



EARNINGS RELEASE
**AREZZO
&CO**
3T2019

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE
BIRMAN

FEVER

ALME

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 3T19

Belo Horizonte, 30 de outubro de 2019. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2019.

COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

30/10/2019

R\$ 58,50 e R\$ 5,3 Bn

CALL DE RESULTADOS

Quinta-Feira, 31 de outubro de 2019
11h30 (Brasília) / 10h30 (NY)

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 3T19 alcançou R\$ 440,9 milhões, aumento de 7,4% sobre o 3T18;
- Crescimento do Web Commerce de 27,6%, passando a representar 11,9% do faturamento no mercado interno;
- Aumento relevante da penetração das iniciativas de omnicanalidade entre as lojas;
- No 3T19, o Lucro Bruto somou R\$ 200,7 milhões (margem bruta de 45,5%) com crescimento de 5,3%;
- O EBITDA do 3T19 totalizou R\$ 73,1 milhões (margem EBITDA de 16,6%) com crescimento de 3,3% ante o 3T18;
- No 3T19, o Lucro Líquido foi de R\$ 41,1 milhões (margem líquida de 9,3%) com crescimento de 2,3%;
- Crescimento de SSS *sell-out* (*Same-Store-Sales*) de 1,1% no trimestre;
- A Arezzo&Co teve abertura de 19 lojas líquidas no trimestre e de 66 lojas nos últimos doze meses.

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Rafael Sachete – CFO

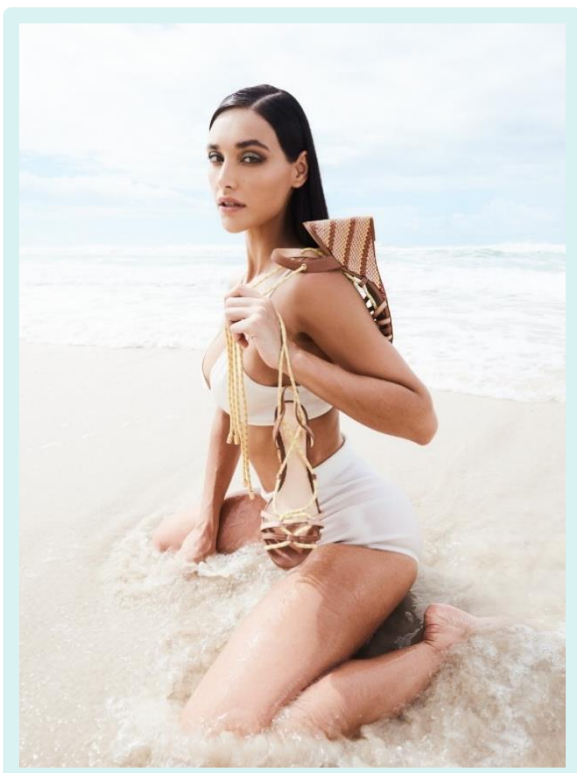
Aline Penna – Diretora de RI e Estratégia

Victoria Machado – Coordenadora de RI

Marcos Benetti – Analista de RI

E-mail: ri@arezzo.com.br

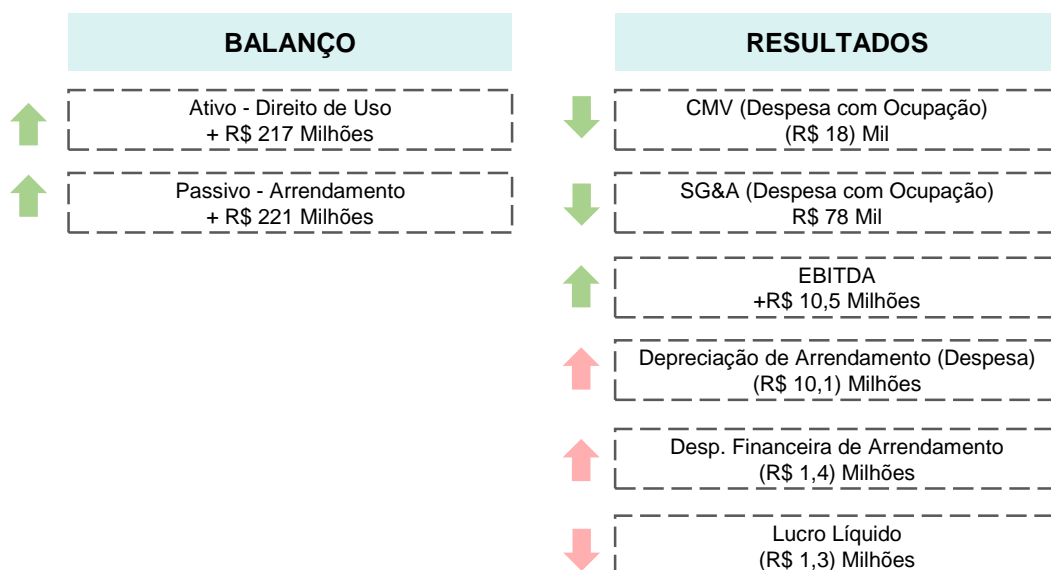
Tel: +55 11 2132-4300



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 alugueis 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 3T19, 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 3T19.



Demonstração de Resultados	3T19 Divulgado	Ajustes IFRS 16	3T19 Pró-forma	9M19 Divulgado	Ajustes IFRS 16	9M19 Pró-forma
Receita Bruta	538.187	-	538.187	1.490.199	-	1.490.199
Receita Líquida	440.874	-	440.874	1.211.583	-	1.211.583
CMV	(240.204)	(18)	(240.222)	(654.106)	(49)	(654.155)
Depreciação e amortização - Custo	(748)	251	(497)	(2.104)	706	(1.398)
Lucro Bruto	200.670	(18)	200.652	557.477	(49)	557.428
<i>Margem Bruta</i>	45,5%	0,0%	45,5%	46,0%	0,0%	46,0%
SG&A	(139.413)	(78)	(139.491)	(410.412)	(300)	(410.712)
Depreciação e amortização - Despesa	(21.540)	10.106	(11.434)	(57.947)	29.285	(28.662)
% ROL	-31,6%	0,0%	-31,6%	-33,9%	0,0%	-33,9%
EBITDA	83.545	(10.454)	73.091	207.116	(30.341)	176.775
<i>Margem EBITDA</i>	18,9%	-2,4%	16,6%	17,1%	-2,5%	14,6%
Resultado Financeiro	(3.882)	1.413	(2.469)	(13.532)	4.185	(9.347)
Lucro antes do IR e CS	57.375	1.317	58.692	133.533	3.836	137.369
IR + CS	(17.600)	-	(17.602)	(30.049)	-	(30.049)
Lucro líquido	39.775	1.315	41.090	103.484	3.836	107.320
<i>Margem Líquida</i>	9,0%	0,3%	9,3%	8,5%	0,3%	8,9%

Resumo de Resultados	3T19	3T18	Δ (%) 19 x 18	3T19 Pró-Forma	Δ (%) 19 x 18
Receita Líquida	440.874	410.404	7,4%	440.874	7,4%
Lucro Bruto	200.670	190.637	5,3%	200.652	5,3%
Margem bruta	45,5%	46,5%	-1,0 p.p.	45,5%	-1,0 p.p.
EBITDA¹	83.545	70.731	18,1%	73.091	3,3%
Margem EBITDA¹	18,9%	17,2%	1,7 p.p.	16,6%	-0,6 p.p.
Lucro líquido	39.775	40.164	-1,0%	41.090	2,3%
Margem líquida	9,0%	9,8%	-0,8 p.p.	9,3%	-0,5 p.p.

