



azaleia

azaleia dijean  OLYMPIKUS
OLK  OPANKA  Botas
Vulcabras



RESULTADOS
1º TRIMESTRE
2018



Jundiaí, 08 de maio de 2018 – Vulcabras Azaleia S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2018 (1T18). As informações operacionais e financeiras da Companhia são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com os padrões contábeis internacionais (IFRS). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do primeiro trimestre de 2018, comparados ao primeiro trimestre de 2017, exceto quando especificado de forma diversa.



Cotação VULC3 (29/03/2018):
R\$ 9,79 por ação

Quantidade de ações:
Ordinárias: 245.756.346

Valor de mercado:
R\$ 2,41 bilhões

Audiokonferência:
09/05/2018 às 10h00 (Brasília)

Telefones para conexão:

Brasil:

+55 (11) 3193-1001
+55 (11) 2820-4001

EUA:

+1 646 828-8246
+1 -800-492-3904

UK:

+44 20 7442-5653
+0808-234-8680

Contato:

Edivaldo Rogério de Brito (DRI)

Telefone:

+55 (11) 4532-1005

E-mail RI:

dri@vulcabras.com.br

Site:

<http://vulcabrasazaleiari.com.br/>

Destaques

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18 / 1T17
Receita Líquida	292,0	295,9	-1,3%
Lucro Bruto	100,4	108,3	-7,3%
Margem Bruta (%)	34,4%	36,6%	-2,2 p.p.
Lucro Líquido	33,4	26,1	28,0%
Margem Líquida (%)	11,4%	8,8%	2,6 p.p.
EBITDA	49,8	58,0	-14,1%
Margem EBITDA (%)	17,1%	19,6%	-2,5 p.p.

- **Vendas (ROL):** R\$ 292,0 milhões no 1T18, queda de 1,3% em relação ao 1T17.
- **Lucro Bruto:** R\$ 100,4 milhões no 1T18, redução de 7,3% em relação ao mesmo trimestre de 2017.
- **Margem Bruta:** 34,4% no 1T18, queda de 2,2 p.p em relação ao 1T17.
- **Lucro Líquido:** R\$ 33,4 milhões no primeiro trimestre deste ano aumento de 28,0% em relação ao 1T17.
- **EBITDA:** R\$ 49,8 milhões no 1T18, uma retração de 14,1% em relação 1T17.

Mensagem da Presidência

O primeiro trimestre de 2018 sinalizou um enfraquecimento da tendência de crescimento que vínhamos acompanhando em 2017. A expectativa do mercado na melhora do consumo do segmento de vestuário e calçados parece, por enquanto, ter sido postergada. Independentemente disso, conseguimos trabalhar com crescimentos nas linhas de calçados esportivos e vestuário, mantendo a grande relevância da marca Olympikus no mercado brasileiro, nosso principal negócio.

O setor de feminino ainda apresentou resultados abaixo da nossa expectativa embora, com base em parâmetros internos, já possamos visualizar melhorias para o próximo trimestre, como a formação de carteira de pedidos e melhora da rentabilidade. As receitas desse setor ainda são prejudicadas pela transferência de capacidade produtiva para o esportivo, feita no final de 2T17.

Na linha de negócio de outros calçados, houve queda ocasionada por diminuição de chinelos Opanka. Nossa estratégia é migrar a venda desses produtos para chinelos da marca Olympikus, com maiores preços e melhores margens.

No mercado externo, houve queda de receita na comparação com o 1T17 quando houve uma grande concentração de embarques realizados para o mercado argentino, algo que deve ser melhor distribuído durante o ano de 2018.

Nossa margem bruta sofreu uma queda que acreditamos ser pontual e que deve ser revertida para os patamares do ano passado. Os principais fatores responsáveis pelo impacto na margem bruta foram: (i) férias concedidas no final no ano passado, (ii) menor número de dias úteis na comparação com o 1T17, (iii) menores margens para o feminino, que ainda trabalhou com descontos e (iv) postergação do lançamento da nova coleção de Olympikus. Não esperamos sofrer os impactos destes mesmos fatores nos próximos trimestres e, com isso, devemos voltar a margens mais satisfatórias.

Devido aos efeitos acima e à gestão eficiente das despesas, atingimos um EBITDA de R\$ 49,8 milhões, inferior ao apresentado no ano passado. Apesar disso, apresentamos uma Geração de Caixa relevante, conseguindo manter nosso nível de ROIC, e também alcançamos uma grande redução de Despesas Financeiras, resultando em um Lucro Líquido de R\$ 33,4 milhões, superior ao resultado do mesmo período do ano anterior.

A Dívida Líquida bancária foi revertida para um saldo de caixa líquido positivo em R\$ 65,7 milhões.

Concluimos também a renovação do incentivo fiscal de IRPJ na unidade fabril de Sergipe, com nova validade até dezembro de 2027.



O plano de modernização das fábricas segue em ritmo acelerado. No primeiro trimestre deste ano, investimos R\$ 27,0 milhões em aquisições de ativos imobilizados, com destaque para máquinas e equipamentos.

Com a nova gestão da nossa área de marketing, a comunicação de Olympikus se intensificou no meio digital, trazendo uma segmentação de mensagens para diferentes consumidores. Em vez de trabalharmos com uma única campanha, representando poucos produtos, vamos focar em levar mensagens mais customizadas a diferentes públicos, apresentando a cada consumidor uma campanha específica com o produto que melhor se adequa ao seu perfil, trazendo assim, maior retorno ao nosso investimento com marketing. Ainda assim, teremos uma grande atuação na mídia tradicional. Acabamos de contratar o patrocínio do TOP de 5 segundos dos canais SporTV para a abertura da transmissão dos 64 jogos do principal evento mundial de futebol. Além disso, teremos centenas de inserções de comerciais de 30 segundos no decorrer de toda a programação do canal, de 14 de junho até 15 de julho. Com isso, a Olympikus estará amplamente representada na maior cobertura do principal evento esportivo do ano.

Apesar de nos depararmos com um início de ano mais fraco do que esperávamos, acreditamos no grande potencial de nossas marcas e no crescimento dos mercados onde atuamos. Com essas diretrizes em mente, a Vulcabras Azaleia segue firme no intuito de fazer um grande resultado em 2018 e, assim gerar valor aos seus investidores e continuar ao lado do consumidor brasileiro com calçados de alta tecnologia.

Pedro Bartelle

Institucional

A Vulcabras Azaleia sabe qual é o sapato que as pessoas gostam. Não são só as mais de seis décadas de atuação que a levam a esse conhecimento, mas sua busca contínua pelo novo.

Nesse período, a empresa se estabeleceu como uma das maiores indústrias calçadistas do país e se tornou gestora de marcas líderes em seus segmentos, como a **Olympikus**, campeã em venda de tênis no Brasil, e a **Azaleia**, uma das mais lembradas quando o assunto é sapato feminino.

Somadas a elas estão as femininas **Dijean** e **Opanka**, a esportiva **OLK**, e as **Botas Vulcabras**.

