

PRESS RELEASE

4T20 E 2020

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

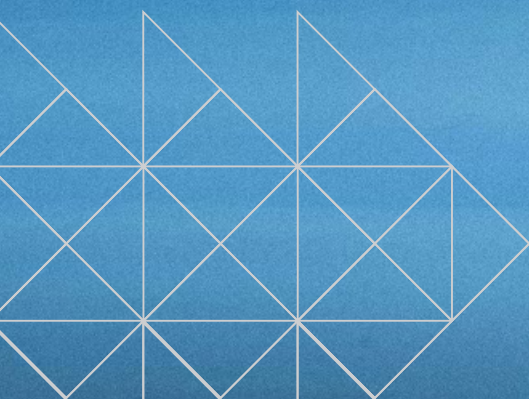
18 de Fevereiro de 2021 | Quinta-feira

PORTUGUÊS
09:00 (BRT) / 07:00 (EST)
Tradução simultânea
para o Inglês

Zoom Access



ALPARGATAS



Mensagem do CEO

Alpargatas conquistou resultados recorde no 4T20 com ~11% de crescimento da receita líquida, atingindo R\$1,1 bilhão com margem EBITDA recorrente de 26% e posição financeira líquida de R\$461 milhões. Havaianas vendeu o volume recorde de 79 milhões de pares, alta de 5% versus o 4T19, uma performance que consolidou a marca no topo do mercado brasileiro e global de calçados e lifestyle.

Celebramos um 2020 de crescimento, expansão de margens e avanços significativos nos pilares estratégicos: expansão nos mercados globais, aceleração digital, inovações com escala global e desenvolvimento de soluções de sustentabilidade. No ano, Havaianas atingiu receita líquida de R\$3,1 bilhões com crescimento de +6% versus 2019. A alta performance foi impulsionada por Havaianas no segundo semestre, com crescimento de volume +7%, receita líquida +17% e expansão da margem EBITDA, que saltou para 22% da receita, crescendo +20% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Havaianas internacional registrou recorde histórico de receita líquida em 2020 no valor de R\$0,9 bilhão, um crescimento de ~12% versus 2019, representando 28% das vendas da marca. Nos nossos *Big Bets* (Europa, EUA e China), a receita líquida cresceu 21% versus 2019. No Brasil, Havaianas cresceu +4% em 2020, com participação de mercado recorde no canal alimentar de 80%, atingindo uma margem EBITDA de 25%.

As vendas *online* globais de Havaianas cresceram 2,3x, com ~R\$400 milhões de vendas, equivalentes a ~5 milhões de pares. As vendas *online* representaram ~40% da receita da Havaianas Internacional em 2020. Avancamos na transformação digital com o lançamento



da *Global Flagship* de Havaianas em 5 países (Brasil e Ásia) e com serviços de *omnichannel* em mais de 110 lojas Havaianas e nas 46 lojas próprias da Osklen no Brasil.

As inovações lançadas em escala global foram grandes motores de crescimento do ano: o lançamento da Havaianas *Sparkle* tornou-se um *best seller*, alavancando a linha *Glitter* para recorde de vendas. Além disso, o lançamento global da linha *Pride* em múltiplas categorias é um sucesso e cativou fãs nas mídias sociais.

As licenças foram importantes, com destaque para o fortalecimento de nossa parceria com a Disney e lançamentos como Fortnite, Minecraft e Naruto que conquistaram novos perfis de usuários. A expansão em sandálias e flats cresceu +65% versus 2019, e a linha St. Tropez chegou ao patamar de vendas de 940 mil pares globalmente. Ampliamos a presença em editoriais de moda e *lifestyle* através de *collabs* com YSL,

Mastermind Japan, e New Era e parcerias globais com influenciadores de tendências como Highsnobiety, Hypebeast e WSL (Surf League).

No pilar de soluções de sustentabilidade, ampliamos o uso de materiais sustentáveis, fortalecemos nosso pipeline de novas tecnologias, lançamos a linha Amazon Guardians em Osklen (o *sneaker* mais sustentável da marca) e iniciamos um piloto de uma solução de economia circular no Brasil para Havaianas.

DESTAQUES 4T20 vs. 4T19

ALPARGATAS

+11%
DE RECEITA
LÍQUIDA

havaianas

+11%
DE RECEITA
LÍQUIDA
(79 MILHÕES DE PARES)

OSKLEN

+10%
DE RECEITA
LÍQUIDA
(R\$107 MILHÕES)

MARGEM BRUTA
52%
(IGUAL AO 4T19)

EBITDA RECORRENTE
R\$283 MILHÕES
26% DA RECEITA LÍQUIDA
R\$236 MILHÕES no 4T19

R\$215 MILHÕES
LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE
R\$209 MILHÕES no 4T19

CELEBRAMOS UM 2020 DE CRESCIMENTO, EXPANSÃO E MARGENS E AVANÇOS SIGNIFICATIVOS NOS PILARES ESTRATÉGICOS

Beto Funari ▾



No contexto de uma crise humanitária global sem precedentes, nossas ações priorizaram pessoas, os negócios e o apoio a sociedade. Adaptamos rapidamente nossas operações para garantir a saúde das nossas pessoas e a continuidade das operações. Processos de manufatura, logística e linhas de produção foram readequados, seguindo as normas de saúde e segurança das autoridades. Nossas operações e cadeia de suprimentos não sofreram com interrupções significativas, uma demonstração de fundamentos fortes que suportaram uma aceleração de crescimento, especialmente no segundo semestre.

O Instituto Alpargatas liderou ações da empresa, focadas em duas grandes frentes: apoio à saúde e apoio às comunidades vulneráveis, que se somadas, beneficiam a sociedade em mais de R\$60 milhões. Entre as doações estão: R\$5 milhões para a iniciativa Todos pela Saúde, 1,3 milhão de máscaras de uso hospitalar, 2 milhões de máscaras de tecido, 10 respiradores, 40 mil pares de calçados, especialmente produzidos para ambiente de atendimento de saúde para profissionais dos hospitais de São Paulo e a doação de 500 mil itens de cesta básica para comunidades vulneráveis de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Belo Horizonte e Paraíba.

“**SABEMOS QUE PARA TRANSFORMAR, É VITAL ENCARARMOS O IMPOSSÍVEL E VALORIZARMOS O CRESCER JUNTOS, COM PREOCUPAÇÃO COM O IMPACTO NA SOCIEDADE E COM CUIDAR DO AMANHÃ**”

Beto Funari ▾

CULTURA

Movidos por um propósito transformacional, estamos orgulhosos da jornada de alta performance percorrida em 2020. Mesmo em um cenário tão desafiador, nos colocamos no topo da indústria global de calçados e lifestyle. Tudo foi possível porque temos como diferencial, além da nossa orientação de longo prazo, uma cultura forte conectada com a sociedade. Somos inspirados pelas pessoas, encaramos o impossível, fazemos acontecer, com coração de dono, para crescermos juntos e assim cuidarmos do amanhã!

Baseados nesta cultura e nos pilares de negócios, estamos prontos para escrever a história dos próximos 100 anos da Alpa!



