



# ALPARGATAS

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

### TELECONFERÊNCIA

Data: 09/11/2015 às 17h00

Telefone:

(55 11) 3193-1001

(55 11) 2820-4001

Senha: Alpargatas

Slides:

<http://ri.alpargatas.com.br>

Palestrantes:

Márcio Utsch

CEO

Fabio Leite de Souza

CFO

RI

[fabio@alpargatas.com.br](mailto:fabio@alpargatas.com.br)

[jsalvio@alpargatas.com.br](mailto:jsalvio@alpargatas.com.br)

[mweger@alpargatas.com.br](mailto:mweger@alpargatas.com.br)

[gabrielbs@alpargatas.com.br](mailto:gabrielbs@alpargatas.com.br)

<http://ri.alpargatas.com.br>

DESEMPENHO CONSOLIDADO DO  
3º TRIMESTRE TEM CRESCIMENTOS DE  
26,9% NA RECEITA LÍQUIDA; 41,5% NO  
EBITDA E 41,9% NO LUCRO LÍQUIDO

**havaianas®**

**OSKLEN**



**Topper**



**RAINHA**



**Timberland** 



 **MEGGASHOP**  
OUTLET

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**
**TABELAS DE INDICADORES**

Os números da Osklen estão consolidados nos indicadores do Brasil nos seguintes períodos: 2T15, 3T15 e 9M15. No 3T14 e nos 9M14 o resultado da Osklen foi incluído na linha de equivalência patrimonial.

R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA</b>	<b>1.146,8</b>	<b>903,8</b>	<b>26,9%</b>	<b>3.092,7</b>	<b>2.651,2</b>	<b>16,7%</b>
BRASIL	702,8	639,7	10%	1.808,1	1.760,0	2,7%
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	148,6	86,9	71%	557,3	426,4	30,7%
ARGENTINA	295,4	177,2	66,7%	727,3	464,8	56,5%
<b>LUCRO BRUTO CONSOLIDADO</b>	<b>467,6</b>	<b>340,8</b>	<b>37,2%</b>	<b>1.302,5</b>	<b>1.064,3</b>	<b>22,4%</b>
<b>Margem bruta consolidada - % RL</b>	<b>40,8%</b>	<b>37,7%</b>	<b>3,1 pp</b>	<b>42,1%</b>	<b>40,1%</b>	<b>2,0 pp</b>
BRASIL	284,6	243,0	17,1%	724,6	673,5	7,6%
Margem bruta Brasil	40,5%	38,0%	2,5 pp	40,1%	38,3%	1,8 pp
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	97,9	50,9	92,3%	372,5	274,0	35,9%
Margem bruta Sandálias Internacional	65,9%	58,5%	7,4 pp	66,8%	64,3%	2,5 pp
ARGENTINA	85,1	46,9	81,4%	205,4	116,8	75,9%
Margem bruta Argentina	28,8%	26,5%	2,3 pp	28,2%	25,1%	3,1 pp
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>148,7</b>	<b>105,1</b>	<b>41,5%</b>	<b>412,4</b>	<b>317,4</b>	<b>29,9%</b>
<b>Margem EBITDA consolidada - % RL</b>	<b>13,0%</b>	<b>11,6%</b>	<b>1,4 pp</b>	<b>13,3%</b>	<b>12,0%</b>	<b>1,3 pp</b>
BRASIL	86,2	85,0	1,4%	171,1	167,5	2,1%
Margem EBITDA Brasil	12,3%	13,3%	-1,0 pp	9,5%	9,5%	-
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	22,3	-5,0	+ R\$ 27,3 mm	145,5	97,0	50%
Margem EBITDA Sandálias Internacional	15,0%	-5,8%	20,8 pp	26,1%	22,7%	3,4 pp
ARGENTINA	40,2	25,1	60,2%	95,8	52,9	81,1%
Margem EBITDA Argentina	13,6%	14,2%	-0,6 pp	13,2%	11,4%	1,8 pp
<b>LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO</b>	<b>79,3</b>	<b>55,9</b>	<b>41,9%</b>	<b>224,5</b>	<b>195,3</b>	<b>15%</b>
<b>Margem líquida consolidada - % RL</b>	<b>6,9%</b>	<b>6,2%</b>	<b>0,7 pp</b>	<b>7,3%</b>	<b>7,4%</b>	<b>-0,1 pp</b>

OSKLEN - R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
RECEITA LÍQUIDA	50,7	49,0	3,5%	142,0	140,1	1,4%
Margem bruta	71,8%	75,7%	-3,9 pp	72,7%	74,7%	-2,0 pp
Margem EBITDA	5,1%	15,3%	-10,2 pp	4,8%	11,3%	-6,5 pp

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

---

### INTRODUÇÃO

No terceiro trimestre, a Alpargatas obteve um desempenho que se destacou da maioria dos balanços já publicados, que mostram uma desaceleração das receitas e as margens mais comprimidas, porque seu modelo de negócios tem como um dos principais vetores de crescimento a internacionalização, o que a torna mais bem preparada para enfrentar a conjuntura atual.

Em Sandálias Internacional, a receita líquida em reais cresceu 71%, e o EBITDA aumentou R\$ 27,3 milhões (de R\$ 5,0 milhões negativos no 3T14 para R\$ 22,3 milhões positivos neste trimestre). Esse excelente desempenho foi resultante da variação cambial e do aumento dos volumes de vendas nos EUA, na região EMEA (Europa, Oriente Médio e Norte da África) e na exportação, que retomou o crescimento neste trimestre com salto de 20% na quantidade exportada de Havaianas.

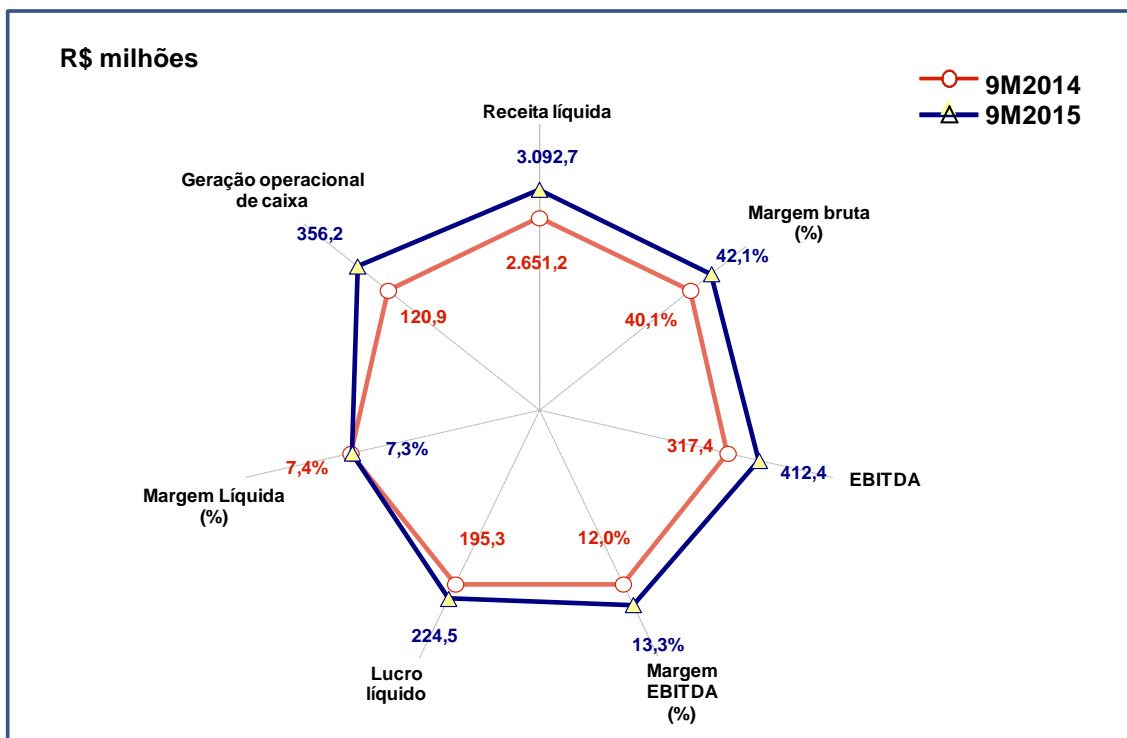
O desempenho na Argentina manteve a tendência de evolução dos principais indicadores em moeda local e com mais força em reais devido à desvalorização em relação ao peso. Assim, na comparação com o 3T14, a receita líquida aumentou 18,6% em pesos, equivalente a 66,7% em reais, e o EBITDA evoluiu 14,2%, ou 60,2% em reais.

