



# ALPARGATAS

Desempenho 3º Trimestre de 2011

**havaianas®**  **Topper**

**dupé®**

  
**RAINHA**

  
**MIZUNO®**

**Timberland®** 

 **SETE LÉGUAS®**

**MEGGASHOP**



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 1. Mercado de Capitais

Cotações: (11/11/2011)

- ALPA3 – R\$ 11,94
- ALPA4 – R\$ 11,06
- Valor de Mercado:  
R\$ 4,0 bilhões

### 2. Teleconferência

- Data: 16/11/2011 às 16h00
- Telefone:  
(55 11) 4688-6361
- Senha: Alpargatas
- Slides:  
<http://ri.alpargatas.com.br>
- Palestrantes:
  - Márcio Utsch  
Diretor Presidente
  - José Roberto Lettiere  
CFO

### 3. Relações com Investidores

[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)

### 4. Site de RI:

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

### 5. APIMEC 2011

- 30/11/2011
- 16:00 hs
- Hotel Caesar Park  
Rua Olímpíadas, 205  
São Paulo - SP



**ALPARGATAS REGISTROU LUCRO LÍQUIDO DE R\$ 87,5 MILHÕES NO 3T11, ALTA DE 7,6% EM COMPARAÇÃO COM O 3T10. A RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA CRESCEU 18,4% ATINGINDO R\$ 687,5 MILHÕES NO 3T11 E R\$ 1,9 BILHÃO NOS 9M11.**

### INTRODUÇÃO

No terceiro trimestre (3T11) a Alpargatas continuou sua trajetória de crescimento e geração de valor decorrente dos investimentos em marcas, produtos, processos, aumento de capacidade de produção e capacitação de pessoas. Neste ano, a Alpargatas está enfrentando um ambiente macroeconômico mais adverso que o do ano passado, com alta da inflação, com efeito em custos e despesas. O aumento do custo do algodão e da borracha tem sido o fator que mais tem impactado o resultado da Companhia. Por meio de processos que estão trazendo mais produtividade fabril e de ações de responsabilidade ambiental, a Alpargatas tem conseguido minimizar o impacto do aumento da borracha e assegurar sua rentabilidade. Em novembro, o preço médio em dólar da borracha já caiu 17% em relação ao de setembro, sinalizando uma tendência de queda que deverá beneficiar a lucratividade da Alpargatas no médio prazo. No 3T11, a Empresa apresentou bom desempenho em relação ao 3T10, dada à conjuntura do período. No consolidado, o volume de vendas cresceu e a receita, mais alta em todas as moedas, aumentou 18,4% (ou 21,8% sem o impacto da variação cambial). Maior receita compensou custos fabris mais elevados, incrementando o lucro bruto (+ 20,4%) e as margens brutas, principalmente das operações nacionais (49,6%) e da Argentina (28,7%). *Commodities* mais caras combinado com investimentos estratégicos e despesas operacionais mais elevadas, necessárias para suportar o crescimento da Companhia, impactaram o EBITDA, cuja margem foi de 15,8% no trimestre, e de 16,8%, no acumulado em nove meses, com destaque para a das operações nacionais, que foi de 20,1% no 3T11, e de 19,6%, em nove meses.



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

A Alpargatas teve aumento de 7,6% no lucro líquido do trimestre e, consistentemente, comprova sua capacidade de entregar bons resultados aos acionistas. Os principais indicadores consolidados no 3T11 e no acumulado em nove meses do ano são apresentados na tabela a seguir.

Resultados Financeiros Consolidados (R\$ milhões, exceto margens)	3T10	3T11	▲	9M10	9M11	▲
Receita Líquida	580,6	687,5	18,4%	1.620,6	1.886,4	16,4%
Lucro Bruto	260,0	313,0	20,4%	747,4	857,2	14,7%
Margem Bruta	44,8%	45,5%	0,7 p.p.	46,1%	45,4%	-0,7 p.p.
EBITDA	114,9	108,6	-5,5%	304,4	316,9	4,1%
Margem EBITDA	19,8%	15,8%	-4,0 p.p.	18,8%	16,8%	-2,0 p.p.
Lucro Líquido <sup>(1)</sup>	81,3	87,5	7,6%	233,7	248,6	6,4%
Margem Líquida	14,0%	12,7%	-1,3 p.p.	14,4%	13,2%	-1,2 p.p.
Saldo de Caixa	492,0	683,6	38,9%	492,0	683,6	38,9%
Posição Financeira Líquida	325,1	366,2	12,6%	325,1	366,2	12,6%

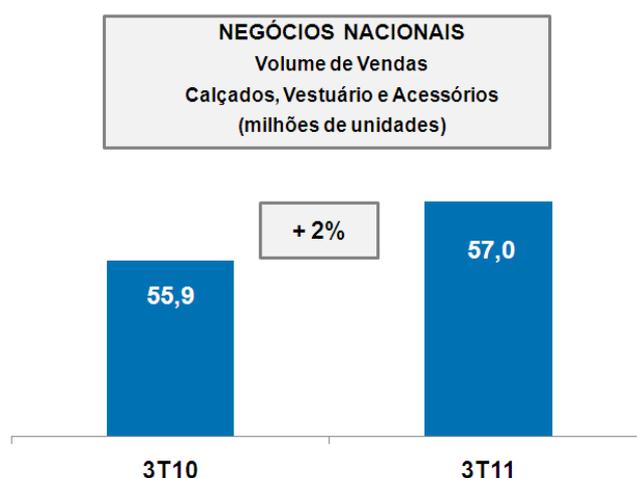
<sup>(1)</sup> Lucro líquido dos acionistas da Alpargatas S.A.

Bons resultados, comunicação mais ativa com o mercado de capitais e maior contato com investidores nacionais e internacionais estão contribuindo para que as ações da Alpargatas tenham um desempenho superior ao do Ibovespa e ao de outras empresas de calçados listadas em bolsa. De janeiro a setembro, enquanto o Ibovespa caiu 24,5%, as ações preferenciais reduziram-se somente 3,2% (as ordinárias valorizaram-se 8,7%).