DESTAQUES 2020 vs. 2019

ALPARGATAS

+3%
DE
RECEITA
LÍQUIDA

havaianas

+6%
DE RECEITA
LÍQUIDA
MARGEM EBITDA DE 20%

53%
MARGEM
BRUTA
(IGUAL A 2019)

**EBITDA
RECORRENTE
R\$596
MILHÕES**

18% DA RECEITA LÍQUIDA
R\$609 MILHÕES EM 2019

**R\$461
MILHÕES**
POSIÇÃO
FINANCEIRA
LÍQUIDA
POSITIVA

R\$299 MILHÕES EM 2019

Pilares Estratégicos

Nossos pilares estratégicos priorizam mercados e segmentos de alto potencial: (i) a expansão global da marca Havaianas com prioridades nos mercados da Europa, China, USA e Brasil, nossos *Big Bets*, (ii) a aceleração digital da Alpargatas, com contínuo crescimento das vendas *online* nos canais DTC e B2B, (iii) a expansão em novos segmentos através de novos lançamentos e da inovação em escala, e (iv) o desenvolvimento de soluções de sustentabilidade. Nosso centro de expansão de margens é estruturado em três áreas de excelência: revenue growth management (RGM), orçamento base zero (OBZ) e value improvement program (VIP100%).

HAVAIANAS GLOBAL



BIG BETS



RECEITA LÍQUIDA
R\$493 MILHÕES +13% vs. 2019

As vendas *online* impulsionaram o crescimento e cresceram 71% (DTC + 263%) versus 2019. O sucesso da Havaianas *Sparkle* e *Pride* sustentaram o crescimento *online*. A expansão do portfólio “além de *flip-flops*” avançou significativamente com, a Havaianas Slide (2º modelo *bestselling em footwear*), city sandals (família *St. Tropez*) e meias. Em 2020, reestruturamos nossas lojas próprias e fechamos 5 lojas que apresentaram baixo potencial de retorno. Iniciamos o *roll-out* do RGM e a expansão de margem bruta por par foi de 3% em US\$.



A receita líquida atingiu R\$28 milhões com **crescimento de +495%** versus 2019. A Havaianas alcançou o segundo lugar sinônimo de categoria (*top of mind flip-flops*), marco importante para a marca dado que é o primeiro ano que investimos nessa região.

ENCERROU 2020 COM:

+10 LOJAS POP UPS MONOBRANDS

+200 POP UPS DE ATACADO

+4 MARKETPLACES ONLINE

10 MILHÕES DE VISITANTES ÚNICOS E +600 MIL SEGUIDORES NAS REDES SOCIAIS



A receita líquida atingiu **R\$151 milhões** com crescimento de 31% versus 2019. As vendas *online* impulsionaram o crescimento e cresceram +177% versus 2019, fomentadas pelas inovações (*Sparkle, Pride e St. Tropez*) e pelo retorno dos investimentos em mídia digital. Os resultados foram impactados negativamente pelas lojas monobrands que retraíram 55% dado a queda de fluxo. Fechamos 12 lojas próprias de baixo retorno e potencial, em linha com a nossa estratégia de resignificação do varejo físico.

VENDAS ONLINE ALTA DE +177% vs. 2019



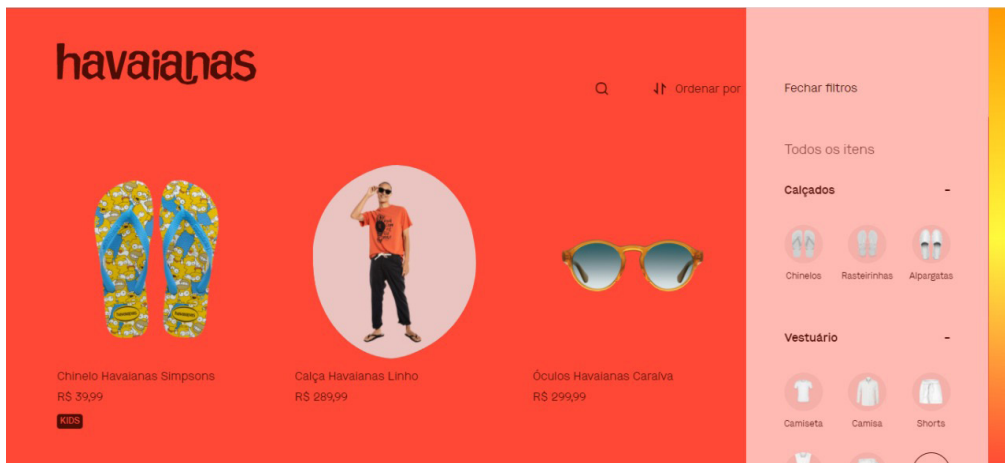
RECORDE HISTÓRICO DE RECEITA LÍQUIDA,
R\$2,2 BILHÕES EM 2020

As vendas cresceram ~4% e o EBITDA cresceu +9% versus 2019, atingindo margem EBITDA de 25% (+120 bp versus 2019). O preço médio cresceu 7%, refletindo as ações de RGM.

A aceleração do *sell-out* nos canais alimentares, farmácia e multimarcas foram destaque no ano e no 4T20 que foi o melhor trimestre da história de vendas e EBITDA da marca.

No 4T20, alcançou o volume de 73 milhões de pares de *flip-flops*, alta de ~7%, versus o 4T19. Além disso, atingiu receita líquida de ~R\$0,8 bilhão, alta de ~11% e um EBITDA de R\$267 milhões, com crescimento de ~21% em relação ao 4T19.

Digital



EM 2020

~R\$490 MILHÕES EM VENDAS ONLINE DE HAVAIANAS E OSKLEN

ALTA DE 130% vs. 2019

REPRESENTATIVIDADE DE ~14% DAS VENDAS TOTAIS

HAVAIANAS

2020 vs. 2019

CANAIS ONLINE (DTC+B2B)
+132% (TOTAL)
+128% (BRASIL)
+132% (INT.)

CANAIS ONLINE TOTAL
DTC +243%
B2B +76%

REPRESENTATIVIDADE
14%
DA RECEITA TOTAL DA MARCA EM 2020

RECORDE DE VENDAS DO ONLINE EM 2020

Evoluímos em nossa transformação digital ao internalizarmos o e-commerce no Brasil no 3T20 que nos trouxe aprendizados importantes para consolidarmos nossa posição digital ao longo de 2021. Vale destacar que após a internalização, a taxa de rejeição (*bounce rate*) caiu 20 pp., resultado de esforços no *front end* com conteúdo editorial mais atrativo e foco em inovações. A nova *Global Flagship Store* com novas funcionalidades e conteúdo editorial foi lançada no Brasil e em quatro países asiáticos.

As vendas de Havaianas Brasil no Havaianas.com cresceram 122% versus 2019 com destaque para campanhas com influenciadores, o patrocínio de *lives*, além dos mais de 15 milhões de unique visitors ao longo de 2020.

Durante 2020, estruturamos a área de *User Experience (UX)* e a área de *Global Business Insights*. As áreas de CRM, Estúdio Criativo, SAC e experiência de Loja foram integradas com foco central no usuário. A área de *UX* gerou eficiências sobre os investimentos em marketing através do entendimento da jornada do usuário desde a compra até o pós-venda e a alocação de investimentos baseado em análises preditivas de retorno. Além disso, fortalecemos nossa área de *Global Business Insights* com o desenvolvimento de modelos preditivos, *insights* de negócios e consumidores, tudo isso aumentando nossa agilidade na tomada de decisão e suportando alocações de investimento de alto retorno.