No trimestre também houve evolução nos principais indicadores do Brasil. O volume de vendas de sandálias Havaianas, mais os produtos de extensão da marca, cresceu 1,2% em relação ao 3T14 que por sua vez tinha sido 15,2% superior ao do 3T13. A receita líquida aumentou 10%. A maior participação de Havaianas na receita e a consolidação da Osklen foram importantes para incrementar a margem bruta em 2,5 pontos percentuais. O EBITDA no mercado interno subiu 1,4% e acumulou R\$ 86,2 milhões, com margem de 12,3%, ligeiramente inferior à do 3T14. Em curto prazo, a melhora da margem dos produtos Mizuno se dará pelo aumento de preços – processo iniciado mais fortemente neste trimestre com o lançamento da coleção 2015/16 de calçados esportivos, cujos preços médios subiram 40%. Em médio prazo, a melhora da margem de Mizuno ocorrerá com a nacionalização da fabricação dos calçados, que deverá abranger cerca de 85% do volume esperado de vendas para 2016.

Em decorrência do bom desempenho em todas as regiões em que a Alpargatas atua, os indicadores consolidados do trimestre apresentaram os seguintes resultados e crescimentos em relação ao 3T14:

- **Receita líquida:** R\$ 1,1 bilhão, aumento de 26,9%.
- **Lucro bruto:** R\$ 467,6 milhões, alta de 37,2%, com margem de 40,8% ante 37,7% no 3T14.
- **EBITDA:** R\$ 148,7 milhões, elevação de 41,5%, com margem de 13% ante 11,6% no 3T14.
- **Lucro líquido:** R\$ 79,3 milhões, incremento de 41,9%.

Da mesma forma, no acumulado nos 9M15, houve evolução na maioria dos números consolidados da Companhia, na comparação com o mesmo período do ano anterior.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**


Acrescentando-se os números da Osklen no 3T14, a fim de criar um resultado *pro forma* equiparável com o do 3T15, os indicadores consolidados também apresentaram evolução: a receita líquida cresceu 20,4%, o EBITDA aumentou 32,1%, a margem respectiva subiu 1,2 ponto percentual e o lucro líquido avançou 43,1%.

Outros destaques do trimestre foram:

1. Remuneração dos acionistas: deliberação de pagamentos de Juros sobre o Capital Próprio (JCP) em 18/12/2015, no montante de R\$ 30,0 milhões. Somados aos R\$ 250,9 milhões de JCP e dividendos deliberados/pagos no ano, a remuneração dos acionistas totaliza R\$ 280,9 milhões referente ao exercício de 2015.

2. Havaianas:

### Brasil

- Lançamento da coleção de vestuário Primavera-Verão 2015/16.
- Abertura de oito franquias *full* em São Paulo e no Rio de Janeiro.
- Licenciamento da marca para os óculos da Sáfiro, com início de vendas previstas para 2016.
- Lançamento de cinco modelos especiais de sandálias em comemoração aos jogos Olímpicos Rio 2016.
- Lançamento dos modelos femininos Allegra, Tria e Slim (Mulher Maravilha) e um novo modelo na linha infantil, Top Olaf, como reforço do licenciamento Frozen.
- Nova campanha de TV com foco na variedade de estampas e modelos com a atriz Ingrid Guimarães.
- Crescimento de volume e receita de produtos de extensão da marca Havaianas (vide comentários no capítulo sobre volumes).

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

---

### EMEA

- Nova loja Havaianas de Barcelona, com maior área de vendas.
- Instalação de dez duchas em forma de *flip flop* em importantes praias europeias, como Ibiza, na Espanha, e Saint Tropez, na França.
- Instalação de 39 *billboards* em dez estações de trem na França.
- Campanha em 95 táxis de Londres cobertos com a propaganda de Havaianas “Território Brasileiro”.
- Alto crescimento das vendas via *e-commerce*: 26% mais que no período janeiro/agosto de 2014

### EUA

- Lançamento da coleção outono de sandálias.
- Estande de Havaianas na Trade Show em Miami, tradicional feira de marcas de surf.
- Campanha “Welcome to the Brazilian Territory” em mídia digital.

### Exportação

- Realização dos eventos “Fun Bus”, em Hong Kong, e “MYOH- Make your Own Havaianas”, em Taiwan.
- Presença em prestigiadas revistas de moda em todos os continentes: Elle, Style, Pandora, Rail Fashion, People, GQ e Chocolate, entre outras.

### 3. Mizuno

- Lançamento da coleção 2015/2016 de calçados esportivos.
- Início do processo de nacionalização da produção de calçados esportivos.

### 4. Osklen

- Lançamento da coleção de vestuário e calçados Primavera-Verão 2015/16 inspirada na tribo Ashaninka que vive na amazônia brasileira e peruana.
- Presença na New York Fashion Week.
- Mídia impressa nas revistas Elle, Bazaar, Vogue, Marie Claire, GQ e VIP.

### 5. Argentina

- Lançamentos das campanhas do Mizuno Sayonara e de Topper Superheroes em várias mídias, em pontos de venda além da realização de ações de relações públicas.

**ALIENAÇÃO DE TOPPER E RAINHA**

As marcas Rainha e Topper passaram pelo processo de *turnaround* iniciado em 2013 e atingiram a maturidade na margem de contribuição, suficiente para serem atrativas como um negócio independente. Esse resultado permite concluir que o processo foi vitorioso no seu principal indicador. Para focar a Alpargatas nos negócios que atendem ao enunciado estratégico de “ser uma empresa global de marcas desejadas”, a Alpargatas assinou, em 3 de novembro, um contrato para a venda das marcas Rainha e Topper no Brasil e outro contrato de venda de 20% na participação de Topper na Argentina, para o Grupo Sforza, liderado pelo Sr. Carlos Wizard.