O sucesso se deve a um modelo de negócio que traz em seu DNA a expertise em fazer calçados de alta qualidade e conforto e a inquietação permanente para reformular seus processos.

Essa expertise começou em julho de 1952, com a constituição da Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., em São Paulo. Fabricante de sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, um de seus primeiros ícones foi o Vulcabras 752, que tinha esse nome em referência ao mês e ao ano de fundação da empresa.

O modelo de negócio da Vulcabras Azaleia também assegura significativa competitividade, que resulta em melhores serviços aos clientes. A empresa domina todas as etapas, da pesquisa à produção, e do marketing à venda para os lojistas.

Os sapatos produzidos pela companhia estão em lojas de mais de 12 mil clientes no Brasil e em mais de 20 países, com destaque para a América do Sul. O consumidor também pode encontrar Olympikus e Azaleia em seus canais online.

São mais de 800 novos modelos por ano, projetados no maior centro de tecnologia e desenvolvimento de calçados da América Latina, instalado em Parobé-RS.

Os produtos são produzidos em três modernas fábricas no Nordeste, em Horizonte-CE, Itapetinga-BA e Frei Paulo-SE. O centro administrativo da companhia, por sua vez, funciona em Jundiaí-SP. Essas cinco unidades no Brasil empregam diretamente 15 mil trabalhadores. Há, ainda, duas filiais e centros de distribuição no Peru e na Colômbia.

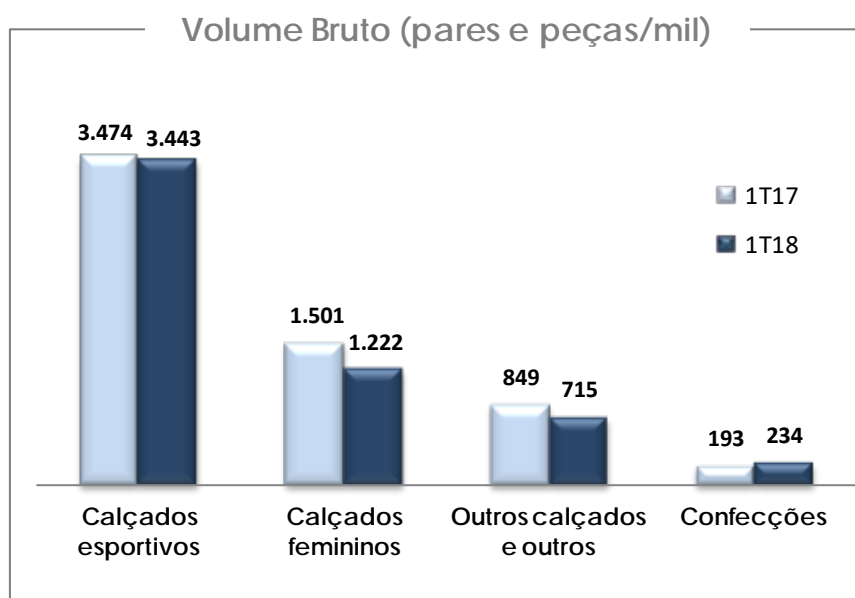
A Vulcabras Azaleia não domina apenas os processos, mas também sabe se transformar.

Com esses valores em sintonia em seu dia a dia, a companhia trabalha em uma estratégia de diversificação de portfólios e ampliação de base na América do Sul. Seu foco está na sustentabilidade e perpetuidade dos negócios, buscando a inovação constante por meio de suas marcas.

Volume Bruto

No 1T18, o volume bruto de pares/peças vendidas totalizou 5,6 milhões com queda de 6,7% comparado ao total do 1T17 (6,0 milhões de pares/peças). Esta variação deve-se principalmente: (i) ao aumento em calçados esportivos, botas de proteção e confecções no mercado interno, (ii) a continuidade da decisão estratégica de reduzir a produção de calçados femininos, adotada a partir do 3º trimestre de 2017, (iii) a redução de chinelos Opanka no mercado interno e, (iv) redução generalizada nas vendas do mercado externo.

Pares e Peças Mil	1T18	Partic. %	1T17	Partic. %	Var. % 1T18/1T17
Calçados esportivos	3.443	61,3%	3.474	57,8%	-0,9%
Calçados femininos	1.222	21,8%	1.501	24,9%	-18,6%
Outros calçados e outros	715	12,7%	849	14,1%	-15,8%
Confecções	234	4,2%	193	3,2%	21,2%
Total	5.614	100,0%	6.017	100,0%	-6,7%



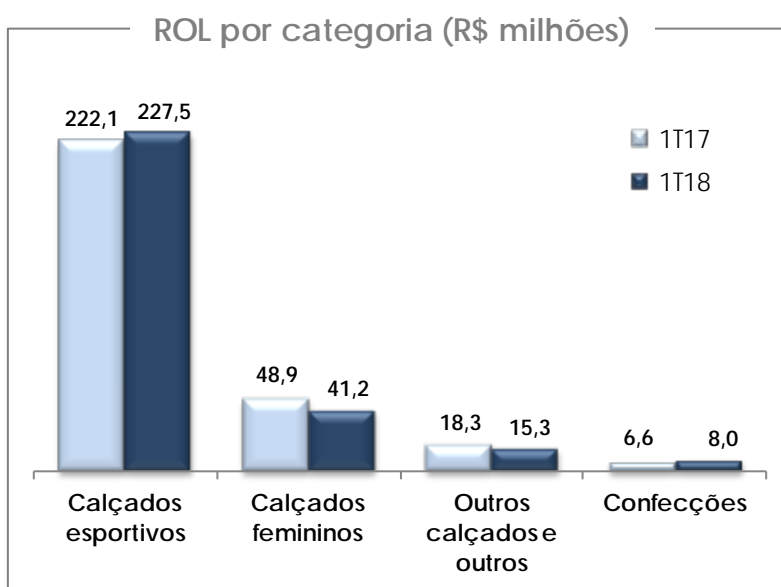
Receita Operacional Líquida (ROL)

No 1T18, a receita líquida chegou a R\$ 292,0 milhões, com redução de 1,3% sobre os R\$ 295,9 milhões do 1T17.

No 1T18, continuamos detectando a desaceleração nas vendas do varejo e, como consequência um menor apetite dos lojistas em efetivar as compras de novos produtos.

A receita de calçados esportivos manteve a tendência de alta, apresentando importante crescimento no mercado interno, mas foi significativamente impactada pela queda registrada no mercado externo. Houve redução nas vendas do setor feminino, em relação ao mesmo período do ano anterior, ocasionada principalmente pela manutenção da estratégia de transferência da capacidade produtiva de calçados femininos para calçados esportivos. Na rubrica *Outros calçados e outros*, a redução se refere à queda de vendas de chinelos Opanka, compensada parcialmente pelo aumento na categoria de botas profissionais. A receita de confecções e acessórios apresentou expressiva expansão.