Avançamos na implementação da plataforma de *omni-channel* no Brasil. Encerramos o ano com mais de 110 lojas de Havaianas Brasil e todas as 46 lojas próprias de Osklen no Brasil, operando nesse ambiente integrado. Destaca-se o perfil desse usuário multicanal, que compra 2x mais e tem um gasto total 135% maior que o usuário monocanal. Em 2021, incluiremos toda nossa rede de lojas monomarcas nesse ecossistema, ampliando os serviços com novas soluções como *ship from store* e *showrooming*.

OSKLEN

2020 vs. 2019

CANAIS ONLINE
121%

REPRESENTATIVIDADE
40%
DA RECEITA TOTAL DA MARCA EM 2020

RECORDE DE VENDAS DO ONLINE EM 2020

OMNICHANNEL (46 LOJAS PRÓPRIAS NO BRASIL)

FERRAMENTAS DIGITAIS VENDEDOR DIGITAL FOI RESPONSÁVEL POR 24% DA VENDA OMNI

Inovação

Acreditamos que ao inovar mantemos nossa liderança de mercado ao mesmo tempo em que recrutamos novos usuários para a marca com novas categorias de produtos, novos materiais, *shapes* e acabamentos. A marca Havaianas consolidou sua presença em múltiplas ocasiões de uso, resultado de consistência na oferta de novos produtos que oferecem versatilidade para que o usuário vá além das “ocasiões molhadas”. Para crescer ainda mais, a estratégia é continuar a inovar e normalizar *flip-flops* em múltiplas ocasiões, além de entrar em novas categorias

ENERGIZAR O CORE BUSINESS:

surpreender com licenças e *collabs* e incorporar novas execuções de produtos já consagrados para assim, conectar a marca com tendências, conversar com novas audiências e ajudar a construir outras categorias ao apresentar o *total look*.

No Brasil, a Havaianas lançou a Coleção 20/21 com foco em produtos de alto giro e altas margens. Com destaque para a família Glitter, que vendeu ~13 milhões de pares em 2020. No mês de junho, a Havaianas lançou a linha Pride (*sold out* em menos de uma semana, foi um recorde histórico de vendas no e-commerce), composta por uma linha permanente de chinelos, vestuário e acessórios. Destacamos que 7% do valor líquido das vendas desse produto são revertidos para projetos globais de combate ao preconceito e apoio à comunidade LGBTQIA+. No 4T20, lançamos a nova família casual masculina que será um dos drivers de crescimento da marca em 2021 com objetivo de aumentar a penetração com o público masculino. O índice de satisfação da marca, medido pelo NPS, atingiu nível recorde acima de 80%.



No internacional, os destaques são: as colaborações com YSL, que teve dois *drops* em 2020 e MasterMind Japan, a parceria global com WSL (World Surf League) e Highsnobiety (um grupo de mídia fundado na Alemanha que hoje é uma das principais vozes da moda, especialmente, no *streetwear*) e múltiplas colaborações com influenciadores e celebridades em várias geografias. Em 2020, fizemos o lançamento simultâneo da Tradi Zori em 42 países no e-commerce, Havaianas *Flagship Stores* e em *energy accounts* como a Japonesa Atmos, uma das multimarcas mais influentes na Ásia. O novo modelo Tradi Zori permitiu a entrada em canais especializados em *streetwear*, nos quais a marca antes não estava presente.

Em licenças, para todos os mercados, comemoramos em 2020 dez anos de nossa relação com a Disney e aprofundamos nosso relacionamento, aumentando ainda mais o foco nas licenças de clássicos, bem como Star Wars e Marvel. Além disso, com a adição de Naruto, Minecraft e Fortnite ao portfólio, aumentamos nossa oferta para o público *geek*.

O ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DA MARCA, MEDIDO PELO NPS, ATINGIU NÍVEL RECORDE ACIMA DE 80%.



CRESCER BEYOND THE CORE:

inovar em categorias de calçados adjacentes e *flip-flops*.

A prioridade é a expansão do portfólio de sandálias e de *casual shoes*. Em sandálias, o destaque foi a família de produtos St Tropez que cresceu por meio da expansão de modelos com novos materiais no cabedal, permitindo uma arquitetura de portfólio em múltiplos segmentos de preços.

No Brasil foi o primeiro ano em que colocamos vestuário no *e-commerce*. No 4T20, a categoria de sandálias recebeu investimentos em mídia e apresentamos novos modelos de rasteiras. O *shape hero* da linha St. Tropez, passa a ser reconhecido pelos usuários como distintamente Havaianas e expande a ocasião de uso da marca e, no final do ano, lançamos dois novos modelos da família *You - You Tranco* e *You Tranco Premium*, recrutando novos usuários e reforçando a presença da marca na categoria de rasteiras em múltiplos segmentos de preço.

Além disso, lançamos a cápsula de *Homewear*, tendência que se intensificou com a pandemia. Através da introdução de dois novos modelos de *mule*, atendemos a necessidade do usuário de ter produtos mais confortáveis para ficar em casa. Para este lançamento, utilizou-se materiais fora de linha, incorporando o conceito de *upcycling*.

No Internacional, St Tropez, figurou entre os cinco modelos mais vendidos do *e-commerce* em 2020 e a introdução dos novos modelos de *casual shoes* e *mules*, ampliam a presença da marca em diversas ocasiões na vida das pessoas. Além disso, os novos modelos estendem o período de destaque de Havaianas no ponto de venda em mercados com sazonalidade. Finalmente, esses novos modelos contam com ingredientes e processos fabril sustentáveis que são fatores relevantes para os mercados da Europa e EUA.



NEW GROWTH (LIFESTYLE): OUTRAS CATEGORIAS COMO ACESSÓRIOS E VESTUÁRIO

O lançamento de meias em 2020 mostrou o potencial de Havaianas em novas categorias de *lifestyle*, fortalecendo a marca e nosso negócio principal. As meias possuem a separação dos dedos, que garantem encaixe perfeito com os chinelos e o uso tanto em casa quanto fora. As meias são apresentadas como acessório para complementar o visual e estimular a construção do *total look*, legitimando o uso em diversas ocasiões.

No Brasil, o movimento #DiasMaisColoridos apresentou também uma coleção complementar de vestuário e com três novas estampas, criando cross com *flip-flops*. Com o sucesso de Glitter em *flip-flops*, lançamos a capsula de Réveillon criando *total looks*. Além

disso, apresentamos duas novas cápsulas de verão com estampas icônicas (Arara e Cuca fresca) que já apresentaram a melhor performance de *sell-out* da coleção de verão, impulsionando as vendas no *canal DTC*.

No Internacional, intensificamos o esforço editorial para aumento de *awareness* da marca e normalização do uso de *flip-flops* em múltiplas ocasiões através de parceiras com Highsnobiety e Hypebeast, importantes formadores de opinião na moda. A região EMEIA lançou também collab com a marca Eastpack, apresentando mochilas, pequenas malas e pochetes. NA&C e EMEIA lançaram as meias de Havaianas, aproveitando o início da temporada outono-inverno e diversos modelos esgotaram na primeira semana. Em uma colaboração com a Mastermind Japan, a marca lançou produtos em edições especiais e limitadas, inserindo Havaianas no universo *streetwear*, conversando com o público jovem e despertando o desejo dos produtos da marca. A *collab* incluiu modelos da linha Top e, pela primeira vez no mercado, o novo shape Tradi Zori que remete às origens da sandália japonesa.