No Brasil, por meio de uma reorganização societária, a Alpargatas segregará de suas operações a unidade de negócios responsável pelas atividades relacionadas às marcas Topper e Rainha em uma nova companhia (NewCo Brasil). Ainda no contexto da Operação Brasil, a Alpargatas irá industrializar calçados das marcas Topper e Rainha por até 24 meses e licenciará a marca Topper para os Estados Unidos e China, por período de até 15 anos. O Grupo Sforza pagará à Alpargatas na data de fechamento da Operação Brasil, pela aquisição de 100% do capital da NewCo Brasil, o valor de R\$ 48,7 milhões, sujeito a eventuais ajustes usuais em transações deste tipo. Também pagará à Alpargatas, a partir do 3º ano do licenciamento e até o término do contrato, *royalties* pela utilização da marca Topper nos Estados Unidos e na China.

Condicionado ao fechamento da Operação Brasil, o Grupo Sforza irá adquirir, na Argentina, ações representativas de 20% do capital social de uma nova companhia (NewCo Argentina), a ser constituída pela Alpargatas naquele país, na qual será aportada a totalidade da unidade de negócios relativa à marca Topper na Argentina e no mundo (exceto Brasil, Estados Unidos e China). O Grupo pagará à Alpargatas o equivalente a 20% do valor da NewCo Argentina, que será calculado com base na aplicação do múltiplo de 6,5x sobre o EBITDA efetivo de 2015 da NewCo Argentina – a ser apurado após a respectiva reorganização societária da Alpargatas na Argentina – e estará sujeito a determinados ajustes usuais em transações desse tipo.

O fechamento das Operações no Brasil e na Argentina estará sujeito ao cumprimento de determinadas condições precedentes usuais para estes tipos de transações.

Com esse importante passo estratégico, a Alpargatas terá como meta focar na rotas de desenvolvimento que estão baseadas:

- No crescimento de volume e rentabilidade de sandálias no Brasil.
- Na consolidação da marca Havaianas para novos mercados, categorias e também no varejo de lojas exclusivas.
- No aumento de rentabilidade e expansão de Mizuno no Brasil e na América Latina.
- No desenvolvimento e consolidação da Osklen no segmento feminino e no exterior.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**
**RESULTADO DAS OPERAÇÕES**

Exceto quando indicado, as explicações a seguir referem-se ao terceiro trimestre de 2015, e as variações são em relação ao terceiro trimestre de 2014.

**VOLUME DE VENDAS**
**Sandálias**

Mil pares/peças	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>SANDÁLIAS HAVAIANAS + DUPÉ</b>	<b>64.391</b>	<b>63.087</b>	<b>2%</b>	<b>168.338</b>	<b>177.940</b>	<b>-5,4%</b>
Brasil	56.572	56.086	1%	141.026	149.940	-5,9%
Mercado externo	7.819	7.001	11,7%	27.312	28.000	-2,5%
<b>EXTENSÃO DE HAVAIANAS</b>	<b>574</b>	<b>371</b>	<b>54,7%</b>	<b>1.549</b>	<b>1.113</b>	<b>39,2%</b>
Brasil	497	284	75%	1.095	639	71,4%
Mercado externo	77	87	-11,5%	454	474	-4,2%
<b>SANDÁLIAS + EXTENSÃO DE HAVAIANAS</b>	<b>64.965</b>	<b>63.458</b>	<b>2,4%</b>	<b>169.887</b>	<b>179.053</b>	<b>-5,1%</b>
Brasil	57.069	56.370	1,2%	142.121	150.579	-5,6%
Mercado externo	7.896	7.088	11,4%	27.766	28.474	-2,5%

No Brasil, a quantidade de sandálias + extensão de Havaianas comercializada subiu 1,2%, resultado importante dado que o volume de vendas desses produtos naquele período foi muito forte (aumento de 15,2% ante o 3T13). O acréscimo é explicado pela boa aceitação da coleção 2015/16 de sandálias, avaliada como uma das melhores pelos clientes.

No mercado externo, a quantidade 11,7% maior de pares comercializados foi decorrente dos incrementos de 24,8% nos EUA, de 36,1% na região EMEA e de 7,2% na exportação, com destaque para o crescimento de 20% no volume exportado de sandálias Havaianas. Tanto nos EUA como na região EMEA os volumes cresceram devido, principalmente, ao aumento das vendas no varejo Havaianas e do *e-commerce*. Na exportação, o volume aumentou pelos avanços acima de 30% nas vendas para países como Austrália, África do Sul e Filipinas, pela reestruturação da equipe de vendas internacionais no Brasil e pela maior competitividade comercial, com tabelas de preços diferenciadas por região.

**Artigos esportivos**

Mil pares/peças	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>CALÇADOS (esportivos, casuais e profissionais)</b>	<b>4.212</b>	<b>5.060</b>	<b>-16,8%</b>	<b>11.849</b>	<b>14.021</b>	<b>-15,5%</b>
Brasil	2.304	3.082	-25,2%	6.758	8.660	-22,0%
Argentina	1.908	1.978	-3,5%	5.091	5.361	-5%
<b>VESTUÁRIO (esportivo e casual)</b>	<b>1.230</b>	<b>1.875</b>	<b>-34,4%</b>	<b>3.458</b>	<b>5.021</b>	<b>-31,1%</b>
Brasil	845	1.435	-41,1%	2.472	3.854	-35,9%
Argentina	385	440	-12,5%	986	1.167	-15,5%

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

O recuo no volume de vendas de calçados esportivos e casuais no Brasil foi provocado por Rainha, Mizuno e Timberland, já que Topper teve crescimento de 31% na quantidade comercializada, avanço alcançado devido à boa receptividade da coleção de calçados.

A Mizuno colocou no mercado, em julho, a coleção 2015/16 de calçados esportivos com os modelos Creation 17, Enigma 5 e Ultima 7, entre outros. Diferentemente da coleção passada, a mudança no *design* agradou clientes e consumidores. Mesmo com os novos produtos, o volume de vendas de Mizuno recuou 54% pelos seguintes motivos:

- **Conjuntural:** a queda na renda disponível para consumo tem sido o fator responsável pelo desaquecimento das vendas do varejo. Segundo o IBGE, o volume de vendas do comércio de tecidos, vestuário e calçados caiu 6,6% no acumulado até agosto de 2015, na comparação com o mesmo período do ano passado, fato que contraiu o mercado e, conseqüentemente, a atividade da indústria calçadista.
- **Comercial:** o aumento de 40% no preço médio – fato que contribuiu para a recuperação de sete pontos percentuais na margem de contribuição na comparação com o 2T15 – tornou os calçados Mizuno mais caros que os da concorrência, que ao promover liquidação baixou seus preços de venda.

O vestuário esportivo decresceu no Brasil porque os grandes clientes de artigos esportivos lançaram marcas próprias, reduzindo as compras de terceiros, além de alguns terem fechado pontos de venda.

Na Argentina, houve retração no volume de calçados por causa da não liberação de licenças para os calçados importados, cuja demanda é aquecida no país e não tem sido atendida somente com a produção local da Alpargatas, e pela liquidação realizada no 3T14 que tornou esse período forte em vendas. No quarto trimestre é provável que a importação desses produtos seja liberada, impulsionando as vendas de fim de ano.