R\$ Milhões	1T18	Partic. %	1T17	Partic. %	Var. % 1T18/1T17
Calçados esportivos	227,5	77,9%	222,1	75,1%	2,4%
Calçados femininos	41,2	14,1%	48,9	16,5%	-15,7%
Outros calçados e outros	15,3	5,3%	18,3	6,2%	-16,4%
Confecções	8,0	2,7%	6,6	2,2%	21,2%
Receita Líquida Total	292,0	100,0%	295,9	100,0%	-1,3%



Receita Operacional Líquida: Mercados

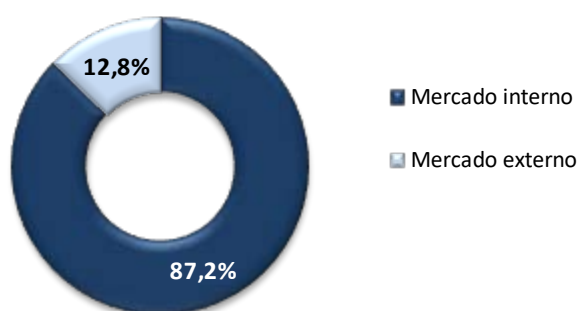
A receita líquida do 1T18, no mercado interno totalizou R\$ 254,7 milhões, com aumento de 1,3% em relação ao 1T17 quando a receita líquida foi de R\$ 251,4 milhões. No mercado externo, a receita líquida no 1T18 foi de R\$ 37,3 milhões, com queda de 16,2% em relação aos R\$ 44,5 milhões registrados no 1T17.

Nas vendas diretas para terceiros no mercado externo houve queda na receita do 1T18 em relação ao mesmo período do ano anterior, devido principalmente ao fato de que no 1T17 havia uma retomada dos negócios com o mercado argentino e ainda apresentava uma grande concentração de embarques. Para o ano de 2018, o objetivo é que os embarques sejam mais distribuídos entre os trimestres, o que já pode ser observado neste primeiro trimestre do ano e refletiu em queda na comparação com o ano anterior.

Nas vendas das filiais no exterior apresentamos crescimento na receita no 1T18 em comparação ao mesmo período do ano anterior. Embora houve crescimento, seguimos com dificuldades comerciais nos dois países onde mantemos filiais. No Peru, problemas políticos resultaram na queda do presidente da República por escândalos de corrupção, o que afetou enormemente o consumo. Na Colômbia, o aumento de imposto sobre o consumo ocorrido em 2017, ainda causa efeitos negativos.

R\$ Milhões	1T18	Partic. %	1T17	Partic. %	Var. % 1T18/1T17
Mercado Interno	254,7	87,2%	251,4	85,0%	1,3%
Mercado Externo	37,3	12,8%	44,5	15,0%	-16,2%
Receita Líquida Total	292,0	100,0%	295,9	100,0%	-1,3%

Participação por mercado - 1T18

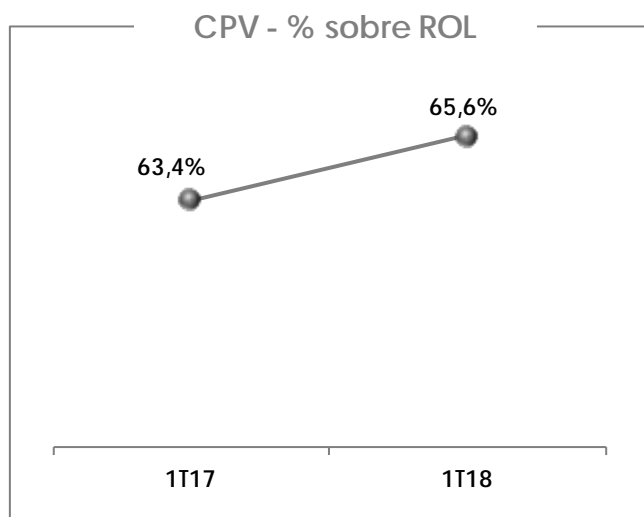


Custo dos Produtos Vendidos

No 1T18, o custo dos produtos vendidos sobre a receita líquida de vendas, representou 65,6%, comparado aos 63,4% no mesmo período de 2017.

Devido à percepção de uma menor demanda desde o 4º trimestre de 2017, na virada do ano de 2017 para 2018, foram concedidas férias coletivas em todas as unidades produtivas, diferentemente do ocorrido na virada do ano de 2016 para 2017, quando a demanda estava aquecida e operávamos a pleno vapor. Tal medida é salutar para o bom desempenho dos negócios ao longo de 2018, sua adoção evitou a elevação nos níveis de nossos estoques, que seriam liquidados nos trimestres seguintes. Porém com uma menor produção nos meses de dezembro e janeiro, o custo dos produtos produzidos foi impactado pelo rateio dos gastos fixos das plantas e consequentemente ocasionou a elevação dos custos unitários destes produtos comercializados nos primeiros meses de 2018.

Além disto, no 1T18 tivemos dois dias a menos de produção em comparação ao 1T17, o que também impactou na elevação dos custos unitários da produção dado que todos os custos, exceto a matéria prima, são alocados por rateio. Como houve um menor volume de produção o custo unitário aumentou.

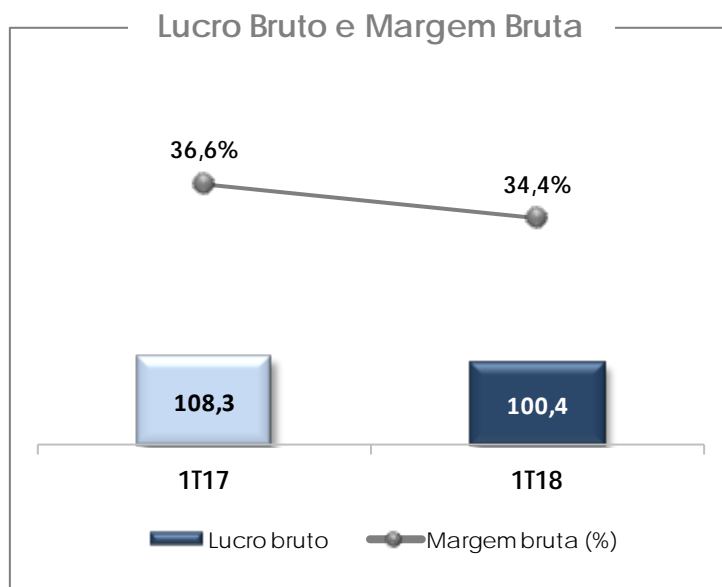


Lucro Bruto

O lucro bruto do 1T18 foi de R\$ 100,4 milhões, com redução de 7,3% em relação aos R\$ 108,3 milhões registrados no 1T17. A margem bruta foi de 34,4% no 1T18, com redução de 2,2 p.p. em relação aos 36,6% verificados no 1T17.

A margem bruta no 1T18 foi afetada pelos seguintes componentes: (i) concessão de férias entre dezembro e janeiro conforme exposto no tópico de CPV; (ii) postergação no lançamento da nova coleção de calçados Olympikus o que fez com que os novos produtos chegassem no ponto de venda a partir da segunda quinzena do mês de março, gerando assim, alguma dificuldade nas vendas; (iii) baixa rentabilidade dos calçados femininos, que segue em sua trajetória de reestruturação.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Lucro bruto	100,4	108,3	-7,3%
Margem bruta (%)	34,4%	36,6%	-2,2 p.p.