Sustentável



**HAVAIANAS
LANÇOU, EM
DEZEMBRO,
UM PROJETO
PILOTO DE
LOGÍSTICA
REVERSA NO
BRASIL**

O desenvolvimento de soluções de sustentabilidade é um dos pilares estratégicos de negócios da Alpargatas. Com a criação da área de Sustentabilidade e Reputação, divulgada no 3T20, definimos como pilares de atuação três frentes prioritárias: Produtos, Operações e Cadeia de Fornecimento e Responsabilidade Social e Ambiental.

Havaianas lançou, em dezembro, um projeto piloto de Logística Reversa no Brasil. Três lojas e cinco condomínios receberam urnas de descarte adequado de Havaianas usadas, que em parceria com a Trash In, *startup* especialista em economia circular, destinarão os produtos coletados para a produção de novos itens, como pisos e pneus, assim como para testes de soluções diversas para nossa cadeia produtiva. O piloto será expandido para mais localidades durante a primeira metade de 2021 e também será executado em pelo menos mais um país. Desta forma, poderemos coletar dados para começar a segunda fase da jornada de economia circular em Havaianas.

A linha SOUL Collection, de Ha-

vaianas, que é composta de alpargatas e mules e hoje tem 62% da composição dos produtos fabricados com materiais e tecidos reciclados ou naturais, ampliará para 80% essa proporção na coleção 21/22, que começa a chegar às lojas no Brasil no segundo trimestre do ano. As linhas de vestuário, acessórios e *flip-flops* também terão novas opções de produtos com materiais sustentáveis nas próximas coleções.

Em Osklen, o 4T20 foi marcado pelo lançamento do Amazon Guardians, o tênis mais sustentável que a marca lançou em 20 anos de história.

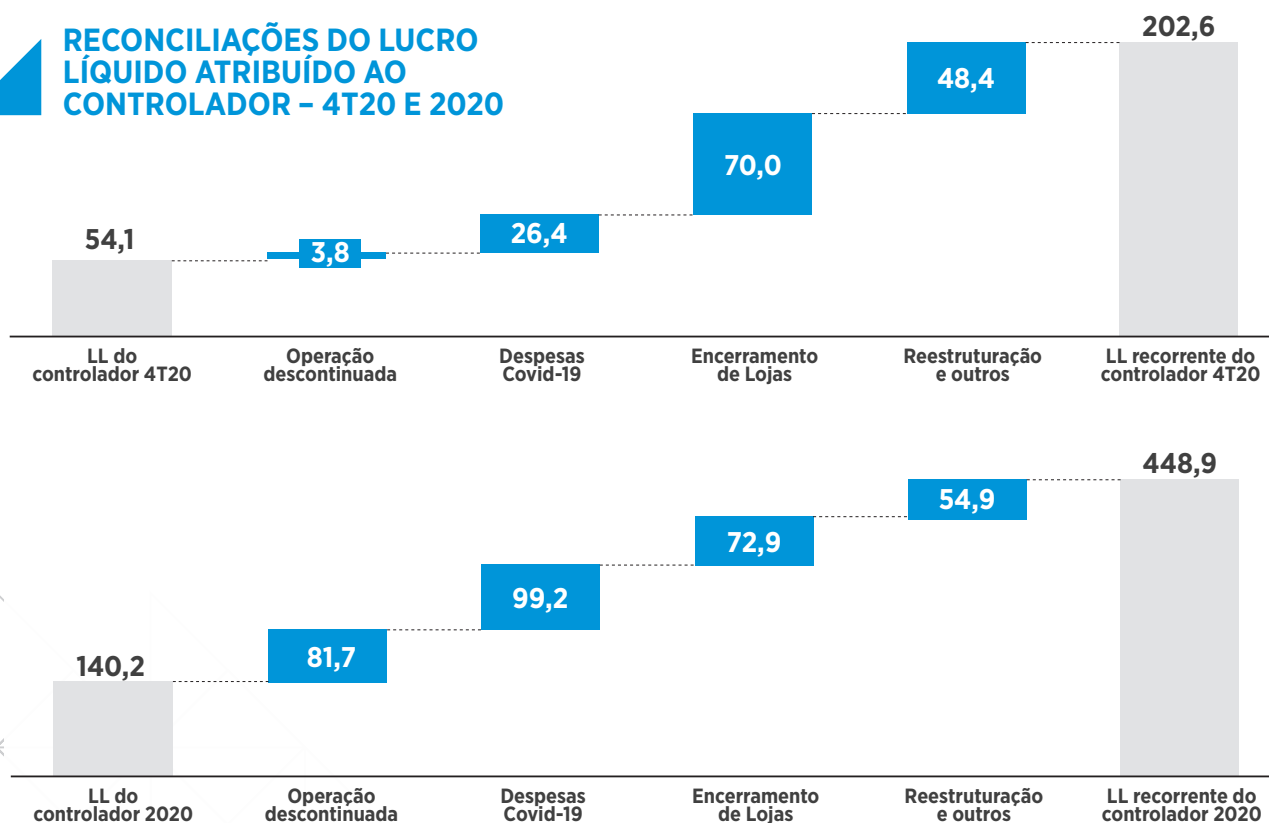


**O TÊNIS MAIS
SUSTENTÁVEL
QUE A OKLEN LANÇOU EM
20 ANOS DE HISTÓRIA**



DESEMPENHO CONSOLIDADO
4T20 E 2020

R\$ milhões	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Receita Líquida	1.102,5	997,7	10,5%	3.364,3	3.279,8	2,6%
Brasil	952,0	863,8	10,2%	2.484,4	2.492,3	-0,3%
Internacional	150,5	133,9	12,4%	879,9	787,4	11,7%
Lucro Bruto	576,1	534,4	7,8%	1.760,8	1.735,5	1,5%
<i>margem bruta</i>	52,3%	53,6%	-1,3 pp	52,3%	52,9%	-0,6 pp
Brasil	495,3	456,5	8,5%	1.203,8	1.208,6	-0,4%
<i>Margem bruta</i>	52,0%	52,8%	-0,8 pp	48,5%	48,5%	0 pp
Internacional	80,7	77,9	3,6%	557,0	526,9	5,7%
<i>Margem bruta</i>	53,6%	58,2%	-4,6 pp	63,3%	66,9%	-3,6 pp
EBITDA	153,9	201,9	-23,8%	435,9	577,8	-24,6%
<i>margem EBITDA</i>	14,0%	20,2%	-6,3 pp	13,0%	17,6%	-4,7 pp
Brasil	234,9	224,7	4,5%	417,8	470,2	-11,1%
<i>Margem</i>	24,7%	26,0%	-1,3 pp	16,8%	18,9%	-2 pp
Internacional	-81,0	-22,8	-255,4%	18,1	107,6	-83,2%
<i>Margem</i>	-53,8%	-17,0%	-36,8 pp	2,1%	13,7%	-11,6 pp
Total Ítems não recorrentes	128,8	34,4	n/a	159,7	30,9	n/a
EBITDA recorrente	282,7	236,3	19,7%	595,6	608,7	-2,2%
<i>margem EBITDA recorrente</i>	25,6%	23,7%	2 pp	17,7%	18,6%	-0,9 pp
Brasil recorrente	297,5	241,4	23,2%	532,0	506,7	5,0%
<i>Margem recorrente</i>	31,2%	27,9%	3,3 pp	21,4%	20,3%	1,1 pp
Internacional recorrente	-14,8	-5,2	-185,6%	63,6	102,0	-37,6%
<i>Margem recorrente</i>	-9,8%	-3,9%	-5,9 pp	7,2%	13,0%	-5,6 pp
Lucro Líquido das Operações Continuadas	65,6	125,3	-47,7%	208,5	314,8	-33,7%
Lucro Líquido / Prejuízo das Operações Descontinuadas	-3,8	2,7	-242,6%	-81,7	-55,4	-47,3%
Lucro Líquido Consolidado	61,7	128,0	-51,8%	126,9	259,3	-51,1%
Lucro Líquido recorrente	215,0	208,7	3,0%	442,9	449,9	-1,6%
Lucro Líquido Atribuído a Sócios da Empresa Controladora	54,1	121,0	-55,3%	140,2	274,1	-48,9%
Lucro Líquido recorrente Atribuído a Sócios da Empresa Controladora	202,6	201,4	0,6%	448,9	450,5	-0,3%

