

Divulgação de Resultados - 2T14

AREZZO
&CO

AREZZO

SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

Divulgação de Resultados - 2T14

AREZZO



SCHUTZ



ALEXANDRE
BIRMAN



ANACAPRI



Belo Horizonte, 30 de julho de 2014. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2014. As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhares de reais, conforme as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2013 (2T13), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 29.07.14:

R\$ 29,33

Valor de mercado em 29.07.14:

R\$ 2.601,1 milhões

Teleconferência de resultados:

Quinta-feira, 31 de julho de 2014

11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam de São Paulo: 11 3301-3000

Participantes que ligam do Brasil e outros países: +55 11 4003-9004

Participantes que ligam do EUA: 1-866-866-2673

Senha: Arezzo&Co

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

Relações com Investidores:

Thiago Borges

Diretor Financeiro e de RI

Leonardo Pontes dos Reis, CFA

Gerente de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzoco.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Arezzo&Co registra crescimento de 7,2% da receita bruta no 2T14 e crescimento de 8,9% do lucro líquido, totalizando R\$31,6 milhões

DESTAQUES

- A receita bruta do 2T14 alcançou R\$327,5 milhões, crescimento de 7,2% sobre o 2T13;
- No 2T14, o lucro bruto da Companhia atingiu R\$112,9 milhões, crescimento de 6,5% sobre o lucro bruto do 2T13;
- O EBITDA do 2T14 somou R\$42,3 milhões, crescimento de 4,5% em relação ao 2T13, com margem de 16,7%;
- No 2T14, o lucro líquido foi de R\$31,6 milhões, com margem líquida de 12,5%, crescimento de 8,9% sobre o 2T13;
- Neste trimestre a Arezzo&Co abriu nove lojas e ampliou seis lojas, com crescimento de 15,7% da área de vendas nos últimos 12 meses.

Resumo do Resultado	2T13	2T14	Cresc. ou spread (%)	1S13	1S14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	237.639	253.748	6,8%	438.678	467.173	6,5%
Lucro Bruto	106.058	112.908	6,5%	195.491	204.969	4,8%
<i>Margem bruta</i>	44,6%	44,5%	-0,1 p.p.	44,6%	43,9%	-0,7 p.p.
EBITDA¹	40.478	42.281	4,5%	69.114	69.570	0,7%
<i>Margem EBITDA</i>	17,0%	16,7%	-0,3 p.p.	15,8%	14,9%	-0,9 p.p.
Lucro líquido	29.057	31.633	8,9%	48.423	49.066	1,3%
<i>Margem líquida</i>	12,2%	12,5%	0,3 p.p.	11,0%	10,5%	-0,5 p.p.

Indicadores Operacionais	2T13	2T14	Cresc. ou spread (%)	1S13	1S14	Cresc. ou spread (%)
Número de pares vendidos ('000)³	2.297	2.519	9,6%	4.290	4.577	6,7%
Número de bolsas vendidas ('000)³	128	161	25,8%	264	323	22,3%
Número de funcionários	2.014	2.135	6,0%	2.014	2.135	6,0%
Número de lojas*	417	468	51	417	468	51
<i>Próprias</i>	56	51	-5	56	51	-5
<i>Franquias</i>	361	417	56	361	417	56
Outsourcing (% da produção total)	89,8%	89,8%	0,0 p.p.	89,9%	90,0%	0,1 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	5,5%	1,1%	-4,4 p.p.	6,7%	4,7%	-2,0 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	1,2%	6,7%	5,5 p.p.	3,7%	5,1%	1,4 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	2,5%	7,7%	5,2 p.p.	5,3%	5,9%	0,6 p.p.

*Incluem lojas no exterior

1- EBITDA = Lucro antes do resultado financeiro, Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, Depreciação e Amortização. O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados e não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e a definição da Companhia de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA ajustado de outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis utilizadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa operacional, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional. Adicionalmente, a Companhia entende que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma Companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

2- SSS (Vendas nas mesmas lojas): As lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação. Variações em vendas de lojas comparáveis entre os dois períodos são baseadas nas vendas líquidas de devoluções para as vendas do sell-out, e em vendas brutas para sell-in de franquias que estavam em operação durante ambos os períodos comparados. Se uma loja estiver incluída no cálculo de vendas de lojas comparáveis por apenas uma parte de um dos dois períodos comparados, então essa loja será incluída no cálculo da parcela correspondente do outro período. Quando metros quadrados são acrescentados ou reduzidos a uma loja que é incluída nas vendas de lojas comparáveis, impactando a área de vendas em mais de 15%, a loja é excluída nas vendas de lojas comparáveis. Quando a operação de uma loja é descontinuada, as vendas dessa loja são excluídas do cálculo das vendas de lojas comparáveis para os períodos comparados. Considera-se que quando um operador franqueado abre um depósito, sua venda será incluída nas vendas de lojas comparáveis do sell-in se as franquias do operador estiverem em operação durante ambos os períodos que estão sendo comparados. O chamado SSS de Franquias – 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 de 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 passa a também reportar o SSS de sell-out incluindo as vendas do canal web commerce.