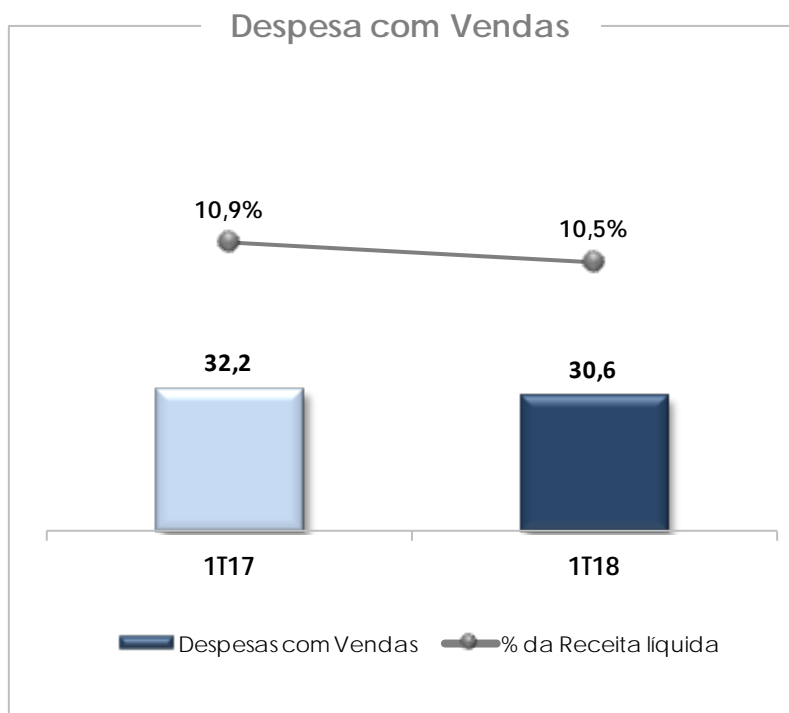
Despesas com Vendas¹

As despesas com vendas, que incluem despesas com comissões, fretes, royalties, gastos com pessoal, abatimentos comerciais, provisões para devedores duvidosos e outros gastos comerciais, apresentaram queda de 5,0% no 1T18, em comparação com o 1T17. Foram registrados R\$ 30,6 milhões, vs. R\$ 32,2 milhões no mesmo período do ano anterior.

O percentual das despesas com vendas sobre receita líquida apresentou queda de 0,4 p.p. quando comparamos o 1T18 com o 1T17, de 10,9% no 1T17 para 10,5% no 1T18.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Despesas com Vendas¹	30,6	32,2	-5,0%
% da Receita líquida	10,5%	10,9%	-0,4 p.p.

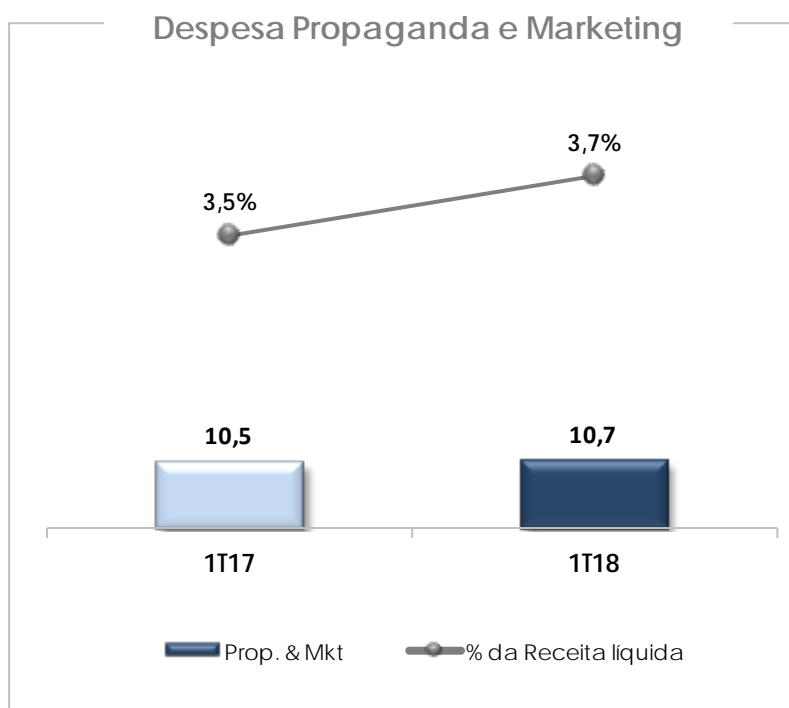
(1) Despesa Comercial ex- Marketing e Propaganda



Despesas com Propaganda e Marketing

No 1T18, as despesas com propaganda e marketing foram de R\$ 10,7 milhões, elevação de 1,9% sobre os R\$ 10,5 milhões do 1T17.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Despesas com Propaganda e Marketing	10,7	10,5	1,9%
% da Receita líquida	3,7%	3,5%	0,2 p.p.



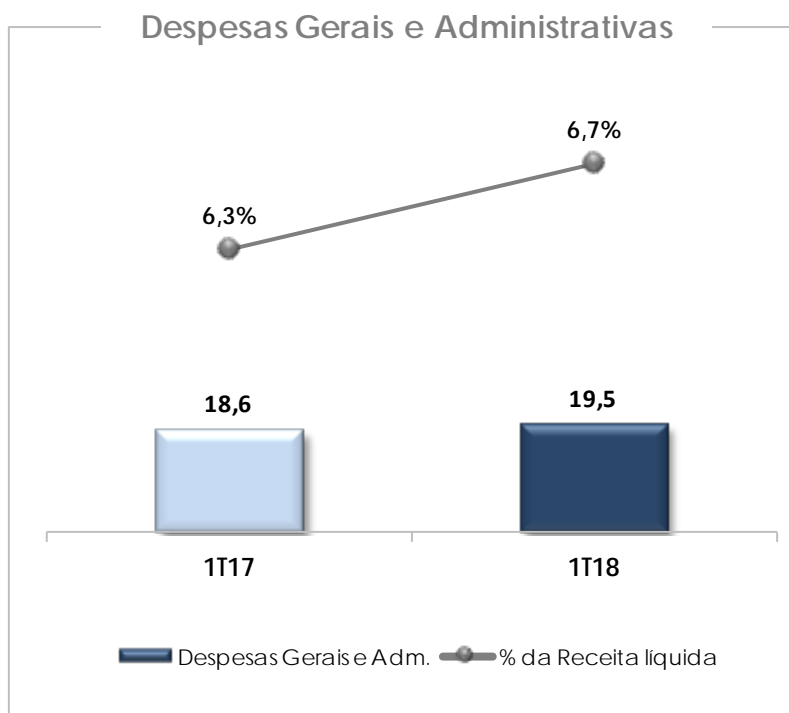
A estratégia de comunicação de ambas as marcas: Olympikus e Azaleia para 2018 terá foco no meio online, onde hoje há mais de 152 milhões de brasileiros conectados consumindo conteúdos diversos ao longo do dia inteiro. As marcas estão trabalhando em cima do poder de segmentação que o digital permite. Isto é, ao invés de ter uma campanha com foco em um único produto, será possível direcionar diferentes mensagens para públicos distintos. O objetivo é poder mostrar, com isso, o produto certo para pessoa certa.

