

## TELECONFERÊNCIA

Data: 10/11/2014 às 17h00

Telefone:  
(55 11) 3193-1001  
(55 11) 2820-4001

Senha: Alpargatas

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

Palestrantes:

Márcio Utsch  
Diretor-Presidente  
José Roberto Lettiere  
CFO

RI

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

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



# ALPARGATAS

**DIVULGAÇÃO DOS  
RESULTADOS  
3T14 E 9M14**



### INDICADORES

Indicadores de Resultado Consolidado (R\$ milhões, exceto margens)						
	3T13	3T14	Variação	9M13	9M14	Variação
<b>Receita Líquida</b>	<b>865,0</b>	<b>903,8</b>	<b>+4,5%</b>	<b>2.461,1</b>	<b>2.651,2</b>	<b>+7,7%</b>
Brasil	613,8	639,7	4,2%	1.685,2	1.760,0	4,4%
Argentina	176,2	177,2	0,6%	444,7	464,8	4,5%
USA, Europa e Exportações	75,0	86,9	15,9%	331,1	426,4	28,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>354,2</b>	<b>340,8</b>	<b>-3,8%</b>	<b>1.044,8</b>	<b>1.064,3</b>	<b>+1,9%</b>
Brasil	274,9	243,0	-11,6%	750,6	673,5	-10,3%
Argentina	33,2	46,9	41,3%	89,5	116,8	30,5%
USA, Europa e Exportações	46,1	50,9	10,4%	204,7	274,0	33,9%
<b>Margem Bruta</b>	<b>41,0%</b>	<b>37,7%</b>	<b>-3,3 p.p.</b>	<b>42,5%</b>	<b>40,1%</b>	<b>-2,4 p.p.</b>
Brasil	44,8%	38,0%	-6,8 p.p.	44,5%	38,3%	-6,2 p.p.
Argentina	18,9%	26,5%	7,6 p.p.	20,1%	25,1%	5,0 p.p.
USA, Europa e Exportações	61,4%	58,5%	-2,9 p.p.	61,8%	64,3%	2,5 p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>104,7</b>	<b>105,1</b>	<b>0,4%</b>	<b>358,2</b>	<b>317,4</b>	<b>-11,4%</b>
Brasil	97,1	85,0	-12,5%	281,7	167,5	-40,5%
Argentina	9,8	25,1	156,1%	19,2	52,9	175,5%
USA, Europa e Exportações	-2,2	-5,0	na	57,3	97,0	69,3%
<b>Margem EBITDA</b>	<b>12,1%</b>	<b>11,6%</b>	<b>-0,5 p.p.</b>	<b>14,6%</b>	<b>12,0%</b>	<b>-2,6 p.p.</b>
Brasil	15,8%	13,3%	-2,5 p.p.	16,7%	9,5%	-7,2 p.p.
Argentina	5,6%	14,2%	8,6 p.p.	4,3%	11,4%	7,1 p.p.
USA, Europa e Exportações	-2,9%	-5,8%	-2,9 p.p.	17,3%	22,7%	5,4 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>74,5</b>	<b>55,9</b>	<b>-25,0%</b>	<b>237,4</b>	<b>195,3</b>	<b>-17,7%</b>

**1. INTRODUÇÃO**

No terceiro trimestre desse ano, os destaques no desempenho da Alpargatas foram os aumentos do volume de vendas e da receita líquida, em reais e em moedas estrangeiras, conforme indicado nas tabelas a seguir:

Variações dos volumes de vendas (milhões de pares/peças)	3T13	3T14	Var.	9M13	9M14	Var.
<b>Brasil</b>	<b>53,576</b>	<b>60,887</b>	<b>13,6%</b>	<b>159,438</b>	<b>163,093</b>	<b>2,3%</b>
<b>Argentina</b>	<b>2,223</b>	<b>2,418</b>	<b>8,8%</b>	<b>5,922</b>	<b>6,528</b>	<b>10,2%</b>
<b>Exportações de sandálias + Alpargatas USA</b>	<b>4,581</b>	<b>6,162</b>	<b>34,5%</b>	<b>20,037</b>	<b>20,102</b>	<b>0,3%</b>
<b>Alpargatas Europa</b>	<b>1,046</b>	<b>926,0</b>	<b>-11,5%</b>	<b>6,582</b>	<b>8,372</b>	<b>27,2%</b>
<b>Consolidado</b>	<b>61,426</b>	<b>70,393</b>	<b>14,6%</b>	<b>191,979</b>	<b>198,095</b>	<b>3,2%</b>

Receita líquida (em milhões)	3T13	3T14	Var.	9M13	9M14	Var.
<b>Real</b>	<b>613,8</b>	<b>639,7</b>	<b>4,2%</b>	<b>1.685,2</b>	<b>1.760,0</b>	<b>4,4%</b>
<b>Peso</b>	<b>428,8</b>	<b>645,7</b>	<b>50,6%</b>	<b>1.105,5</b>	<b>1.625,8</b>	<b>47,1%</b>
<b>Dólar</b>	<b>19,1</b>	<b>25,1</b>	<b>31,4%</b>	<b>86,8</b>	<b>92,5</b>	<b>6,6%</b>
<b>Euro</b>	<b>10,4</b>	<b>9,9</b>	<b>-4,8%</b>	<b>55,4</b>	<b>68,9</b>	<b>24,4%</b>
<b>Consolidada em reais sem variação cambial</b>	<b>865,0</b>	<b>991,6</b>	<b>14,6%</b>	<b>2.461,1</b>	<b>2,794,7</b>	<b>13,6%</b>

O desempenho do trimestre continuou a ser marcado pelo avanço das operações internacionais. Na soma dos números de Alpargatas Argentina, Alpargatas Europa, Alpargatas USA e exportações – operações que, no conjunto, representaram 30,0% da receita líquida consolidada do trimestre –, houve evolução em todos os indicadores. Na comparação com o 3T13 a receita líquida em reais foi 5,1% maior. Em moedas locais a receita aumentou 50,6% e 31,4% em pesos e em dólares, respectivamente. A margem bruta, de 37,0%, evoluiu 5,4 pontos percentuais, e o EBITDA, de R\$ 20,1 milhões, elevou expressivos 164,5%. A margem EBITDA, de 7,6%, foi 4,6 pontos percentuais mais alta.

No Brasil, o resultado da Alpargatas no terceiro trimestre foi razoável levando-se em conta que o 3T13 foi um período forte em vendas e cuja conjuntura macroeconômica (câmbio, inflação e confiança do consumidor) estava em condições mais favoráveis. O volume de vendas avançou 13,6%, impulsionado pelo forte crescimento de sandálias, que foi 15,2% superior ao 3T13, assim como pela recuperação das vendas de calçados esportivos a partir de meados de agosto. A receita líquida subiu 4,2% e acumulou R\$ 639,7 milhões; a margem bruta foi de 38,0%; e o EBITDA, de R\$ 85,0 milhões, gerou margem de 13,3%. Todavia, no Brasil, o avanço foi mais expressivo ante o 2T14.

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3T14 E 9M14

No acumulado dos nove meses do ano, a receita líquida consolidada somou R\$ 2,6 bilhões, alta de 7,7% na comparação com o mesmo período de 2013 (ou de 13,6% sem o impacto da variação cambial). O lucro bruto, de R\$ 1,1 bilhão, evoluiu 1,9% (margem de 40,1%), e o EBITDA totalizou R\$ 317,4 milhões, com margem de 12,0%.

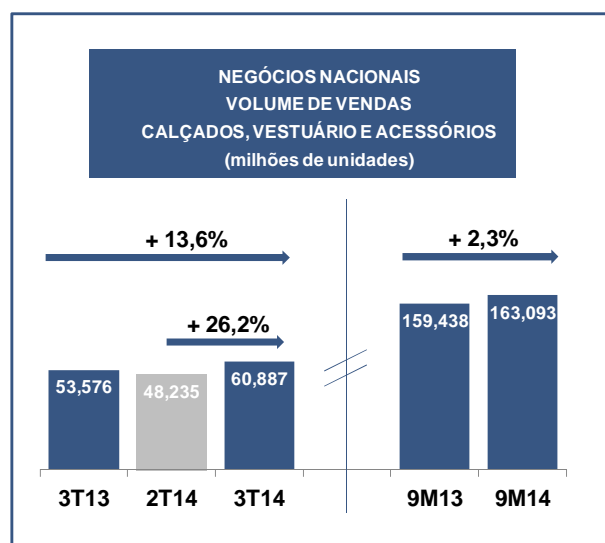
O modelo de negócios da Alpargatas tem proporcionado consistente geração operacional de caixa, que totalizou R\$ 167,1 milhões, entre o 3T13 e o 3T14, resultando em posição financeira líquida positiva de R\$ 140,1 milhões em 30/09/2014.

Antes de iniciar a análise dos resultados é com orgulho que a Alpargatas informa que foi eleita a “Empresa que mais Respeita o Consumidor no Brasil em 2014” em pesquisa exclusiva realizada pela Revista Consumidor Moderno.

## 2. NEGÓCIOS NACIONAIS

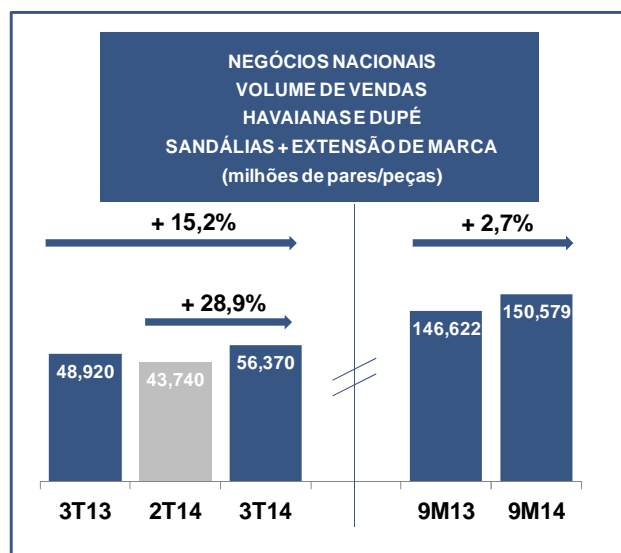
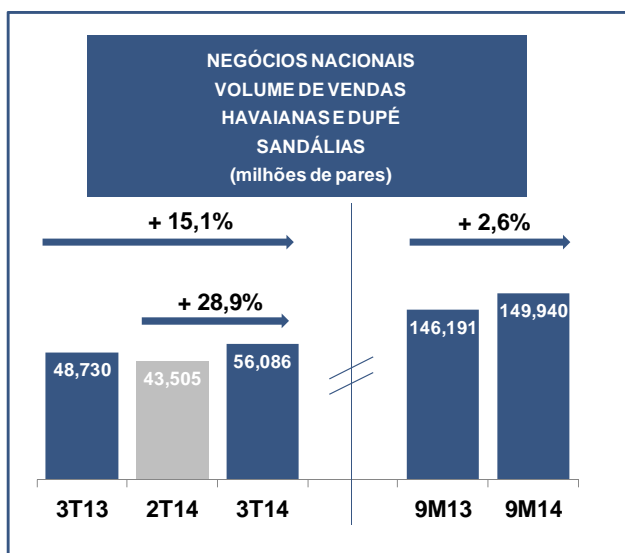
### 2.1. Volume de vendas

Foram comercializadas 60,887 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios no mercado interno, crescimentos de 26,2%, comparado ao 2T14, e de 13,6%, na comparação com o 3T13, decorrente do aumento das vendas de sandálias no Brasil, conforme explicado a seguir.