## 1.0. DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS NACIONAIS

### 1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

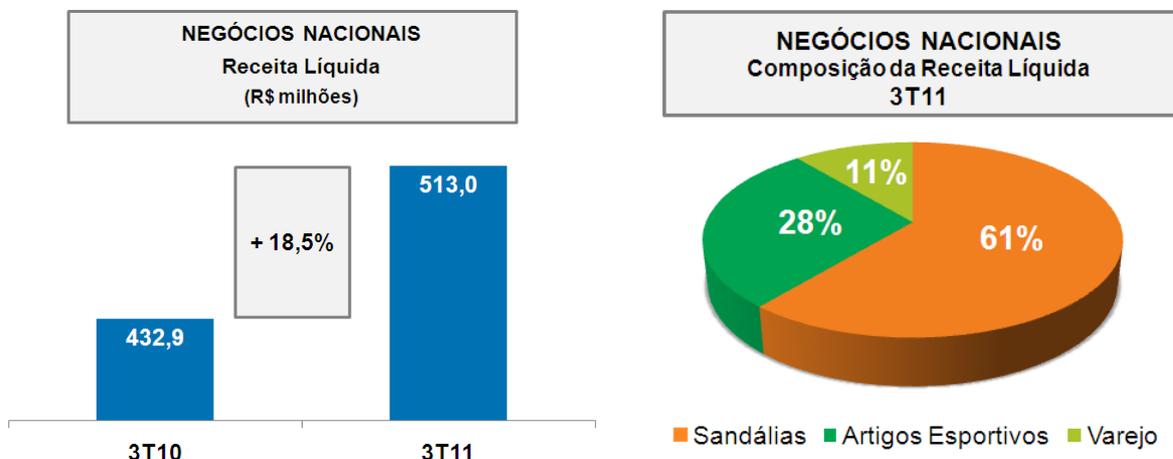
Foram vendidas 57 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios no Brasil, quantidade 2% maior que a do 3T10. Contribuíram para o aumento do volume (i) o lançamento da coleção 2011/2012 de sandálias Havaianas e Dupé, (ii) os novos modelos de calçados esportivos Topper, Mizuno e Timberland e (iii) a maior quantidade de pontos de vendas (franquias). Volume mais elevado, combinado aos aumentos nas receitas de sandálias, de artigos esportivos e do varejo, proporcionou incremento de 18,5% na receita do 3T11 na comparação com o 3T10, que acumulou R\$ 513 milhões. Esse percentual é recorde dos últimos quatro trimestres e atribuído à força das marcas.





# ALPARGATAS

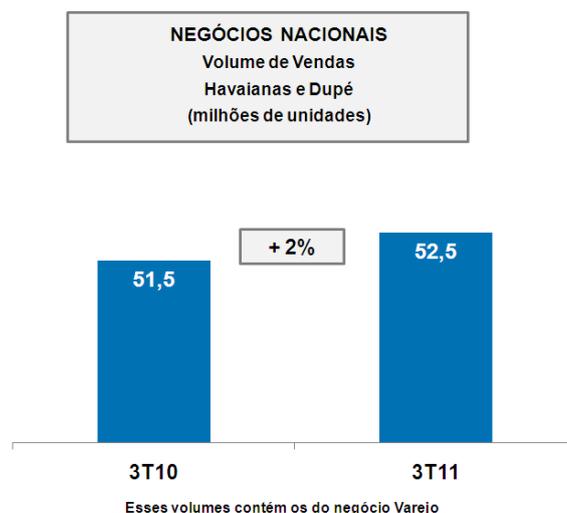
## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011



Em nove meses, o volume de vendas somou 155,1 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios, quantidade 4% maior que a dos 9M10, e a receita líquida acumulou R\$ 1,3 bilhão, crescimento de 16% ante os 9M10.

### 1.1.1. Havaianas e Dupé

A comercialização de sandálias e de produtos de extensão de marca totalizou 52,5 milhões de unidades no Brasil, quantidade 2% superior a do 3T10. Em agosto, ocorreram mudanças nas fábricas de sandálias com a implementação do Projeto Lógica, que reduziram as entregas. Incremento do volume, combinado com preço mais elevado e *mix* mais rico, proporcionou crescimento de 15,3% na receita do 3T11. Em nove meses, o volume de vendas foi 4% maior e acumulou 142,7 milhões de unidades.



No terceiro trimestre, os principais fatos relacionados a Havaianas no Brasil foram a veiculação de dois novos filmes nos canais abertos de TV. Mídia impressa do modelo Slim e da campanha de sustentabilidade das Havaianas IPÊ e Conservação Internacional. Realização do evento MYOH (*Make Your Own Havaianas* – Faça a sua Própria Havaianas) no Espaço Havaianas, em São Paulo. Presença na Franca, importante feira de calçados realizada em São Paulo, e na ABAD, feira de atacadistas e distribuidores, em Recife. A loja da Rua Oscar Freire, em São Paulo, foi decorada com imagens de personagens Disney, no Dia das Crianças, e com estampas das sandálias IPÊ e Conservação Internacional, na Campanha da Sustentabilidade. Havaianas com *pins* do Rock in Rio foram distribuídas no show. Dupé continuou a proporcionar conforto, estilo e *design* em suas sandálias. A marca reforçou sua presença nos pontos de vendas do Nordeste com ações de marketing comemorativas do Dia dos Pais e das Crianças.