Resumo de Resultados	9M19	9M18	Δ (%) 19 x 18	9M19 Pró-Forma	Δ (%) 19 x 18
Receita Líquida	1.211.583	1.114.448	8,7%	1.211.583	8,7%
Lucro Bruto	557.477	515.948	8,0%	557.428	8,0%
Margem bruta	46,0%	46,3%	-0,3 p.p.	46,0%	-0,3 p.p.
EBITDA¹	207.116	168.043	23,3%	176.775	5,2%
Margem EBITDA¹	17,1%	15,1%	2,0 p.p.	14,6%	-0,5 p.p.
Lucro líquido	103.484	100.401	3,1%	107.320	6,9%
Margem líquida	8,5%	9,0%	-0,5 p.p.	8,9%	-0,1 p.p.

Indicadores Operacionais	3T19	3T18	Δ (%) 19 x 18	9M19	9M18	Δ (%) 19 x 18
Número de pares vendidos ('000)	3.842	3.710	3,6%	10.180	9.526	6,9%
Número de bolsas vendidas ('000)	449	345	30,1%	1.262	1.011	24,8%
Número de funcionários	2.463	2.520	-2,3%	2.463	2.520	-2,3%
Número de lojas*	715	649	66	715	649	66
Próprias	51	54	-3	51	54	-3
Franquias	664	595	69	664	595	69
Outsourcing (% da produção total)	90,3%	91,9%	-1,6 p.p.	90,3%	91,4%	-1,1 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	1,2%	-1,2%	2,4 p.p.	1,2%	3,0%	-1,8 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	1,1%	1,6%	0,2 p.p.	3,0%	4,4%	-1,4 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	3T19	Part%	3T18	Part%	Δ (%) 19 x 18	9M19	Part%	9M18	Part%	Δ (%) 19 x 18
Receita bruta total	538.189		497.887		8,1%	1.490.200		1.360.257		9,6%
Mercado externo	71.552	13,3%	54.284	10,9%	31,8%	192.724	35,8%	134.505	9,9%	43,3%
<i>Exportações</i>	17.139	24,0%	21.660	39,9%	(20,9%)	46.089	64,4%	52.085	38,7%	(11,5%)
<i>Operação USA</i>	54.412	76,0%	32.624	60,1%	66,8%	146.635	204,9%	82.420	61,3%	77,9%
Mercado interno	466.637	86,7%	443.603	89,1%	5,2%	1.297.476	241,1%	1.225.752	90,1%	5,9%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	250.569	53,7%	245.417	55,3%	2,1%	701.489	54,1%	691.100	56,4%	1,5%
<i>Schutz</i> ¹	122.732	26,3%	118.071	26,6%	3,9%	352.345	27,2%	335.770	27,4%	4,9%
<i>Anacapri</i>	71.793	15,4%	60.539	13,6%	18,6%	182.930	14,1%	154.137	12,6%	18,7%
<i>Outros</i> ²	21.543	4,6%	19.576	4,4%	10,0%	60.712	4,7%	44.745	3,7%	35,7%
Por canal										
<i>Franquias</i>	224.282	48,1%	210.884	47,5%	6,4%	629.132	48,5%	587.091	47,9%	7,2%
<i>Multimarcas</i>	126.948	27,2%	118.707	26,8%	6,9%	330.850	25,5%	308.572	25,2%	7,2%
<i>Lojas próprias</i> ³	59.301	12,7%	70.139	15,8%	(15,5%)	189.328	14,6%	211.006	17,2%	(10,3%)
<i>Web Commerce</i>	55.628	11,9%	43.579	9,8%	27,6%	146.633	11,3%	117.689	9,6%	24,6%
<i>Outros</i> ⁴	476	0,1%	294	0,1%	61,9%	1.533	0,1%	1.394	0,1%	10,0%

(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 5,5% no trimestre.

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

Marcas

O terceiro trimestre do ano é marcado pela transição das coleções de Inverno para Verão nas lojas da rede Arezzo&Co. O mês de julho é caracterizado pelo período de liquidação de Inverno, em conjunto com a introdução das coleções de transição de estação (*Cruise e Resort*). Tais coleções representam um importante momento no calendário do trimestre, no qual as marcas testam o comportamento e receptividade das consumidoras aos novos produtos e realizam mudanças em tempo dos lançamentos oficiais. Já os meses de agosto e setembro concentram as campanhas e coleções de Verão das marcas.

A marca **Arezzo** atingiu receita de R\$ 250,6 milhões no primeiro trimestre, um aumento de 2,1% em relação ao 3T18, representando 53,7% 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 3,4%.

Como destaque do trimestre, a marca Arezzo lançou sua coleção de verão estrelando modelos, atrizes e influenciadoras digitais, reforçando o conceito de vínculo entre mulheres de estilos distintos no qual juntas se inspiram, se ajudam e se fortalecem. A campanha trouxe importantes resultados relacionados a conexão com as consumidoras da marca, e em uma pesquisa realizada, 93% das entrevistadas concordam que a Arezzo está mais próxima da mulher brasileira. No mês de agosto, a marca lançou novas apostas de tênis na linha ZZ: "*ZZYoung*", "*ZZStreet*" e "*ZZColors*", reforçando a categoria tênis que representou 18% das vendas de calçados no período, 4 p.p. acima do 3T18. Já no mês de setembro, a marca lançou a sandália "Camila", em parceria com a *influencer* Camila Coutinho (2,4 milhões de seguidores no Instagram), um modelo democrático, prático e confortável. A sandália apresentou resultados inspiradores no mês, com venda de mais de 10 mil pares com giro de 21% em uma semana.

A marca **Schutz** cresceu 12,1% em termos globais no 3T19. No mercado interno, representou 26,3% do faturamento da Companhia, somando R\$ 122,7 milhões de receita bruta no 3T19, crescimento de 3,9% em relação ao mesmo período do ano anterior – dando continuidade a performance positiva também apresentada nos três trimestres anteriores. Desconsiderando o efeito dos repasses de lojas próprias para franquias (5 lojas), a marca teria crescido 6,6%. No mercado externo, a operação dos Estados Unidos obteve crescimento de 51,9% em Reais vs o 3T18 e 50,7% em Dólares.

Como destaques no Brasil, a categoria bolsas elevou a sua representatividade no mix da marca para 26,4% (vs 24,2% no 3T18) com um crescimento de volume de 25% no período, fruto de um *mix* mais assertivo com novos *best sellers* que abrangem diversas ocasiões de uso. Tal resultado reflete a consolidação da Schutz como marca *top of mind* em bolsas entre as consumidoras do seu mercado alvo.