3- O volume de pares e bolsas ora retificado para o 1S13 foi de 4.290 pares vendidos e 264 mil bolsas vendidas.

Receita Bruta	2T13	Part%	2T14	Part%	Cresc. %	1S13	Part%	1S14	Part%	Cresc. %
Receita bruta total	305.456		327.520		7,2%	562.907		603.363		7,2%
Mercado externo	11.574	3,8%	16.683	5,1%	44,1%	27.489	4,9%	26.219	4,3%	-4,6%
Mercado interno	293.882	96,2%	310.837	94,9%	5,8%	535.418	95,1%	577.144	95,7%	7,8%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	171.547	58,4%	175.027	56,3%	2,0%	322.266	60,2%	339.581	58,8%	5,4%
<i>Schutz</i>	110.601	37,6%	117.188	37,7%	6,0%	189.577	35,4%	205.436	35,6%	8,4%
<i>Anacapri</i>	9.062	3,1%	16.525	5,3%	82,3%	17.002	3,2%	28.320	4,9%	66,6%
<i>Outros¹</i>	2.672	0,9%	2.097	0,7%	-21,5%	6.573	1,2%	3.807	0,7%	-42,1%
Por canal										
<i>Franquias</i>	134.491	45,8%	151.097	48,6%	12,3%	251.395	47,0%	297.002	51,5%	18,1%
<i>Multimarcas</i>	87.608	29,8%	83.629	26,9%	-4,5%	147.575	27,6%	139.227	24,1%	-5,7%
<i>Lojas próprias²</i>	69.839	23,8%	74.920	24,1%	7,3%	131.251	24,5%	138.848	24,1%	5,8%
<i>Outros³</i>	1.944	0,6%	1.191	0,4%	-38,7%	5.197	0,9%	2.067	0,3%	-60,2%

(1) Inclui a marca Alexandre Birman apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

(2) Lojas Próprias: inclui o canal de vendas Web Commerce.

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

Marcas

A Arezzo&Co tem em sua plataforma quatro importantes marcas: Arezzo, Schutz, Anacapri e Alexandre Birman, distribuídas através de uma rede de Lojas Próprias, Franquias, Multimarcas e Web Commerce, presente em todos os estados do país. Os produtos também são comercializados internacionalmente através de diversos canais: Lojas Próprias, Franquias, Multimarcas e Lojas de Departamento.

Seguindo o calendário de coleções da Companhia, o segundo trimestre concentra a maior parte das vendas da coleção de inverno. Este período é marcado por duas das principais datas de sell-out do ano: o Dia das Mães, em maio, e o Dia dos Namorados, em junho. No fim do trimestre, a Companhia inicia a preparação para a coleção de verão com a Cruise Collection na marca Arezzo e a Resort na marca Schutz, trazendo uma primeira informação do que será tendência nas lojas na próxima estação. Excepcionalmente em 2014, a Copa do Mundo ocorreu no Brasil e devido a uma grande preparação com ações para minimizar o efeito do menor número de dias com as lojas abertas, a Companhia manteve um saudável ritmo de vendas.

A marca Arezzo alcançou R\$175,0 milhões em receita bruta no 2T14, crescimento de 2,0% em relação ao 2T13, representando 56,3% das vendas domésticas. Para o Dia das Mães, a marca executou sua campanha de forma criativa, engajando consumidoras na ação "Arezzo e Mães: Um Caso de Amor", gerando maior fluxo nas lojas e fidelização das clientes, com bom resultado de vendas na rede no período. Além disso, dando continuidade à importante iniciativa de expansão e reforma das lojas, a marca inaugurou 10 lojas no seu novo modelo arquitetônico, incluindo sete ampliações e reformas, resultando em aumento de produtividade nas lojas com o novo layout. Além disso, o novo modelo de suprimentos continua em evolução, permitindo um constante aumento da venda de produtos continuáveis nas lojas. Finalmente, a marca executou ações para a Copa do Mundo com companhias aéreas e redes de hotéis, resultando em bom tráfego nas lojas.