#### 2.1.1. Havaianas e Dupé

O volume de sandálias, vestuário e calçados Havaianas + Dupé cresceu 28,9% em relação ao segundo trimestre e 15,2% sobre o 3T13. Essas expansões, explicadas pela assertividade da coleção de sandálias 2014/15, lançada em maio, proporcionou ganho de *market share* de Havaianas e a consolidação da liderança da marca em todas as regiões do País. O sucesso da estreia do vestuário Havaianas também contribuiu para o aumento do volume no período.



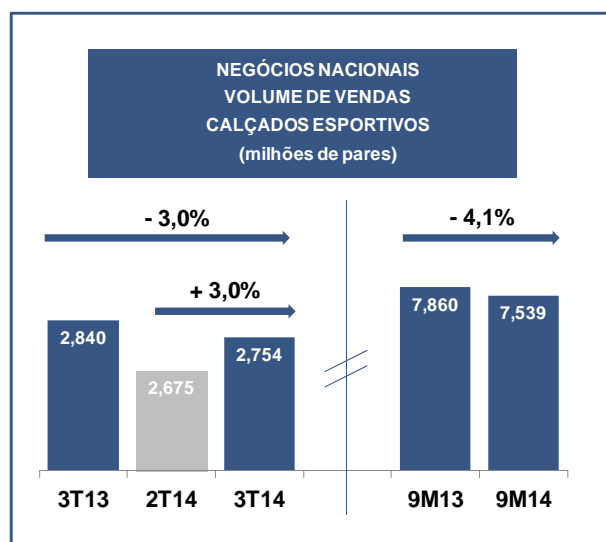
## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3T14 E 9M14

Além desses fatores, contribuíram para impulsionar as vendas de produtos Havaianas e Dupé no trimestre:

- O bom desempenho de vendas das linhas masculina, das Havaianas Sport e Flat e dos produtos licenciados.
- A veiculação da campanha “Todo mundo tem uma história com Havaianas”, com comerciais de Preta Gil, Letícia Spiller e Thiago Martins, além de anúncios em revistas e mídia digital.
- A ação especial de promoção dos modelos Minions na loja conceito de Havaianas em São Paulo e no youPIX – festival dedicado à cultura da internet realizado na Bienal de São Paulo.
- A ação com equipes de distribuidores de Dupé, que resultou no aumento das vendas aos consumidores finais (*sell out*).

### 2.1.2. Artigos Esportivos

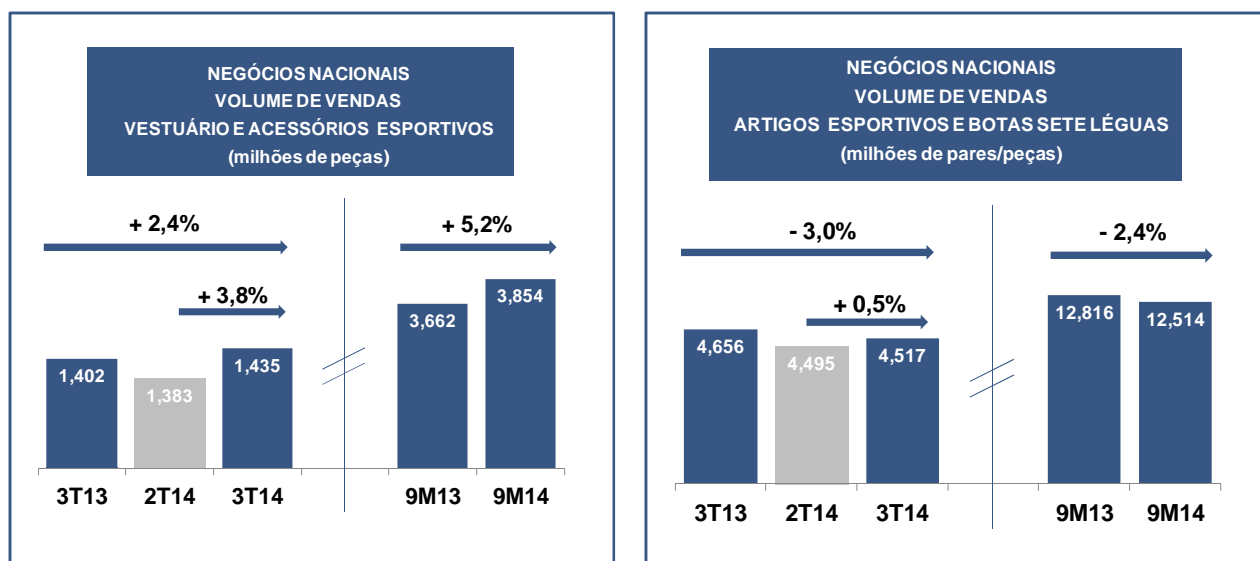
Houve aumento de 3,0% no volume de vendas de calçados esportivos na comparação com o 2T14, justificado principalmente pelo consumo mais forte de calçados *running* e casual após o término da Copa do Mundo – período em que as vendas de calçados esportivos foram menores pela preferência dos consumidores por produtos de futebol. Dessa forma, Mizuno teve aumentos de vendas de 15,0%, em relação ao 2T14, e de 6,5% sobre o 3T13. Timberland apresentou evolução de 24,8% e 28,7% na comparação com o 2T14 e o 3T13, respectivamente.



Já Rainha e Topper registraram retração de volume, em relação aos mesmos períodos do ano anterior, dado que, mesmo com o a retomada das vendas no 3T14, os principais clientes que comercializam essas marcas (varejo multimarca) ainda apresentavam estoques elevados.

Vestuário e acessórios esportivos apresentaram bom desempenho de vendas, principalmente em razão do aumento do consumo de bermudas e luvas de futebol Topper.

No agregado, o volume de artigos esportivos (calçados, vestuário, acessórios + botas Sete Léguas) totalizou 4,517 milhões de unidades no trimestre e 12,514 milhões nos 9M14.



No terceiro trimestre, os destaques das marcas esportivas no Brasil foram:

### Mizuno

- Lançamento dos calçados Enigma 4, Ultima 6 e Sayonara 2, com placa Wave e tecnologia U4ic, que oferecem maior leveza e *performance* para o corredor.
- Fortalecimento da linha de vestuário e acessórios, com destaque para mochilas e bonés.
- Veiculação da campanha “Corredores sem Sombra”, do modelo Sayonara 2, em mídia impressa, na internet e nos pontos de venda.
- Realização dos circuitos de corridas Mizuno Half Marathon e Circuito das Estações, em algumas capitais brasileiras.
- Realização do Meio Ironman, em Foz do Iguaçu, (PR).

### Rainha

- Lançamento do modelo Energy, calçado mais bem avaliado da marca pelo IBTeC (Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos), com tecnologia que otimiza o amortecimento e a flexibilidade.
- Campanha de marketing do calçado Energy.
- Lançamento da linha verão de vestuário, com foco nos modelos *fitness*, que impulsionou o crescimento da marca no segmento.

### Topper

- Lançamento das chuteiras Provoke e Rapina, da linha Fut4Fun.
- Sucesso de vendas das chuteiras Frontier e Dominator III e da linha de vestuário e acessórios, que superaram as previsões.
- Realização do Futebol Voador – apresentação cultural promovida pela Topper para disseminar a história do futebol.

### Timberland

- Lançamento da coleção verão 2014/15 com destaque para os calçados Bradstreet e Harborside, que incorporam a nova tecnologia Sensor Flex, para a linha de chinelos e para a linha de acessórios.
- Abertura da segunda loja em Goiânia (GO).
- Foco na comunicação *online* com o registro de 945 mil seguidores no Facebook e ganho de relevância da marca no Instagram.

### 2.1.3. Varejo

Ao final de setembro de 2014, a rede de lojas da Alpargatas totalizava 478 unidades no Brasil, 66 mais do que as 412 existentes no mesmo período de 2013, e 11 mais que ao final de junho de 2014. A tabela a seguir detalha a divisão de lojas por marca:

Marca	Lojas Próprias	Franquias	Total de Lojas
Havaianas	4	362	366
Timberland	8	9	17
Meggashop	21	-	21
Osklen	52	22	74
<b>Total lojas no Brasil</b>	<b>85</b>	<b>393</b>	<b>478</b>

#### Havaianas

O varejo Havaianas registrou alta de 11,1% na receita líquida, no conceito mesmas lojas, em relação ao 3T13 devido à ótima receptividade da nova coleção de sandálias. Nos nove primeiros meses de 2014, o varejo Havaianas acumulou crescimento expressivo de 27,5% na receita, impulsionado pelo excelente desempenho de vendas das lojas durante a Copa do Mundo, confirmando a forte conexão da marca com os consumidores.

#### Timberland

A receita líquida de Timberland, no conceito mesmas lojas, foi 7,5% inferior à do 3T13, impactada pelo menor tráfego de consumidores nas lojas em julho, durante os dias finais da Copa do Mundo. Além disso, em 2013, as vendas de casacos e jaquetas de inverno foram muito elevadas, movimento que ocorreu de forma mais tímida em 2014.

#### Meggashop Outlet

As campanhas promocionais de Meggashop Outlet contribuíram para aumentar o tráfego de consumidores e impulsionar as vendas. Como resultado, a receita, no conceito mesmas lojas, aumentou 22,0% na comparação com o 3T13.

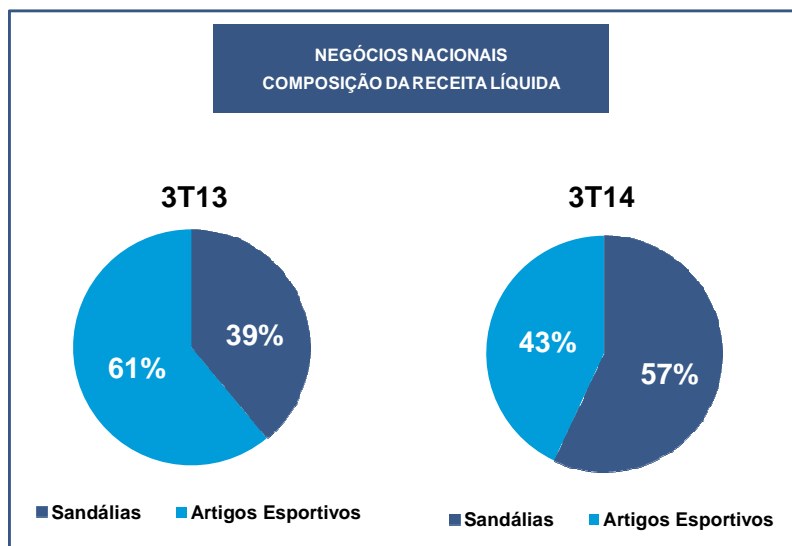
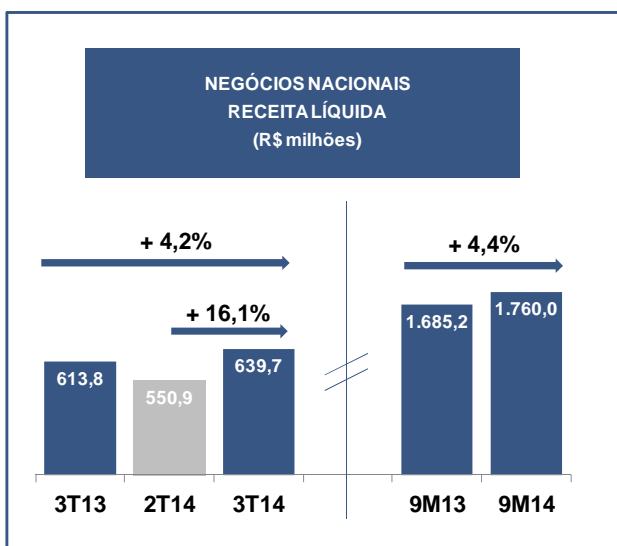
### 2.1.4. Osklen

Em 30 de setembro a Alpargatas exerceu a opção de compra para a aquisição de mais 30% do capital da Osklen. A transferência das ações objeto da opção está sujeita a certas condições contratuais. A Alpargatas, após a consumação da aquisição, deterá controle da Osklen, com uma participação de 60% no capital da mesma. As principais realizações da Osklen no trimestre foram:

- Lançamento da coleção OSKLENINHOTIM, inspirada no centro de arte contemporânea Inhotim, em Minas Gerais. A conexão entre o DNA da Osklen e o tema de inspiração Inhotim, numa associação entre **Design**, **Natureza** e **Arte**, reforça o conceito da marca.
- Desfile da coleção na New York Fashion Week (NYFW), com muita repercussão na mídia internacional.