No mês de julho, a Schutz também lançou sua linha de tênis “*It Schutz*”, *best seller* no período. Durante o trimestre, atuando como lançadora de tendências, a marca reinventou a categoria de sapatilhas com as “*Schutz Ballerinas*” que aumentaram a representatividade da categoria de forma relevante.

A marca **Anacapri** alcançou receita de R\$ 71,8 milhões, com forte crescimento de 18,6% vs o 3T18, encerrando o trimestre com 15,4% de representatividade no faturamento no mercado interno da Companhia, ante 13,6% no 3T18. A boa performance é fruto da abertura líquida de 36 franquias nos últimos 12 meses (sendo 8 lojas no 3T19) e da crescente relevância do canal *web commerce*. Vale destacar a performance da categoria de bolsas na marca, que já representa 8,8% do *mix* de produtos, 2,3 p.p. acima do 3T18.

Como destaque da marca no trimestre, a categoria tênis que já representa 44% das vendas da Anacapri, contou com o lançamento do tênis “Paola” que teve como estratégia de divulgação de produto 360° (ação motivacional, produtos na vitrine e comunicação direcionada as clientes).

A marca **Alexandre Birman** apresentou crescimento global de 64,6%, com destaque tanto para o SSS no mercado interno quanto para as vendas no exterior. No mês de agosto, a Alexandre Birman inaugurou sua terceira loja em território internacional, em Dallas, no shopping North Park Center. Também em agosto, a marca lançou sua coleção de *Resort* que atingiu recorde histórico de vendas e teve como destaque o canal de *Web Commerce*. O canal apresentou crescimento de 125% no Brasil, com aumento da base de novas clientes e de vendas *full price*. Pela segunda vez, no mês de setembro, a marca firmou parceria com a renomada loja de departamento *Harrods* para a realização de diversas ativações na loja além de publicação de produtos da Alexandre Birman em seu *instagram*.

A marca **Fiever** teve como destaque no trimestre o canal de *Web Commerce*, que já representa 17,8% do faturamento da marca. No mês de agosto, a Fiever ampliou seu portfólio de produtos masculinos e lançou sua campanha de dia dos pais, contando com diversas ativações, elevando a representatividade dos SKUs masculinos para 26% durante o período. Além disso, a marca lançou uma nova linha de tênis, o “*Fiever BEAT*”, que pela primeira vez contou com o lançamento do modelo feminino e masculino simultaneamente. O modelo já representa 28% das vendas da marca desde o seu lançamento.

A **Alme**, sexta marca do grupo, teve como destaque no trimestre a abertura da sua primeira franquia, localizada no shopping Morumbi em São Paulo. Além da franquia, a marca também inaugurou uma loja própria no tradicional shopping Iguatemi São Paulo. O mês de agosto representou a virada de posicionamento da marca apresentando o conceito *#agorasomosAlme* para a consumidora final.

Aliado ao conceito, a Alme apresentou seu novo propósito com o slogan “cuidar de si é cuidar de todas”, que busca inspirar o autocuidado para assim gerar mais equilíbrio nas relações entre as pessoas e com o mundo. Além disso, a marca realizou diversos estudos para aprimorar a percepção de conforto em seus produtos e atender a demanda crescente das consumidoras desse mercado.

No início de outubro, a Arezzo&Co assinou contrato para se tornar a distribuidora exclusiva da marca **Vans®** no Brasil. Este foi o primeiro passo visando à complementação do portfólio de marcas próprias da Companhia no país, com consequente aumento de seu mercado endereçável - através de atuação nos segmentos masculino, vestuário e infantil.

O acordo com a Vans® prevê que a Arezzo&Co poderá (i) abrir e operar lojas da Vans – sejam elas próprias ou franquias; (ii) operar seu *web commerce* próprio e (iii) estabelecer relações com revendedores autorizados dentro dos canais esportivo e multimarca.

O contrato tem prazo inicial de 5 (cinco) anos a partir de 1º de janeiro de 2020, com possibilidade de extensão por mais 2 (dois) anos, vinculada ao atingimento de determinadas métricas operacionais e financeiras. Dentro do modelo de negócios previsto para a Vans®, a Arezzo&Co irá, dentre outras iniciativas, aumentar a relevância do *sourcing* local dos produtos, bem como os mecanismos de reposição automática em seus 3 canais de atuação.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e Web 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 3,9% nas vendas do *sell-out* no 3T19 em relação ao 3T18 devido, principalmente, ao forte crescimento do canal online e da abertura líquida de 60 lojas monomarca nos últimos 12 meses, além do aumento das vendas nas mesmas lojas, que foi de 1,1% no 3T19.

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 em benefício do canal de Franquias. Desconsiderando os repasses anteriormente mencionados, o canal de Lojas Próprias teria crescido 5,5%.

A área de venda das lojas no Brasil e no exterior teve aumento de 5,5% no trimestre em comparação ao 3T18, com a adição líquida de 36 lojas da marca Anacapri, 22 da marca Arezzo (sendo sua maioria no formato *light*) e 2 da marca Alme, totalizando 2.330 m² (excluindo *outlets*).

O canal Franquias teve representatividade de 48,1% nas vendas domésticas no 3T19 e apresentou SSS *sell-in* de 1,2%. Para efeitos de comparação, recomenda-se que os indicadores de SSS *sell-in* e SSS *sell-out* sejam analisados em um período de 12 meses, evitando assim possíveis efeitos de calendário, comuns à operação da Companhia.

O canal *Web Commerce* apresentou crescimento de 27,6% ante o 3T18, passando a representar 11,9% do faturamento doméstico da companhia. Cabe destacar diversas iniciativas implementadas pelo time no trimestre, como o *ZZ Content* – plataformas de conteúdo próprias destinadas às clientes de cada marca, bem como o piloto do clube de assinatura anual para fretes expressos grátis na marca Schutz.

Multimarcas

No 3T19, o faturamento do canal Multimarcas apresentou crescimento de 6,9% ante o 3T18, sobre uma base de comparação de 7,2%. A marca Arezzo demonstrou excelente performance no canal, continuando a apresentar elevado giro e atratividade para os lojistas. Além disso, destaca-se a recuperação contínua de performance da marca Schutz.

As seis marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.659 lojas no 3T19, crescimento de 8,5% ante o 3T18, e estão presentes em 1.385 cidades.

Mercado Externo

Nos Estados Unidos, a receita da operação registrou crescimento de 66,8%. Em dólares, o crescimento foi de 65,4%. Todos os canais da marca Schutz e da marca Alexandre Birman - *Wholesale* (lojas de departamento e lojas online), Lojas Próprias e *Web Commerce* - apresentaram crescimento relevante no período, com destaque para a performance das lojas de departamento, cujas vendas foram alavancadas pelo crescimento da modalidade “*dropship*” bem como da venda dos *web commerces* de tais redes.