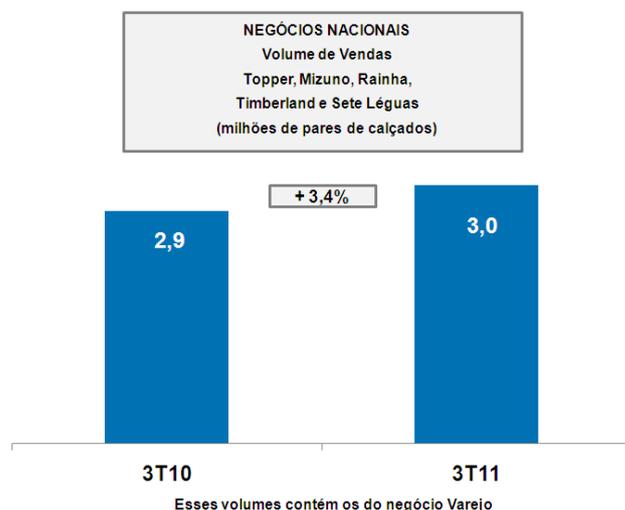
# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 1.1.2. Topper, Rainha, Mizuno e Timberland

A receita líquida consolidada de Topper, Rainha, Mizuno e Sete Léguas foi 26% maior que a do 3T10. As forças de Topper em futebol, de Rainha em *running active* e de Mizuno em *running performance* são exemplos que alavancam a receita das marcas esportivas. A receita das vendas de Timberland realizadas ao canal multimarca foi 33% superior à do 3T10, em decorrência do aumento no volume de calçados vendidos a esse canal. O volume comercializado de calçados esportivos, somado ao das botas Sete Léguas e de calçados Timberland alcançou 3 milhões de pares, quantidade 3,4% superior à do 3T10.

A venda de vestuário e acessórios totalizou 1,5 milhão de unidades no 3T11. Em nove meses, o volume de vendas de calçados esportivos, somado ao das botas Sete Léguas e de calçados Timberland foi 3,1% maior e acumulou 8,1 milhões de pares e 4,3 milhões de peças de vestuário e acessórios.



### Topper

Investimentos em inovação, com foco em produto, foram importantes para o principal lançamento de Topper, no Brasil e na Argentina, no terceiro trimestre: a linha Instinct. Ela reforça a dominância da marca no mercado de futebol com produtos segmentados por perfil de atleta. As chuteiras para futebol de campo, *society* e *indoor* apresentam características de manufatura que levam em conta os perfis de jogadores: clássicos, velozes e os que usam mais força nas jogadas. A linha Instinct tem 30 modelos de calçados para adultos e jogadores juniores e é complementada com vestuário e acessórios. A esse importante lançamento somou-se o dos modelos Dominator, Durable e Frontier para o público infanto-juvenil. Topper aumentou sua exposição na mídia com a veiculação do filme "Casamento" nos canais abertos de TV, que enfatiza o amor pelo esporte. Os patrocínios aumentaram no trimestre. Além do Grêmio, do Atlético-MG, da Confederação Brasileira de Rugby e do jogador Conca, Topper passou a patrocinar o jogador Alex, do Corinthians.

### Rainha

Os lançamentos ocorridos no trimestre foram os calçados Control e Celebrate, da linha Active, para uso casual vinculado ao esporte. O projeto de *branding* foi concluído com a etapa denominada *footprint*, que definiu a forma como Rainha se comunicará com o público-alvo. No final de novembro, será aberto o *showroom* de Rainha para apresentação, aos clientes, da nova logomarca e da coleção 2012 que deverá contar com 26 modelos de calçados para o público masculino e feminino, fortalecendo a marca no segmento *running active*.



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

---

### **Mizuno**

Os principais destaques de Mizuno no terceiro trimestre foram os lançamentos do tênis Enigma, com placa Wave em todo o solado, do Precision 12 e dos modelos Última 3, Ovation e Endeavor. Ocorreu, também, o lançamento da nova linha verão 2011/2012 de vestuário para corrida, confeccionada com tecidos que controlam a umidade e oferecem proteção solar. Em mídia foram veiculados os anúncios do Wave Prophecy e do Creation 12 e ampliada a comunicação nas mídias sociais. No futebol, a Mizuno passou a patrocinar o jogador Dedé, do Vasco, eleito o melhor zagueiro do Campeonato Brasileiro de 2010, e participante dos cinco últimos jogos da seleção brasileira. Dedé joga com a chuteira Morelia. Em relações esportivas foi realizada a corrida “Mizuno 10 Series”, em Porto Alegre.

### **Timberland**

Timberland participou da Adventure Sports Fair, realizada em São Paulo, para expor seus produtos ao público praticante de esportes de aventura. Apoiou o Prêmio Transformadores, da revista *Trip*, que homenageou pessoas que se destacaram em ações sociais. Em mídia, Timberland veiculou anúncios das botas EK 2.0 e EK City em importantes revistas.

### **1.1.3. Varejo**

#### **Havaianas**

Em 30 de setembro de 2011 havia 180 franquias em operação, ante 106 na mesma data em 2010. O volume de vendas foi 50% maior que o do 3T10, e a receita, 125% superior (32% na base mesmas lojas). O Espaço Havaianas, em São Paulo, também apresentou bom crescimento de vendas de sandálias em comparação com o 3T10: 32%. Em nove meses, a receita das franquias aumentou 124% (27% na base mesmas lojas) e a da loja conceito, 17%. Com dois anos de existência, a franquia Havaianas ganhou o prêmio Retail Design, da Associação Brasileira de Franquias (ABF), na categoria Pleno.

#### **Timberland**

No 3T11, as lojas próprias Timberland cresceram 10% o volume de vendas de calçados, vestuário e acessórios e 15% a receita, em razão do bom desempenho da coleção inverno, com produtos de valor mais elevado. O volume comercializado pelas franquias da marca foi 33% superior ao do 3T10.

#### **Meggashop**

No 3T11, a rede de lojas *outlet* da Alpargatas cresceu 9% em volume e 3% em receita, ante o mesmo período do ano passado. Foram revitalizadas as fachadas de várias lojas e alterada a comunicação visual de algumas.