### 2.2. Receita líquida

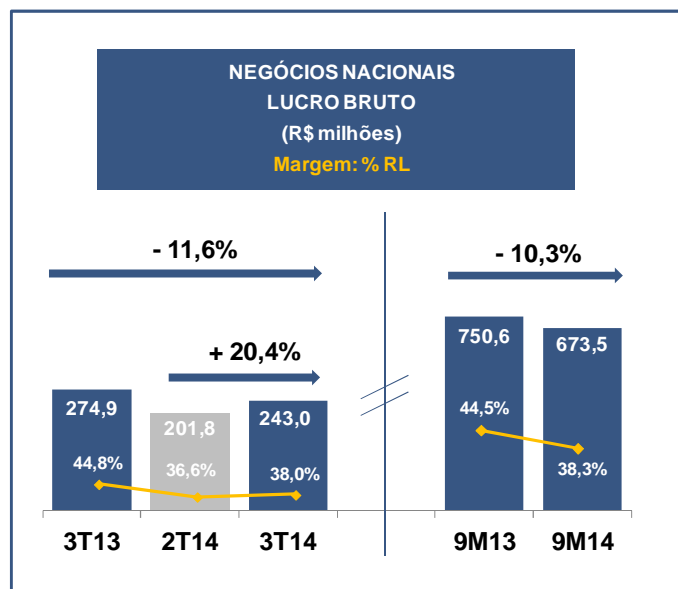
A receita líquida dos negócios nacionais evoluiu 16,1% na comparação com o 2T14. Em relação ao 3T13 o aumento foi de 4,2%, devido ao acréscimo de 12,1% na receita de sandálias resultante do incremento de volume, principalmente de modelos de preço médio, na faixa de R\$ 10,00 a R\$ 20,00, e da melhora do *mix*. As sandálias de maior valor, que incluem modelos nessa faixa de preços, tiveram sua participação ampliada de 52%, no 3T13, para 58%, em setembro de 2014.



### 2.3. Lucro e margem bruta

O lucro bruto dos negócios nacionais foi 20,4% maior que o do 2T14 devido ao forte crescimento da receita.

Na comparação com o 3T13, acumulou 88,4% do montante registrado naquele período. A margem, de 38,0%, foi 6,8 pontos percentuais inferior devido: (i) ao menor volume de vendas de calçados esportivos; (ii) à participação de produtos de preço médio menor no *mix* de vendas de calçados esportivos; (iii) ao volume de vendas de sandálias mais concentrado nos canais atacadista e distribuidores; e (iv) ao custo da borracha em reais 2,7% mais alto do que no 3T13.



### 2.4. EBITDA

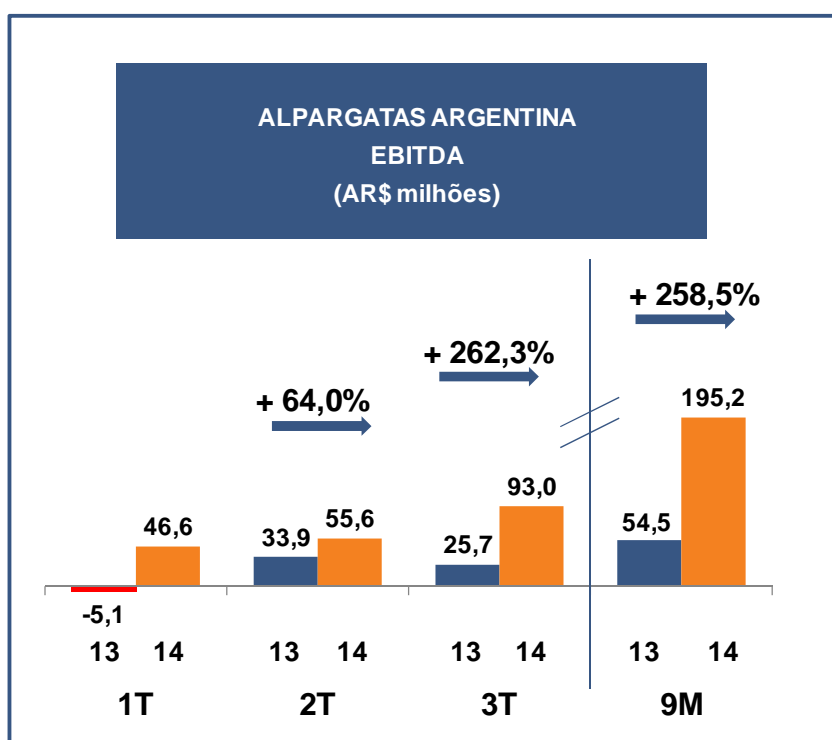
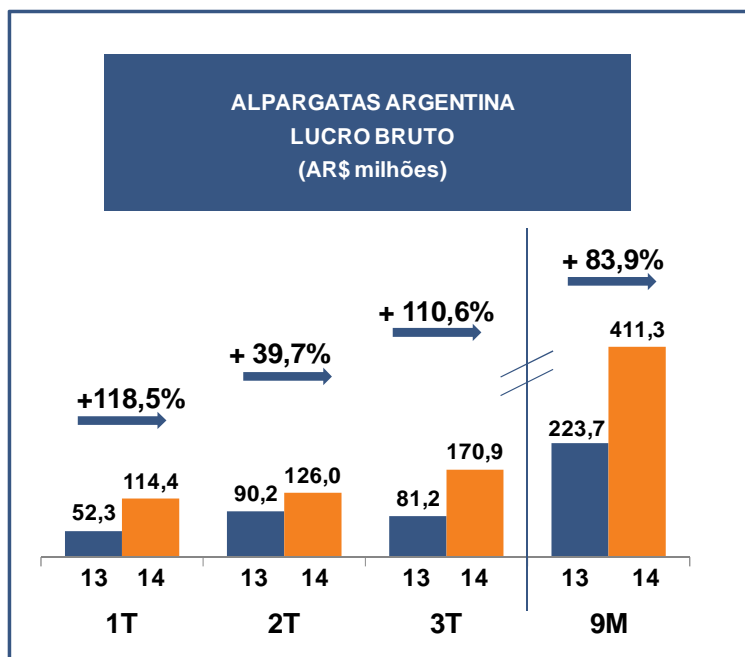
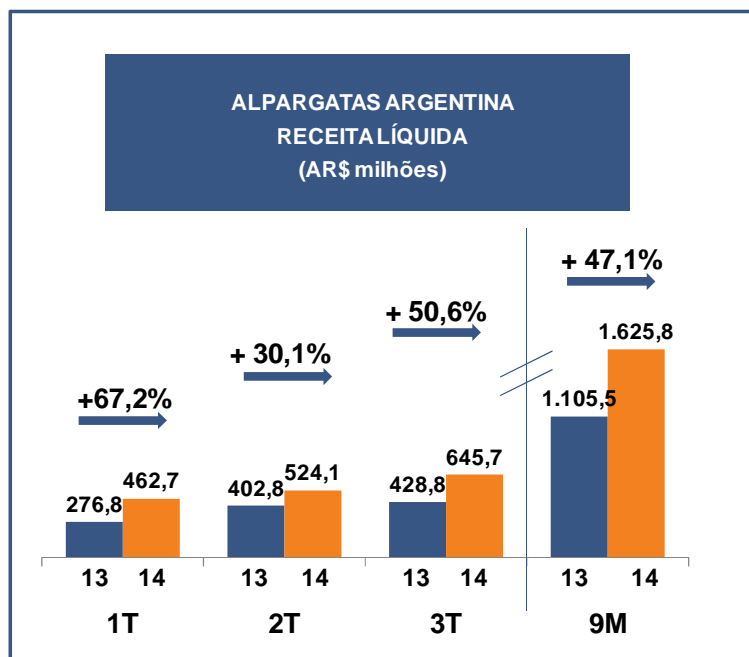
O EBITDA dos negócios nacionais acumulou R\$ 85,0 milhões, com margem 13,3% no trimestre. Na comparação com o 2T14 o indicador apresentou melhora significativa, de 639,1% em valor, com margem 11,2 pontos percentuais mais elevada. Maior produtividade das despesas operacionais, que diminuíram de 36,9% no 2T14 para 30,2% no 3T14, explica o salto no EBITDA.



### 3. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

#### 3.1. Alpargatas Argentina

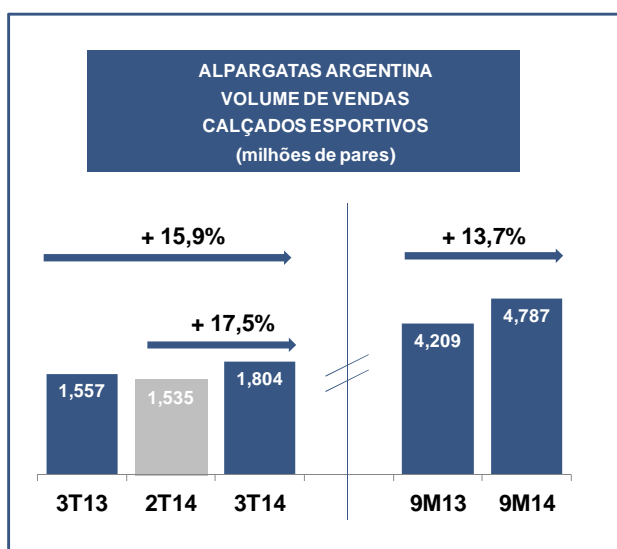
O desempenho da Alpargatas Argentina no terceiro trimestre de 2014 reforça o êxito do *turnaround* e sua resiliência diante do cenário incerto e desafiador que o país vem enfrentando nos últimos anos. A evolução trimestral da receita e da lucratividade em pesos, em 2014, é resultado da aplicação de uma política eficiente de preços, da produtividade fabril, do investimento em inovação dos produtos Topper, do êxito no marketing esportivo e do forte controle das despesas operacionais.



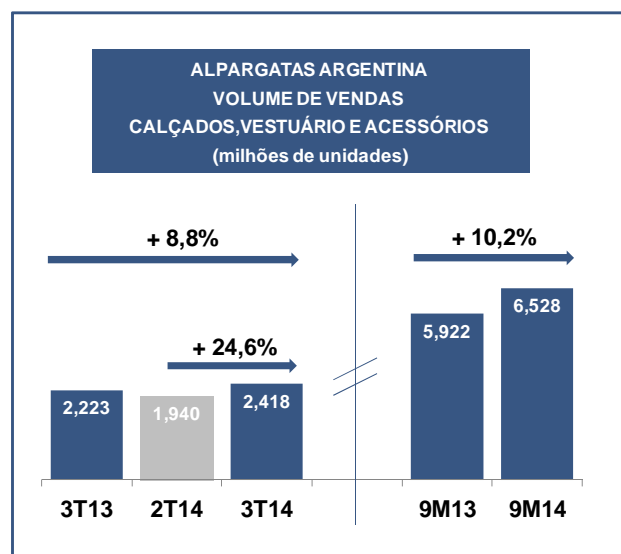
### 3.1.1. Volume de vendas

O volume de vendas de calçados esportivos aumentou 17,5% e 15,9% na comparação com o 2T14 e o 3T13, respectivamente. Além da forte conexão da marca com o consumidor argentino, a expansão decorreu: (i) do crescimento orgânico do mercado; (ii) de parcerias de sucesso, como a licença dos Super Heróis da Warner Bros.; e (iii) do aumento das exportações de Topper para Uruguai, Paraguai e Bolívia.