Além do crescimento do canal *Wholesale*, o canal de Lojas Próprias apresentou ótima performance, impulsionado pela abertura de 6 lojas nos últimos doze meses. No trimestre, foi aberta mais uma loja da marca Alexandre Birman, em Dallas no NorthPark Center. Adicionalmente, a operação *online* tem obtido crescimento expressivo em ambas as marcas, resultante de maiores investimentos em marketing e *brand awareness*, com impacto direto nos indicadores de tráfego e conversão.

Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo tiveram uma redução de 20,9% em Reais no 3T19 em comparação ao mesmo período de 2018, em decorrência de questões relevantes em importantes mercados para a Companhia, como Argentina e Chile.

Em termos consolidados, no 3T19, a receita da Companhia no mercado externo foi 31,8% superior em relação ao 3T18, passando a representar 13,3% da receita total vs 10,9% 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 de metodologias ágeis baseadas em *squads*, que visam a integração de todos os canais de vendas, digitalização do negócio com a implementação de BI e tecnologia no merchandising.

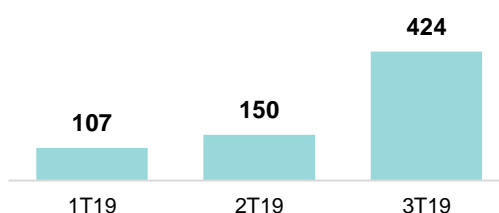
A frente de integração de canais tem apresentado importante progresso com o aumento de lojas aptas a operarem as iniciativas omnicanalidade e crescente engajamento dos franqueados visando o incremento da conversão em loja e melhora constante da experiência de compra da rede Arezzo&Co.

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.

Atualmente 424 lojas já estão habilitadas para receberem pedidos e operarem na modalidade.

Evolução de Lojas Habilitadas

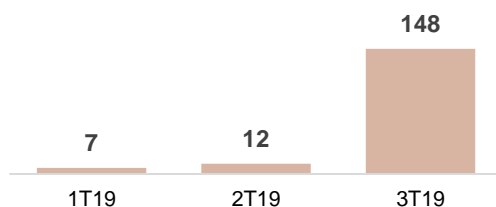


Store Shipping

O *Store Shipping* consiste na compra do produto através do *webcommerce* da marca e entrega na casa da cliente no mesmo dia de um estoque de loja física.

Atualmente 148 lojas já estão habilitadas para receberem pedidos e operarem na modalidade.

Evolução de Lojas Habilitadas

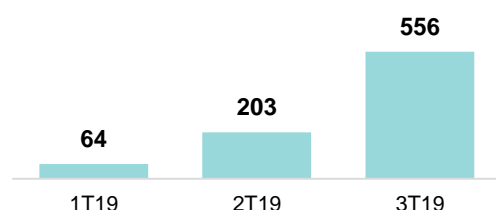


Prateleira Infinita

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

Atualmente 556 lojas já estão habilitadas para receberem pedidos e operarem na modalidade.

Evolução de Lojas Habilitadas

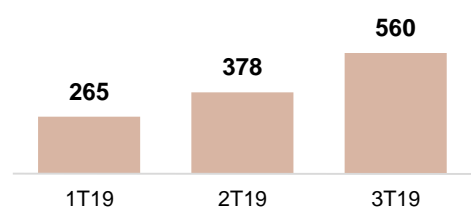


Venda Remota

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*.

Atualmente 560 lojas já estão habilitadas para receberem pedidos e operarem na modalidade.

Evolução de Lojas Habilitadas



Expansão da Rede Monomarca

Encerramos o trimestre com 715 lojas, sendo 700 no Brasil e 15 no exterior - um aumento de área de vendas de 5,5%, com 66 aberturas líquidas no Brasil e exterior nos últimos 12 meses.

No 3T19, a Arezzo&Co teve a abertura líquida de 19 lojas, sendo 9 lojas da Arezzo (sendo 7 no formato light), 8 lojas da Anacapri, 2 lojas de Alme e 1 loja da Alexandre Birman (internacional).

Histórico de lojas	3T18	4T18	1T19	2T19	3T19
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	42.504	43.965	44.086	44.322	44.835
Área de venda - franquias (m ²)	36.075	37.691	37.704	37.768	38.739
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	6.429	6.274	6.382	6.553	6.096
Total de lojas no Brasil	640	673	677	681	700
Número de franquias	590	628	632	636	658
Arezzo	393	405	405	406	419
Schutz	68	73	74	73	73
Anacapri	129	150	153	157	165
Alme	–	–	–	–	1
Número de lojas próprias	50	45	45	45	42
Arezzo	14	14	14	14	10
Schutz	22	17	17	17	17
Alexandre Birman	4	4	4	4	4
Anacapri	3	3	3	3	3
Fiever	5	5	5	5	5
Alme	2	2	2	2	3
Total de lojas no Exterior	9	12	13	15	15
Número de franquias	5	6	6	6	6
Número de lojas próprias ⁴	4	6	7	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 New Jersey, 1 em São Francisco e 1 em Dallas das marcas Schutz e Alexandre Birman.

Principais Indicadores Financeiros	3T19	3T18	Δ (%) 19 x 18	3T19 Pró-forma ⁴	Δ (%) 19 x 18
Receita Bruta	538.187	497.887	8,1%	538.187	8,1%
Receita Líquida	440.874	410.404	7,4%	440.874	7,4%
CMV	(240.204)	(219.767)	9,3%	(240.222)	9,3%
Depreciação e amortização - Custo	(748)	(394)	n/a	(497)	n/a
Lucro bruto	200.670	190.637	5,3%	200.652	5,3%
<i>Margem bruta</i>	45,5%	46,5%	(1,0 p.p)	45,5%	(1,0 p.p)
SG&A	(139.413)	(130.574)	6,8%	(139.491)	6,8%
<i>%Receita</i>	(31,6%)	(31,8%)	0,2 p.p	(31,6%)	0,2 p.p
Despesas comerciais	(92.058)	(89.084)	3,3%	(101.590)	14,0%
Lojas próprias e Web Commerce	(28.019)	(32.102)	(12,7%)	(31.612)	(1,5%)
Venda, logística e suprimentos	(64.039)	(56.982)	12,4%	(69.978)	22,8%
Despesas gerais e administrativas	(34.553)	(31.360)	10,2%	(35.205)	12,3%
Outras (despesas) e receitas⁵	8.738	142	n/a	8.738	n/a
Depreciação e amortização - Despesa	(21.540)	(10.272)	109,7%	(11.434)	11,3%
EBITDA	83.545	70.730	18,1%	73.091	3,3%
<i>Margem EBITDA</i>	18,9%	17,2%	1,7 p.p	16,6%	(0,6 p.p)
Lucro líquido	39.775	40.164	(1,0%)	41.090	2,3%
<i>Margem líquida</i>	9,0%	9,8%	(0,8 p.p)	9,3%	(0,5 p.p)
Capital de giro¹ - % da receita	24,6%	26,7%	(2,1 p.p)	25,7%	(1,0 p.p)
Capital empregado² - % da receita	43,3%	36,7%	6,6 p.p	37,8%	1,1 p.p
Caixa líquido/EBITDA	0,3x	0,5x	-	0,4x	-
Caixa Bruto	275.344	283.745	(3,0%)	275.344	(3,0%)
Dívida total	189.092	172.421	9,7%	189.092	9,7%
Caixa líquido ³	86.252	111.324	(22,5%)	86.252	(22,5%)

(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 receita proveniente de repasses de 4 lojas próprias e créditos fiscais extemporâneos. Cabe lembrar que as despesas de rescisão de pessoal referentes aos repasses de lojas próprias foram alocadas na linha de despesas comerciais (R\$ 1,2 milhão).

