Grupo Reserva, as despesas teriam crescido 32,8% – abaixo do crescimento de 114,1% do canal de *web commerce* e em linha com a menor relevância do canal de lojas próprias no mix. O incremento destas despesas é integralmente explicado pela expansão do canal digital, principalmente nas frentes de marketing digital das marcas, logística, fretes, reforço de time (com destaque para o time SAC) e lançamento do ZZ MALL.

(ii) despesas de Vendas, Logística e Suprimentos, que somaram R\$ 84,3 milhões no período – incremento de 11,6% versus o 4T19. Desconsiderando a adição da marca Vans e o Grupo Reserva, as despesas teriam retraído 9,1%.

Destaca-se a redução de R\$ 6,0 milhões em despesas no mercado norte-americano (redução de -27,1%) proveniente de ajustes de estrutura e custos de ocupação das lojas próprias e escritórios. As despesas de vendas, logística e suprimentos nos Estados Unidos somaram R\$ 16,0 milhões no 4T20.

Despesas Operacionais Ajustadas

Em relação à operação brasileira, as maiores economias se concentraram nas frentes de (i) viagens corporativas, devido a eventos que passaram a ser realizados 100% online e (iii) redução nas despesas com terceiros e consultorias. Vale destacar que devido as medidas de auxílio aos franqueados durante a pandemia, houve um decréscimo significativo na arrecadação do fundo de propaganda das marcas. Ainda assim, a Companhia continuou investindo em marketing, com foco relevante nas campanhas de final de ano, com destaque para criação e lançamento da linha BriZZa, que pela primeira vez contou com investimentos em rede nacional de TV aberta. Descontando esse efeito, a redução de despesas teria sido de 15,5% na operação brasileira.

Despesas Gerais e Administrativas

No 4T20, as despesas gerais e administrativas somaram R\$ 49,0 milhões, aumento de 38,3% em relação ao 4T19. Desconsiderando a marca Vans e o mês de dezembro do Grupo Reserva, as despesas teriam reduzido 26,8%, totalizando R\$ 35,3 milhões. A redução é explicada principalmente pela reestruturação organizacional realizada nas operações brasileira e norte-americana com redução de *layers* e posições visando maior eficiência e agilidade operacional.

EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada

A Companhia atingiu EBITDA ajustado de R\$ 122,2 milhões no 4T20, crescimento de 61,1% em relação à 2019. Excluindo o EBITDA do Grupo Reserva e da marca Vans, que não estavam na base de comparação, o EBITDA ajustado seria de R\$ 89,4 milhões, 17,9% superior ao 4T19.

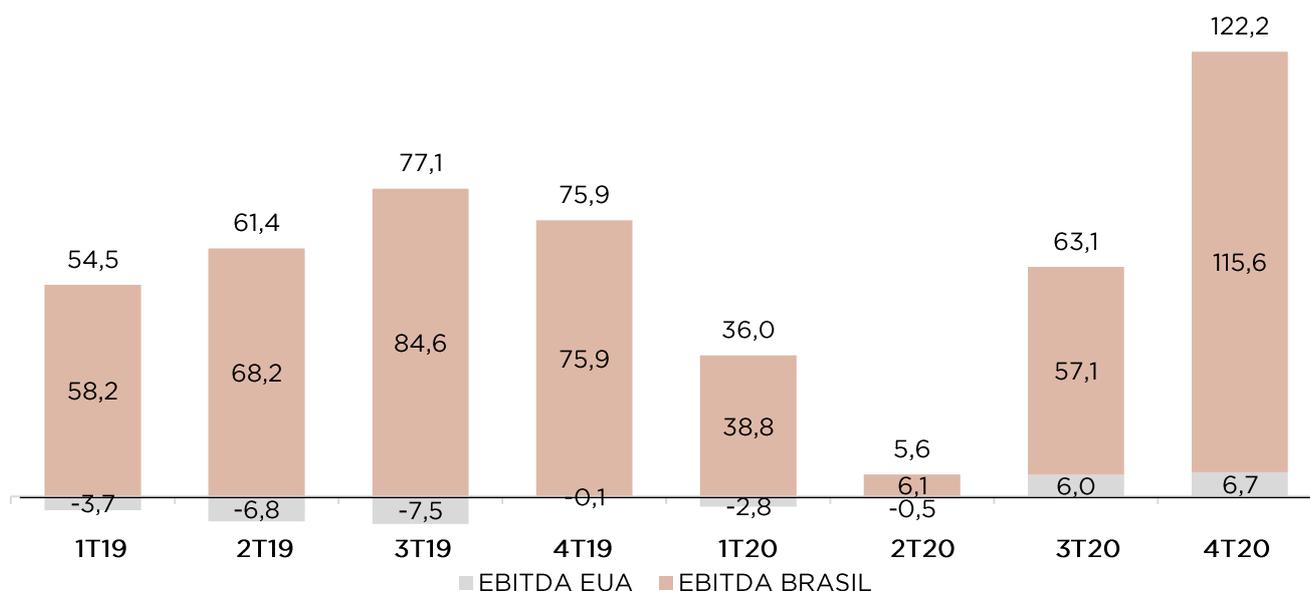
Mesmo diante a um cenário desafiador no país, a Arezzo&Co foi capaz de entregar crescimento expressivo de EBITDA no período, devido principalmente a assertividade das campanhas de alto verão e crescimento de SG&A consideravelmente inferior ao crescimento da receita. Vale destacar também o impacto positivo da (i) adição do EBITDA do Grupo Reserva de dezembro e (ii) da operação norte-americana, que atingiu EBITDA de R\$ 6,7 milhões no período, com margem de 11,6%.