Somando-se ao volume de calçados esportivos a quantidade de calçados casuais, de vestuário e de acessórios, os crescimentos são de 24,6%, ante o 2T14, e de 8,8%, sobre o 3T13, em razão da elevação das vendas de vestuário e acessórios.



Diferenças com os volumes reportados no 3T13 e nos 9M13 são resultado da reclassificação do volume de calçados ocorrida no 2T14



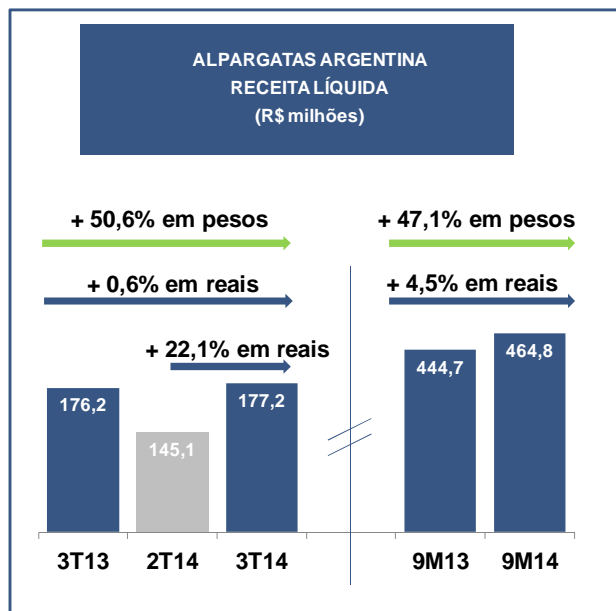
Diferenças com os volumes reportados no 3T13 e nos 9M13 são resultado da reclassificação do volume de calçados ocorrida no 2T14

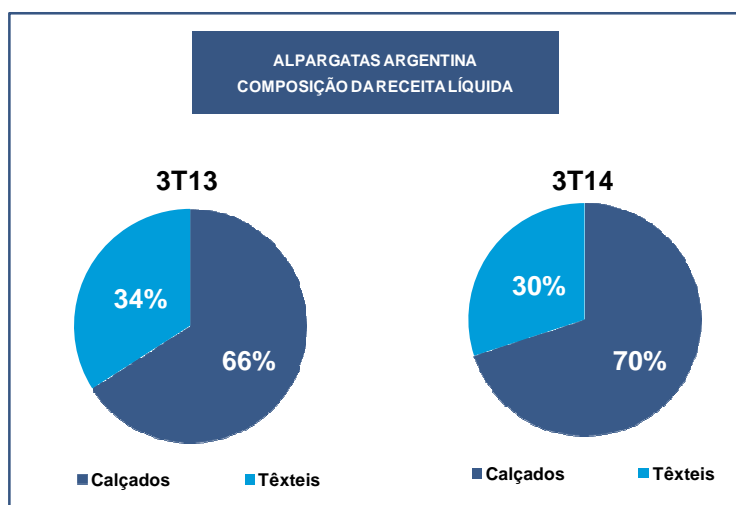
No terceiro trimestre, as principais realizações da Alpargatas Argentina foram:

- Lançamento de modelos de calçados infantis Topper em parceria com os Super Heróis da Warner Bros., com campanha veiculada em revistas, internet e mídias sociais.
- Nova camisa do Veléz Sarsfield – time de futebol patrocinado por Topper.
- Anúncios em revistas de quatro modelos da Mizuno.

### 3.1.2. Receita líquida

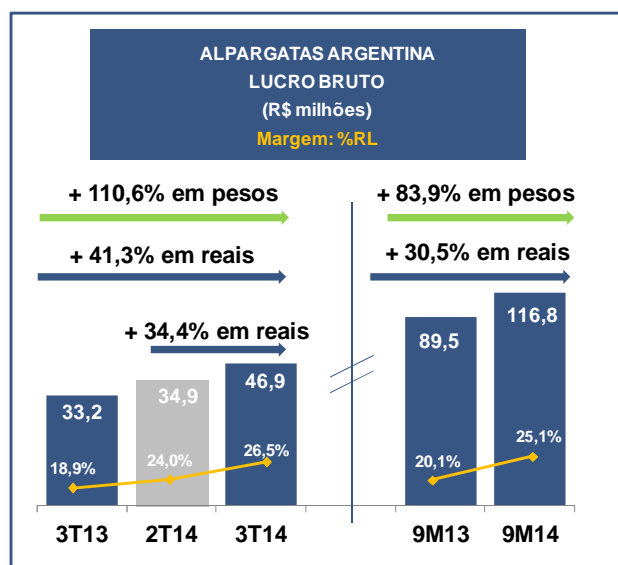
A receita líquida da Alpargatas Argentina cresceu expressivos 50,6% em pesos ante o 3T13 e alcançou AR\$ 646,0 milhões. Quando convertida para reais, apresenta alta de 22,1% ante o 2T14 e de 0,6% na comparação com o 3T13 (aumento bem menor que em pesos devido à forte valorização do real). Essas expansões decorrem da recomposição dos preços de venda e do crescimento de volume de calçados, cuja participação na receita aumentou de 66,0%, no 3T13, para 70,0%, no 3T14.





### 3.1.3. Lucro e margem bruta

A Alpargatas Argentina acumulou lucro bruto de AR\$ 170,9 milhões, aumento de 110,6% em relação ao 3T13. Em reais, da mesma forma que na receita, o lucro bruto cresceu em ritmo menor devido à desvalorização do peso. Os aumentos foram de 34,4% e 41,3% na comparação com o 2T14 e o 3T13, respectivamente. Mesmo com a elevação dos custos de produção, provocada pela inflação, a melhora da produtividade fabril e a maior diluição de custos fixos impactaram positivamente na margem bruta, que chegou a 26,5% da receita líquida, 7,6 pontos percentuais maior que a do 3T13. A lucratividade bruta também foi beneficiada pela queda de 2,6% do preço médio do algodão em pesos.

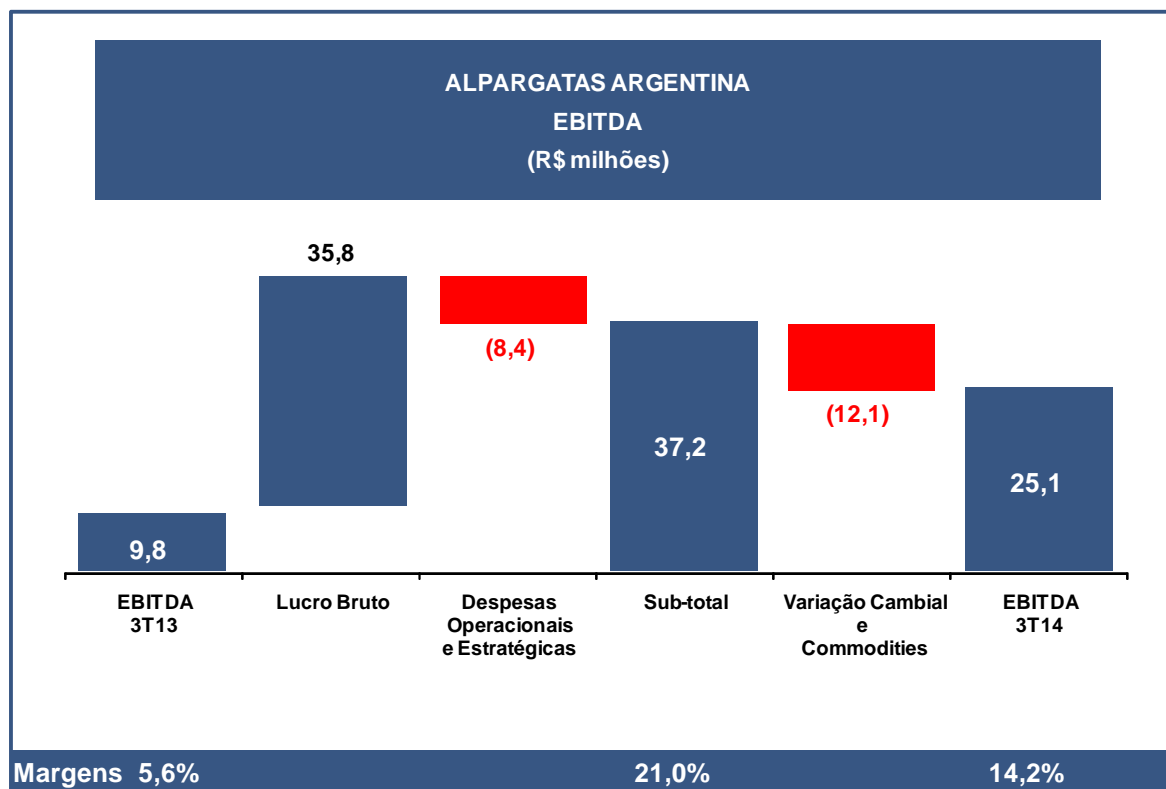


### 3.1.4. EBITDA

O EBITDA da Alpargatas Argentina foi de AR\$ 93,0 milhões, incremento de 262,3% ante o 3T13. Na comparação com o 2T14, o indicador, em reais, apresentou significativa melhora de 69,6% em valor, com margem 4,0 pontos percentuais mais elevada. Crescimento da lucratividade bruta e maior produtividade das despesas operacionais, que diminuíram de 14,5%, no 2T14, para 13,0%, no 3T14, explicam o salto no EBITDA.

Na comparação com o 3T13, o EBITDA evoluiu 156,1% em reais, e a margem, 8,6 pontos percentuais. Essa variação decorre de:

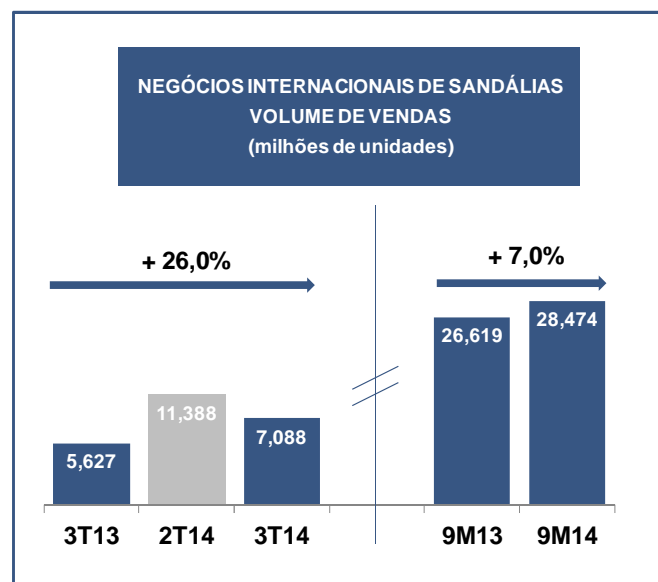
- ↑ Mais R\$ 35,8 milhões no lucro bruto, em razão do forte aumento da receita e da produtividade fabril.
- ↓ R\$ 8,4 milhões mais com as despesas operacionais e estratégicas para apoiar a elevação das vendas de Topper. Com maior austeridade no controle de gastos houve aumento da produtividade das despesas, que representavam 14,4% da receita líquida, no 3T13, e passaram para 13,0%, no 3T14.
- ↓ R\$ 12,1 milhões com o impacto da variação cambial (real mais forte do que o peso). Sem esse efeito, o EBITDA soma R\$ 37,2 milhões e apresenta evolução de 279,6%. A margem salta 15,4 pontos percentuais, para 21,0%.