### Vestuário e calçados *lifestyle*

Mil pares/peças	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
OSKLEN (calçados, vestuário e acessórios)	372	342	8,8%	950	941	1,0%

A antecipação da entrega da coleção verão para o canal atacado (multimarcas e franquias) e a liquidação de inverno mais agressiva no varejo foram os eventos que contribuíram para o aumento do volume de vendas da Osklen, com crescimentos por categoria de: 9,5% em vestuário, 19% em acessórios e 2,4% em calçados. Destacou-se o desempenho do *e-commerce*, cujo volume de vendas subiu 20,5%.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**
**RECEITA LÍQUIDA**

R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA</b>	<b>1.146,8</b>	<b>903,8</b>	<b>26,9%</b>	<b>3.092,7</b>	<b>2.651,2</b>	<b>16,7%</b>
BRASIL	702,8	639,7	10%	1.808,1	1.760,0	2,7%
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	148,6	86,9	71%	557,3	426,4	30,7%
ARGENTINA	295,4	177,2	66,7%	727,3	464,8	56,5%

A receita líquida no Brasil foi impulsionada pela de sandálias Havaianas que cresceu 18,5% (maior volume e aumento de 17,3% no preço médio). O incremento de 75% no volume e a alta de 18% no preço médio dos produtos de extensão de Havaianas também contribuíram para a variação positiva da receita brasileira.

Mesmo com os acréscimos de 8% no preço médio dos calçados esportivos e casuais e de 21,6% no vestuário, o negócio de Artigos Esportivos não contabilizou evolução em seu faturamento em razão da queda dos volumes.

A receita líquida da Osklen evoluiu devido ao crescimento de 8,8% no volume, uma vez que os preços médios recuaram 8,7%, em calçados e 8,9% em vestuário devido à liquidação de coleções passadas.

O ganho de receita em moedas locais nos EUA e na região EMEA foi oriundo do acréscimo de volume de sandálias enquanto na exportação, além do volume, a receita subiu também pelo aumento de 3% no preço médio por par em dólar. As valorizações de 56% do dólar e de 31% do euro incrementaram muito o faturamento em reais dos negócios internacionais de Sandálias.

VARIAÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA	3T15	9M15
EUA - dólar	10,0%	8,5%
EMEA - euro	31,2%	18,2%
Exportação - dólar	10,4%	-10,0%

Na Argentina, a receita líquida em pesos cresceu em razão do aumento de 27% no preço médio dos calçados vendidos para o canal multimarca e, também, pela alta de 31% no preço do metro quadrado dos têxteis. Em reais, a receita da Argentina foi ainda mais impulsionada pela valorização de 40% do peso frente ao real.

VARIAÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA	3T15	9M15
Argentina - peso	18,6%	25,1%

O varejo é uma importante via de geração de valor para a Alpargatas. As lojas exclusivas proporcionam aos consumidores experiência única de marca porque nesses espaços eles encontram a maior variedade de produtos. Em 30/09/2015, 669 unidades estavam em operação no Brasil e exterior ante 631 lojas em 30/09/2014.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

LOJAS	30/09/15			30/09/14		
	FRANQUIAS	PRÓPRIAS	TOTAL	FRANQUIAS	PRÓPRIAS	TOTAL
<b>HAVAIANAS</b>	488	30	518	456	29	485
Brasil	392	3	395	362	4	366
Exterior	96	27	123	94	25	119
<b>OSKLEN</b>	25	63	88	25	56	81
Brasil	22	59	81	22	52	74
Exterior	3	4	7	3	4	7
<b>TOPPER ARGENTINA</b>	0	9	9	0	11	11
<b>TIMBERLAND BRASIL</b>	13	5	18	9	8	17
<b>OUTLETS</b>	0	36	36	0	37	37
Brasil	0	21	21	0	21	21
Argentina	0	15	15	0	16	16
<b>TOTAL LOJAS</b>	<b>526</b>	<b>143</b>	<b>669</b>	<b>490</b>	<b>141</b>	<b>631</b>

As variações em relação às receitas do 3T14 no conceito mesmas lojas do varejo Alpargatas foram as seguintes:

- Havaianas (franquias Brasil): +19% devido ao aumento do volume de Soul Collection e da elevação dos preços médios de sandálias e dos produtos de extensão da marca.
- Timberland (franquias e lojas próprias): - 4% por causa do volume menor.
- Meggashop: + 23% por volume e preços mais elevados em 13% e 10%, respectivamente.
- Osklen: - 10,5% devido à retração de 8,1% no número de *tickets* e à liquidação de coleções passadas.



**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

**LUCRO BRUTO**

R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>LUCRO BRUTO CONSOLIDADO</b>	<b>467,6</b>	<b>340,8</b>	<b>37,2%</b>	<b>1.302,5</b>	<b>1.064,3</b>	<b>22,4%</b>
<b>Margem bruta consolidada - % RL</b>	<b>40,8%</b>	<b>37,7%</b>	<b>3,1 pp</b>	<b>42,1%</b>	<b>40,1%</b>	<b>2,0 pp</b>
BRASIL	284,6	243,0	17,1%	724,6	673,5	7,6%
Margem bruta Brasil	40,5%	38,0%	2,5 pp	40,1%	38,3%	1,8 pp
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	97,9	50,9	92,3%	372,5	274,0	35,9%
Margem bruta Sandálias Internacional	65,9%	58,5%	7,4 pp	66,8%	64,3%	2,5 pp
ARGENTINA	85,1	46,9	81,4%	205,4	116,8	75,9%
Margem bruta Argentina	28,8%	26,5%	2,3 pp	28,2%	25,1%	3,1 pp

O lucro bruto apresentou forte evolução em todas as regiões em que a Alpargatas atua.

No Brasil, um dos motivos que elevou a margem bruta foi a consolidação da Osklen, responsável por 0,9 ponto percentual da variação de 2,5 pontos. Outro fator que contribuiu com mais 1,6 ponto na margem foi o aumento expressivo da participação de Havaianas na receita do mercado interno que, mesmo com o incremento de 18,2% no custo por par, manteve sua margem bruta mais alta que a de esportivos.

O custo por par de sandálias subiu no trimestre devido:

- (i) ao aumento de 19% no custo da borracha em reais – em dólar houve redução de 15% e;
- (ii) ao incremento de 36% nas despesas gerais de fabricação, das quais os maiores aumentos foram em energia elétrica, manutenção e depreciação.

Artigos Esportivos registrou decréscimo de margem devido, essencialmente, à elevação do custo de Mizuno resultante da apreciação do dólar.

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

Osklen apresentou recuo de margem devido à maior participação do canal atacado – que possui rentabilidade menor – no *mix* de vendas, além das promoções e liquidações mais fortes ocorridas no varejo.

Em Sandálias Internacional o principal motivo da alta da margem bruta foi o bom desempenho da exportação, cujo aumento de 59% no preço médio em reais do par de sandália exportado (3% em dólar mais 56% de variação cambial) foi superior à elevação de 18,2% no custo/par das sandálias.