Visando marcar presença no principal evento mundial de futebol, contratamos o patrocínio do TOP de 5 segundos dos canais SporTV para a transmissão de todos os jogos. Com isso, a Olympikus estará amplamente representada na maior cobertura do evento esportivo do ano.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 19,5 milhões no 1T18, com aumento de 4,8% em relação aos R\$ 18,6 milhões do 1T17. No percentual sobre a receita líquida, houve aumento de 0,4 p.p., de 6,3% no 1T17 para 6,7% no 1T18. Como a maior parte das despesas que compõem este grupo está atrelada a indicadores de inflação, o crescimento nominal se deve a esta correção.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18 / 1T17
Despesas Gerais e Administrativas	19,5	18,6	4,8%
% da Receita líquida	6,7%	6,3%	0,4 p.p.



Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas

No 1T18, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas resultaram em uma despesa de R\$ 3,6 milhões, versus a despesa de R\$ 2,8 milhões do 1T17. Este aumento deve-se ao maior volume de novas provisões para contingências no primeiro trimestre de 2018, devido a movimentação dos processos trabalhistas. Apesar do aumento no trimestre, a expectativa é que o valor anual de provisões para contingências fique próximo ao do ano anterior.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	-3,6	-2,8	28,6%
% da Receita líquida	-1,2%	-0,9%	-0,3 p.p.

Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro líquido no 1T18 foi uma despesa de R\$ 2,2 milhões, com redução de 87,8% quando comparado ao resultado do 1T17 (despesa de R\$ 18,0 milhões).

A redução da dívida e a queda na taxa SELIC contribuíram para uma redução acentuada das despesas financeiras.

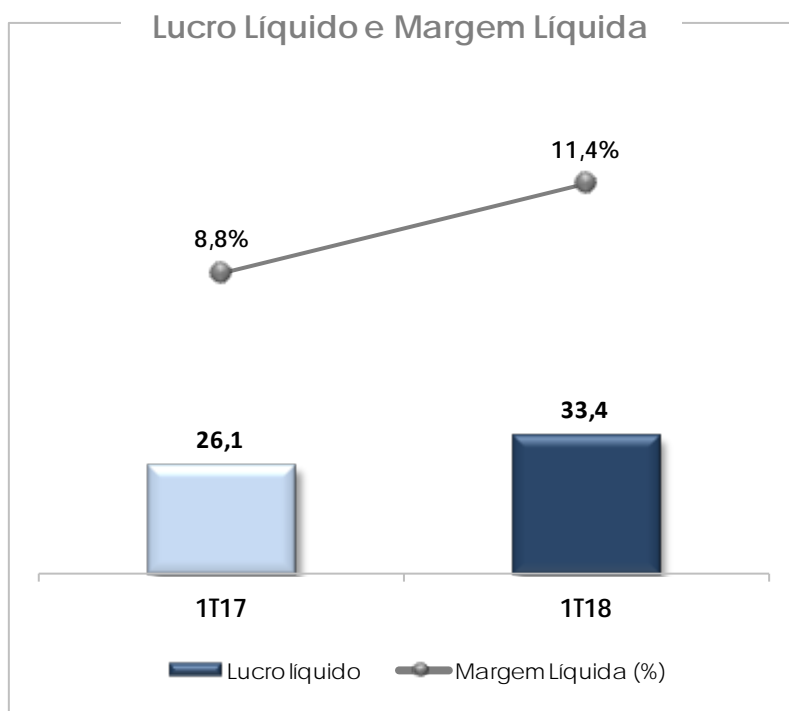
R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Despesas financeiras	-7,0	-37,1	-81,1%
Estrutura de capital	-2,2	-15,4	-85,7%
Operacionais	-2,4	-11,9	-79,8%
Cambiais	-2,4	-9,8	-75,5%
Receitas financeiras	4,8	19,1	-74,9%
Estrutura de capital	2,0	1,1	81,8%
Operacionais	0,3	1,0	-70,0%
Cambiais	2,5	17,0	-85,3%
Resultado financeiro líquido	-2,2	-18,0	-87,8%

Lucro Líquido

O lucro líquido do 1T18 foi de R\$ 33,4 milhões, aumento de 28,0% referente ao lucro aferido no 1T17, de R\$ 26,1 milhões. A margem líquida foi de 8,8% para 11,4%, perfazendo um aumento de 2,6 p.p..

Apesar da queda na margem bruta, o bom desempenho no controle das despesas operacionais e a redução nas despesas financeiras, permitiram a expansão do lucro líquido e consequentemente da margem líquida.

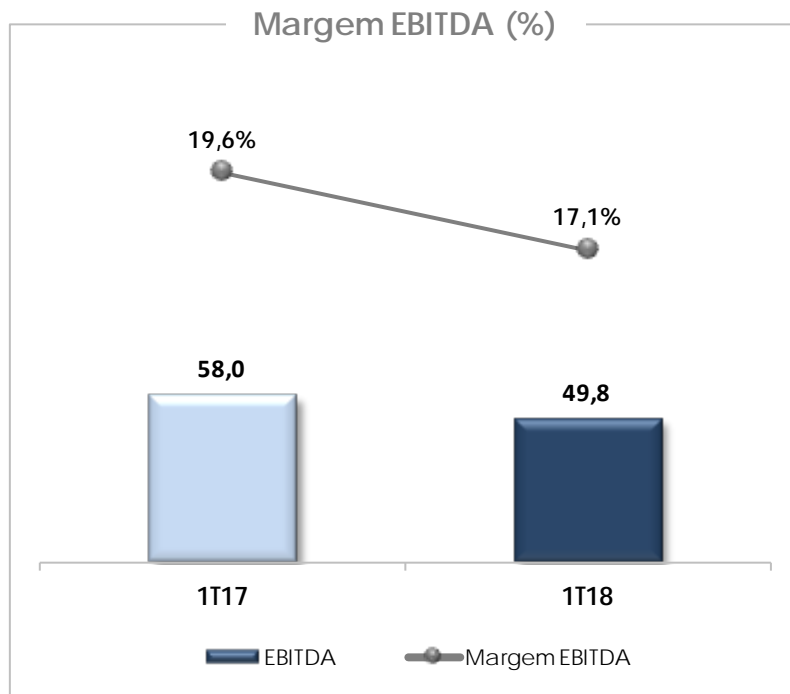
R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Lucro líquido	33,4	26,1	28,0%
Margem Líquida (%)	11,4%	8,8%	2,6 p.p.



EBITDA (Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização)

No 1T18, o EBITDA foi de R\$ 49,8 milhões, com redução de 14,1% ante os R\$ 58,0 milhões obtidos no 1T17. A margem EBITDA caiu 2,5 p.p., atingindo 17,1% no 1T18, frente aos 19,6% do 1T17.