### 3.2. Negócios Internacionais de Sandálias – Alpargatas USA, Alpargatas Europa e Exportações

#### 3.2.1. Volume de vendas

Na comparação com o 2T14 o volume de vendas foi menor no 3T14 em razão da sazonalidade. Já em relação ao 3T13, a quantidade de produtos comercializada pelas subsidiárias Alpargatas USA, Alpargatas Europa e exportações apresentou forte incremento de 26,0%. O resultado se deve: (i) ao crescimento das vendas no varejo e nos *key accounts* nos Estados Unidos e na Europa, com destaque para Reino Unido e Itália; (ii) à expansão do varejo, com a abertura de lojas nos Estados Unidos; (iii) ao fortalecimento do canal *e-commerce* na Europa; (iv) à expansão das exportações para Angola, Argentina, Cuba e República Dominicana; e (v) à maior penetração na Índia, país onde as vendas se iniciaram em 2012.



Diferença com o volume reportado nos 9M13 é resultado de ajuste do volume de Dupé ocorrido no 2T14

O desempenho das vendas e o reconhecimento de Havaianas no exterior decorrem de várias iniciativas que têm proporcionado maior proximidade da marca com os consumidores, entre as quais se destacaram no terceiro trimestre:

#### Estados Unidos

- Aumento da exposição de Havaianas com a abertura da loja permanente na Times Square, em Nova York, que teve repercussão positiva na imprensa e nas mídias sociais.
- Realização de “Trade Shows” para apresentação da coleção 2015.

### Europa

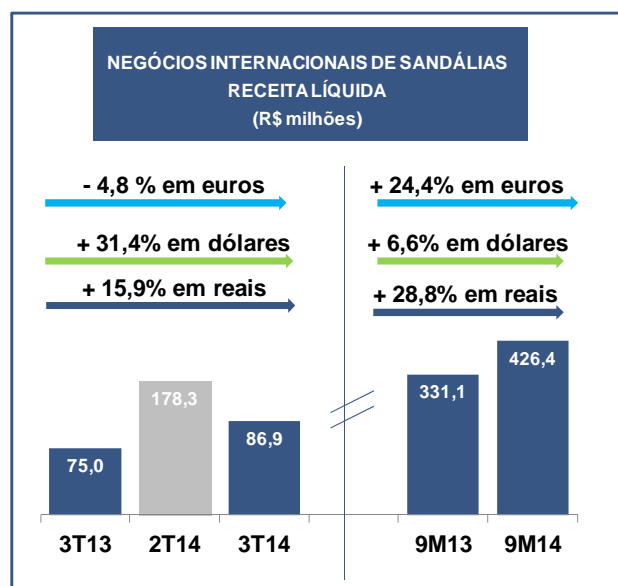
- Veiculação da campanha “Território Brasileiro” em revistas, mídia digital e lojas.
- Presença no Festival de Surf de Cornwall, na Inglaterra, com sorteios, estandes e interação com o público.
- Ações de promoção (*hotspots*) da marca em praias famosas, como de Ibiza, na Espanha

### Exportações

- Veiculação da campanha “Território Brasileiro” em diversos países.
- Realização do evento Havaianas Beach, em Xangai, na China, que contou com a ação MYOH – *Make Your Own Havaianas*.
- Ação especial Beachwalk Summer e vitrine especial de Havaianas na loja Surfer Girl, em Bali, na Indonésia.

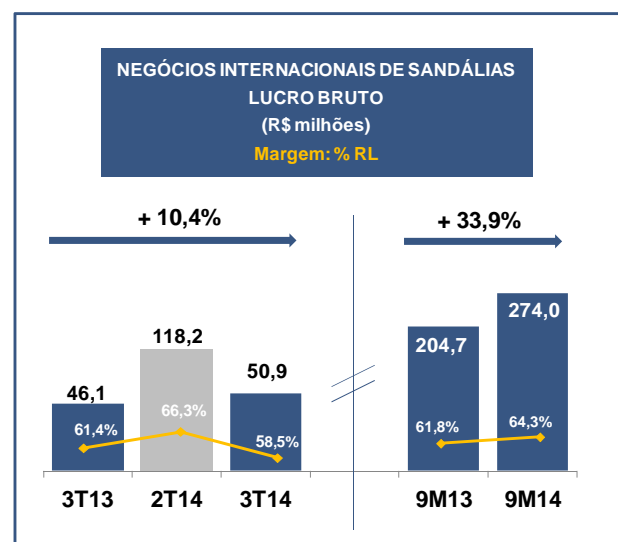
### 3.2.2. Receita líquida

A receita líquida dos negócios internacionais de sandálias cresceu 15,9% em reais, com destaque para a de exportações que, com a operação nos EUA, aumentou 31,4% em dólares, em relação ao 3T13. Esse resultado foi alcançado em virtude da elevação do volume e do aumento da participação do varejo, canal mais rentável de vendas nos EUA. Na comparação com o 3T13, a queda de receita em euros na Europa foi a razão do menor volume. Em 2013, a venda para Israel, mercado abastecido pela Alpargatas Europa, concentrou-se por completo no terceiro trimestre, enquanto em 2014 foi mais bem distribuída ao longo do primeiro semestre.



### 3.2.3. Lucro e margem bruta

O lucro bruto das vendas de sandálias no mercado externo foi 10,4% maior que o do 3T13. A margem passou de 61,4% para 58,5%, no 3T14, impactada pelo aumento das exportações para países que compram sandálias de menor valor agregado.







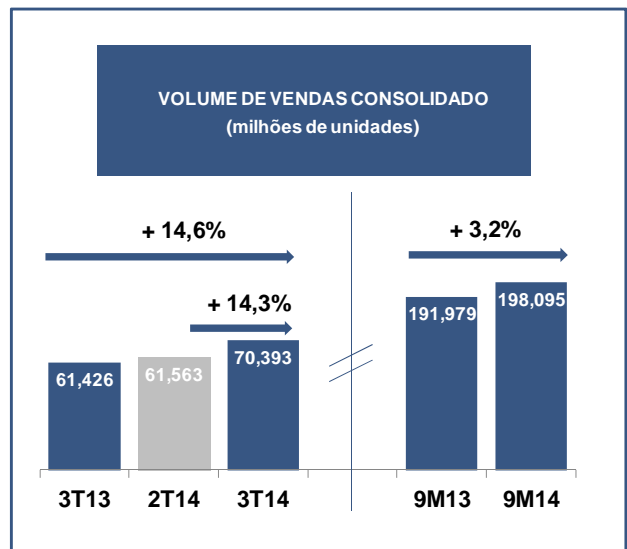
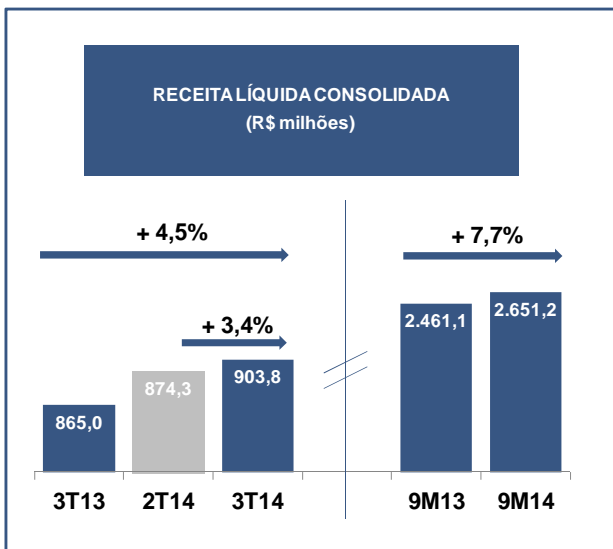
### 4. RESULTADO CONSOLIDADO

#### 4.1. Receita líquida e volume de vendas

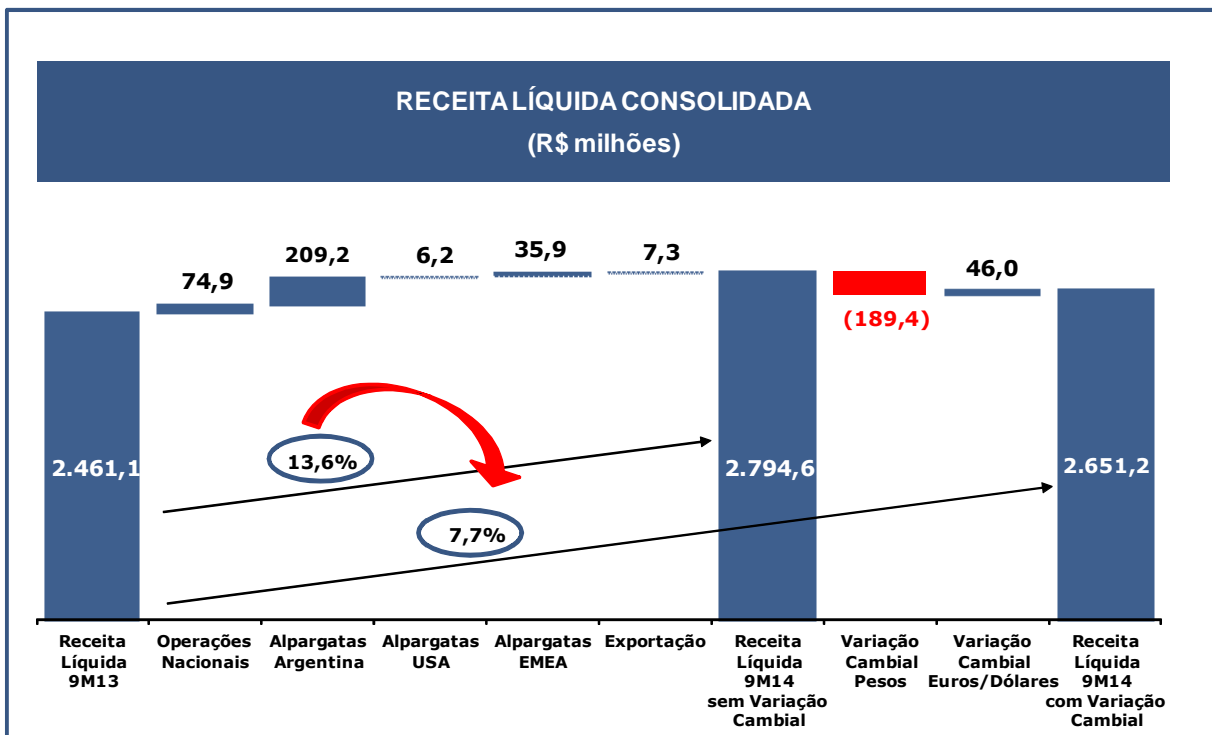
A receita líquida consolidada alcançou R\$ 903,8 milhões, alta de 3,4% na comparação com o 2T14 e de 4,5% em relação ao 3T13. O desempenho no 3T14 reflete os aumentos registrados nas seguintes receitas em reais:

- 4,2% nos negócios nacionais.
- 0,6% na Alpargatas Argentina (+ 50,6% em pesos).
- 15,9% nos negócios internacionais de sandálias (+ 31,4% em dólares).