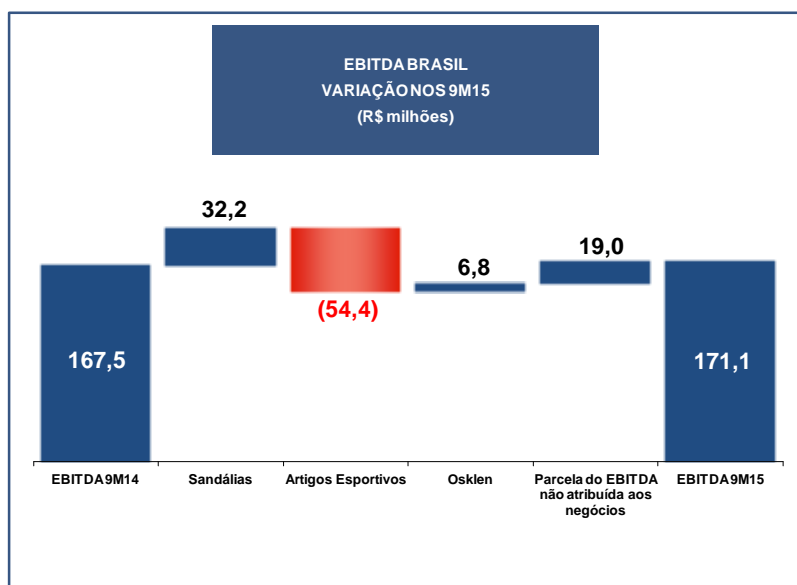
Na Argentina, a margem bruta variou positivamente em decorrência de o aumento do preço do m<sup>2</sup> têxtil ter sido superior ao do custo. Em calçados, a margem foi impactada positivamente pela melhoria no custo de produção resultante da maior eficiência da mão de obra direta (90% no 3T15 x 87% no 3T14) que representa, em média, 45% do custo do calçado.

### EBITDA

R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>EBITDA CONSOLIDADO</b>	<b>148,7</b>	<b>105,1</b>	<b>41,5%</b>	<b>412,4</b>	<b>317,4</b>	<b>29,9%</b>
<b>Margem EBITDA consolidada - % RL</b>	<b>13,0%</b>	<b>11,6%</b>	<b>1,4 pp</b>	<b>13,3%</b>	<b>12,0%</b>	<b>1,3 pp</b>
BRASIL	86,2	85,0	1,4%	171,1	167,5	2,1%
Margem EBITDA Brasil	12,3%	13,3%	-1,0 pp	9,5%	9,5%	-
SANDÁLIAS INTERNACIONAL	22,3	-5,0	+ R\$ 27,3 mm	145,5	97,0	50%
Margem EBITDA Sandálias Internacional	15,0%	-5,8%	20,8 pp	26,1%	22,7%	3,4 pp
ARGENTINA	40,2	25,1	60,2%	95,8	52,9	81,1%
Margem EBITDA Argentina	13,6%	14,2%	-0,6 pp	13,2%	11,4%	1,8 pp

No Brasil, o fator que fez o EBITDA acumulado até setembro crescer em ritmo menor foi a perda de R\$ 54,4 milhões no EBITDA de Artigos Esportivos, provocada pelo câmbio, que elevou o custo dos calçados Mizuno.

Para reverter a situação deste negócio, além de aumentar os preços dos artigos esportivos, a Alpargatas iniciou o processo de nacionalização da fabricação dos calçados Mizuno, que deverá alcançar 85% do volume comercializado no País, na fábrica onde Topper e Rainha são produzidos sem a necessidade, portanto, de novos investimentos em Capex. Essa é uma vantagem competitiva importante para o crescimento de Mizuno porque, das marcas globais que atuam no Brasil, ela é a única que tem produção própria local.



## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

As variações do 3T14 para o 3T15 dos EBITDAs por região são explicadas por:

### BRASIL

- ↑ R\$ 71,5 milhões mais no lucro bruto, sem efeito de *commodities* e câmbio.
- ↓ R\$ 41,3 milhões mais nas despesas operacionais. Descontando-se R\$ 38,7 milhões que são provenientes da Osklen, a variação de R\$ 2,6 milhões mais decorre de alta nas despesas proveniente de inflação, entre outros fatores.
- ↓ R\$ 29,0 milhões resultantes do impacto negativo da variação cambial no custo médio dos calçados importados e da alta de 19% em reais no preço da borracha.

### SANDÁLIAS INTERNACIONAL

- ↑ R\$ 7,8 milhões mais no lucro bruto.
- ↓ R\$ 7,3 milhões mais com as despesas operacionais decorrentes do aumento dos investimentos em comunicação de Havaianas e gastos com as operações das lojas próprias mais o impacto do câmbio.
- ↑ R\$ 26,8 milhões resultantes do impacto positivo da variação cambial – dólar apreciou 56% e o euro 31% frente ao real.

### ARGENTINA

- ↑ R\$ 15,2 milhões mais no lucro bruto (sem efeito de *commodities* e câmbio).
- ↓ R\$ 10,0 milhões mais com as despesas operacionais devido à comunicação e aos patrocínios de Topper.
- ↑ R\$ 10,1 milhões resultantes do impacto positivo da variação cambial – peso apreciou 40% frente ao real.

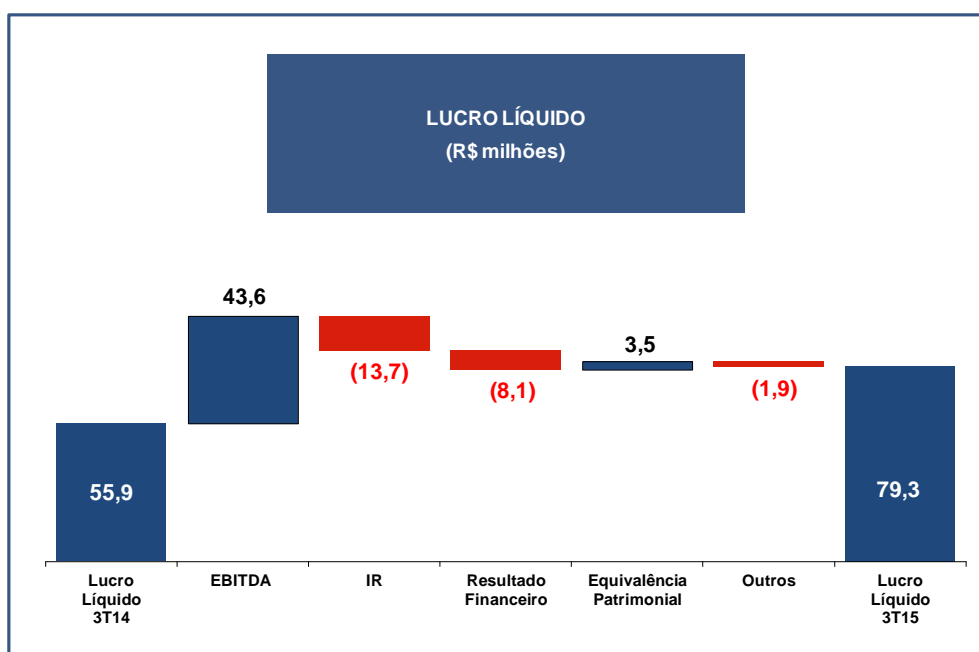
Na tabela a seguir está demonstrado o cálculo do EBITDA de acordo com a orientação da Instrução CVM 527.