R\$ Milhões	1T18	1T17	Var. % 1T18 / 1T17
Resultado Líquido	33,4	26,1	28,0%
(+) Impostos	0,5	0,7	-28,6%
(+) Resultado financeiro líquido	2,2	18,0	-87,8%
(+) Depreciação e amortização	13,7	13,2	3,8%
EBITDA	49,8	58,0	-14,1%
Receita Operacional Líquida (ROL)	292,0	295,9	-1,3%
Margem EBITDA	17,1%	19,6%	-2,5 p.p.





ROIC – Retorno sobre Capital Investido

O retorno sobre capital investido – ROIC – anualizado atingiu 30,1% no 1T18 - LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2018), o que representa aumento de 0,2 p.p. sobre o resultado de 29,9% obtido em 31/12/2017.

ROIC NORMAL	2015	2016	2017	1T18 (LTM)
Lucro (Prejuízo) líquido do período (LTM)	(49,9)	35,7	188,9	196,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	98,2	82,1	49,6	33,7
NOPAT	48,3	117,8	238,5	229,9
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	675,4	539,3	94,8	90,9
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(24,7)	(17,1)	(100,5)	(150,7)
(-) Aplicações Financeiras	(10,4)	(8,3)	(5,7)	(6,0)
(+) Partes Relacionadas	237,2	255,2	–	–
(+) Patrimônio Líquido	35,8	51,9	784,6	818,4
Total Capital Investido	913,3	821,0	773,2	752,6
Média de Capital Investido no período²	909,5	867,2	797,1	762,9
ROIC anualizado³	5,3%	13,6%	29,9%	30,1%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC - ajustado¹) anualizado atingiu 42,2% no 1T18 - LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2018), com aumento de 1,5 p.p. sobre o resultado de 40,7% obtido em 31/12/2017.

ROIC AJUSTADO ¹	2015	2016	2017	1T18 (LTM)
Lucro (Prejuízo) Líquido do Exercício/Período (LTM)	(49,9)	35,7	188,9	196,2
(-) Resultado das Operações Descontinuadas (LTM)	(10,9)	–	–	–
(+) Resultado Financeiro, líquido (LTM)	98,2	82,1	49,6	33,7
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(1,7)	(2,1)	(8,8)	(8,5)
NOPAT (Ajustado)	35,7	115,7	229,7	221,4
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	675,4	539,3	94,8	90,9
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(24,7)	(17,1)	(100,5)	(150,7)
(-) Aplicações Financeiras	(10,4)	(8,3)	(5,7)	(6,0)
(+) Partes Relacionadas	237,2	255,2	–	–
(-) Ágio da Compra	(199,8)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(27,6)	(29,7)	(40,1)	(40,3)
(+) Patrimônio Líquido	35,8	51,9	784,6	818,4
Total Capital Investido Ajustado	685,9	593,1	534,9	514,1
Média de Capital Investido Ajustado no período²	682,8	639,5	564,0	524,5
ROIC Ajustado anualizado³	5,2%	18,1%	40,7%	42,2%

¹ O ROIC Ajustado é uma medida não contábil calculada dividindo-se NOPAT Ajustado (definido como o lucro (prejuízo) líquido acrescido do resultado financeiro líquido deduzido da equivalência patrimonial e o resultado de operações descontinuadas), dividido pelo Capital Investido médio ajustado. O Capital Investido Ajustado é definido como a soma do capital próprio (patrimônio líquido) e a Dívida Líquida (conforme definido abaixo), deduzido do ágio registrado no intangível e o investimento em sociedades não controladas.

² Média do capital investido do final deste período e do final do ano anterior.

³ ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital investido médio.

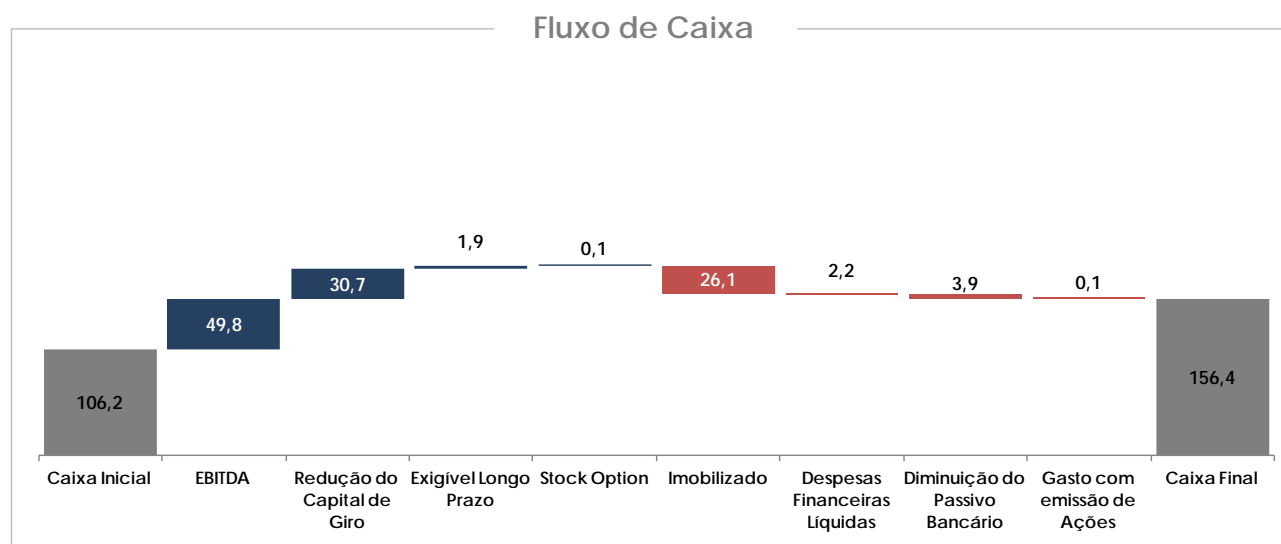
Investimentos - Capex

No 1T18, foram investidos R\$ 27,0 milhões em imobilizado, acréscimo de 67,7% sobre os R\$ 16,1 milhões do 1T17. O destaque foi na rubrica Máquinas e Equipamentos que cresceu 230% em virtude da intensificação do projeto de modernização das plantas industriais. O acréscimo de Capex em Moldes no 1T18, refere-se a decisão de postergação do lançamento de coleção da Olympikus. O intangível do 1T18 foi de R\$ 0,9 milhão, com acréscimo de R\$ 0,6 milhão em relação ao mesmo período do ano anterior.