	4T20 EBITDA Ajust.			4T19 EBITDA Ajust.		
	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA
Receita Líquida	644,6	587,1	57,5	467,7	419,1	48,5
EBITDA	122,2	115,6	6,7	75,9	75,9	(0,1)
Mg. EBITDA	19,0%	19,7%	11,6%	16,2%	18,1%	(0,1%)

Valores em R\$ MM // Valores de acordo com a adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustado

Composição EBITDA Ajustado Arezzo&Co (IFRS 16)



Resultados Ajustados: Não consideram os impactos de "one offs" (elementos de natureza não recorrente) e créditos extemporâneos dos trimestres.

Lucro Líquido e Margem Líquida

A Companhia apresentou resultado líquido positivo, com lucro líquido ajustado no período de R\$ 83,2 milhões, crescimento de 77,8% vs o ano anterior, com margem líquida de 12,9%, incremento de 290 bps vs o 4T19.

O lucro líquido foi impactado pelos seguintes fatores: positivamente pela (i) excelente performance operacional da Arezzo&Co no período e incorporação do Grupo Reserva, e negativamente, pela (ii) maior variação cambial e (iii) aumento das despesas financeiras, resultante de um maior volume de juros sobre financiamentos (captações de dívidas realizadas durante a pandemia).

ROIC - Retorno sobre o Capital Investido

O retorno sobre o capital investido (ROIC) ajustado - ou seja, desconsiderando os movimentos inorgânicos realizados pela companhia em 2020 bem como os elementos de natureza não recorrente associados à pandemia - atingiu 20,8%, vs. 25,1% em 2019.

Já o ROIC contábil atingiu o patamar de 7,3% no 4T20. Além do menor NOPAT (LTM), as linhas de capital de giro (estoques, fornecedores e contas a receber) foram impactadas pela adição da marca Vans® e à incorporação do Grupo Reserva, ambas realizadas ao longo de 2020. Com relação à incorporação de Reserva, cabe destacar o aumento significativo do ativo permanente (R\$ 834,1 milhões) associado ao investimento, que inclui elementos como o intangível e o ágio proveniente da transação - a ser utilizado ao longo dos próximos exercícios.

Resultado Operacional	4T20 Ajustado	4T20 Contábil	4T19	4T18	Δ 20 x 19 (%)
EBIT (LTM)	168.874	92.109	223.102	191.280	(24,3%)
+ IR e CS (LTM)	(10.983)	(5.974)	(42.787)	(27.354)	(74,3%)
NOPAT (LTM)	157.891	86.135	180.315	163.926	(12,4%)
Capital de giro¹	300.890	331.768	419.220	412.461	(28,2%)
Contas a receber	492.459	598.824	413.412	382.728	19,1%
Estoques	216.948	290.896	179.499	150.861	20,9%
Fornecedores	(356.331)	(399.189)	(134.967)	(110.121)	164,0%
Outros	(52.186)	(158.763)	(38.724)	(11.007)	34,8%
Ativo permanente	346.742	1.149.183	382.146	153.693	(9,3%)
Outros ativos de longo prazo²	37.247	37.862	34.756	31.847	7,2%
Capital empregado	684.879	1.518.813	836.122	598.001	(18,1%)
Média do capital empregado³	760.500	1.177.468	717.062		6,1%
ROIC⁴	20,8%	7,3%	25,1%		

(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) 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.