RECONCILIAÇÕES DO LUCRO
LÍQUIDO ATRIBUÍDO AO
CONTROLADOR - 4T20 E 2020

RECEITA LÍQUIDA

R\$ milhões	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Receita Líquida	1.102,5	997,7	10,5%	3.364,3	3.279,8	2,6%

A Receita Líquida no 4T20 foi de R\$1.102,5 milhões, alta de ~11% em relação ao mesmo período de 2019, destacando-se o crescimento no Brasil impulsionado pelo aumento do volume em Havaianas de ~7%, pelo aumento do preço médio de ~4% (através do gerenciamento efetivo de RGM), e pelo melhor desempenho da história da Osklen no 4T20, com alta de ~27% do volume e 10% da receita líquida em relação ao 4T19. O crescimento da receita do Internacional foi devido ao *mix* de países e a variação cambial, que mitigaram

parcialmente a queda de volume de ~20% ocasionada principalmente pela segunda onda da COVID19 em um período de baixa sazonalidade no hemisfério norte.

No acumulado do ano de 2020, a receita líquida foi de R\$3.364,3 milhões, alta de 2,6% versus 2019, destaca-se o recorde de *top line* mesmo durante um ano desafiador. No Brasil, abrimos a partir de maio mais de 40 mil pontos de venda, fortalecemos os canais de autosserviço e conveniência nos segmentos alimentar, farma, moda e de franquias *omnichannel*.

LUCRO BRUTO

R\$ milhões	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Lucro Bruto	576,1	534,4	7,8%	1.760,8	1.735,5	1,5%
<i>Margem bruta</i>	52,3%	53,6%	-1,3 pp	52,3%	52,9%	-0,6 pp
Brasil	495,3	456,5	8,5%	1.203,8	1.208,6	-0,4%
<i>Margem bruta</i>	52,0%	52,8%	-0,8 pp	48,5%	48,5%	0 pp
Internacional	80,7	77,9	3,6%	557,0	526,9	5,7%
<i>Margem bruta</i>	53,6%	58,2%	-4,6 pp	63,3%	66,9%	-3,6 pp

No 4T20, o lucro bruto consolidado em R\$ cresceu 7,8%, resultado do aumento de receita líquida de Havaianas e Osklen, com destaque para o RGM no Brasil mitigando parcialmente o efeito de queda de volume no Internacional. Os custos de armazenagem na Europa no 4T19 foram de ~R\$4 milhões alocados em despesas operacionais e no 4T20 alocados na margem bruta; ou seja, em bases comparáveis, a margem

bruta internacional no 4T19 foi 55,1% e a margem bruta global, 53,2%.

No ano de 2020, o lucro bruto consolidado em R\$ cresceu 1,5% atingindo 52,3%. Excluindo o efeito da classificação acima mencionado, ocorrido em todos os trimestres de 2020, o lucro bruto teria crescido 2,4% (em linha com a alta da Receita Líquida) e, portanto, teria mantido o patamar de margem bruta % de 2019.

DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ milhões	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Despesas operacionais	462,8	369,8	25,1%	1.486,5	1.308,9	13,6%
Vendas	262,4	263,3	-0,3%	1.060,4	1.000,5	6,0%
Gerais e administrativas	32,3	32,9	-2,0%	134,6	134,3	0,2%
Honorários dos administradores	2,5	4,5	-44,3%	11,1	18,8	-41,2%
Amortização de intangível	7,2	7,3	-0,4%	27,5	30,8	-10,9%
Outras (receitas) despesas operacionais	158,4	61,9	156,1%	253,0	124,5	103,3%
Despesas G&A/ Receita Líquida (%)	2,9%	3,3%	-0,4 pp	4,0%	4,1%	-0,1 pp

DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas, nas quais estão inclusos fretes, propaganda, marketing, comissões, *royalties*, licenças e provisão de devedores duvidosos (PDD), foram de R\$262,4 milhões no 4T20, redução de ~260bps como percentual da receita líquida em relação ao mesmo período de 2019.

No acumulado do ano de 2020, as despesas com vendas atingiram R\$1.060,4 milhões, alta de ~100bps com

o percentual da receita líquida em relação ao mesmo período de 2019, devido, principalmente, ao aumento das provisões para devedores duvidosos em virtude da COVID19. Por outro lado, continuamos a otimizar os investimentos de propaganda e marketing, centralizando o controle na área corporativa, focando em performance e *awareness* em Havaianas e na repriorização dos investimentos em produto.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 4T20, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$32,3 milhões, 2,9% da receita líquida, 40bps abaixo de 2019, resultado da administração mais eficiente de despesas através da metodologia de OBZ.

No ano de 2020, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$134,6 milhões ou 4,0% da receita.

OUTRAS (RECEITAS) DESPESAS OPERACIONAIS

Outras (receitas) e despesas operacionais totalizaram R\$158,4 milhões e R\$253,0 milhões no 4T20 e 2020, respectivamente, cuja composição é principalmente de itens não recorrentes.

NO 4T20, as despesas não recorrentes totalizaram R\$135 milhões, sendo: (i) R\$76 milhões relacionadas, principalmente, ao fechamento de lojas nos Estados Unidos e da marca Osklen; (ii) R\$51 milhões referentes à reestruturação organizacional, principalmente pela venda de Mizuno e redesenho organizacional; e (iii) R\$8 milhões com gastos relativos à Covid19 (doações e colaboradores afastados do grupo de risco).

EM 2020, as despesas não recorrentes totalizaram R\$160 milhões, sendo i) R\$81 milhões relacionadas, principalmente, ao fechamento de lojas nos Estados Unidos e da marca Osklen; (ii) R\$77 milhões referentes à reestruturação organizacional, principalmente pela venda de Mizuno e redesenho organizacional; e (iii) R\$63 milhões com gastos relativos à Covid19 (doações e colaboradores afastados do grupo de risco).