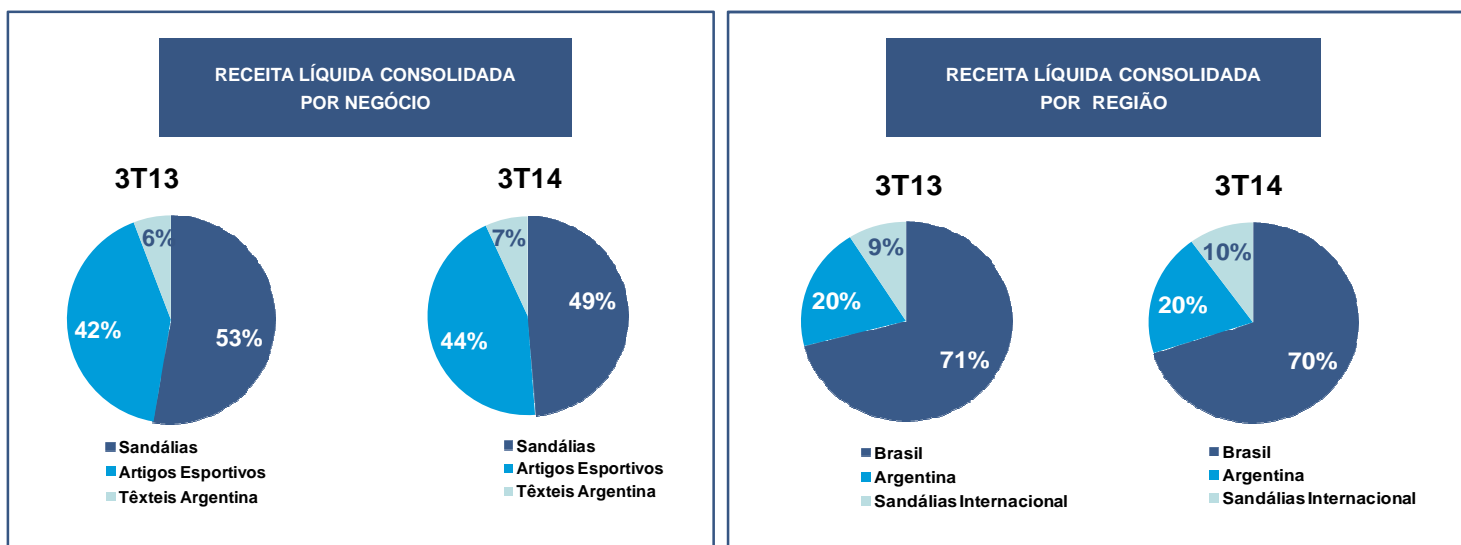
No acumulado dos nove meses, a receita líquida consolidada, de R\$ 2.652,1 milhões, foi superior em 7,7%.



Em 2014 a receita líquida consolidada está impactada positivamente pela valorização do dólar e do euro, e negativamente pela desvalorização do peso. Excluindo-se todo o efeito da variação cambial o crescimento da receita em nove meses é de 13,6% (14,6% no 3T14 x 3T13) como mostra o gráfico a seguir:



## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3T14 E 9M14



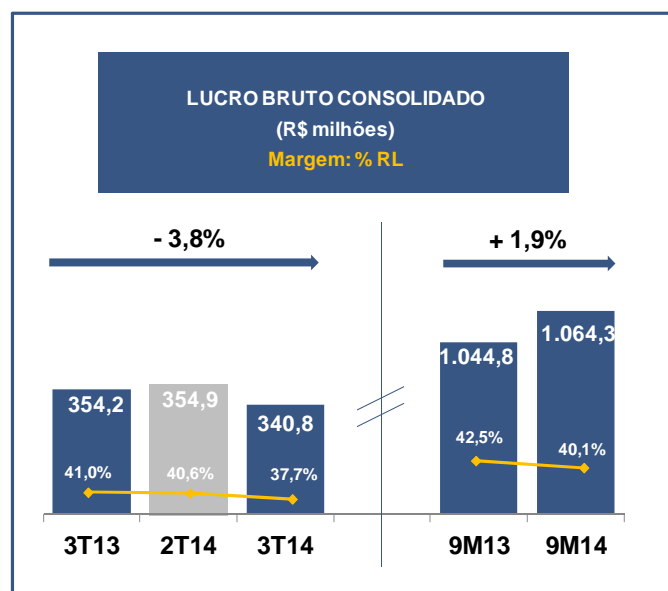
O varejo é uma importante via de geração de valor para a Alpargatas. As lojas exclusivas proporcionam aos consumidores experiência única de marca porque apenas nos espaços é encontrada toda a variedade de produtos. No encerramento do trimestre, 633 unidades estavam em operação no Brasil e exterior.

Marca	Brasil	Exterior	Total
Havaianas	366	121	487
Osklen	74	7	81
Topper	-	11	11
Timberland	17	-	17
Meggashop/Outlet Alpargatas	21	16	37
<b>Total lojas no mundo</b>	<b>478</b>	<b>155</b>	<b>633</b>

### 4.2. Lucro e margem bruta

O lucro bruto consolidado somou R\$ 340,8 milhões, montante 3,8% menor que o do 3T13. A margem bruta consolidada, de 37,7%, foi 3,3 pontos percentuais inferior à do 3T13. Os principais fatores que explicam essa redução são:

- Aumento de 2,7% em reais do preço médio da borracha na comparação com o 3T13.
- Participação de produtos de preço médio menor no *mix* de vendas de artigos esportivos no Brasil e vendas de sandálias concentradas mais nos canais atacadista e distribuidores.
- Maior volume de exportações de sandálias de menor valor agregado.



## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3T14 E 9M14

De forma inversa, os fatores que beneficiaram a margem bruta foram:

- Maior diluição de custos na operação da Argentina, com aumentos de volume e preço e enriquecimento do *mix* de vendas.
- Ganho de produtividade na fabricação de artigos esportivos e têxteis na Argentina.
- Queda do preço médio do algodão.

Do custo dos produtos vendidos no 3T14, 59,0% correspondem à matéria-prima; 24,0% a MOD e 17,0 % equivalem a despesas gerais de fabricação.

### 4.3. EBITDA

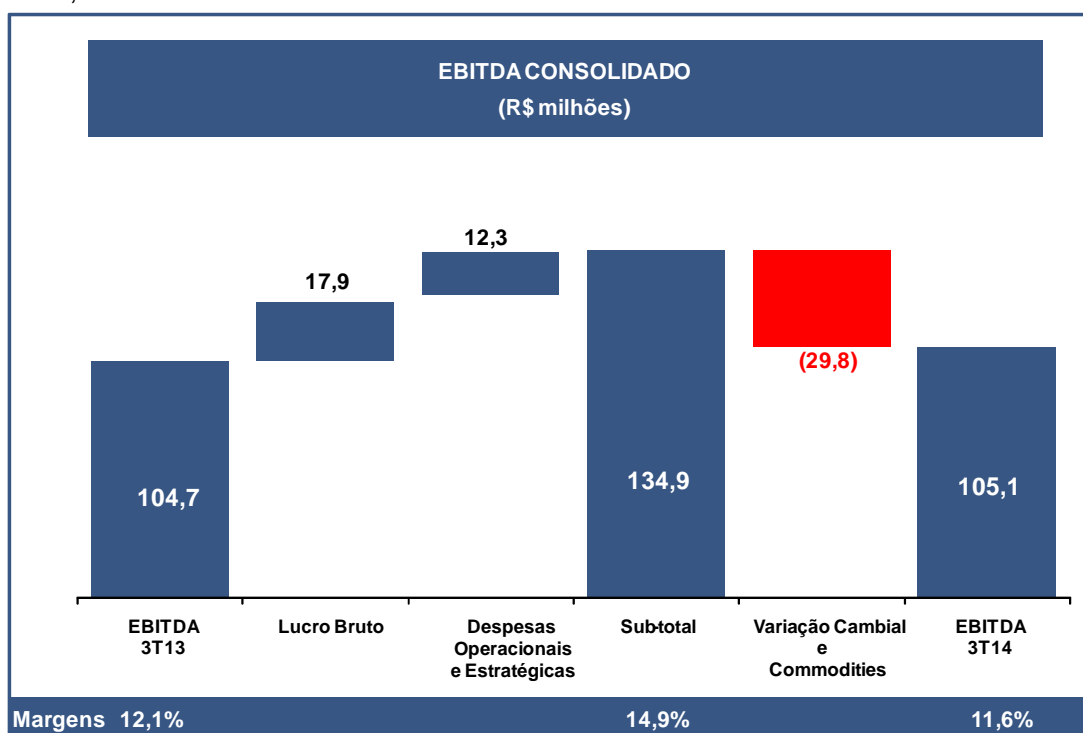
O EBITDA consolidado chegou a R\$ 105,1 milhões, crescimentos de 43,4% ante o 2T14 e de 0,4% sobre o 3T13. A margem de 11,6% foi 3,2 pontos percentuais maior que a do 2T14, mas 0,5 ponto percentual inferior à do 3T13.

Os fatores que explicam a variação trimestral do EBITDA consolidado são:

- ⬆ Mais R\$ 17,9 milhões no lucro bruto advindos da Argentina e dos negócios internacionais de sandálias.
- ⬆ R\$ 12,3 milhões resultante do rígido controle de gastos proporcionado pelo Orçamento Matricial de Despesas. As despesas operacionais diminuíram de 30,5% da receita líquida no 3T13 para 29,7%, no 3T14.
- ⬇ R\$ 29,8 milhões resultantes do custo médio mais elevado da borracha e do impacto da variação cambial (peso e real x dólar).

Valorização do real vs moedas 9M13	
Dólar	-8,1%
Peso Argentino	28,3%
Euro	-11,2%

Isolando-se esses fatores, a Alpargatas acumula no 3T14 um EBITDA consolidado de R\$ 134,9 milhões, e margem de 14,9%.



**DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3T14 E 9M14**

No acumulado nos nove primeiros meses do ano, o EBITDA consolidado somou R\$ 317,4 milhões (R\$ 358,2 milhões nos 9M13), com margem de 12,0% (14,6% nos 9M13). Excluídos os gastos não recorrentes com o marketing na Copa do Mundo e com a extensão de Havaianas para o vestuário, assim como o efeito negativo da variação cambial, o EBITDA dos 9M14 soma R\$ 449,0 milhões, e a margem representa 16,9% da receita líquida consolidada.

Para o cálculo do EBITDA ajustado, a Companhia exclui o resultado operacional da equivalência patrimonial das empresas coligadas, as provisões não operacionais e os gastos com investimentos estratégicos não recorrentes, por serem itens cuja natureza não interfere na geração potencial de caixa de suas operações. A seguir, está demonstrado o cálculo do EBITDA conforme Instrução CVM 527.