A marca Schutz apresentou crescimento de 6,0% no 2T14 em relação ao 2T13, atingindo receita bruta de R\$117,2 milhões, ou 37,7% das vendas no mercado interno. A categoria de bolsas continuou sendo destaque e apresentou crescimento de 39,6% no trimestre. Adicionalmente, a execução da estratégia no canal web commerce apresentou forte resultado, atingindo crescimento de 69,7% no trimestre. Além disso, a marca realizou diversas ações para o Dia dos Namorados e Copa do Mundo, fortalecendo seu branding e incrementando as vendas.

A marca Anacapri atingiu um forte crescimento de 82,3% no trimestre, alavancado pelo roll out da marca no canal Franquias com a abertura de oito lojas, atingindo 26 franquias e em linha com o objetivo de 25 aberturas em 2014. Os resultados iniciais seguem bastante positivos e reforçam a confiança no modelo de negócios e posicionamento da marca. Em caráter de teste, a marca inaugurou um quiosque no Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, expondo de forma inovadora seus produtos para seu público-alvo e analisando a viabilidade de novos canais.

Marcas

No trimestre, além de apresentar seu novo logotipo, a marca Alexandre Birman inaugurou sua nova loja no Shopping Cidade Jardim, em São Paulo, em uma evolução de seu conceito arquitetônico, trazendo feminilidade, atendendo um público seletivo e reforçando seu posicionamento como a única marca brasileira de calçados femininos que compete no mercado global de luxo.

Canais

Monomarcas - Franquias e Lojas Próprias

Seguindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, as vendas do sell-out da rede Arezzo&Co (Lojas Próprias + Web Commerce + Franquias) cresceram 17,2% no 2T14 em relação ao 2T13, devido principalmente à expansão da área de vendas em 15,7%, enquanto as vendas nas mesmas lojas (SSS - sell-out) apresentaram crescimento de 7,7% no período. Em relação ao indicador SSS sell-out, vale destacar que:

- (i) após o início do período da Copa da Mundo, o indicador foi impactado negativamente em 280 bps;
- (ii) demonstrando a saúde da rede e consistência do indicador, todos os meses do trimestre apresentaram SSS positivo;
- (iii) o indicador SSS sell-out inclui também as vendas online. Excluindo o canal web commerce, o SSS seria de 6,7%.

O crescimento da receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias, foi de 10,6% no 2T14 ante o 2T13, devido principalmente à expansão da área de vendas em 12,7% nos últimos 12 meses, excluindo abertura de outlets, e também devido ao forte crescimento de 25,8% no volume da categoria de bolsas no período, resultado do trabalho de desenvolvimento de produto nas marcas. As lojas monomarca representaram 72,7% das vendas domésticas no 2T14.

O canal Franquias apresentou crescimento de 12,3% no sell-in no trimestre, representando 48,6% das vendas domésticas no 2T14, impulsionado pela abertura de 58 franquias nos últimos 12 meses, sendo 18 da marca Arezzo, 14 da marca Schutz e 26 da marca Anacapri. Além disso, 14 franquias da marca Arezzo foram expandidas nos últimos 12 meses, adicionando 392,9 m² à área de vendas do canal.

As vendas de sell-in, ou seja, aquelas feitas pela Arezzo&Co aos seus franqueados, tiveram expansão nas mesmas franquias (SSS – franquias) de 1,1% no 2T14 quando comparado ao 2T13, devido principalmente ao maior volume vendido de sapatos e bolsas. Vale notar que, no acumulado do ano, o SSS sell-in está em 4,7%, em linha com o SSS sell-out de 5,1% no mesmo período, demonstrando a saúde da rede.

Considerando somente o canal Lojas Próprias, houve crescimento de 7,3% de receita no 2T14 quando comparado ao 2T13, mesmo com redução de 14,0% na área de vendas, excluindo outlets, em função dos repasses de lojas para o canal de Franquias no mesmo período, resultando em aumento de produtividade no canal. Nos últimos 12 meses, houve expansão de duas lojas próprias, adicionando 210,9 m² à área de vendas do canal.

Com a abertura de nove lojas, a Companhia encerrou o trimestre com 461 lojas monomarcas no Brasil e sete no exterior, sendo no Brasil 359 da marca Arezzo, 68 da marca Schutz, 32 da marca Anacapri e duas da marca Alexandre Birman.