Principais Indicadores Financeiros	9M19	9M18	Δ (%) 19 x 18	9M19 Pró-forma ⁴	Δ (%) 19 x 18
Receita Bruta	1.490.199	1.360.257	9,6%	1.490.199	9,6%
Receita Líquida	1.211.583	1.114.448	8,7%	1.211.583	8,7%
CMV	(654.106)	(598.500)	9,3%	(654.155)	9,3%
Depreciação e amortização - Custo	(2.104)	(1.047)	n/a	(1.398)	n/a
Lucro bruto	557.477	515.948	8,0%	557.428	8,0%
<i>Margem bruta</i>	46,0%	46,3%	(0,3 p.p)	46,0%	(0,3 p.p)
SG&A	(410.412)	(375.785)	9,2%	(410.712)	9,3%
<i>%Receita</i>	(33,9%)	(33,7%)	(0,2 p.p)	(33,9%)	(0,2 p.p)
Despesas comerciais	(259.441)	(252.129)	2,9%	(284.796)	13,0%
Lojas próprias e Web Commerce	(86.066)	(94.625)	(9,0%)	(96.750)	2,2%
Venda, logística e suprimentos	(173.375)	(157.504)	10,1%	(188.046)	19,4%
Despesas gerais e administrativas	(114.603)	(93.030)	23,2%	(118.817)	27,7%
Outras (despesas) e receitas	21.579	(3.794)	n/a	21.563	n/a
Depreciação e amortização - Despesa	(57.947)	(26.832)	116,0%	(28.662)	6,8%
EBITDA	207.116	168.043	23,3%	176.775	5,2%
<i>Margem EBITDA</i>	17,1%	15,1%	2,0 p.p	14,6%	(0,5 p.p)
Lucro líquido	103.484	100.401	3,1%	107.320	6,9%
<i>Margem Líquida</i>	8,5%	9,0%	(0,5 p.p)	8,9%	(0,1 p.p)
Capital de giro¹ - % da receita	24,6%	26,7%	(2,1 p.p)	25,7%	(1,0 p.p)
Capital empregado² - % da receita	43,3%	36,7%	6,6 p.p	37,8%	1,1 p.p
Caixa líquido/EBITDA	0,3x	0,5x	-	0,4x	-
Caixa Bruto	275.344	283.745	(3,0%)	275.344	(3,0%)
Dívida total	189.092	172.421	9,7%	189.092	9,7%
Caixa líquido ³	86.252	111.324	(22,5%)	86.252	(22,5%)

(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.

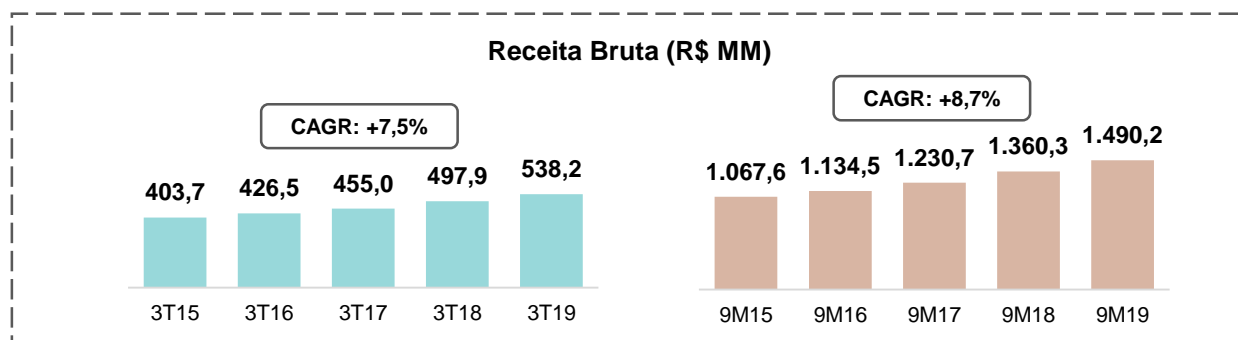
(3) Dívida Líquida é equivalente à posição total de endividamento oneroso ao final de um período, subtraída da posição de caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto prazo.

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

Receita Bruta

A receita bruta da Companhia atingiu R\$ 538,2 milhões neste trimestre, crescimento de 7,4% em relação ao 3T18. Dentre os principais fatores que resultaram nesse crescimento, destacam-se:

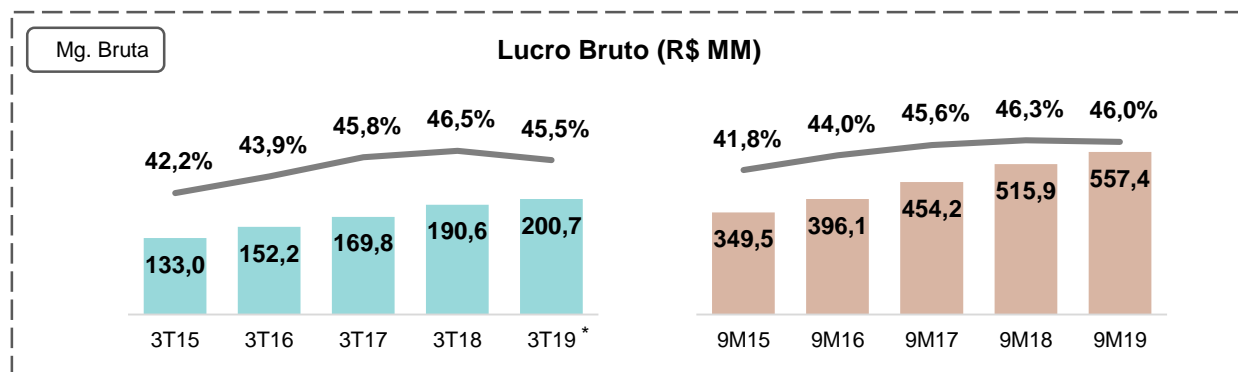
- Crescimento de 6,9% do canal de Franquias;
- Crescimento de 18,6% da marca Anacapri vs o 3T18;
- Crescimento de 27,6% do canal *Web Commerce*;
- Crescimento de 66,8% da Operação nos Estados Unidos.



Lucro Bruto (Pro-forma)

O lucro bruto ajustado do 3T19 totalizou R\$ 200,7 milhões, crescimento de 5,3% ante 3T18, com retração de 100 bps na margem bruta, que alcançou 45,5% no 3T19.