Investimentos - CAPEX

No 4T20, a Arezzo&Co investiu R\$ 15,4 milhões em CAPEX, com destaque para:

- Abertura da *flagship* da marca Vans no Rio de Janeiro, 3 quiosques próprios da linha BriZZa da marca Arezzo e loja da Alexandre Birman no CJ Shops em São Paulo.
- Na linha “Corporativo” destacam-se os investimentos na frente de Transformação Digital relacionados aos *squads* e softwares.

Sumário de investimentos	4T20	4T19	Δ 20 x 19 (%)	2020	2019	Δ 20 x 19 (%)
CAPEX total	15.389	22.042	(30,2%)	46.185	65.608	(29,6%)
Lojas - expansão e reformas	6.253	215	2.808,4%	12.115	8.096	49,6%
Corporativo	8.721	19.698	(55,7%)	29.147	33.484	(13,0%)
Outros	415	2.129	(80,5%)	4.923	24.028	(79,5%)

Posição de Caixa e Endividamento

A Companhia encerrou o 4T20 com dívida líquida de R\$ 73,0 milhões. No período, destaca-se:

- Posição de caixa de R\$ 561,2 milhões mesmo após o pagamento de parcela caixa relacionada a incorporação do Grupo Reserva (R\$ 175 milhões);
- Endividamento total de R\$ 634,3 milhões, ante R\$ 180,8 milhões no 4T19.
- Na segunda quinzena de março, a Companhia optou pela captação preventiva de linhas de crédito no valor total acumulado de R\$ 444,1 milhões para complementar a posição de caixa em meio ao cenário desafiador causado pela pandemia do COVID-19.
- A dinâmica entre endividamento de curto e longo prazo foi alterada em relação ao 3T20 devido ao alongamento de parte da dívida captada durante a pandemia
- Além dos pontos acima, o endividamento da Companhia também sofreu alteração devido a incorporação do Grupo Reserva;
- Relação Dívida Líquida/EBITDA de 0,4x.

Posição de Caixa e Endividamento	4T20	3T20	4T19
Caixa e Equivalentes de Caixa	561.165	566.245	277.683
Dívida total	634.269	547.245	180.784
Curto prazo	239.483	440.509	158.222
% dívida total	37,8%	80,5%	87,5%
Longo prazo	394.786	106.736	22.562
% dívida total	62,2%	19,5%	12,5%
Dívida Líquida	(73.104)	19.000	96.899
Dívida Líquida/EBITDA	0,4x	-0,1x	-0,3x

Balanço Patrimonial

Ativo	4T20	3T20	4T19
Ativo circulante	1.564.868	1.344.102	980.665
Caixa e bancos	38.297	13.502	13.808
Aplicações financeiras	522.868	552.743	263.875
Contas a receber de clientes	598.824	406.902	413.412
Estoques	290.896	241.895	179.499
Impostos a recuperar	86.034	100.708	90.332
Outros créditos	27.949	28.352	19.739
Ativo não circulante	1.267.677	444.166	432.584
Realizável a longo Prazo	118.494	78.920	50.438
Contas a receber de clientes	2.564	5.512	10.402
Imposto de renda e contribuição social dife	80.632	44.113	15.682
Outros créditos	35.298	29.295	24.354
Propriedades para Investimento	3.016	4.030	3.017
Imobilizado	316.300	277.017	304.082
Intangível	829.867	84.199	75.047
Total do ativo	2.832.545	1.788.268	1.413.249

Passivo	4T20	3T20	4T19
Passivo circulante	911.418	818.362	464.659
Empréstimos e financiamentos	239.483	440.509	158.222
Arrendamento	52.890	42.569	40.145
Fornecedores	399.189	226.053	134.967
Outras obrigações	219.856	109.231	131.325
Passivo não circulante	572.530	272.647	202.519
Empréstimos e financiamentos	394.786	106.736	22.562
Partes relacionadas	0	0	1.502
Outras obrigações	17.274	11.264	9.542
Arrendamento	160.470	154.647	168.913
Patrimônio líquido	1.348.597	697.259	746.071
Capital social	967.924	352.715	352.715
Reserva de capital	49.229	48.801	50.538
Reservas de lucros	107.895	122.118	94.276
Reserva de Incentivos Fiscais	227.937	213.880	213.880
Outros resultados abrangentes	-4.388	-13.892	34.662
Lucros acumulados	0	-26.363	0
Total do passivo e patrimônio líquido	2.832.545	1.788.268	1.413.249