Canais

Histórico de lojas	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	27.996	28.999	31.848	32.138	32.381
Área de venda - franquias (m²)	22.154	23.174	25.262	25.498	26.056
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	5.842	5.825	6.586	6.640	6.325
Total de lojas no Brasil	408	420	449	452	461
Número de franquias	353	365	395	399	411
Arezzo	324	328	340	341	342
Schutz	29	35	40	41	43
Anacapri	0	2	15	17	26
Número de lojas próprias	55	55	54	53	50
Arezzo	17	16	17	17	17
Schutz	27	27	27	27	25
Alexandre Birman	2	2	2	2	2
Anacapri	9	10	8	7	6
Total de lojas no Exterior	9	9	9	9	7
Número de franquias	8	8	8	8	6
Número de lojas próprias	1	1	1	1	1

1. Inclui metragens das 9 lojas no exterior

2. Inclui 6 lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.217 m²

3. Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

Em função do processo de roll-out em lojas monomarca, a marca Schutz, que representou 63,0% da receita bruta do canal Multimarcas no 2T14, iniciou em 2013 um processo de descredenciamento de lojas no canal Multimarcas com a finalidade de preservar seu branding, impactando o crescimento do canal devido à menor base de lojas. Assim, no 2T14, o faturamento do canal Multimarcas apresentou redução de 4,5%, principalmente devido ao impacto causado pelo crescimento das lojas monomarca da marca Schutz. A Companhia continua acreditando na importância estratégica do canal, trabalhando para conquistar novos clientes, crescer o share of wallet nos clientes existentes, e aumentar o cross selling entre as marcas. Em 2014, especialmente devido à menor base de lojas durante o primeiro semestre, é possível que o canal apresente faturamento apenas ligeiramente superior ao de 2013.

Devido ao descredenciamento mencionado acima, as quatro marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.280 lojas, redução de 6,0% ante o 2T13, e estão presentes em 1.172 cidades.

Principais indicadores financeiros	2T13	2T14	Cresc. ou spread (%)	1S13	1S14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	237.639	253.748	6,8%	438.678	467.173	6,5%
CMV	(131.581)	(140.840)	7,0%	(243.187)	(262.204)	7,8%
Lucro bruto	106.058	112.908	6,5%	195.491	204.969	4,8%
<i>Margem bruta</i>	44,6%	44,5%	-0,1 p.p.	44,6%	43,9%	-0,7 p.p.
SG&A	(67.965)	(73.724)	8,5%	(131.347)	(141.705)	7,9%
<i>%Receita</i>	28,6%	29,1%	0,5 p.p.	29,9%	30,3%	0,4 p.p.
Despesa comercial	(48.582)	(51.903)	6,8%	(92.445)	(97.824)	5,8%
Lojas próprias	(22.020)	(22.291)	1,2%	(44.357)	(44.862)	1,1%
Venda, logística e suprimentos	(26.562)	(29.612)	11,5%	(48.088)	(52.962)	10,1%
Despesas gerais e administrativas	(17.891)	(17.065)	-4,6%	(35.220)	(34.980)	-0,7%
Outras (despesas) e receitas	893	(1.659)	n/a	1.288	(2.595)	n/a
Depreciação e amortização	(2.385)	(3.097)	29,9%	(4.970)	(6.306)	26,9%
EBITDA	40.478	42.281	4,5%	69.114	69.570	0,7%
<i>Margem EBITDA</i>	17,0%	16,7%	-0,3 p.p.	15,8%	14,9%	-0,9 p.p.
Lucro líquido	29.057	31.633	8,9%	48.423	49.066	1,3%
<i>Margem líquida</i>	12,2%	12,5%	0,3 p.p.	11,0%	10,5%	-0,5 p.p.
Capital de giro¹ - % da receita	26,1%	30,2%	4,1 p.p.	26,1%	30,2%	4,1 p.p.
Capital empregado² - % da receita	33,9%	41,9%	8,0 p.p.	33,9%	41,9%	8,0 p.p.
Dívida total	107.862	80.853	-25,0%	107.862	80.853	-25,0%
Dívida líquida ³	(106.549)	(78.343)	-26,5%	(106.549)	(78.343)	-26,5%
Dívida líquida/EBITDA	-0,7x	-0,5x	n/a	-0,7x	-0,5x	n/a

1 - Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras subtraído do Passivo Circulante menos Empréstimos e Financiamentos e Dividendos a pagar.