R\$ milhões	3T15	3T14	9M15	9M14
<b>Lucro líquido do acionista controlador</b>	<b>79,3</b>	<b>55,9</b>	<b>224,5</b>	<b>195,3</b>
Lucro líquido do acionista minoritário	(2,9)	-	(10,9)	-
<b>(=) Lucro líquido consolidado do exercício</b>	<b>76,4</b>	<b>55,9</b>	<b>213,6</b>	<b>195,3</b>
IR e contribuição social	7,6	(6,1)	24,4	5,2
Resultado financeiro	21,1	9,2	40,0	15,2
Depreciação e amortização	26,9	18,5	77,2	54,5
Resultado financeiro, impostos e depreciação da equivalência patrimonial de empresas coligadas	-	10,9	-	41,9
<b>(=) Subtotal</b>	<b>132,0</b>	<b>88,4</b>	<b>355,2</b>	<b>312,1</b>
Resultado operacional da equivalência patrimonial de empresas coligadas	-	(7,4)	-	(22,4)
Provisões não operacionais	3,2	3,6	12,3	10,7
Itens não recorrentes	13,2	16,4	46,0	15,5
<i>Hedge</i>	0,3	4,1	(1,1)	1,6
<b>(=) EBITDA ajustado - CVM 527</b>	<b>148,7</b>	<b>105,1</b>	<b>412,4</b>	<b>317,5</b>

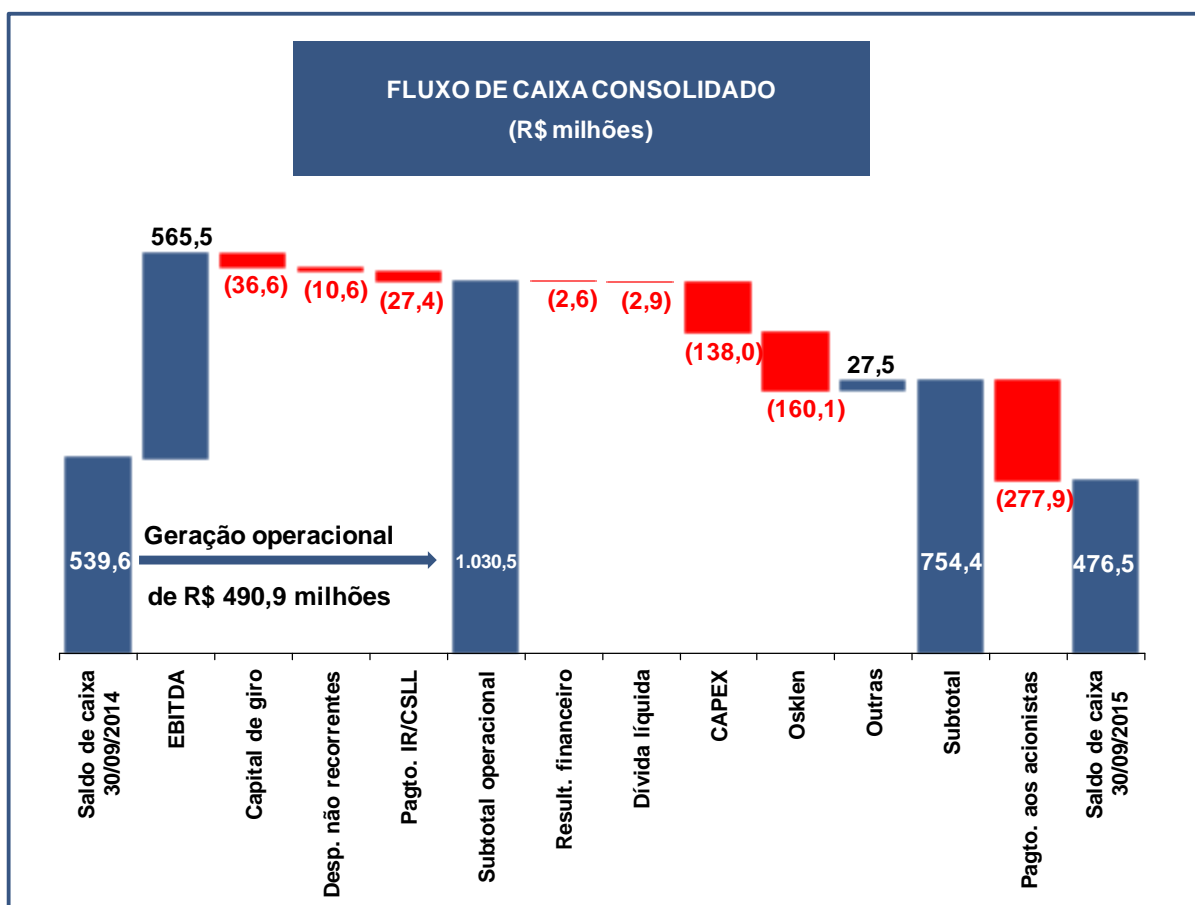
**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**
**LUCRO LÍQUIDO**

R\$ milhões	3T15	3T14	Var. 3T	9M15	9M14	Var. 9M
<b>LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO</b>	<b>79,3</b>	<b>55,9</b>	<b>41,9%</b>	<b>224,5</b>	<b>195,3</b>	<b>15%</b>
<b>Margem líquida consolidada - % RL</b>	<b>6,9%</b>	<b>6,2%</b>	<b>0,7 pp</b>	<b>7,3%</b>	<b>7,4%</b>	<b>-0,1 pp</b>

O principal fator que impulsionou o lucro líquido foi a maior geração de EBITDA. Houve mais IR em razão do lucro maior e menos resultado financeiro, devido, principalmente, ao decréscimo da receita financeira. Apesar de juros mais elevados que no 3T14, o volume médio de caixa aplicado no 3T15 foi 20% menor que há um ano. A equivalência patrimonial é referente à Tavex e à Osklen no 3T14 e os R\$ 1,9 milhão de “Outros” à amortização a valor justo dos estoques adquiridos da Osklen.


**POSIÇÃO FINANCEIRA LÍQUIDA**
**CAIXA**

Em 30/09/2015, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 476,5 milhões, ante R\$ 539,6 milhões na mesma data do ano anterior. A geração operacional totalizou R\$ 490,9 milhões. O maior impacto positivo no caixa em 12 meses deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 565,5 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 277,9 milhões com a remuneração dos acionistas; (ii) R\$ 160,1 milhões com o pagamento da aquisição de participação acionária na Osklen; e (iii) R\$ 138,0 milhões em Capex.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