Dentre os fatores responsáveis pela margem bruta, destaca-se positivamente (i) a maior participação do canal *Web Commerce* no *mix* de receita e negativamente (ii) a piora da margem no canal de multimarcas e (iii) a menor representatividade do canal de Lojas Próprias no *mix*, devido aos repasses de 10 lojas (5 da marca Arezzo e 5 da marca Schutz) 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 organicamente, e grande parte das despesas apresentadas a seguir refletem o investimento em novas marcas e novos mercados/ geografias.

Despesas Comerciais

No 3T19 houve uma expansão de 14,0% das despesas comerciais quando comparadas ao 3T18, alcançando R\$ 101,6 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem:

(i) despesas de Lojas Próprias e Web Commerce (canais de sell-out), que somaram R\$ 31,6 milhões – retração de 1,5% em relação ao 3T18 - abaixo do crescimento de 27,6% 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\$70,0 milhões - aumento de 22,8% em relação ao 3T18. Destacam-se aqui os gastos incrementais relacionados ao investimento na operação norte-americana, incluindo o desenvolvimento de seus três canais de atuação (*wholesale, retail e web commerce*), cujas receitas deverão trazer maior alavancagem operacional ao longo dos próximos trimestres.

Despesas Gerais e Administrativas

No 3T19, as despesas gerais e administrativas cresceram R\$ 5,0 milhões, incremento de 15,9% frente ao 3T18, sendo R\$1,7 milhão referentes à operação Brasil – com destaque para investimentos estruturais em tecnologia da informação – e R\$ 3,3 milhões referentes à operação dos Estados Unidos.

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

EBITDA e margem EBITDA (Pro-forma)

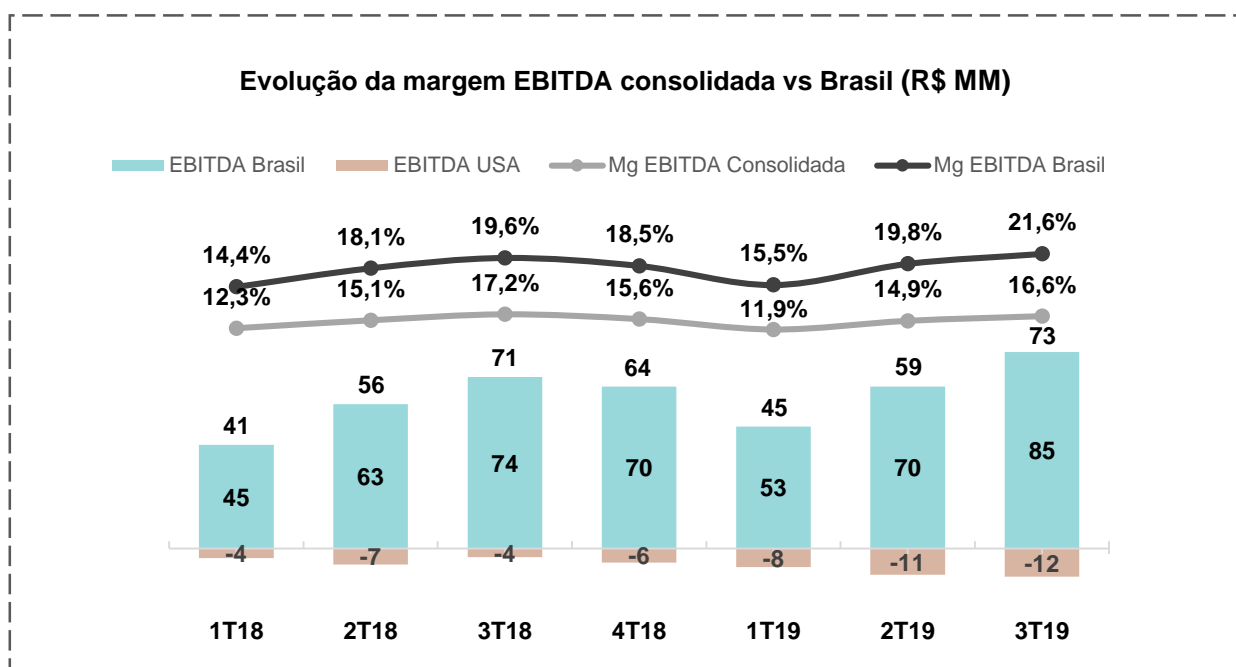
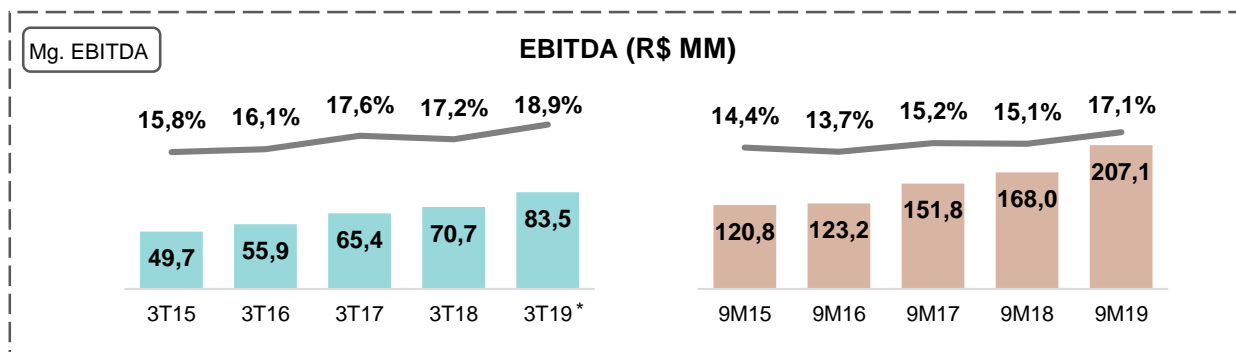
A Companhia atingiu EBITDA de R\$ 73,1 milhões no 3T19, com margem de 16,6% e um aumento de 3,3% em relação aos resultados apresentados no 3T18. Dentre os principais fatores, destacam-se:

- Crescimento de 7,4% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- Crescimento de 5,3% no lucro bruto (pressão de 100bps na margem bruta).
- Margem EBITDA da operação Brasil aumentou 210 bps, de 19,6% no 3T18 para 21,6% no 3T19;

EBITDA e margem EBITDA (Pro-forma)

- Excluindo a operação nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia aumentaria 500 bps no trimestre, resultante do contínuo investimento na expansão internacional da Companhia;
- Desconsiderando alguns elementos de natureza não-recorrente, a pressão de margem proveniente dos Estados Unidos foi de 400bps (ou de R\$ 4,0 milhões).