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

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

Receita líquida

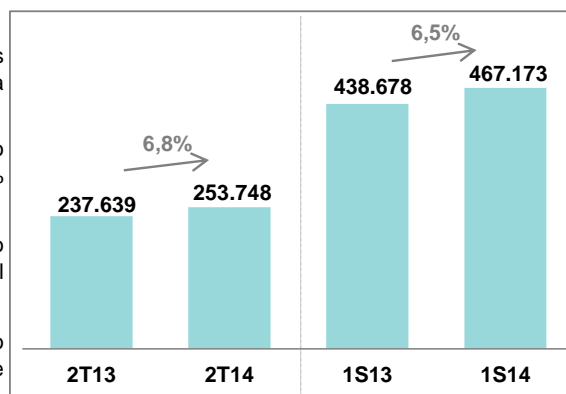
A receita líquida da Companhia atingiu R\$253,7 milhões neste trimestre, crescimento de 6,8% em relação ao 2T13. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento destacam-se:

i) Excluindo outlets, expansão de 12,7% da área de vendas ante o 2T13, com destaque para o crescimento de 17,6% da área de Franquias;

ii) Crescimento do indicador de same store sales (conceito de vendas nas mesmas lojas) do sell-in em 1,1% e de 7,7% do sell-out;

iii) Canal Multimarcas apresentou redução de 4,5% ante o 2T13, principalmente devido ao impacto causado no canal pelo forte crescimento das franquias da marca Schutz;

iv) Impacto positivo na receita líquida devido à redução temporária da alíquota de ICMS no trimestre no valor de R\$1,2 milhões, comparado a R\$3,4 milhões no 2T13.

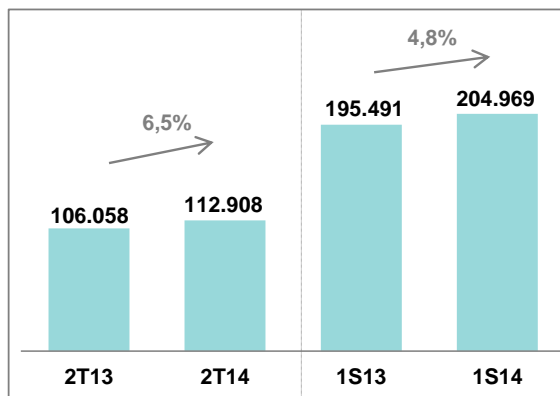


Lucro bruto

O lucro bruto do 2T14 cresceu 6,5% na comparação com o 2T13, totalizando R\$112,9 milhões e margem bruta de 44,5%, praticamente em linha com o ano anterior.

O crescimento do lucro bruto no 2T14 reflete, em especial, o aumento da receita líquida em 6,8%.

A Companhia segue uma estratégia de manter as margens estáveis por canal, sendo que o canal de Lojas Próprias é o que está sujeito à maior variação. No 2T14, houve maior participação do canal Franquias, e a mudança do mix de canais impactou levemente a margem consolidada.

**Despesas operacionais**

A Companhia trabalha fortemente para adequar os níveis de despesas ao crescimento da Companhia. Nos últimos 12 meses, observou-se uma forte desaceleração das despesas, que neste trimestre, excluindo despesas pontuais, ficaram em linha como percentual do faturamento em comparação ao 2T13.

Despesas Comerciais

As Despesas Comerciais da Companhia podem ser divididas em dois principais grupos:

- i) Despesas de Lojas Próprias:
 - Abrangem apenas as despesas das lojas próprias, sell out.
- ii) Despesas de Venda, Logística e Suprimentos:
 - Compreendem despesas da operação de sell in e de sell out.

No 2T14, houve uma expansão de 6,8% das despesas comerciais quando comparadas ao 2T13, alcançando R\$51,9 milhões neste trimestre ante R\$48,6 milhões no mesmo período do ano anterior. As despesas de venda, logística e suprimentos somaram R\$29,6 milhões no período, aumento de 11,5% ante o mesmo trimestre do ano anterior, devido principalmente a maiores investimentos com marketing no valor de R\$1,4 milhão a fim de promover a coleção nas lojas.

As despesas com lojas próprias totalizaram R\$22,3 milhões no 2T14, aumento de 1,2% na comparação com o 2T13, ficando abaixo do crescimento de 7,3% do sell-out de lojas próprias no mesmo período, principalmente em virtude da redução de despesas com pessoal nas lojas ocorrida durante o segundo semestre de 2013.

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T14, as despesas gerais e administrativas somaram R\$17,1 milhões ante R\$17,9 milhões no mesmo trimestre do ano anterior, redução de 4,6%, devido principalmente aos fortes controles implementados pela Administração.

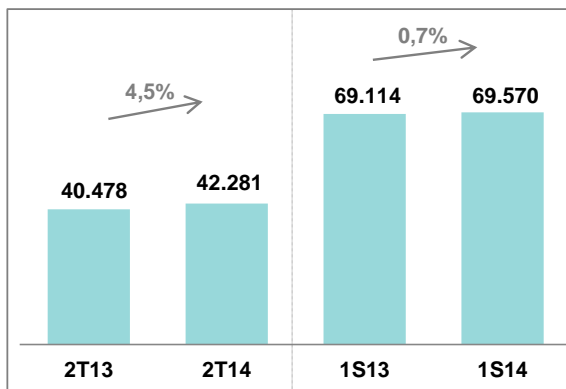
Outras (despesas) e receitas

No 2T14, a Companhia somou uma despesa de R\$1,7 milhão na linha de Outras Despesas Operacionais, em comparação com uma receita de R\$0,9 milhão no 2T13, devido principalmente a uma despesa pontual referente à baixa do imobilizado da antiga loja da marca Arezzo na Rua Oscar Freire no valor de R\$1,2 milhão em função de sua reforma e maior despesa de R\$0,8 milhão no programa de stock options da Companhia.