### **1.2. Lucro Bruto**

O aumento de 18,5% da receita dos negócios nacionais no 3T11 compensou o aumento de 16% nos custos de produção (incremento puxado principalmente pela alta de 28% no preço da borracha), proporcionando o crescimento de 21,4% no lucro bruto, que acumulou R\$ 254,5 milhões. A lucratividade bruta maior elevou a margem, que foi 1,2 ponto percentual superior à do



# ALPARGATAS

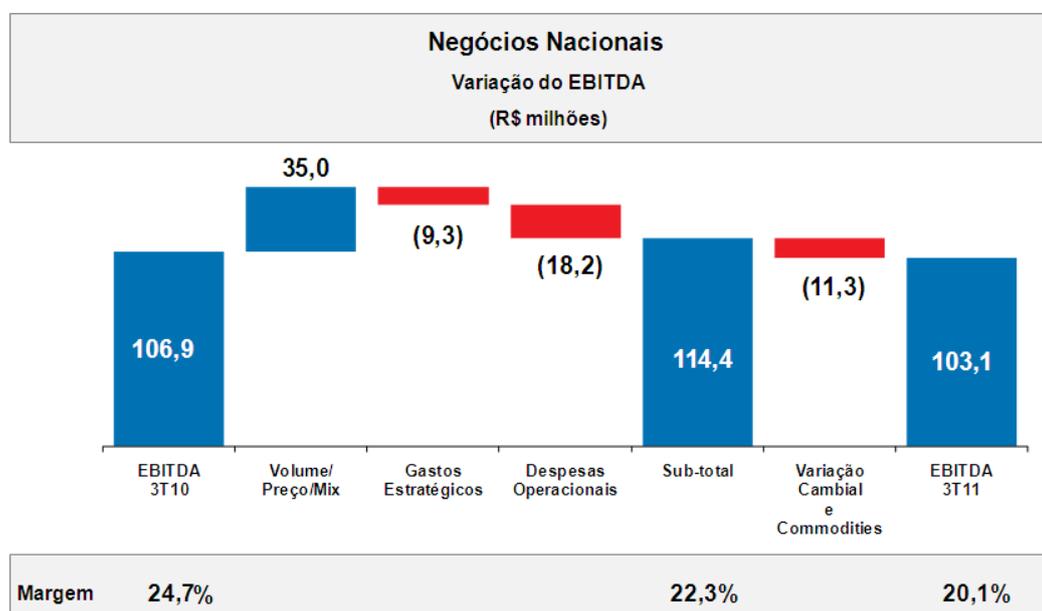
## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

3T10, alcançando 49,6%. Em nove meses, o lucro bruto, de R\$ 648,7 milhões, foi 15,6% maior que o dos 9M10, e a margem, de 48,5%, ficou em linha com a dos nove primeiros meses do ano passado que foi de 48,6%. Esse resultado demonstra a competência da Alpargatas em gerir seus negócios de forma a gerar valor mesmo com a conjuntura de alta no preço das *commodities*.



### 1.3. EBITDA

O EBITDA dos negócios nacionais acumulou R\$ 103,1 milhões no 3T11, valor equivalente a 96% do 3T10, e a margem, de 20,1%, foi 4,6 pontos percentuais menor que a do 3T10. Isolando-se os R\$ 11,3 milhões referentes em sua maioria ao custo mais alto das *commodities* (borracha e algodão), o EBITDA acumula R\$ 114,4 milhões, representando aumento de 7%, e a margem fica em 22,3%. Maior volume, preço mais alto das sandálias e *mix* de vendas mais rico contribuíram com R\$ 35 milhões para o aumento do EBITDA. Além das *commodities*, os fatores que incidiram para a sua redução foram: gastos estratégicos elevados em R\$ 9,3 milhões com comunicação das marcas, que se justificaram com o incremento da receita no trimestre e acréscimo de R\$ 18,2 milhões nas despesas operacionais. Em nove meses, o EBITDA, de R\$ 262,5 milhões, foi 2,3% superior aos 9M10, e a margem, de 19,6%, foi 2,6 pontos percentuais menor que a dos nove meses do ano passado.





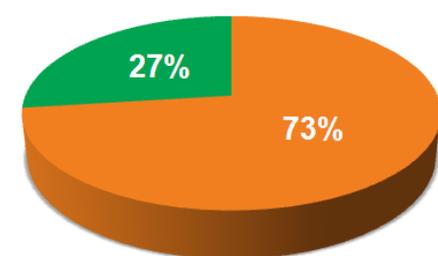
# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 2.0. DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Os números consolidados dos negócios internacionais referem-se aos da Alpargatas Argentina, Alpargatas USA, Alpargatas Europa e das exportações a partir do Brasil. No 3T11, a receita dos negócios internacionais cresceu 18,1%, atingindo R\$ 174,5 milhões, com a comercialização de 8,7 milhões de unidades, quantidade igual a do 3T10. O crescimento da receita em reais deveu-se ao incremento das vendas em moedas estrangeiras conforme demonstrado na tabela.

**NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**  
Composição da Receita Líquida  
3T11



- Alpargatas Argentina
- Alpargatas USA, Europa e Exportações

Negócios Internacionais Crescimentos das Receitas em Moedas Estrangeiras	3T11 X 3T10	9M11 X 9M10
Alpargatas Argentina (Peso argentino)	33,9%	35,1%
Alpargatas USA (Dólar)	23,7%	2,7%
Alpargatas Europa (Euro)	41,2%	34,1%
Exportações (Dólar)	18,8%	24,6%

### 2.1. Alpargatas Argentina

No 3T11, a Companhia iniciou a operação da nova “Plaza Logística” na grande Buenos Aires, que permitirá elevar o serviço prestado aos clientes. Em lançamentos de produtos destacaram-se a linha Instinct da Topper. Os patrocínios da marca se estenderam à Copa Davis de Tênis, ao clube de futebol Velez Sarsfield e à Union de Rugby de Buenos Aires (URBA). Foi obtida a licença para uso dos personagens “The Simpsons” nos calçados Topper. Duas lojas Topper foram abertas em shopping centers de Buenos Aires.