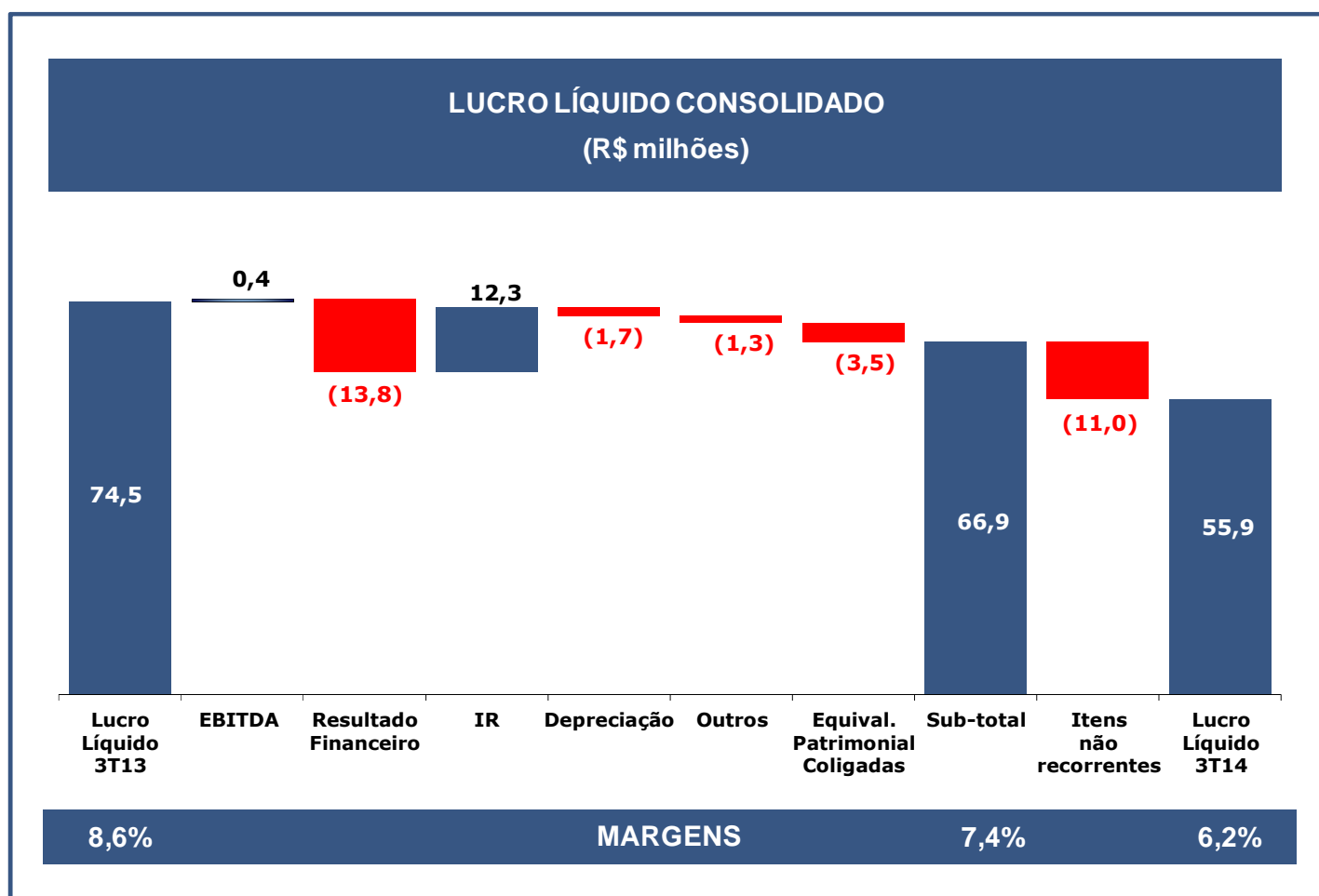
	3T13	3T14	9M13	9M14
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>74,5</b>	<b>55,9</b>	<b>237,4</b>	<b>195,3</b>
(+) I.R. e contribuição social	6,2	(6,1)	31,3	5,1
(-) Resultado financeiro	(14,3)	9,2	(30,7)	15,2
(+) Depreciação e amortização	16,8	18,5	48,4	54,5
(+) Resultado financeiro, impostos e depreciação da equivalência patrimonial de empresas coligadas	8,7	10,9	27,0	41,9
<b>(=) EBITDA conforme Instrução CVM 527</b>	<b>91,9</b>	<b>88,4</b>	<b>313,4</b>	<b>312,0</b>
(+/-) Resultado operacional da equivalência patrimonial de empresas coligadas	(8,7)	(7,4)	(18,2)	(22,4)
(+) Provisões não-operacionais	4,6	3,6	12,9	10,7
(+) Itens não-recorrentes: investimentos estratégicos	3,1	16,4	7,3	15,5
(+) Hedge	13,8	4,1	42,8	1,6
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>104,7</b>	<b>105,1</b>	<b>358,2</b>	<b>317,4</b>

#### 4.4. Lucro líquido

No trimestre, o lucro líquido consolidado foi de R\$ 55,9 milhões, com retração de 2,4 pontos percentuais na margem. Os principais fatores que explicam a variação no lucro líquido trimestral são:

- Positivas: R\$ 0,4 milhão de EBITDA e R\$ 12,3 milhões com imposto de renda devido à menor geração de lucro.
- Negativas: R\$ 13,8 milhões de resultado financeiro gerado por receita financeira menor e despesas financeiras do ajuste a valor presente de operações estruturadas de capital de giro; e R\$ 3,5 milhões de equivalência patrimonial de coligadas e R\$ 11,0 milhões de itens não recorrentes relacionados principalmente aos gastos com reestruturações na Argentina e no Brasil.

No acumulado dos nove primeiros meses de 2014, o lucro líquido consolidado alcançou R\$ 195,3 milhões, e a margem, de 7,4%, recuou 2,2 pontos percentuais.

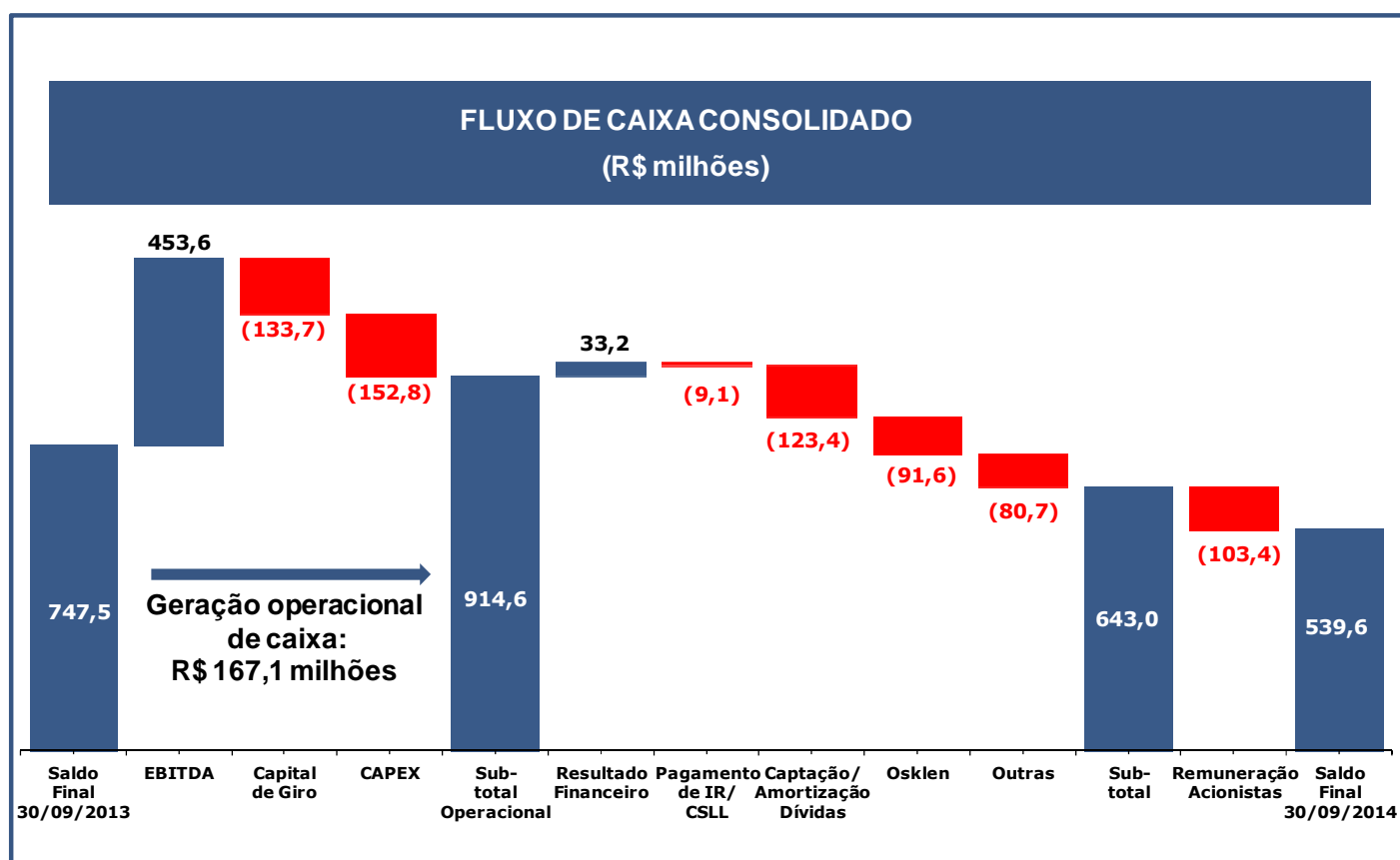


#### 4.5. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

O CCC encerrou o trimestre em 46 dias, melhor que o planejado e 28 dias mais rápido que o de 30/09/2013, devido principalmente à redução dos estoques em 13 dias e ao aumento do prazo médio de pagamento aos fornecedores em 18 dias. O prazo de recebimento dos clientes aumentou dois dias, principalmente pela influência do *mix* de canais.

#### 4.6. Fluxo de caixa

Em 30/09/2014, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 539,6 milhões; era de R\$ 747,5 milhões na mesma data do ano anterior. A geração operacional totalizou R\$ 167,1 milhões. O maior impacto positivo no caixa em 12 meses deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 453,6 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 133,7 milhões em capital de giro para apoiar a evolução dos negócios; (ii) R\$ 152,8 milhões em Capex; (iii) R\$ 123,4 milhões com captação/amortização de dívidas; (iv) R\$ 91,6 milhões com o pagamento da Osklen; e (v) R\$ 103,4 milhões com remuneração dos acionistas.



#### 4.7. Endividamento

Em 30 de setembro de 2014, o endividamento financeiro consolidado da Alpargatas somava R\$ 399,5 milhões, sendo R\$ 338,1 milhões denominados em reais e R\$ 61,4 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 202,0 milhões (51,0% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 142,5 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 59,5 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 197,5 milhões (49,0% do total) com vencimento em longo prazo, sendo R\$ 195,6 milhões em moeda nacional e R\$ 1,9 milhão em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
  - 2015: R\$ 9,9 milhões;
  - 2016: R\$ 59,7 milhões;
  - 2017: R\$ 22,4 milhões;
  - 2018: R\$ 21,3 milhões; e
  - 2019 em diante: R\$ 84,2 milhões.

#### Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e BNDES Finame

Em 2012, foram contratados para o projeto de construção da fábrica de sandálias em Montes Claros (MG) empréstimos e financiamentos com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e o BNDES linha Finame, que totalizam R\$ 191,3 milhões. As taxas de juros são pré-fixadas em 2,5% ao ano – custo que otimiza a estrutura de capital da Companhia. O prazo de pagamento é de dez anos, com carência de dois anos. Do total, R\$ 167,0 milhões foram liberados até setembro de 2014 e entraram no caixa. O saldo de R\$ 24,3 milhões deverá ser liberado até o fim de 2014.