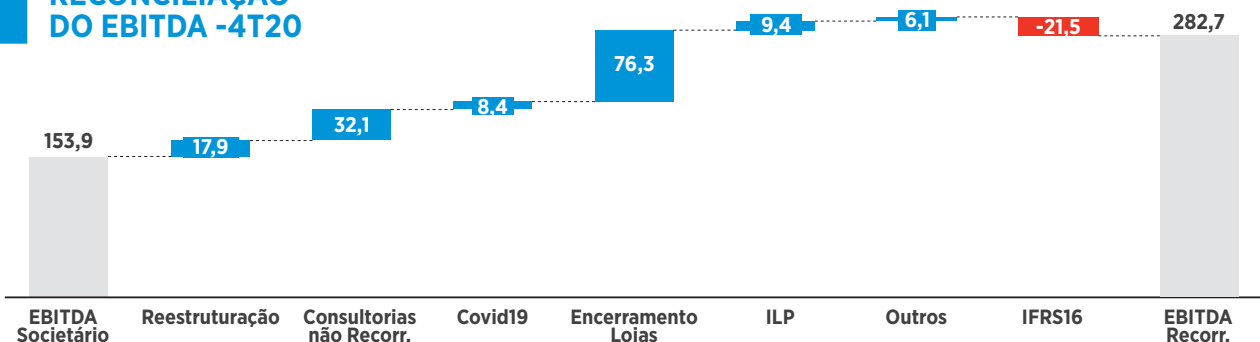
EBITDA

O EBITDA societário do 4T20 foi de R\$153,9 milhões, retração de ~24% em relação ao 4T19. No acumulado do ano, o EBITDA societário foi de R\$435,9 milhões, uma retração de ~25% em razão do aumento de despesas não recorrentes, descritas na sessão acima.

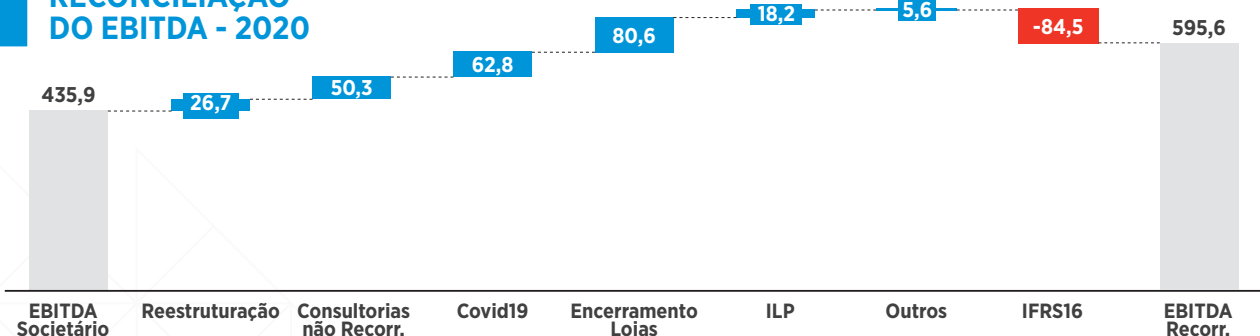
O EBITDA recorrente atingiu R\$282,7 milhões no

trimestre, com margem de ~26% e crescimento de 190bps versus 2019. Em 2020, o EBITDA recorrente atingiu R\$595,6 milhões, com margem de ~18%. Destaca-se, o EBITDA da marca Havaianas com alta ~+15% no 4T20 quando comparado ao mesmo período de 2019.

RECONCILIAÇÃO DO EBITDA -4T20



RECONCILIAÇÃO DO EBITDA - 2020



LUCRO LÍQUIDO

O Lucro líquido consolidado do 4T20 foi de R\$61,7 milhões, queda de 51,8% versus 4T19. No acumulado no ano, o lucro líquido foi de R\$126,9 milhões, queda de 51,1%.

Sem o impacto da descontinuidade da operação

de Mizuno e das despesas não recorrentes descritas acima, o Lucro Líquido recorrente seria de R\$215,0 milhões no 4T20, alta de 3%. Em 2020, o lucro líquido recorrente foi de R\$442,9 milhões, queda de 1,6% em relação a 2019.

DESEMPENHO DO 4T20 E ANO DE 2020 POR REGIÃO

Brasil						
(unidades)	4T20	4T19	Δ (#)			
Lojas Monobrand - DTC (Direct to Consumer)	571	557	14			
Havaianas	500	477	23			
<i>Franquias</i>	495	471	24			
<i>Próprias</i>	5	6	-1			
Osklen	71	80	-9			
<i>Franquias</i>	22	21	1			
<i>Próprias Globais</i>	49	59	-10			
(mil pares/peças)	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Volume total	75.012	70.928	5,8%	212.962	219.835	-3,1%
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	73.293	68.645	6,8%	207.540	212.899	-2,5%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	746	589	26,7%	1.528	1.773	-13,8%
Outros	973	1.695	-42,6%	3.893	5.163	-24,6%
(R\$ milhões)	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Receita líquida	952,0	863,8	10,2%	2.484,4	2.492,3	-0,3%
Havaianas (sandálias e extensão da marca)	831,9	751,4	10,7%	2.231,6	2.149,8	3,8%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	107,1	97,0	10,3%	220,8	282,6	-21,9%
Outros	13,1	15,4	-15,3%	32,0	59,9	-46,6%
Lucro Bruto	495,3	456,5	8,5%	1.203,8	1.208,6	-0,4%
Margem bruta (%)	52,0%	52,8%	-0,8pp	48,5%	48,5%	0 pp
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	403,2	377,3	6,8%	1.031,5	989,0	4,3%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	77,6	70,8	9,6%	151,8	190,9	-20,5%
Outros	14,6	8,3	75,3%	20,4	28,8	-29,9%
EBITDA	234,9	224,7	4,5%	417,8	470,2	-11,1%
Margem EBITDA (%)	24,7%	26,0%	-1,3 pp	16,8%	18,9%	-2 pp
EBITDA recorrente	297,5	241,4	23,2%	532,0	506,7	5,0%
Margem EBITDA recorrente (%)	31,2%	27,9%	3,3 pp	21,4%	20,3%	1,1 pp
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	266,9	221,0	20,8%	554,3	506,9	9,3%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	34,8	24,7	41,3%	-2,6	21,9	-112,0%
Outros	-4,3	-4,2	1,2%	-19,7	-22,2	-10,9%