	3T19 (R\$ MM)				3T18 (R\$ MM)			
	Consolidado	Brasil	EUA	Pressão	Consolidado	Brasil	EUA	Pressão
ROL	440,9	394,5	46,4		410,4	380,6	29,8	
EBITDA	73,1	85,2	(12,1)	500 bps	70,7	74,4	(3,7)	232 bps
Mg. EBITDA	16,6%	21,6%	-		17,2%	19,6%	-	

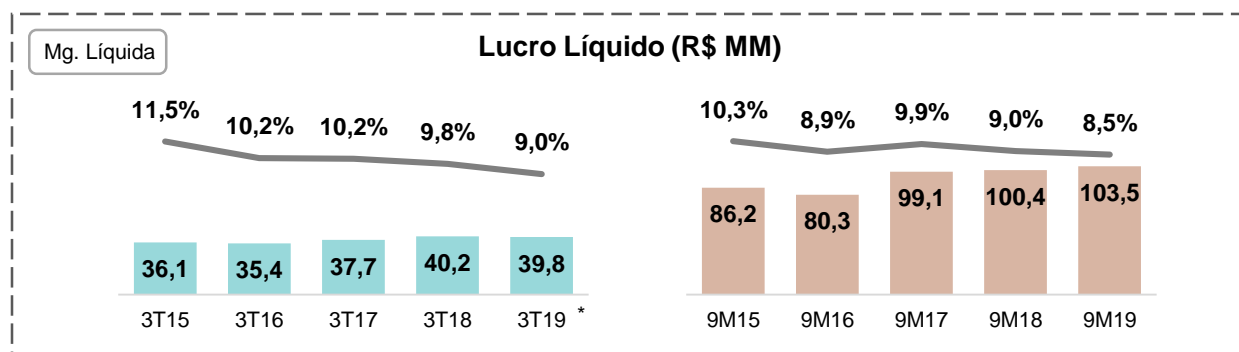


EBITDA antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Lucro líquido e Margem líquida (Pro-forma)

A Companhia apresentou margem líquida ajustada de 9,3% no 3T19 e o lucro líquido do período somou R\$ 41,1 milhões, sendo 2,3% acima em relação ao 3T18.

O lucro líquido foi impactado pelos seguintes fatores: positivamente pela (i) menor variação cambial associada ao menor saldo de dívida em USD e negativamente pelo (ii) impacto na alíquota efetiva de imposto de renda e (iii) pela redução das receitas financeiras; resultante de um volume menor de aplicações financeiras no período e da queda na taxa SELIC nos últimos 12 meses.



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

Geração de Caixa Operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 59,3 milhões de caixa operacional no 3T19, montante superior ao apresentado no 3T18, por conta de um maior volume de depreciação e amortizações (efeitos IFRS-16) bem como pela melhora em contas a receber e fornecedores no período. O capital de giro como percentual da receita caiu de 26,7% no 3T18 para 25,7% no 3T19 (IFRS-16).

Geração de caixa operacional	3T19	3T18	9M19	9M18
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social (LAIR)	57.375	53.762	133.533	122.206
Depreciações e amortizações	22.288	10.667	60.051	27.880
Outros	8.903	(1.011)	15.154	10.788
Decréscimo (acréscimo) de ativos/passivos	(22.067)	(28.596)	(36.722)	(64.066)
Contas a receber de clientes	(42.433)	(51.604)	(31.691)	(50.007)
Estoques	(18.693)	(5.883)	(32.623)	(34.924)
Fornecedores	37.404	20.193	42.712	23.129
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	1.655	8.698	(15.120)	(2.264)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(7.170)	(7.855)	(28.584)	(13.996)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	59.329	26.967	143.432	82.812

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 escritório no Brasil; e
- iii) Outros investimentos, principalmente relacionados à operação norte-americana e à operação industrial.

No 3T19, a Arezzo&Co investiu R\$ 17,4 milhões em CAPEX, com destaque para:

Operação Brasil: (i) lançamento da loja *flagship* da marca Alme no Shopping Iguatemi São Paulo, (ii) ampliação do Centro de Distribuição do *Web Commerce* e (iii) reforma e mudança de ponto da loja da marca Alexandre Birman no Shopping Iguatemi São Paulo.

Operação Estados Unidos: (i) abertura da loja da Alexandre Birman em Dallas, (ii) investimentos em softwares e TI e (iii) valores residuais decorrentes da nova sede/showroom das marcas e lançamento das lojas de Short Hills e San Francisco.

Sumário de investimentos	3T19	3T18	Δ 19 x 18 (%)	9M19	9M18	Δ 19 x 18 (%)
CAPEX total	17.446	13.739	27,0%	43.566	35.966	21,1%
Lojas - expansão e reformas	5.538	2.247	146,5%	7.881	9.363	(15,8%)
Corporativo	5.762	6.417	(10,2%)	13.786	16.124	(14,5%)
Outros	6.146	5.075	21,1%	21.899	10.479	109,0%

Posição de Caixa e Endividamento

A Companhia encerrou o 3T19 com caixa líquido de R\$ 86,3 milhões. No período, a política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$ 189,1 milhões no 3T19 ante R\$ 161,2 milhões no 3T18;
- Caixa líquido de 0,4x frente a 0,5x no 3T18.

Posição de caixa e endividamento	3T19	2T19	3T18
Caixa e equivalentes de caixa	275.344	257.135	283.745
Dívida total	189.092	175.957	172.421
Curto prazo	183.678	153.533	161.180
% dívida total	97,1%	87,3%	93,5%
Longo prazo	5.414	22.424	11.241
% dívida total	2,9%	12,7%	6,5%
Caixa líquido	86.252	81.178	111.324

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

O retorno sobre o capital investido (ROIC) atingiu o patamar de 26,4% frente a 32,6% no 3T18. O NOPAT pro-forma ficou abaixo do mesmo período do ano anterior devido a uma base LTM de IR/CSLL mais baixa no 3T18, por conta de liminar obtida 4T17, que possibilitou a exclusão do recolhimento de IR e CSLL (34%) sobre o benefício fiscal de ICMS (retroativo a 2017) – liminar esta que se manteve válida.

O incremento do capital de giro pro-forma deve-se a um maior volume de estoques, reflexo do crescimento de vendas consolidado e do aumento da relevância do programa *dropship* e dos itens de pronta entrega na operação norte-americana, ambos visando maior assertividade na ponta e agilidade de reposição.

Resultado operacional	3T19	3T19 Pró-forma	3T18	3T17	Δ 19 x 18 Reportado	Δ 19 x 18 Pró-Forma
EBIT (LTM)	198.182	197.833	184.643	176.535	7,3%	7,1%
+ IR e CS (LTM)	(35.598)	(35.598)	(8.247)	(52.742)	331,6%	331,6%
NOPAT	162.584	162.235	176.396	123.793	(7,8%)	(8,0%)
Capital de giro ¹	399.559	439.071	393.950	314.394	1,4%	11,5%
Ativo permanente	383.202	166.344	156.666	151.562	144,6%	6,2%
Outros ativos de longo prazo ²	37.149	37.149	35.180	32.025	5,6%	5,6%
Capital empregado	819.910	642.564	585.796	497.981	40,0%	9,7%
Média do capital empregado³	702.853	614.180	541.889		29,7%	13,3%
ROIC⁴	23,1%	26,4%	32,6%			