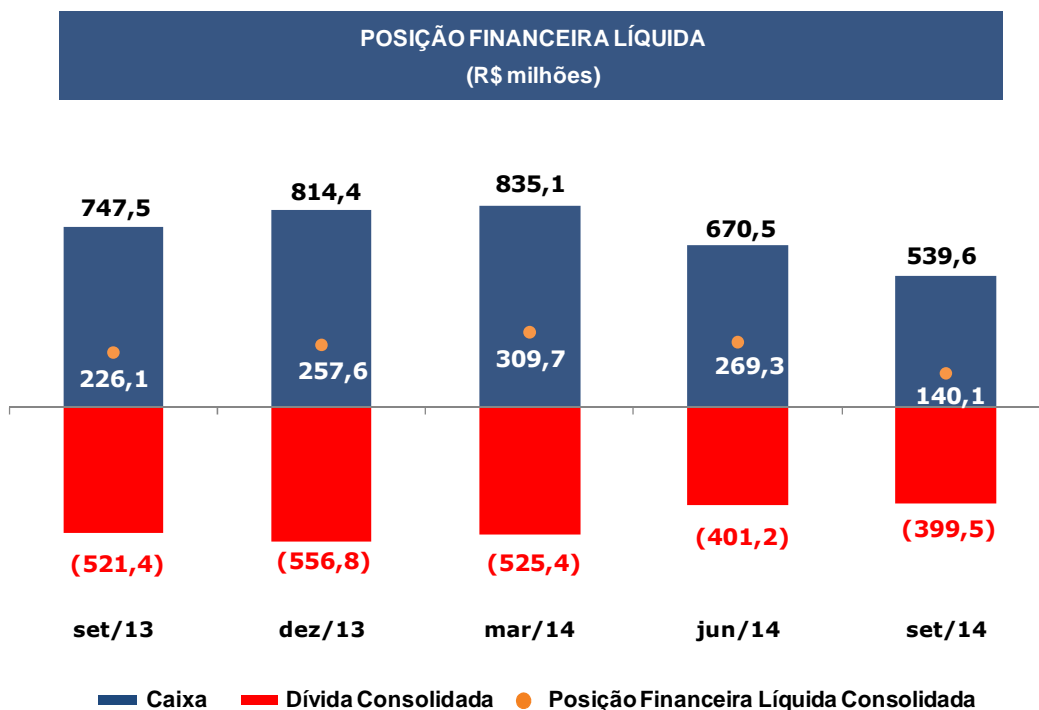
### BNDES EXIM Pré-embarque

Em setembro de 2012 e agosto de 2013 a Alpargatas recebeu créditos de R\$ 30,0 milhões e R\$ 70,0 milhões, respectivamente, referentes à linha do BNDES EXIM Pré-embarque, ao custo fixo de 8,0% ao ano. Os recursos têm o objetivo de financiar as exportações de sandálias, e serão amortizados em seis parcelas, com vencimentos entre 2014 e 2015.

### Nota de Crédito à Exportação (NCE)

Em fevereiro e em julho de 2013 a Alpargatas obteve créditos de R\$ 25,0 milhões e R\$ 10,0 milhões, respectivamente, referentes à Nota de Crédito à Exportação (NCE) ao custo fixo médio de 7,5% ao ano. A linha de crédito é semelhante à operação de BNDES-EXIM Pré-embarque, e será amortizada em parcelas únicas nas datas de vencimento em 2016.

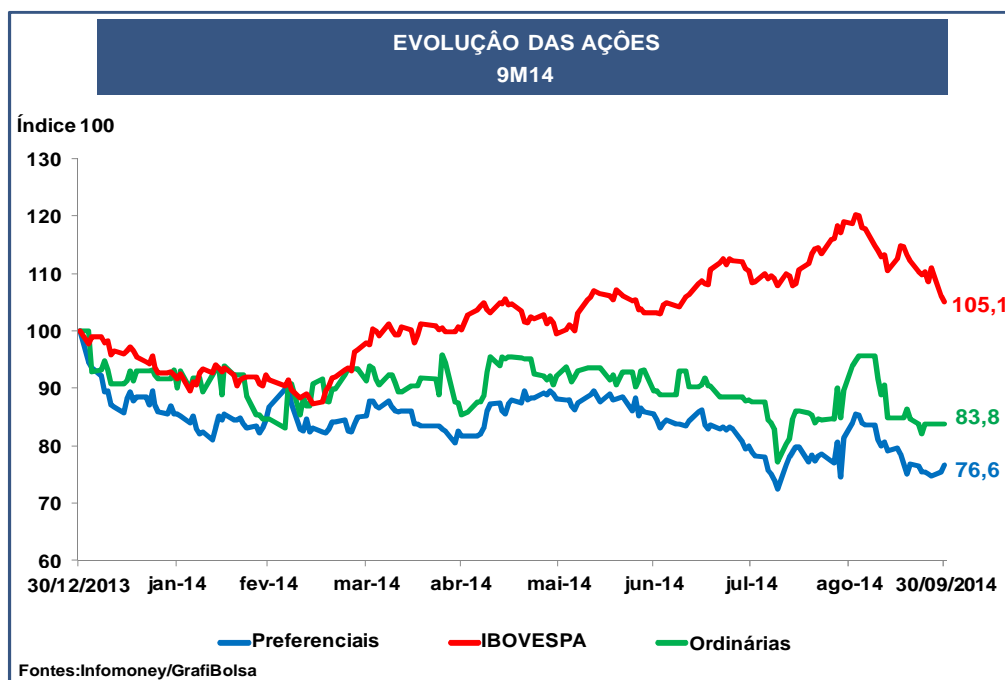
Subtraindo-se do saldo de caixa de R\$ 539,6 milhões o endividamento de R\$ 399,5 milhões, a posição financeira líquida da Alpargatas é de R\$ 140,1 milhões em 30 de setembro de 2014, o que reforça sua solidez.



## 5. MERCADO DE CAPITAIS E REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

Em 30/09/2014, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$ 10,31, e as ações ordinárias (ALPA3), a R\$ 9,90, valores 23,4% e 16,2% menores, respectivamente, que os de 31/12/2013. De janeiro a setembro, o Ibovespa valorizou 5,1%. No encerramento do terceiro trimestre, o valor da Alpargatas na BM&FBovespa era de R\$ 4,7 bilhões. O volume médio diário de negociação da ALPA4 no período de 9M14 foi de R\$ 5,9 milhões, 3,0% superior à média diária negociada no mesmo período.

O Conselho de Administração, em reunião realizada em 07/11/2014, deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio, no montante de R\$ 13,9 milhões, a serem pagos em 17/12/2014. Somados aos R\$ 70,4 milhões deliberados até setembro, a remuneração dos acionistas da Alpargatas totaliza R\$ 84,3 milhões no exercício de 2014, equivalente a 43,2% do lucro líquido acumulado até setembro.



## 6. PERSPECTIVA

Em relação ao desempenho da economia até o fim do ano, a Administração da Alpargatas mantém a perspectiva de baixo crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e comportamento mais cauteloso dos consumidores com seus gastos. Nesse ambiente, o vasto conhecimento da Companhia de todas as etapas do processo de *branding*, produção e distribuição tem sido fundamental para aumentar o ritmo de evolução da receita e rentabilidade dos negócios.

A projeção para o crescimento do volume de sandálias não foi alterada em relação à estimativa anunciada no relatório de desempenho do segundo trimestre. Mantêm-se entre 5,0% e 7,0% no Brasil em 2014, o que resultará em ganho de *market share* porque as estimativas de evolução desse mercado no ano são menores. Como exemplo, as vendas de outubro/14 foram cerca de 10,0% maiores que as do mesmo período do ano anterior, sinalizando que o quarto trimestre será forte e possibilitará alcançar a estimativa para o ano. A expansão de volume será suportada pelo acréscimo na capacidade de produção de Montes Claros, que concluirá seu *ramp up* até o fim do ano.

No Brasil, Artigos Esportivos não deverá apresentar expansão no volume de vendas de calçados no ano. Na Argentina, a projeção de aumento de volume de produtos do segmento permanece de 6,0% a 8,0% na comparação com 2013. Com o crescimento da receita e o forte controle de custos e despesas, a perspectiva da Alpargatas Argentina é de continuidade da evolução dos resultados no quarto trimestre. O êxito dessas projeções deverá proporcionar evolução da receita líquida consolidada de 7,0% a 10,0% em 2014.

\*\*\*\*\*



### Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	30/09/2014	30/09/2013	PASSIVO	30/09/2014	30/09/2013
<b>Ativo circulante</b>	<b>2.036.186</b>	<b>2.150.120</b>	<b>Passivo circulante</b>	<b>892.285</b>	<b>949.777</b>
Caixa e Bancos	108.752	30.180	Fornecedores	408.252	406.319
Aplicações financeiras	430.821	717.341	Financiamentos	201.956	263.219
Clientes (líquido da PDD)	764.111	711.764	Obrigações negociadas de controlada	7.415	11.208
Estoques	610.191	577.377	Salários e encargos sociais	144.187	147.804
Demais contas a receber	35.517	30.177	Provisão para contingências	6.000	7.653
Despesas antecipadas	20.218	18.277	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	2.486	3.107
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	29.187	25.160
Outros ativos	-	-	JCP e dividendos a pagar	22.789	1.690
Impostos a recuperar	66.576	65.004	Outras contas a pagar	70.013	83.617
<b>Ativo realizável a longo prazo</b>	<b>147.027</b>	<b>141.487</b>	<b>Passivo exigível a longo prazo</b>	<b>434.900</b>	<b>592.933</b>
Impostos a recuperar	19.233	32.740	Financiamentos	197.514	258.189
I.R. e contribuição social diferidos	65.324	58.323	Obrigações negociadas de controlada	40.597	54.867
Depósitos judiciais e compulsórios	19.464	12.446	Tributos c/ exig. susp. e outros	155.557	134.360
Demais contas a receber	43.006	37.978	Parcelamento tributário	-	874
			Provisão p/ IR e contr. social a pagar	-	211
			Provisão para contingências	28.262	33.397
			Outras contas a pagar	12.970	111.035
<b>Ativo permanente</b>	<b>1.047.224</b>	<b>1.026.242</b>	<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.903.252</b>	<b>1.775.139</b>
Investimentos	159.199	192.322	Capital social realizado	648.497	624.610
Imobilizado	631.903	598.079	Reserva de capital	162.835	168.645
Intangível	256.122	235.841	Ações em tesouraria	(72.171)	(47.652)
			Reservas de lucro	1.224.200	1.098.879
			Avaliação patrimonial	(61.609)	(54.905)
			Resultado a realizar em op. de hedge	1.500	(14.438)
			Participação minoritários	-	-
<b>Total do ativo</b>	<b>3.230.437</b>	<b>3.317.849</b>	<b>Total do passivo</b>	<b>3.230.437</b>	<b>3.317.849</b>
			<b>Valor patrimonial por ação (R\$)</b>	<b>4,12</b>	<b>4,21</b>

**Anexo II - Demonstração de Resultados (R\$ mil)**

	<b>3T13</b>	<b>3T14</b>	<b>9M13</b>	<b>9M14</b>
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>865.020</b>	<b>903.751</b>	<b>2.461.071</b>	<b>2.651.211</b>
Custo dos produtos vendidos	(510.786)	(562.939)	<b>(1.416.211)</b>	<b>(1.586.892)</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>354.234</b>	<b>340.812</b>	<b>1.044.860</b>	<b>1.064.319</b>
<i>Margem bruta</i>	41,0%	37,7%	42,5%	40,1%
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(287.788)</b>	<b>(278.312)</b>	<b>(798.220)</b>	<b>(829.170)</b>
Vendas	(218.638)	(221.204)	(605.688)	(674.097)
Gerais Administrativas	(43.154)	(45.298)	(127.748)	(132.516)
Honorários dos administradores	(1.695)	(2.052)	(5.242)	(6.122)
Amortização do intangível	(6.282)	(5.563)	(18.562)	(17.036)
Outras (despesas) receitas operacionais	(18.019)	(4.195)	(40.980)	601
<b>EBIT - Resultado Operacional</b>	<b>66.446</b>	<b>62.500</b>	<b>246.640</b>	<b>235.149</b>
<i>Margem operacional</i>	7,7%	6,9%	10,0%	8,9%
Receitas financeiras	15.680	14.319	36.376	53.199
Despesas financeiras	(19.362)	(20.124)	(51.890)	(62.446)
Variação cambial	17.959	(3.414)	46.184	(5.990)
Equivalência patrimonial	(47)	(3.514)	(8.861)	(19.513)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>80.676</b>	<b>49.767</b>	<b>268.449</b>	<b>200.399</b>
I.R. e Contribuição Social	(6.151)	6.131	(31.337)	(5.082)
Participação de Minoritários	-	-	248	-
<b>Lucro líquido</b>	<b>74.525</b>	<b>55.898</b>	<b>237.360</b>	<b>195.317</b>
<b>EBITDA - R\$ milhões</b>	<b>104,7</b>	<b>105,1</b>	<b>358,2</b>	<b>317,4</b>
<i>Margem EBITDA</i>	12,1%	11,6%	14,6%	12,0%