**DESEMPENHO DO 4T20
E ANO DE 2020 POR REGIÃO**

Internacional						
(unidades)	4T20	4T19	Δ			
Lojas Monobrand - DTC (Direct to Consumer)						
Havaianas	188	196	-8			
Franquias	154	136	18			
Próprias	34	60	-26			
(mil pares/ Peças)	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Volume Total	5.411	6.758	-19,9%	22.550	28.857	-21,9%
Havaianas (sandálias e extensão da marca)	5.411	6.591	-17,9%	22.298	28.092	-20,6%
Outros	0	167	-100,0%	252	765	-67,1%
(R\$ Milhões)	4T20	4T19	Δ (%)	2020	2019	Δ (%)
Receita Líquida	150,5	133,9	12,4%	879,9	787,4	11,7%
Variação em moedas locais						
	EMEIA - <i>euro</i>		▶ -24,0%			▶ -15,7%
	APAC - <i>dólar</i>		▶ 4,0%			▶ -9,1%
	EUA - <i>dólar</i>		▶ -1,8%			▶ -0,4%
	LATAM - <i>dólar</i>		▶ -30,4%			▶ -40,2%
Lucro Bruto	80,7	77,9	3,6%	557,0	526,9	5,7%
Margem bruta (%)	53,6%	58,2%	-4,6 pp	63,3%	66,9%	-3,6 pp
EBITDA	-81,0	-22,8	-255,4%	18,1	107,6	-83,2%
Margem EBITDA (%)	-53,8%	-17,0%	-36,8 pp	2,1%	13,7%	-11,6 pp
EBITDA recorrente	-14,8	-5,2	-185,6%	63,6	102,0	-37,6%
Margem EBITDA recorrente (%)	-9,8%	-3,9%	-5,9 pp	7,2%	13,0%	-5,6 pp

CAPEX

No quarto trimestre de 2020, fizemos uma revisão minuciosa dos nossos investimentos, direcionando-os para sustentação e expansão digital das operações da Alpargatas. Investimos R\$94,8 milhões no total, dos quais R\$59,9 milhões foram investimentos em capacidade e manutenção das operações e R\$34,9 milhões foram direcionados à transformação digital e projetos

de ganho de eficiência fabril e de supply chain.

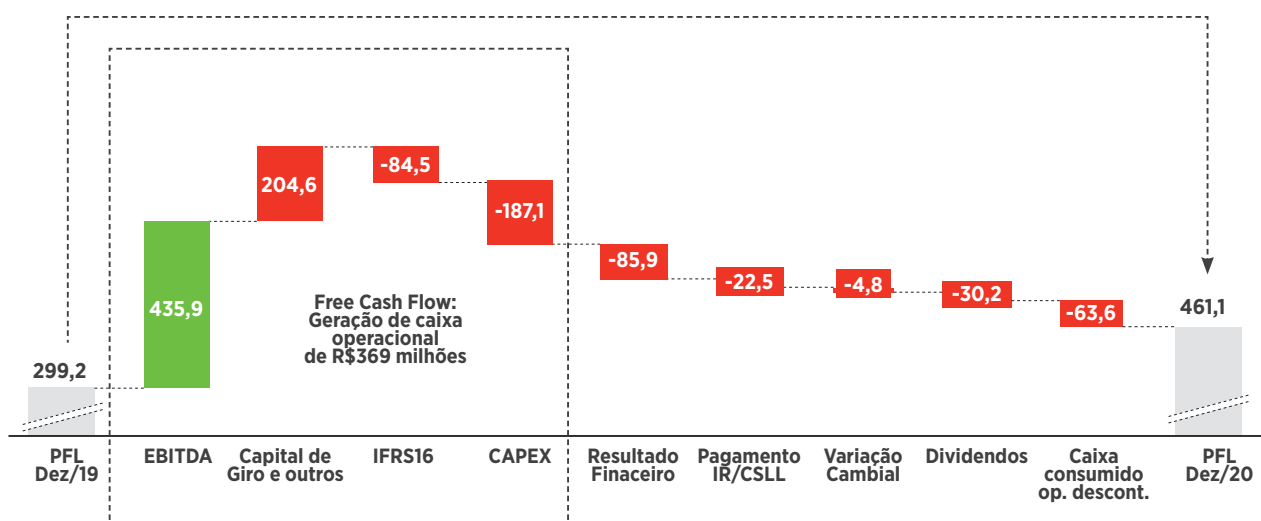
No acumulado do ano de 2020, investimos R\$187,1 milhões no total, dos quais R\$100,7 milhões foram investimentos em capacidade e manutenção das operações e R\$86,4 milhões foram direcionados à transformação digital e projetos de ganho de eficiência fabril e de supply chain.

POSIÇÃO FINANCEIRA LÍQUIDA

Em 31 de dezembro de 2020, a Alpargatas apresentava posição financeira líquida (PFL) positiva de R\$461,1 milhões, resultante de saldo de caixa de R\$705,0 milhões (a geração

de caixa operacional - *Free Cash Flow* somou R\$369 milhões em 12 meses findos em dezembro de 2020) e endividamento de R\$243,9 milhões, com o seguinte perfil.

+ R\$162 MILHÕES



MERCADO DE CAPITAIS

Em 31 de dezembro de 2020, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$42,00, e as ações ordinárias (ALPA3) a R\$37,85, valores 9,9% e 15,9% superiores aos de 30 de setembro de 2020, respecti-

vamente. De outubro a dezembro, o Ibovespa registrou valorização de 25%. No encerramento do 4T20, o valor de mercado da Alpargatas na B3 era de R\$23 bilhões.

VALOR ADICIONADO

Em 2020, a Alpargatas gerou valor adicionado de R\$2,0 bilhões, distribuídos da seguinte forma: 47% aos empregados, 31% ao governo, 16% aos financiadores de capital e 7% para reserva de lucros.

AUDITORES INDEPENDENTES

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381/03, a Alpargatas S.A. informa que, no período de outubro a dezembro de 2020, não foram contratados junto à KPMG Auditores Independentes serviços não relacionados à auditoria externa. Para o exercício findo em 31 de dezembro de 2020, contratou o seguinte serviço da KPMG Auditores Independentes: revisão do Formulário de Referência da

Companhia, para esse serviço de revisão foi desembolsado honorários de aproximadamente R\$75 mil.

A prestação do serviço não representou conflito de interesse, pois é permitida pelo órgão regulador e, conseqüentemente, não afetou a independência e objetividade necessárias ao desempenho do trabalho de auditoria.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, a Diretoria declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis do período findo em 31 de dezembro de 2020 da Alpargatas S.A. e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as demonstrações financeiras individuais e consolidadas.

SÃO PAULO,
12 DE FEVEREIRO DE 2021
A ADMINISTRAÇÃO

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO 2020

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO (em milhares de reais)