EBITDA e margem EBITDA

O EBITDA da Companhia apresentou crescimento de 4,5% no 2T14 ante o 2T13, totalizando R\$42,3 milhões em comparação com R\$40,5 milhões do mesmo período do ano anterior, com margem EBITDA de 16,7%. Os principais fatores que levaram ao crescimento do EBITDA no trimestre foram:

- i) Aumento da receita líquida em 6,8%;
- ii) Crescimento do lucro bruto em 6,5%;
- iii) Despesas operacionais como percentual da receita em 29,1%, aumento de 50 bps em relação ao apresentado no 2T13.



Vale mencionar que os resultados do 2T14 vieram em linha com o projetado pela Companhia. Adicionalmente, excluindo as despesas com baixa de imobilizado no valor de R\$1,2 milhão, o EBITDA do 2T14 seria de R\$43,5 milhões, crescimento de 6,9% no trimestre em comparação com o mesmo período do ano anterior.

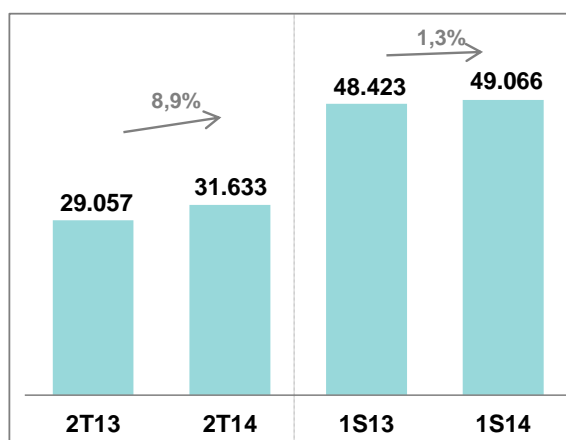
Reconciliação do EBITDA	2T13	2T14	1S13	1S14
Lucro líquido	29.057	31.633	48.423	49.066
(-) Imposto de renda e contribuição social	(9.702)	(11.400)	(18.427)	(20.964)
(-) Resultado financeiro	666	3.849	2.706	6.766
(-) Depreciação e amortização	(2.385)	(3.097)	(4.970)	(6.306)
(=) EBITDA	40.478	42.281	69.114	69.570

Lucro líquido e margem líquida (%)

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 16,7% no 2T14 para margem líquida de 12,5% no trimestre, reflexo do aumento do capital empregado em ativo imobilizado durante os últimos dois anos, resultado do maior número de lojas próprias e maiores investimentos em TI.

Devido ao maior ativo permanente no 2T14 em comparação com o 2T13, a depreciação teve um aumento de 29,9% no período.

O lucro líquido do 2T14 somou R\$31,6 milhões, crescimento de 8,9% em relação ao apresentado no 2T13, com margem líquida de 12,5%, aumento de 30 bps em comparação com a margem líquida apresentada no mesmo período do ano anterior.



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$8,8 milhões de caixa operacional no 2T14, em linha com a geração de caixa do mesmo período do ano anterior, devido principalmente ao maior lucro operacional do período atrelado à maior necessidade de capital de giro, que aumentou neste trimestre em função da maior constituição de estoques a fim de garantir o suprimento da nova Coleção de Verão na rede, bem como para suprir o primeiro enxoval das aberturas de lojas que acontecerão no segundo semestre, principalmente da marca Anacapri. Além disso, devido ao aumento da participação de produtos continuáveis nas vendas, houve a necessidade de formação de estoques estratégicos para reposição com maior frequência na rede.