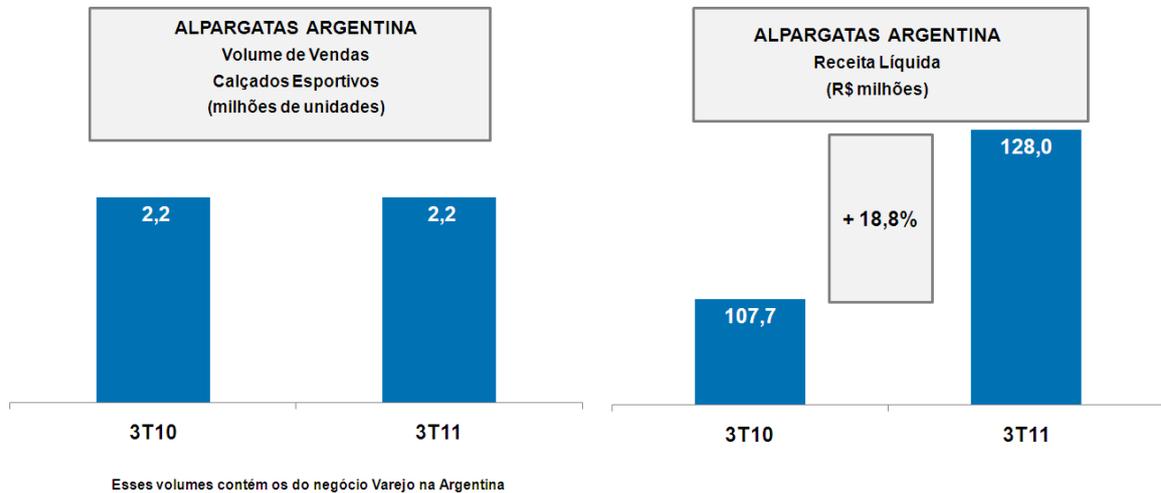
#### 2.1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

No 3T11, o volume de vendas de calçados esportivos na Argentina somou 2,2 milhões de pares, e o de vestuário e acessórios, 400 mil unidades, mesmas quantidades do 3T10. As vendas no período ainda foram impactadas pela falta dos calçados importados, cuja autorização para a internação, concedida pelo governo local, só ocorreu no início do 4T11. A receita líquida acumulou R\$ 128 milhões, montante 18,8% superior ao do 3T10. Esse crescimento é explicado pelo aumento real nos preços, em pesos argentinos, dos calçados esportivos e pela alta na venda de calçados esportivos de maior valor. Do total da receita líquida em reais da Alpargatas Argentina no 3T11, 61% foram gerados pelo negócio de calçados, 32% por têxteis e 7% pelo varejo.



# ALPARGATAS

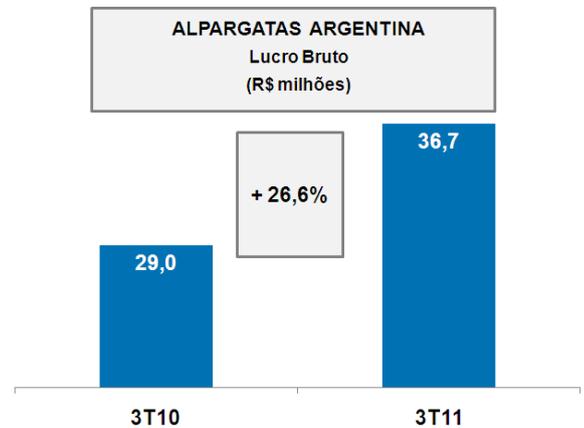
## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011



Em nove meses, o volume de vendas somou 6,4 milhões de pares de calçados esportivos, quantidade igual à dos 9M10, e 1,1 milhão de unidades de vestuário e acessórios. A receita líquida acumulou R\$ 349,7 milhões, crescimento de 18,1% ante os 9M10.

### 2.1.2. Lucro Bruto

O aumento de 18,8% na receita do 3T11 compensou a elevação de 16% nos custos de produção (incremento devido, principalmente, às altas no custo da mão de obra direta e no preço do algodão), proporcionando o crescimento de 26,6% no lucro bruto, que acumulou R\$ 36,7 milhões. A lucratividade bruta maior elevou a margem. Ela foi 1,8 ponto percentual superior a do 3T10, alcançando 28,7%. Em nove meses, o lucro bruto, de R\$ 96 milhões, foi 18,1% maior que o dos 9M10, e a margem, de 27,4%, foi igual a dos nove primeiros meses do ano passado.



### 2.1.3. EBITDA

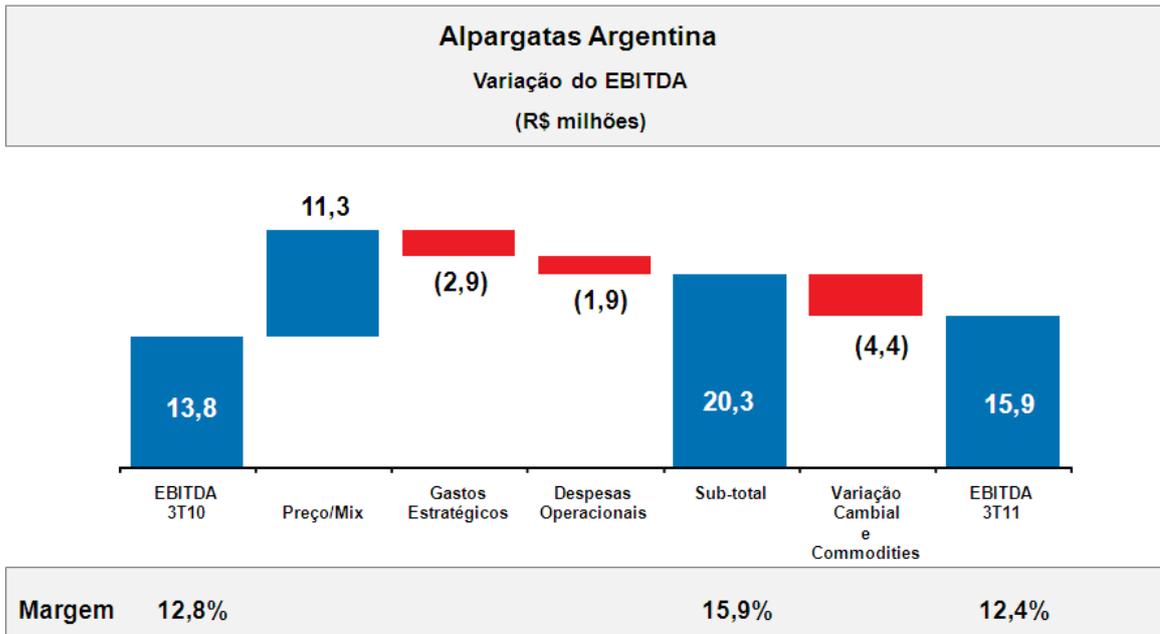
Com alta de 15,2%, o EBITDA da Alpargatas Argentina acumulou R\$ 15,9 milhões no 3T11. A margem, de 12,4%, sofreu influência do negócio têxtil e, por essa razão, foi 0,4 ponto percentual menor que a do 3T10. Os fatores que contribuíram para o crescimento do EBITDA foram principalmente preço e *mix*, que somaram R\$ 11,3 milhões. Os gastos estratégicos consumiram R\$ 2,9 milhões mais de recursos e referem-se, em sua maioria, à comunicação de Topper no país. O resultado líquido da variação cambial (real mais valorizado que o peso argentino) e dos gastos mais elevados com o algodão foi negativo em R\$ 4,4 milhões. Isolando-se esse valor, o EBITDA aumenta 47,1% e a margem passa para 15,9%. Em nove meses, o EBITDA, de R\$ 42 milhões, foi