ATIVO		PASSIVO			
	2020	2019		2020	2019
CIRCULANTE					
Caixa e equivalentes de caixa	693.003	566.263	Fornecedores	464.458	350.505
Aplicações financeiras	-	-	Risco Sacado	218.264	78.394
	693.003	566.263	Empréstimos e financiamentos	139.989	176.925
			Passivo de arrendamento	47.402	57.761
Clientes	982.709	883.288	Obrigações negociadas de controlada	-	213.991
	982.709	883.288	Salários e encargos sociais	116.998	153.938
			Prov. p/riscos tributários, cíveis e trab.	14.236	19.493
Estoques	715.124	674.780	Provisão p/ imposto de renda	-	-
Demais contas a receber	41.446	43.383	e contrib. social a pagar	7.908	11.021
Despesas antecipadas	19.854	14.839	Impostos a pagar	31.306	35.649
Ativos Não-Correntes a Venda	72.981	367.819	Juros s/capital próprio /	-	-
Impostos a recuperar	154.338	59.762	dividendos a pagar	1.933	10.665
	1.003.743	1.160.583	Outras contas a pagar	224.998	125.314
			Plano de Incentivo de Longo Prazo	9.559	22.839
TOTAL DO CIRCULANTE	2.679.455	2.610.134		1.277.051	1.256.495
			EXIGÍVEL A LONGO PRAZO		
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO					
Clientes	1.521	2.845	Empréstimos e financiamentos	103.874	101.825
Contas a receber na venda de controlada	224.350	-	Passivo de arrendamento	254.839	316.618
Aplicações Financeiras	12.009	11.689	Obrigações negociadas de controlada	-	-
Impostos a recuperar	303.494	300.837	Prov. Imp. renda e contrib. social diferidos	51.826	48.917
Imp. renda e contrib. social diferidos	95.041	56.371	Prov. p/riscos tributários, cíveis e trab.	16.425	12.233
Depósitos judiciais e compulsórios	29.606	29.467	Outras contas a pagar	20.891	15.692
Demais contas a receber	8.676	26.440	Plano de Incentivo de Longo Prazo	71.128	35.668
	674.697	427.649		518.983	530.953
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Investimentos	2.451	2.294	Capital social realizado	1.500.000	1.500.000
Imobilizado	752.833	736.102	Reserva de capital	195.132	188.794
Arrendamento Mercantil - IFRS 16	337.975	431.493	Ações em tesouraria	(63.400)	(64.248)
Intangível	367.175	314.368	Reservas de lucros	1.233.450	1.114.731
	1.460.434	1.484.257	Ajuste de Inflação	83.553	(96.346)
TOTAL DO NÃO CIRCULANTE	2.135.131	1.911.906	Patrimônio Líquido controladores	2.948.735	2.642.931
TOTAL DO ATIVO	4.814.586	4.522.040	Participação acionistas não controladores	69.817	91.661
				3.018.552	2.734.592
			TOTAL DO PASSIVO	4.814.586	4.522.040
			Valor patrimonial por ação - R\$	5,01	4,57

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO
(em milhares de reais)

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO
(Em milhares de reais)

	2020	2019
Receita líquida de vendas	3.364.278	3.279.751
Custo dos produtos vendidos	(1.603.486)	(1.544.285)
Lucro Bruto	1.760.792	1.735.466
<i>margem bruta</i>	<i>52,3%</i>	<i>52,9%</i>
Receitas (Despesas) Operacionais	(1.486.507)	(1.308.909)
Vendas	(1.060.354)	(1.000.501)
Gerais Administrativas	(134.646)	(134.317)
Honorários dos administradores	(11.063)	(18.800)
Amortização do diferido / intangível	(27.457)	(30.831)
Outras (despesas) receitas operacionais	(252.987)	(124.460)
EBIT - Resultado Operacional	274.285	426.556
<i>margem operacional</i>	<i>8,2%</i>	<i>13,0%</i>
Receitas financeiras	53.006	51.377
Despesas financeiras	(158.002)	(52.610)
Variação cambial	28.420	(6.451)
Operações com derivativos	2.735	7.204
Lucro Operacional	200.444	426.077
I.R. e Contribuição Social	8.100	(111.301)
Lucro líquido Consolidado operações continuadas	208.544	314.776
Resultado líquido das operações descontinuadas	(81.658)	(55.442)
Lucro Líquido Consolidado	126.886	259.333
Atribuído ao acionista controlador	140.195	274.105
Atribuído aos acionistas não controladores	(13.309)	(14.770)
EBITDA - R\$ milhões	435,9	577,8
<i>margem EBITDA</i>	<i>13,0%</i>	<i>17,6%</i>

FLUXO DE CAIXA
 (em milhares de reais)

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	31/12/2020	31/12/2019
Caixa Gerado nas Operações	484.285	737.739
Lucro Líquido do Período Proveniente das Operações Continuadas	208.544	314.776
Depreciação e Amortização	79.683	79.056
Resultado na Venda/baixa do imobilizado	43.846	10.322
Juros, Variações Monetárias e Cambiais, AVJ	98.822	15.380
Provisões p/ Riscos Trib., Cíveis e Trab.	16.010	19.704
Provisão IR/CSLL Corrente / Diferido	(8.100)	111.301
Provisão (Reversão) para Perda Esperada (Impairment)	39.785	10.793
Provisão (Reversão) para Perdas nos Estoques	20.103	(2.882)
Atualização Monetária de Depósitos Judiciais e Créditos Tributários	(107.375)	(88.909)
Caixa Líquido Gerado/Consumido nas Operações Descontinuadas	(57.930)	26.750
Outras Provisões	(256)	211
Prov. Incentivo de Longo Prazo	46.433	65.024
Ganho/Perda com Valor Justo de Instrumentos Financeiros Derivativos	(2.735)	(7.204)
Outorga de Opções de Compra de Ações	2.903	15.995
Juros IFRS 16	22.034	18.239
Depreciação Direito de Uso IFRS 16	81.924	72.142
Resultado na Baixa de Direito de Uso IFRS 16	772	(138)
Provisão p/ Perda no Imobilizado/Intangível "Impairment"	(178)	77.179
Variações nos Ativos e Passivos	(171.505)	(206.289)
Contas a Receber de Clientes	(44.003)	(46.404)
Estoques	(70.328)	(112.685)
Despesas Antecipadas	(2.644)	5.928
Tributos a Recuperar	12.387	(21.503)
Fornecedores	33.509	(37.649)
Tributos a Pagar	(6.797)	6.319
Salários e Encargos Sociais	(40.981)	17.219
Pagamento IR/CSLL	(22.496)	(76.299)
Pagamento/Recebimento de Derivativos	3.195	4.339
Amortização de Encargos Empréstimos e financiamentos	(208.495)	(22.974)
Contingências	(19.648)	(18.680)
Risco Sacado	139.870	78.394
Demais contas a pagar de Operação Descontinuada	44.715	-
Outros	10.211	17.706
TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	312.780	531.450
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS		
Aquisições de imobilizado, Intangível	(187.080)	(144.230)
Aplicações Financeiras	(17.528)	(207.428)
Resgate de Aplicações Financeiras	22.189	222.556
Resultado na Venda de Controlada	71.002	-
Caixa Líquido Gerado/Consumido pelo Ativo mantido para Venda	(6.287)	(20.251)
TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS	(117.704)	(149.353)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS		
Captação de Empréstimos e financiamentos	2.261.671	114.393
Amortização de Empréstimos e Financiamentos - Principal	(2.242.030)	(374.928)
Pagamento de Dividendos e Juros s/ Capital Próprio	(30.207)	(36)
Pagamento de Principal Arrendamento Mercantil	(62.876)	(52.547)
Pagamento de Juros Arrendamento Mercantil	(22.034)	(18.239)
Venda de Ações em Tesouraria	4.282	-
Amortização por Reestruturação de Dívida de Controlada	-	-
TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(91.194)	(331.357)
Variação Cambial s/ Caixa e Equivalentes	22.858	(3.259)
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES	126.740	47.481
Saldo inicial de caixa e equivalentes	566.263	518.782
Saldo final de caixa e equivalentes	693.003	566.263



**RELAÇÕES COM
INVESTIDORES**

Julian Garrido Del Val Neto
Mariana Espírito Santo
Suelen Miura
Fernanda Shiraishi

CONTATO

E-mail:
ri@alpargatas.com
Tel.:
+55 11 4569-7397