**ENDIVIDAMENTO**

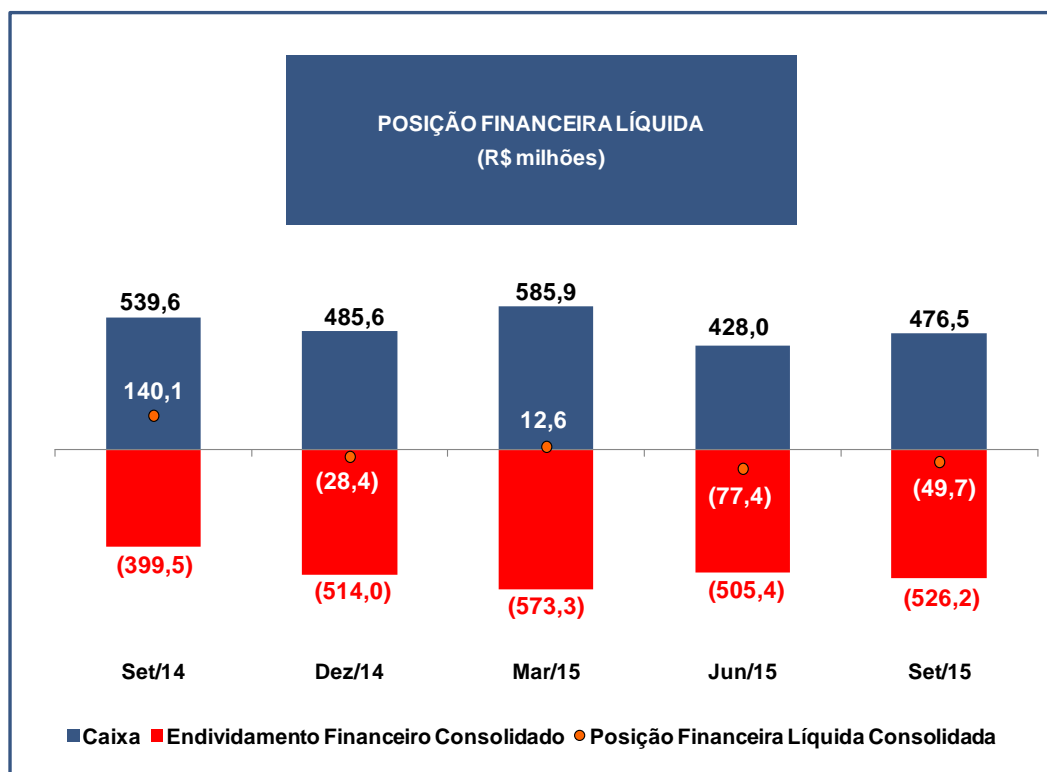
Em 30/09/2015, o endividamento financeiro consolidado somava R\$ 526,2 milhões, sendo R\$ 434,2 milhões denominados em reais e R\$ 92,0 milhões em moeda estrangeira – neutralizado pelo caixa dos negócios internacionais de sandálias –, com o seguinte perfil:

- R\$ 338,6 milhões (64% do total) com vencimento no curto prazo, sendo R\$ 247,0 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 91,6 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 187,6 milhões (36% do total) com vencimento no longo prazo, sendo R\$ 187,2 milhões em moeda nacional e R\$ 400 mil em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
  - 2016: R\$ 33,7 milhões;
  - 2017: R\$ 26,5 milhões;
  - 2018: R\$ 25,5 milhões;
  - 2019: R\$ 24,9 milhões; e
  - 2020 em diante: R\$ 77,0 milhões.

## RESULTADOS DO 3T15 E 9M15

### POSIÇÃO FINANCEIRA LÍQUIDA

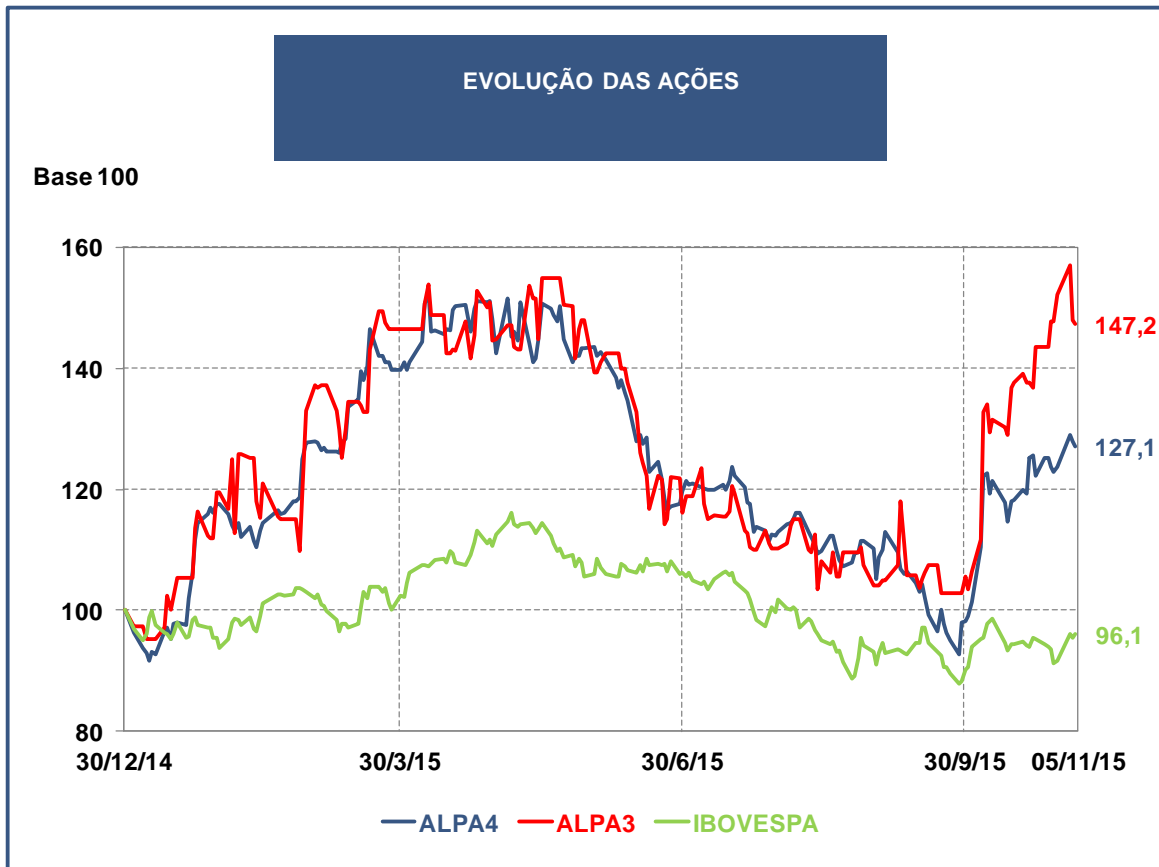
Subtraindo-se do saldo de caixa de R\$ 476,5 milhões o endividamento de R\$ 526,2 milhões, a posição financeira líquida da Alpargatas era negativa em R\$ 49,7 milhões em 30/09/2015.



### MERCADO DE CAPITAIS E REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

Em 30/09/2015, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$ 6,72, e as ações ordinárias (ALPA3), a R\$ 6,68, valores 1,8% menor e 5,5% maior que os de 31/12/2014, respectivamente. De janeiro a setembro, o Ibovespa desvalorizou 9,9%. No encerramento dos nove primeiros meses do ano, o valor da Alpargatas na BM&FBovespa era de R\$ 3,8 bilhões. O volume médio diário de negociação da ALPA4 no período foi de R\$ 4,9 milhões, 16,8% inferior à média diária negociada nos 9M14.

O Conselho de Administração, em reunião realizada em 06/11/2015, deliberou a antecipação de Juros sobre o Capital Próprio (JCP), no montante de R\$ 30,0 milhões, a serem pagos em 18/12/2015. Somando-se esse valor aos R\$ 250,9 milhões de JCP e dividendos deliberados no ano, a remuneração dos acionistas da Alpargatas já totaliza R\$ 280,9 milhões.