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

19% maior que o dos 9M10, e a margem, de 12%, foi 0,1 ponto percentual maior que a dos nove meses do ano passado.



## 2.2. Alpargatas USA, Europa e Exportações

### 2.2.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

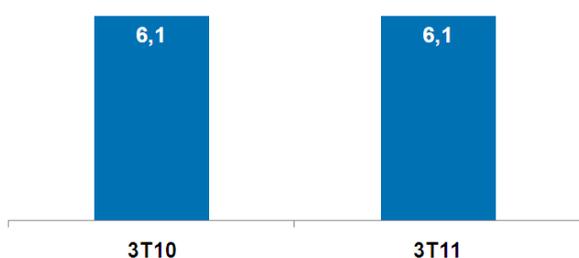
No 3T11, a quantidade de sandálias comercializadas pela Alpargatas USA e Alpargatas Europa, somada à de calçados, vestuário e acessórios exportados diretamente do Brasil, totalizou 6,1 milhões de unidades. As vendas na Europa e nos Estados Unidos cresceram 26% sobre o 3T10. A força de Havaianas permitiu a expansão do volume nesses mercados, em um trimestre em que o impacto da sazonalidade (outono/inverno) já é forte. A receita líquida acumulou R\$ 46,5 milhões, valor 16,3% maior que o do 3T10. Em nove meses, o volume de vendas somou 22 milhões de unidades, quantidade 8,4% maior que a dos 9M10, e a receita líquida acumulou R\$ 198,5 milhões, crescimento de 16% ante os 9M10. Nos Estados Unidos, iniciou-se a operação da *Shop in Shop* de Havaianas na loja de departamentos Bloomingdale's, onde os consumidores podem customizar a sandália. Na Europa, o desempenho das lojas próprias abertas em Londres, Paris e Roma foi muito bom. Foram realizados eventos MYOH (*Make Your Own Havaianas – Faça a sua Própria Havaianas*) em vários pontos comerciais, o que contribuiu para incrementar as vendas de sandálias no continente.



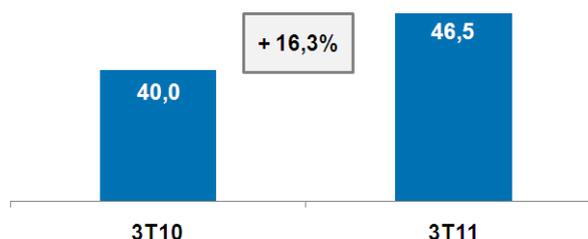
# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

ALPARGATAS USA, EUROPA E EXPORTAÇÕES  
Volume de Vendas  
Sandálias, Calçados Esportivos,  
Vestuário e Acessórios  
(milhões de unidades)



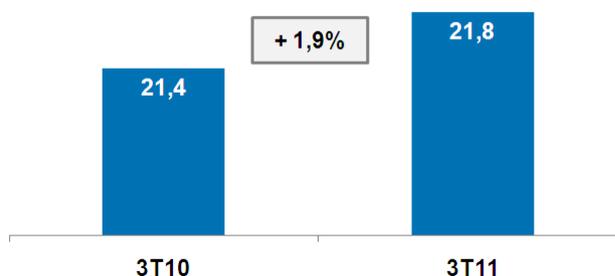
ALPARGATAS USA, EUROPA E EXPORTAÇÕES  
Receita Líquida  
(R\$ milhões)



### 2.2.2. Lucro Bruto

Totalizou R\$ 21,8 milhões, valor 1,9% superior ao do 3T10. Como o aumento dos custos dos produtos vendidos pelas subsidiárias no exterior e das exportações foi maior que o da receita a margem bruta, de 46,8%, foi 6,6 pontos percentuais inferior a do 3T10. Em nove meses, o lucro bruto, de R\$ 112,5 milhões, foi 7% maior que o dos 9M10, e a margem, de 56,7%, foi 4,7 pontos percentuais menor que a dos nove primeiros meses do ano passado.

ALPARGATAS USA, EUROPA E EXPORTAÇÕES  
Lucro Bruto  
(R\$ milhões)



### 2.2.3. EBITDA

A chegada do outono/inverno na Europa e nos Estados Unidos afeta o EBITDA dessas operações no terceiro e quarto trimestres. No 3T11, o EBITDA foi negativo em R\$ 10,4 milhões, ante um valor também negativo de R\$ 5,8 milhões no 3T10. Os fatores que explicam a variação do EBITDA foram volume, preço e *mix*, que contribuíram positivamente com R\$ 0,7 milhão. Os gastos estratégicos com comunicação de Havaianas consumiram R\$ 3,3 milhões mais de recursos. As despesas operacionais aumentaram em R\$ 2,1 milhões. Em nove meses, o EBITDA acumulou resultado positivo de R\$ 12,4 milhões, praticamente o mesmo valor que dos 9M10, e a margem foi de 6,3% (7,3% nos 9M10).