Demonstrativo de Resultado

DRE	4T20	4T19	Var.%	2020	2019	Var.%
Receita operacional líquida	644.615	467.652	37,8%	1.590.992	1.679.235	-5,3%
Custo dos produtos vendidos	(328.421)	(249.435)	31,7%	(835.779)	(903.541)	-7,5%
Lucro bruto	316.194	218.217	44,9%	755.213	775.694	-2,6%
Receitas (despesas) operacionais:	(221.391)	(142.180)	55,7%	(663.104)	(552.592)	20,0%
Comerciais	(172.091)	(121.208)	42,0%	(529.953)	(424.366)	24,9%
Administrativas e gerais	(52.075)	(55.179)	-5,6%	(162.234)	(184.012)	-11,8%
Outras receitas operacionais, líquida:	2.775	34.207	-91,9%	29.083	55.786	-47,9%
Lucro antes do resultado financeiro	94.803	76.037	24,7%	92.109	223.102	-58,7%
Resultado Financeiro	(20.870)	(4.644)	349,4%	(37.551)	(18.176)	106,6%
Lucro antes do IR e CS	73.933	71.393	3,6%	54.558	204.926	-73,4%
Imposto de renda e contribuição social	3.115	(12.738)	-124,5%	(5.974)	(42.787)	-86,0%
Corrente	(9.076)	(6.321)	43,6%	(46.596)	(42.659)	9,2%
Diferido	12.191	(6.417)	-290,0%	40.622	(128)	-31835,9%
Lucro líquido do exercício	77.048	58.655	31,4%	48.584	162.139	-70,0%

Fluxo de Caixa

DFC	4T20	4T19	2020	2019
Das atividades operacionais				
Lucro líquido	77.048	58.655	48.584	162.139
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	1.572	26.271	149.850	134.923
Depreciações e amortizações	21.307	20.271	81.103	80.322
Rendimento de aplicação financeira	(2.844)	(2.929)	(11.650)	(13.614)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	(4.511)	(5.945)	34.612	16.517
Imposto de renda e contribuição social	(3.115)	12.738	5.973	42.785
Outros	(9.265)	2.136	39.812	8.913
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(107.285)	3.938	(108.797)	(27.753)
Estoques	31.114	(585)	(38.655)	(33.208)
Impostos a recuperar	16.965	(34.941)	(15.140)	(40.835)
Variação de outros ativos circulantes	13.176	3.625	(25.357)	2.306
Depósitos judiciais	(4.590)	1.914	(9.108)	(3.461)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	142.598	(13.216)	234.575	29.496
Obrigações trabalhistas	5.957	10.744	(8.610)	9.135
Obrigações fiscais e sociais	4.257	8.665	5.313	1.465
Variação de outros passivos circulantes	342	5.691	16.152	11.968
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(2.941)	(6.241)	(19.437)	(34.825)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(2.579)	(3.068)	(9.054)	(6.468)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	175.634	61.452	220.316	204.882
Das atividades de investimento				
Resultado da venda de imobilizado e intangível	932	(784)	1.277	6.126
Aquisições de imobilizado e intangível	(15.389)	(22.041)	(46.185)	(65.607)
Movimentações de aplicações financeiras	92.179	5.757	(189.024)	(25.928)
Integralização de capital por controladas	100.000		100.000	
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(163.404)		(163.404)	
Recebimento de dividendos	54		54	
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	14.372	(17.068)	(297.282)	(85.409)
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações de empréstimos e financiamentos	97.610	48.008	552.851	153.084
Pagamentos de empréstimos	(92.454)	(47.302)	(213.882)	(88.816)
Contraprestação de arrendamento	(21.054)	(11.438)	(60.352)	(46.723)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	(15.898)	(10.732)	278.617	17.545
Das atividades de financiamento com acionistas				
JCP e Distribuição de lucros	(148.317)	(27.351)	(170.992)	(143.526)
Créditos (débitos) com sócios	(1.000)	(50)	(2.502)	58
Emissão de ações	-	-	-	11.642
Recuperação de Ações	-	-	(3.672)	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(149.317)	(27.401)	(177.166)	(131.826)
Aumento (redução) das disponibilidades	24.791	6.251	24.485	5.192
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	4	(100)	4	115
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	13.502	7.657	13.808	8.501
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	38.297	13.808	38.297	13.808
Aumento (redução) das disponibilidades	24.791	6.251	24.485	5.192

AREZZO &CO



MARINA RUY BARBOSA - SCHUTZ FW 21'

RI@AREZZO.COM.BR