R\$ Milhões	Adições		
	1T18	1T17	Var. % 1T18/1T17
Imobilizado	27,0	16,1	67,7%
Moldes	10,7	6,9	55,1%
Máquinas e Equipamentos	9,9	3,0	230,0%
Instalações Industriais	3,8	3,9	-2,6%
Outros	2,6	2,3	13,0%
Intangível	0,9	0,3	200,0%
Software	0,9	0,2	350,0%
Cessão Direito	0,0	0,1	-100,0%
Outros	0,0	0,0	0,0%
Total	27,9	16,4	70,1%

Geração de Caixa

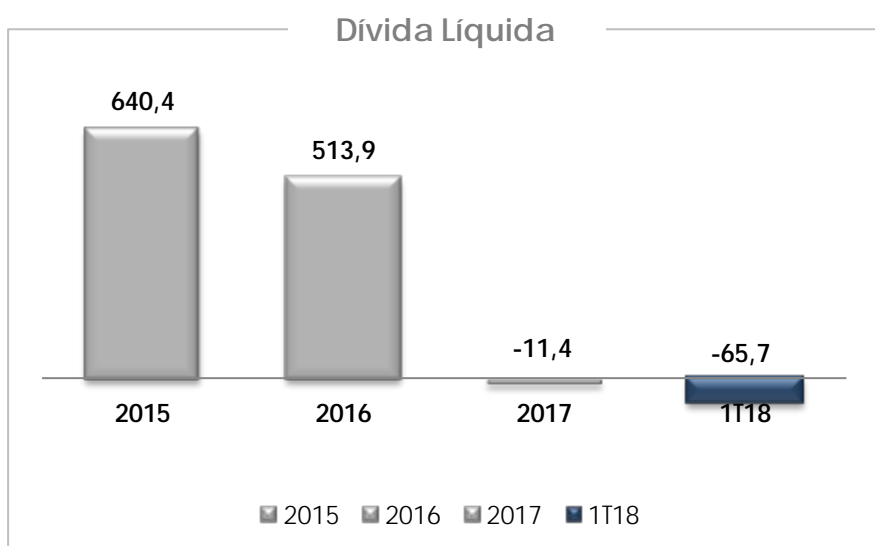
A geração de caixa no 1T18 foi de R\$ 50,2 milhões, devido principalmente ao EBITDA de R\$ 49,8 milhões e a redução de capital de giro de R\$ 30,7 milhões, aplicado principalmente no acréscimo líquido de imobilizado de R\$ 26,1 milhões.



Dívida Líquida

No 1T18 devido à manutenção da tendência de geração de caixa, ampliamos o saldo de caixa líquido. O caixa líquido que em 31/12/2017 era de R\$ 11,4 milhões, elevou-se para R\$ 65,7 milhões em 31/03/2018, aumento de R\$ 54,3 milhões.

R\$ Milhões	2015	2016	2017	1T18	Var. % 1T18 / 4T17
Financiamentos e empréstimos	675,5	539,3	94,8	90,9	-4,1%
Caixa e equivalentes de caixa	24,7	17,1	100,5	150,7	50,0%
Aplicações financeiras	10,4	8,3	5,7	5,9	3,5%
Dívida Líquida	640,4	513,9	(11,4)	(65,7)	476,3%



R\$ Milhões	1T18	4T17	Var. % 1T18 / 4T17
Moeda Nacional	90,9	92,7	-1,9%
Moeda Estrangeira	–	2,1	n/a
Total Financiamentos e Empréstimos	90,9	94,8	-4,1%

Gestão de Marcas



Procedente de um ano todo no topo das vendas no Brasil, a Olympikus se preparou para um 2018 ainda mais forte. Além de abrir o calendário com uma nova coleção, a marca investiu em ativações junto ao trade, enfatizou a comunicação digital e reforçou patrocínios, fazendo um dinâmico primeiro trimestre.

Em janeiro foram apresentados os lançamentos para o primeiro semestre do ano, com novos modelos nas categorias *fitness*, *running*, *cross training*, *active*, *lev life*, *kids* e *sportswear*. Entre os destaques, está o RIO 6, tênis oficial da Maratona do Rio, evento que conta com a Olympikus como a marca esportiva oficial desde 2011.

Por sua tradição e excelência dos desafios, esta é uma das provas mais desejadas do calendário mundial da categoria. Soma-se a esses aspectos a orla carioca, que compõe um dos cenários mais bonitos do mundo para corrida de rua. A próxima edição será em 2 e 3 de junho, com previsão de 37 mil inscritos na maratona, meia maratona (da qual a Olympikus possui o *namings rights*) e *family run*, de 6 km e 10 Km. Com distâncias distintas, a marca vai estar em contato com perfis variados de atletas.

No que diz respeito à estratégia de comunicação para 2018, o produto surge como o herói das ativações. Com foco no meio online, onde hoje há mais de 152 milhões de brasileiros conectados consumindo conteúdos diversos ao longo do dia inteiro, a marca vai trabalhar em cima do poder de segmentação que o digital permite. Isto é, ao invés de ter uma campanha com foco em um único produto, será possível direcionar diferentes mensagens para públicos distintos. O objetivo é poder mostrar, com isso, o produto certo para pessoa certa.

Além de uma forte comunicação no online, a estratégia se integra com ações direcionadas para o ponto de venda. Dentro dessa frente, a Olympikus levou treinamento a vendedores e materiais especiais para ampliar a exposição qualificada dos produtos nas lojas.

As ações de trade têm por princípio oferecer informações sobre as tecnologias disponíveis nos modelos para cada atividade, auxiliando a decisão de compra. Não é à toa que a Olympikus é reconhecida como a melhor escolha, por entregar alta qualidade aliada a um preço democrático.

O ano começou mesmo a toda velocidade. A Olympikus renovou o patrocínio à equipe Pretto Triathlon, cujos integrantes têm completado maratonas e meias maratonas com seus modelos de alta performance em competições não só no Brasil, mas também em outros países.

A maior marca esportiva do Brasil também foi às pistas com a equipe Cimed, que estreou na temporada 2018 da *Stock Car* em março, em Interlagos, na capital paulista. Na ocasião, Cacá Bueno recebeu Felipe Massa como convidado para a tradicional corrida de duplas. A marca esteve estampada nos macacões dos pilotos e no carro.

azaleia

A Azaleia está em movimento e o primeiro trimestre já trouxe novidades que apontam para outras que continuarão a sequência de renovação da marca. Em março, ocorreu o lançamento da coleção outono-inverno e uma nova fase na comunicação digital, preparando caminhos para uma maior presença nos canais on-line.

Com temas que expressam atitude e feminilidade, os novos produtos trazem tendências mundiais, traduzidas em *shapes* e acessórios de destaque e tons específicos da temporada.

São modelos fashionistas que chegam para democratizar a moda e acompanhar a mulher brasileira do trabalho à *happy hour*. Tudo de um jeito muito Azaleia: com leveza e conforto, graças à sua tecnologia.

Todos esses atributos estão na nova comunicação da marca, que estreou simultaneamente à coleção. Totalmente focada nos meios digitais, a campanha enfatiza a moda que se usa nas ruas.



Pelo projeto, as embaixadoras Grazi Massafera, Camila Coelho e Raíssa Santana chegam até as consumidoras com suas próprias escolhas de moda, mostrando como usar os modelos Azaleia no dia a dia. A proposta é de oferecer um conteúdo *fashion* prático e de fácil acesso a todas as mulheres, inspirado no trio.

Periodicamente, as redes sociais da marca terão novidades em temas como a “Azaleia do Dia” e os “Escolhidos do Mês” de casa embaixadora. Tudo isso em compasso com os planos da marca de ser cada vez mais digital.