# ALPARGATAS

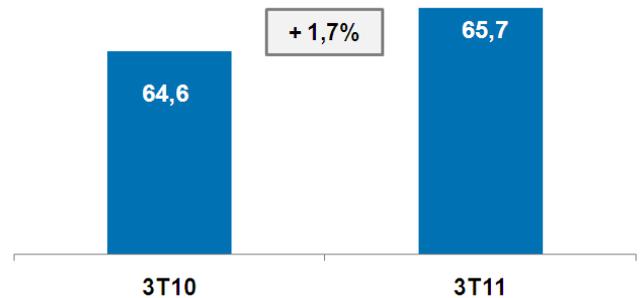
## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 3.0. DESEMPENHO CONSOLIDADO DOS NEGÓCIOS

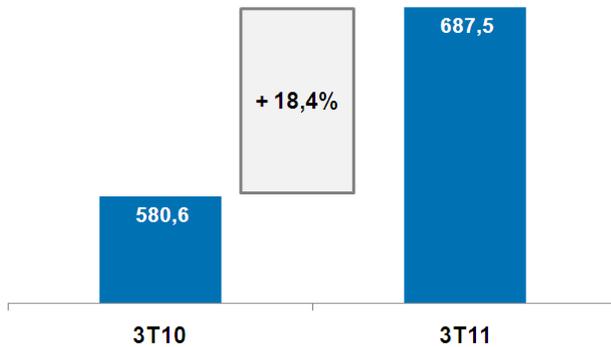
#### 3.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

O volume de vendas consolidado alcançou 65,7 milhões de unidades, quantidade 1,7% superior a do 3T10. Com 18,4% de alta, a receita líquida consolidada apresentou recorde de crescimento nos últimos quatro trimestres, e alcançou R\$ 687,5 milhões. Desse montante, 75% foi gerado no Brasil e 25%, no exterior. Em nove meses, o volume de vendas consolidado somou 184,5 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios, quantidade 4,1% maior que a dos 9M10, e a receita líquida acumulou R\$ 1,9 bilhão, crescimento de 16,4% ante os 9M10.

Volume de Vendas Consolidado  
(milhões de unidades)



Receita Líquida Consolidada  
(R\$ milhões)



Composição da Receita Líquida Consolidada  
3T11

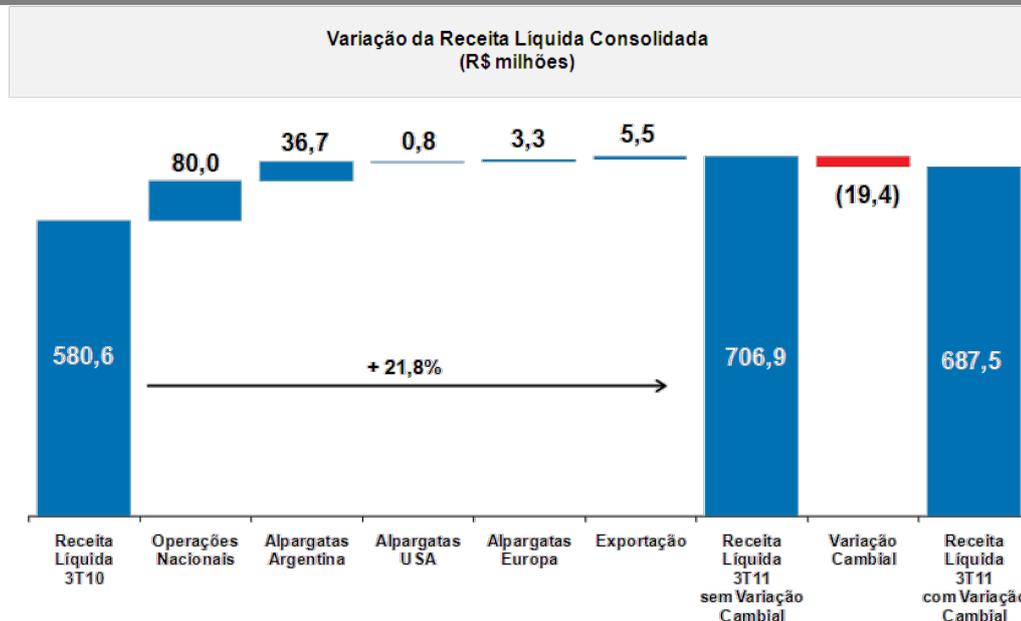


Excluindo-se o impacto da variação cambial, decorrente da valorização do real ante as moedas estrangeiras que compõem a receita dos negócios internacionais, a receita líquida consolidada aumenta 21,8%, conforme mostra o gráfico a seguir.



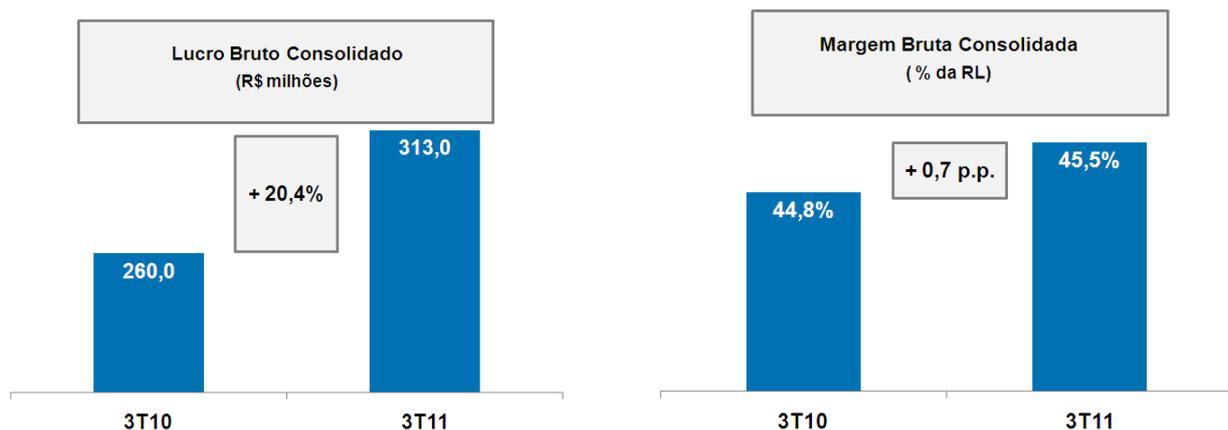
# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