(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	3T19	2T19	3T18
Ativo circulante	949.191	877.448	891.852
Caixa e bancos	7.657	7.842	3.390
Aplicações financeiras	267.687	249.293	280.355
Contas a receber de clientes	415.431	370.837	384.438
Estoques	180.736	163.368	147.501
Impostos a recuperar	56.891	57.554	46.193
Outros créditos	20.789	28.554	29.975
Ativo não circulante	442.450	426.667	219.109
Realizável a longo Prazo	59.248	60.003	62.443
Contas a receber de clientes	10.829	10.948	11.764
Imposto de renda e contribuição social diferidos	22.099	20.811	27.263
Outros créditos	26.320	28.244	23.416
Propriedades para Investimento	3.017	3.314	3.324
Imobilizado	317.786	299.640	81.843
Intangível	62.399	63.710	71.499
Total do ativo	1.391.641	1.304.115	1.110.961

Passivo	3T19	2T19	3T18
Passivo circulante	482.982	420.301	375.337
Empréstimos e financiamentos	183.678	153.533	161.180
Arrendamento	39.617	36.390	0
Fornecedores	148.756	111.810	127.548
Outras obrigações	110.931	118.568	86.609
Passivo não circulante	198.004	204.966	22.606
Empréstimos e financiamentos	5.414	22.424	11.241
Partes relacionadas	1.551	1.428	1.492
Outras obrigações	9.858	9.715	9.873
Arrendamento	181.181	171.399	0
Patrimônio líquido	710.655	678.848	713.018
Capital social	352.715	352.715	341.073
Reserva de capital	49.810	49.035	45.525
Reservas de lucros	90.033	90.033	178.748
Reserva de Incentivos Fiscais	136.443	136.443	64.658
Outros resultados abrangentes	5.788	7.257	3.614
Lucros acumulados	75.866	43.365	79.400
Total do passivo e patrimônio líquido	1.391.641	1.304.115	1.110.961

Demonstrativo de Resultado

DRE	3T19	3T18	Var. %	3T19 Pró-Forma	Var. %
Receita operacional líquida	440.874	410.404	7,4%	440.874	7,4%
Custo dos produtos vendidos	(240.204)	(219.767)	9,3%	(240.222)	9,3%
Lucro bruto	200.670	190.637	5,3%	200.652	5,3%
Receitas (despesas) operacionais:	(139.413)	(130.575)	6,8%	(139.491)	6,8%
Comerciais	(109.150)	(96.775)	12,8%	(109.363)	13,0%
Administrativas e gerais	(39.000)	(33.941)	14,9%	(38.865)	14,5%
Outras receitas operacionais, líquidas	8.737	141	6096,5%	8.737	6096,5%
Lucro antes do resultado financeiro	61.257	60.062	2,0%	61.161	1,8%
Resultado Financeiro	(3.882)	(6.300)	-38,4%	(2.469)	-60,8%
Lucro antes do IR e CS	57.375	53.762	6,7%	58.692	9,2%
Imposto de renda e contribuição social	(17.600)	(13.598)	29,4%	(17.602)	29,4%
Corrente	(18.888)	(15.554)	21,4%	(18.888)	21,4%
Diferido	1.288	1.956	-34,2%	1.286	-34,3%
Lucro líquido do exercício	39.775	40.164	-1,0%	41.090	2,3%

DRE	9M19	9M18	Var. %	9M19 Pró-Forma	Var. %
Receita operacional líquida	1.211.583	1.114.448	8,7%	1.211.583	8,7%
Custo dos produtos vendidos	(654.106)	(598.500)	9,3%	(654.155)	9,3%
Lucro bruto	557.477	515.948	8,0%	557.428	8,0%
Receitas (despesas) operacionais:	(410.412)	(375.786)	9,2%	(410.712)	9,3%
Comerciais	(303.158)	(272.267)	11,3%	(303.751)	11,6%
Administrativas e gerais	(128.833)	(99.725)	29,2%	(128.524)	28,9%
Outras receitas operacionais, líquidas	21.579	(3.794)	-668,8%	21.563	-668,3%
Lucro antes do resultado financeiro	147.065	140.162	4,9%	146.716	4,7%
Resultado Financeiro	(13.532)	(17.956)	-24,6%	(9.347)	-47,9%
Lucro antes do IR e CS	133.533	122.206	9,3%	137.369	12,4%
Imposto de renda e contribuição social	(30.049)	(21.805)	37,8%	(30.049)	37,8%
Corrente	(36.338)	(34.544)	5,2%	(36.338)	5,2%
Diferido	6.289	12.739	-50,6%	6.289	-50,6%
Lucro líquido do exercício	103.484	100.401	3,1%	107.320	6,9%

Fluxo de Caixa

DFC	3T19	3T18	9M19	9M18
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	57.375	53.762	133.533	122.206
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	31.191	9.656	75.205	38.668
Depreciações e amortizações	22.288	10.667	60.051	27.880
Rendimento de aplicação financeira	(3.492)	(4.091)	(10.685)	(13.714)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(2.393)	(820)	(3.400)	(3.184)
Juros e variação cambial	16.254	3.345	22.462	17.408
Outros	(1.466)	555	6.777	10.278
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(42.433)	(51.604)	(31.691)	(50.007)
Estoques	(18.693)	(5.883)	(32.623)	(34.924)
Impostos a recuperar	1.685	1.756	(5.894)	(8.171)
Variação de outros ativos circulantes	5.242	(3.652)	(1.319)	(7.317)
Depósitos judiciais	(1.073)	(153)	(5.375)	(1.158)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	37.404	20.193	42.712	23.129
Obrigações trabalhistas	2.580	7.436	(1.609)	9.791
Obrigações fiscais e sociais	(6.133)	3.895	(7.200)	612
Variação de outras obrigações	(646)	(584)	6.277	3.979
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(7.170)	(7.855)	(28.584)	(13.996)
Arrendamento	-	-	-	-
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	59.327	26.967	143.430	82.812
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	5.923	4	6.910	684
Aquisições de imobilizado e intangível	(17.446)	(13.739)	(43.566)	(35.966)
Aplicações financeiras	(243.094)	(322.269)	(773.203)	(730.371)
Resgate de aplicações financeiras	227.704	311.098	741.518	789.096
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(26.913)	(24.906)	(68.341)	23.443
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	25.111	4.412	105.076	54.748
Pagamentos de empréstimos	(25.837)	(10.312)	(41.514)	(86.017)
Contraprestação de arrendamento	(11.916)	-	(35.285)	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	(12.642)	(5.900)	28.277	(31.269)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	(20.328)	(21.002)	(41.175)	(21.002)
Distribuição de lucros	-	(2)	(75.000)	(69.718)
Créditos (débitos) com sócios	124	55	108	259
Emissão de ações	-	10.698	11.642	10.698
Recompra de Ações	-	(201)	-	(3.007)
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(20.204)	(10.452)	(104.425)	(82.770)
Aumento (redução) das disponibilidades	(432)	(14.291)	(1.059)	(7.784)
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	247	217	215	1.018
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	7.842	17.464	8.501	10.156
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	7.657	3.390	7.657	3.390
Aumento (redução) das disponibilidades	(432)	(14.291)	(1.059)	(7.784)

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.