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

\*\*\*\*\*

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

**BALANÇO PATRIMONIAL**

(Em milhares de reais)

<b>ATIVO</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>30/09/2014</b>
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>2.374.927</b>	<b>2.036.186</b>
Caixa e bancos	185.439	108.752
Aplicações financeiras	291.104	430.821
Clientes (líquido da PDD)	964.472	764.111
Estoques	772.407	610.191
Demais contas a receber	51.050	35.517
Despesas antecipadas	17.912	20.218
Bens destinados a venda	-	-
Outros ativos	-	-
Impostos a recuperar	92.543	66.576
<b>ATIVO REALIZÁVEL À LONGO PRAZO</b>	<b>131.360</b>	<b>147.027</b>
Impostos a recuperar	30.213	19.233
I.R. e contribuição social diferidos	54.715	65.324
Depósitos judiciais e compulsórios	21.415	19.464
Demais contas a receber	25.017	43.006
<b>ATIVO PERMANENTE</b>	<b>1.444.121</b>	<b>1.047.224</b>
Investimentos	2.712	159.199
Imobilizado	758.384	631.903
Intangível	683.025	256.122
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>3.950.408</b>	<b>3.230.437</b>

<b>PASSIVO</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>30/09/2014</b>
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>1.389.656</b>	<b>892.285</b>
Fornecedores	488.658	408.252
Financiamentos	338.581	201.956
Obrigações negociadas de controlada	11.364	7.415
Salários e encargos sociais	201.672	144.187
Provisão para contingências	15.747	6.000
Provisão p/ IR e contr. social a pagar	6.980	2.486
Imposto a pagar	55.237	29.187
JCP e dividendos a pagar	169.360	22.789
Outras contas a pagar	102.057	70.013
<b>PASSIVO EXIGÍVEL À LONGO PRAZO</b>	<b>546.621</b>	<b>434.900</b>
Financiamentos	187.639	197.514
Obrigações negociadas de controlada	56.985	40.597
Tributos c/ exig. susp. e outros	179.448	155.557
Parcelamento tributário	-	-
Provisão p/ IR e contr. social a pagar	85.037	-
Provisão para contingências	29.373	28.262
Outras contas a pagar	8.139	12.970
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.014.131</b>	<b>1.903.252</b>
Capital social realizado	648.497	648.497
Reserva de capital	175.449	162.835
Ações em tesouraria	(84.170)	(72.171)
Reservas de lucro	1.109.495	1.224.200
Avaliação patrimonial	70.724	(61.609)
Resultado a realizar em op. de hedge	4.210	1.500
Dividendo Adicional proposto	-	-
Participação minoritários	89.926	-
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>3.950.408</b>	<b>3.230.437</b>
<b>Valor patrimonial por ação (R\$)</b>	<b>4,18</b>	<b>4,12</b>

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

**DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO**

(Em milhares de reais)

	9M15	9M14	3T15	2T15
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>3.092.633</b>	<b>2.651.211</b>	<b>1.146.763</b>	<b>996.942</b>
Custo dos produtos vendidos	1.790.091	(1.586.892)	679.223	(585.401)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.302.541</b>	<b>1.064.319</b>	<b>467.540</b>	<b>411.541</b>
<i>margem bruta</i>	42,1%	40,1%	40,8%	41,3%
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(1.024.500)</b>	<b>(829.170)</b>	<b>(362.404)</b>	<b>(360.866)</b>
Vendas	(763.542)	(674.097)	(271.424)	(269.799)
Gerais Administrativas	(200.267)	(132.516)	(72.081)	(66.799)
Honorários dos administradores	(6.442)	(6.122)	(2.208)	(2.160)
Amortização do diferido / intangível	(24.311)	(17.036)	(8.781)	(8.177)
Outras (despesas) receitas operacionais	(29.938)	601	(7.910)	(13.931)
<b>EBIT - Resultado Operacional</b>	<b>278.041</b>	<b>235.149</b>	<b>105.136</b>	<b>50.675</b>
<i>margem operacional</i>	9,0%	8,9%	9,2%	5,1%
Receitas financeiras	38.508	53.199	11.209	13.622
Despesas financeiras	(79.819)	(62.446)	(29.921)	(27.193)
Variação cambial	1.265	(5.990)	(2.418)	5.196
Equivalência patrimonial	-	(19.513)	-	-
<b>Lucro Operacional</b>	<b>237.996</b>	<b>200.399</b>	<b>84.006</b>	<b>42.300</b>
I.R. e Contribuição Social	(24.411)	(5.082)	(7.610)	(344)
Participação de Minoritários	10.945	-	2.898	4.048
<b>Lucro líquido</b>	<b>224.530</b>	<b>195.317</b>	<b>79.294</b>	<b>46.004</b>
<b>EBITDA - R\$ milhões</b>	<b>412,4</b>	<b>317,4</b>	<b>148,7</b>	<b>102,7</b>
<i>margem EBITDA</i>	13,3%	12,0%	13,0%	10,3%

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

**DEMONSTRAÇÕES DOS FLUXO DE CAIXA**

(Em milhares de reais)

	30/09/2015	30/09/2014
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Caixa Gerado nas Operações</b>	<b>323.619</b>	<b>304.194</b>
Lucro Líquido do Período	213.585	195.317
Depreciação e Amortização	77.195	54.528
Resultado na Venda/baixa do imobilizado	1.735	3.362
Resultado da Equivalência Patrimonial	0	19.513
Juros, Variações Monetárias e Cambiais	23.760	23.795
Provisões p/ Riscos Trib., Cíveis e Trab.	5.865	7.214
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	6.240	-11.602
Tributos com Exigibilidade Suspensa	0	13.327
Provisão (Reversão) para Créditos Liquid. Duvidosa	6.291	7.323
Provisão (Reversão) para Perdas nos Estoques	11.188	37.880
Amortização de Encargos Empréstimos e financiamentos	-24.222	-26.035
Ganhos/Perdas não Realizados em Operações com Derivativos	1.594	12.211
Outorga de Opções de Compra de Ações	1.865	2.361
Ajuste Remensuração 1a aquisição Osklen	-3.368	0
Resultado na Venda de Imóveis	0	-35.000
Provisão p/ Perda no Imobilizado/Intangível "Impairment"	1.891	0
<b>Variações nos Ativos e Passivos</b>	<b>-51.274</b>	<b>-168.948</b>
Contas a Receber de Clientes	-2.764	12.959
Estoques	-119.509	-210.614
Despesas Antecipadas	-3.792	-9.972
Tributos a Recuperar	-12.105	-13.288
Fornecedores	46.942	37.461
Tributos a Pagar	25.974	35.947
Salários e Encargos Sociais	31.907	23.547
Pagamento IR/CSLL	-17.412	-29.051
Outros	-515	-15.937
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>272.345</b>	<b>135.246</b>

**RESULTADOS DO 3T15 E 9M15**

<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<b>30/09/2015</b>	<b>30/09/2014</b>
Aquisições de imobilizado, Intangível	-98.301	-98.497
Aplicações Financeiras	65.754	544.770
Recebimento de Venda do Permanente	6.954	19.164
Pagamento Aquisição de Investimentos	0	-91.573
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<b>-25.593</b>	<b>373.864</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS</b>		
Captação de Empréstimos e financiamentos	258.820	141.159
Amortização de Empréstimos e Financiamentos - Principal	-279.266	-272.960
Pagamento de Dividendos e Juros s/ Capital Próprio	-230.447	-81.929
Amortização por Reestruturação de Dívida de Controlada	-9.478	-8.320
Aquisição de Ações para Tesouraria, líquido	-3.044	-25.607
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>-263.415</b>	<b>-247.657</b>
<b>Variação Cambial s/ Caixa e Equivalentes</b>	<b>59.528</b>	<b>-6.791</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES</b>	<b>42.865</b>	<b>254.662</b>
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	316.610	134.682
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	359.475	389.344