Geração de caixa operacional	2T13	2T14	Variação em R\$	Variação em %	1S13	1S14	Variação em R\$	Variação em %
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	38.759	43.033	4.274	11,0%	66.850	70.030	3.180	4,8%
Depreciações e amortizações	2.385	3.097	712	29,9%	4.970	6.306	1.336	26,9%
Outros	973	1.754	781	80,3%	(286)	(1.430)	(1.144)	400,0%
Decréscimo (acréscimo) de ativos/passivos	(19.522)	(20.855)	(1.333)	6,8%	(11.285)	(11.653)	(368)	3,3%
Contas a receber de clientes	11.471	9.189	(2.282)	-19,9%	9.097	11.692	2.595	28,5%
Estoques	(2.716)	(18.161)	(15.445)	568,7%	(14.190)	(35.935)	(21.745)	153,2%
Fornecedores	(25.464)	(17.130)	8.334	-32,7%	8.049	22.270	14.221	176,7%
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(2.813)	5.247	8.060	n/a	(14.241)	(9.680)	4.561	-32,0%
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(13.935)	(18.200)	(4.265)	30,6%	(17.598)	(20.542)	(2.944)	16,7%
Disponibilidades líq. geradas pelas ativ. operacionais	8.660	8.829	169	2,0%	42.651	42.711	60	0,1%

Investimentos - Capex

Os investimentos da Companhia têm 3 naturezas: 1) investimento em expansão ou reformas de pontos de venda próprios; 2) investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e 3) outros investimentos, que são principalmente relacionados à modernização da operação industrial.

O capex total no 2T14 foi de R\$14,3 milhões devido principalmente a investimentos corporativos em TI em razão do projeto de implantação de seu novo sistema transacional visando sustentabilidade de seu crescimento e ganhos de eficiência. No trimestre, a Companhia inaugurou sua nova loja da marca Alexandre Birman no Shopping Cidade Jardim, em São Paulo, reforçando seu branding ao expor a marca para uma consumidora que busca exclusividade.

Sumário de investimentos	2T13	2T14	Var. (%)	1S13	1S14	Var. (%)
Capex total	8.942	14.312	60,1%	20.169	24.172	19,8%
Lojas - expansão e reforma	4.151	2.534	-39,0%	6.539	5.716	-12,6%
Corporativo	3.974	10.028	152,3%	12.006	16.114	34,2%
Outros	817	1.750	114,2%	1.624	2.342	44,2%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 2T14 com R\$78,3 milhões de caixa líquido. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$80,9 milhões no 2T14 ante R\$107,9 milhões no 2T13;
- Endividamento de Longo Prazo de 38,5% da dívida total no 2T14, ante 43,7% no 2T13;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 2T14 se mantem em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	2T13	1T14	2T14
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	214.411	207.553	159.196
Dívida total	107.862	96.652	80.853
Curto prazo	60.763	59.680	49.753
% dívida total	56,3%	61,7%	61,5%
Longo prazo	47.099	36.972	31.100
% dívida total	43,7%	38,3%	38,5%
Dívida líquida	(106.549)	(110.901)	(78.343)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

Em linha com o direcionamento estratégico da Companhia, os níveis de investimento em Capital Empregado estão superiores aos dos anos anteriores, especialmente devido à abertura de lojas próprias ocorridas desde 2010. O Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) foi de 24,0% no 2T14, impactado pela maior necessidade de capital de giro conforme mencionado anteriormente e pela concentração de investimentos em infra-estrutura que somente apresentarão efeitos positivos nos médio e longo prazos.

Resultado operacional	2T12	2T13	2T14	Cresc. (%)
EBIT (UDM)	112.623	146.213	147.610	1,0%
+ IR e CS (UDM)	(33.656)	(42.341)	(48.099)	13,6%
NOPAT	78.967	103.872	99.511	-4,2%
Capital de giro ¹	163.354	244.670	299.906	22,6%
Ativo permanente	89.372	121.773	147.452	21,1%
Outros ativos de longo prazo ²	7.430	8.632	8.182	-5,2%
Capital empregado	260.156	375.075	455.540	21,5%
Média do capital empregado³		317.616	415.308	30,8%
ROIC⁴		32,7%	24,0%	

1 - Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalente 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	2T13	1T14	2T14
Ativo circulante	537.059	596.400	552.254
Caixa e equivalentes de caixa	7.515	10.973	12.557
Aplicações financeiras	206.896	196.580	146.639
Contas a receber de clientes	200.229	244.997	235.814
Estoques	89.821	102.756	120.458
Impostos a recuperar	18.460	24.775	20.170
Outros créditos	14.138	16.319	16.616
Ativo não circulante	137.303	156.635	162.328
Realizável a longo Prazo	15.530	16.743	14.876
Aplicações financeiras	21	27	27
Impostos a recuperar	377	0	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6.898	8.292	6.694
Outros créditos	8.234	8.424	8.155
Imobilizado	65.014	69.435	72.123
Intangível	56.759	70.457	75.329
Total do ativo	674.362	753.035	714.582
Passivo	2T13	1T14	2T14
Passivo circulante	148.087	175.809	142.906
Empréstimos e financiamentos	60.763	59.680	49.753
Fornecedores	43.556	74.259	57.129
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	9.346	0	1
Outras obrigações	34.422	41.870	36.023
Passivo não circulante	54.386	43.996	38.629
Empréstimos e financiamentos	47.099	36.972	31.100
Partes relacionadas	978	355	725
Outras obrigações	6.309	6.669	6.804
Patrimônio líquido	471.889	533.230	533.047
Capital social	156.000	219.186	219.186
Reserva de capital	125.190	67.543	68.856
Reservas de lucros	153.162	229.068	208.174
Proposta de distribuição de dividendo adicional	0	0	0
Lucro do exercício	37.537	17.433	36.831
Total do passivo e patrimônio líquido	674.362	753.035	714.582