Auditoria Independente e Aprovação pelo Conselho de Administração

A Vulcabras Azaleia informa que a “KPMG Auditores Independentes” foi nomeada em 01/01/2017, para prestar serviços de auditoria independente.

As informações trimestrais consolidadas referentes ao 1T18, notas explicativas e o relatório da administração foram revisados e aprovados pelo Conselho de Administração da Vulcabras Azaleia em reunião realizada em 08 de maio de 2018.

Balanço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)					
R\$ milhares					
ATIVO	31/03/2018	31/12/2017	PASSIVO	31/03/2018	31/12/2017
Caixa e equivalentes de caixa	150.681	100.502	Fornecedores	89.817	69.827
Aplicações financeiras	1.854	1.741	Financiamentos e empréstimos	83.044	84.474
Contas a receber de clientes	335.253	326.522	Impostos a recolher	12.001	5.822
Estoques	187.460	189.524	Impostos a recolher - IRPJ e CSLL	0	0
Impostos a recuperar	9.552	10.101	Programa de recuperação fiscal - REFIS	128	128
Imposto de renda a recuperar	2.851	2.528	Salários e férias a pagar	36.474	34.993
Despesas antecipadas	5.885	5.961	Provisões	52.932	53.115
Outros contas a receber	18.767	31.151	Outras contas a pagar	15.617	18.275
			Dividendos propostos	0	0
ATIVO CIRCULANTE	712.303	668.030	PASSIVO CIRCULANTE	290.013	266.634
Aplicações financeiras	4.016	3.920			
Impostos a recuperar	4.791	4.877	Financiamentos e empréstimos	7.873	10.325
Impostos de renda e contribuição social diferidos	120	125	Mútuo com partes relacionadas	0	0
Depósitos judiciais	41.814	42.165	Provisões	25.422	24.370
Mútuos com partes relacionadas	0	0	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	3.634	3.747
Outros contas a receber	2.259	2.036	Provisão para perdas com investimentos	0	0
Despesas antecipadas	0	0	Outras contas a pagar	31.959	30.836
Bens destinados à venda	194	194			
Investimentos	40.284	40.080	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	68.888	69.278
Propriedade para investimento	3.258	3.362			
Imobilizado	164.572	152.647	PASSIVO	358.901	335.912
Intangível	203.704	203.049	Capital social	1.107.555	1.107.661
ATIVO NÃO CIRCULANTE	465.012	452.455	Reservas de reavaliação	7.055	7.273
			Reservas de capital	134	0
			Ajustes de avaliação patrimonial	-2.655	-3.045
			Prejuízos acumulados	-293.932	-327.571
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	818.157	784.318
			Participações de não controladores	257	255
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO	818.414	784.573
TOTAL DO ATIVO	1.177.315	1.120.485	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.177.315	1.120.485

As Notas Explicativas são parte integrante das Informações Trimestrais.



Demonstração de Resultados

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	1T18	1T17	VAR (%)
R\$ milhares			
Receita líquida de vendas	291.984	295.883	-1,3%
Custo das vendas	-191.575	-187.576	2,1%
Lucro bruto	100.409	108.307	-7,3%
Despesas com vendas	-41.347	-42.693	-3,2%
Despesas administrativas	-19.505	-18.557	5,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-3.637	-2.757	31,9%
Resultado da equivalência patrimonial	204	433	-52,9%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	36.124	44.733	-19,2%
Receitas financeiras	4.785	19.116	-75,0%
Despesas financeiras	-6.940	-37.126	-81,3%
Despesas e receitas financeiras líquidas	-2.155	-18.010	-88,0%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	33.969	26.723	27,1%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-547	-653	-16,2%
Resultado líquido do período	33.422	26.070	28,2%
Resultado atribuível aos:			
Acionistas controladores	33.421	26.062	
Acionistas não controladores	1	8	
Resultado do período	33.422	26.070	
Resultado por ação			
Resultado por ação ordinária - básico e diluído	0,13600	0,14074	
Quantidade da média ponderada de ações	245.756.346	185.230.346	

As Notas Explicativas são parte integrante das Informações Trimestrais.

Demonstração de Fluxo de Caixa

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)	1T18	1T17
R\$ milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	33.422	26.070
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	13.673	13.248
Perdas por valor recuperável no estoque	-226	431
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	1.741	5.016
Rendimentos de aplicações financeiras	-1.623	-587
Perdas com contingências	4.797	3.817
Resultado da equivalência patrimonial	-204	-433
Outorga de ações	134	0
Perda estimada com crédito de liquidação duvidosa	660	2.868
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	1.983	8.524
Impostos diferidos	-108	118
Participação de minoritário	-1	-8
	54.248	59.064
Variações nos ativos e passivos		
Aplicações financeiras	1.414	0
Contas a receber de clientes	-9.391	22.217
Estoques	2.290	3.210
Despesas pagas antecipadamente	76	-803
Impostos a recuperar	312	-1.400
Outras contas a receber	12.161	11.600
Depósitos judiciais	351	-1.789
Fornecedores	19.990	12.713
Impostos e contribuições sociais	6.179	8.842
Salários e férias a pagar	1.481	8.677
Outras contas a pagar	-1.533	-2.358
Provisão para contingências utilizada	-3.928	-3.726
	29.402	57.183
Caixa gerado nas Atividades Operacionais		
Juros pagos	-276	-9.753
	-276	-9.753
Fluxo de Caixa líquido proveniente das Atividades Operacionais	83.374	106.494
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-27.015	-16.079
Aquisições de intangível	-875	-308
Aplicações financeiras	0	803
Ganho e perda na conversão de Investimentos	0	-717
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-27.890	-16.301
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	98	122
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-5.297	-83.259
Baixa parcial de Investimento (investida)	-106	0
Fluxo de Caixa líquido proveniente das Atividades de Financiamento	-5.305	-83.137
Aumento de Caixa e equivalentes de Caixa	50.179	7.056
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	100.502	17.094
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	150.681	24.150
Aumento de Caixa e equivalentes de Caixa	50.179	7.056
As Notas Explicativas são parte integrante das Informações Trimestrais.		

Administração

Composição do Conselho de Administração

Pedro Grendene Bartelle	Presidente
André de Camargo Bartelle	1º Vice – Presidente
Pedro Bartelle	2º Vice – Presidente
Hector Nunez	Conselheiro Independente
Roberto Faldini	Conselheiro Independente

Composição da Diretoria

Pedro Bartelle	Presidente
Edivaldo Rogério de Brito	Diretor Administrativo, Financeiro e de Relações com Investidores
Flávio de Carvalho Bento	Diretor Industrial
Rafael Carqueijo Gouveia	Diretor Comercial e de Operações Corporativas
Luiz Vanderlei Heidrich	Diretor de Divisão – Feminino
Márcio Kremer Callage	Diretor de Marketing

Composição do Conselho Fiscal

Benedito Alfredo Baddini Blanc	Conselheiro
Carlos Gardel José de Souza	Conselheiro
Marcello Joaquim Pacheco	Conselheiro