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	2T13	2T14	Var.%	1S13	1S14	Var.%
Receita operacional líquida	237.639	253.748	6,8%	438.678	467.173	6,5%
Custo dos produtos vendidos	(131.581)	(140.840)	7,0%	(243.187)	(262.204)	7,8%
Lucro bruto	106.058	112.908	6,5%	195.491	204.969	4,8%
Receitas (despesas) operacionais:	(67.965)	(73.724)	8,5%	(131.347)	(141.705)	7,9%
Comerciais	(49.709)	(53.510)	7,6%	(95.008)	(101.231)	6,5%
Administrativas e gerais	(19.149)	(18.555)	-3,1%	(37.627)	(37.879)	0,7%
Outras receitas operacionais, líquidas	893	(1.659)	n/a	1.288	(2.595)	n/a
Lucro antes do resultado financeiro	38.093	39.184	2,9%	64.144	63.264	-1,4%
Resultado Financeiro	666	3.849	477,9%	2.706	6.766	150,0%
Lucro antes do IR e CS	38.759	43.033	11,0%	66.850	70.030	4,8%
Imposto de renda e contribuição social	(9.702)	(11.400)	17,5%	(18.427)	(20.964)	13,8%
Corrente	(8.593)	(9.802)	14,1%	(19.061)	(22.144)	16,2%
Diferido	(1.109)	(1.598)	44,1%	634	1.180	86,1%
Lucro líquido do exercício	29.057	31.633	8,9%	48.423	49.066	1,3%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	2T13	2T14	1S13	1S14
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	38.759	43.033	66.850	70.030
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	3.358	4.851	4.684	4.876
Depreciações e amortizações	2.385	3.097	4.970	6.306
Rendimento de aplicação financeira	(2.896)	(885)	(6.165)	(5.195)
Juros e variação cambial	5.057	(800)	5.067	(1.753)
Outros	(1.188)	3.439	812	5.518
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	11.471	9.189	9.097	11.692
Estoques	(2.716)	(18.161)	(14.190)	(35.935)
Impostos a recuperar	(2.663)	4.606	(4.179)	(982)
Variação de outros ativos circulantes	(3.394)	269	(3.223)	152
Depósitos judiciais	(359)	(298)	545	264
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	(25.464)	(17.130)	8.049	22.270
Obrigações trabalhistas	4.338	4.135	(181)	1.635
Obrigações fiscais e sociais	(2.467)	(596)	(8.771)	(6.969)
Variação de outras obrigações	1.732	(2.869)	1.568	(3.780)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(13.935)	(18.200)	(17.598)	(20.542)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	8.660	8.829	42.651	42.711
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	3.781	2.204	4.222	4.667
Aquisições de imobilizado e intangível	(8.942)	(14.312)	(20.169)	(24.172)
Aplicações financeiras	(86.316)	(93.137)	(168.455)	(177.722)
Resgate de aplicações financeiras	87.352	143.963	158.358	208.179
Acrécimo de Investimentos	-	-	-	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(4.125)	38.718	(26.044)	10.952
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	23.127	5.569	25.207	15.860
Pagamentos de empréstimos	(7.762)	(20.201)	(15.715)	(30.919)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(439)	(367)	(780)	(753)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	14.926	(14.999)	8.712	(15.812)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	-	(10.440)	(8.945)	(18.038)
Distribuição de lucros	(20.382)	(20.894)	(20.382)	(20.894)
Créditos (débitos) com sócios	9	370	5	(148)
Emissão de Ações	-	-	-	-
Custos de transação para emissão de ações	-	-	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(20.373)	(30.964)	(29.322)	(39.080)
Aumento (redução) das disponibilidades	(912)	1.584	(4.003)	(1.229)
Disponibilidades				
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	8.427	10.973	11.518	13.786
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	7.515	12.557	7.515	12.557
Aumento (redução) das disponibilidades	(912)	1.584	(4.003)	(1.229)

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.