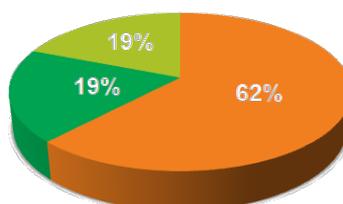


### 3.2. Lucro Bruto

O aumento da receita e o foco na gestão de custos fabris foram responsáveis pelo incremento de 20,4% no lucro bruto consolidado, que acumulou R\$ 313 milhões no 3T11. A margem, de 45,5%, foi 0,7 ponto percentual maior que a do 3T10, em um período de maior volatilidade no custo *da commodities*, em especial a borracha e o algodão. Em nove meses, o lucro bruto consolidado, de R\$ 857,2 milhões, foi 14,7% maior que o dos 9M10, e a margem, de 45,4%, foi 0,7 ponto percentual menor que a dos nove primeiros meses do ano passado.



**Composição do Custo dos Produtos Vendidos 3T11**



■ Matérias-Primas ■ Mão de Obra Direta ■ Despesas Gerais de Fabricação

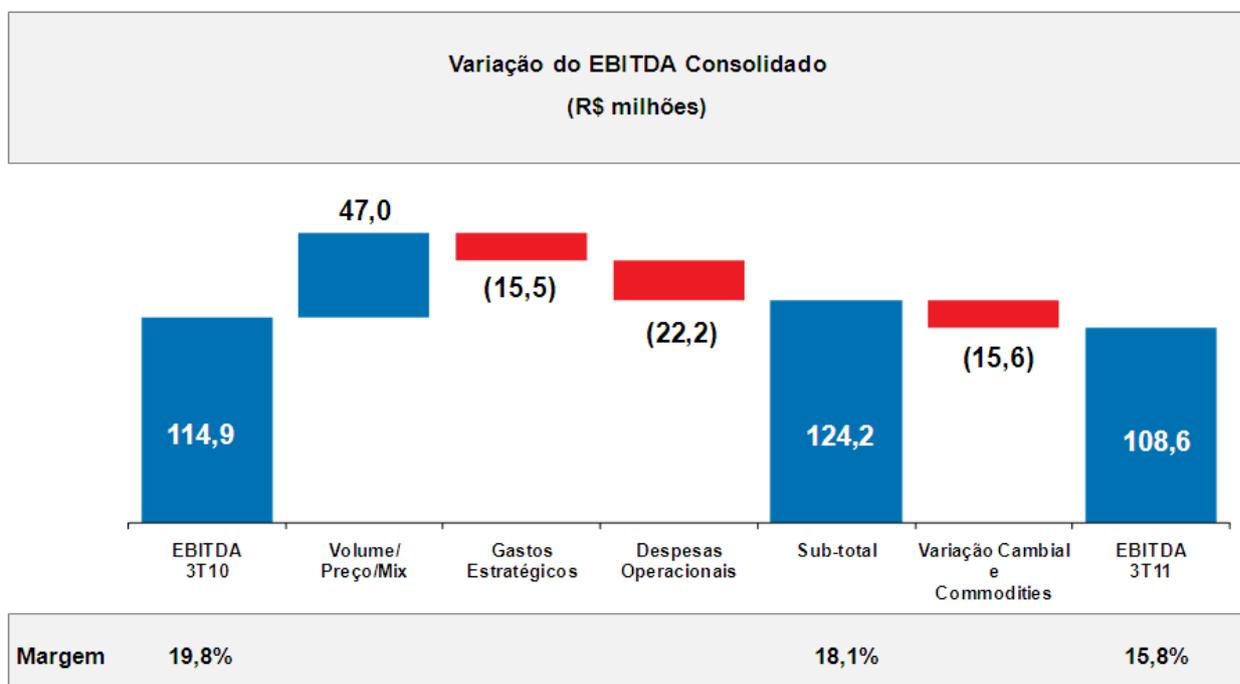


# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 3.3. EBITDA

O EBITDA consolidado acumulou R\$ 108,6 milhões no 3T11, valor equivalente a 95% do 3T10, e a margem, de 15,8%, foi 4 pontos percentuais menor que a do 3T10. Isolando-se os R\$ 15,6 milhões referentes, em sua maioria, ao custo mais alto das *commodities* (borracha e algodão), o EBITDA acumula R\$ 124,2 milhões, representando aumento de 8,1%, e a margem fica em 18,1%. Maior volume, preço mais alto e *mix* de vendas mais rico contribuíram com R\$ 47 milhões para a elevação do EBITDA. Além das *commodities*, os fatores que incidiram para a sua redução foram os gastos estratégicos elevados em R\$ 15,5 milhões com comunicação das marcas no Brasil e no exterior, que contribuíram para o incremento das receitas no trimestre, e acréscimo de R\$ 22,2 milhões nas despesas operacionais, explicado pela fase de expansão das operações nacionais e internacionais. Em nove meses, o EBITDA, de R\$ 316,9 milhões, foi 4,1% maior que o dos 9M10, e a margem, de 16,8%, foi 2 pontos percentuais menor que a dos nove meses do ano passado.



Cálculo do EBITDA Consolidado (R\$ milhões)	3T10	3T11	9M10	9M11
Lucro operacional antes do resultado financeiro e da equivalência patrimonial	94,0	91,4	260,6	263,0
(+) Depreciação e amortização	12,8	13,3	40,3	39,4
(+/-) Outros	8,1	3,9	3,5	14,5
<b>EBITDA</b>	<b>114,9</b>	<b>108,6</b>	<b>304,4</b>	<b>316,9</b>

“O EBITDA não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem significado padronizado, e seu cálculo, na Alpargatas, pode não ser comparável ao realizado por outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça uma medida do fluxo de caixa, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional da Empresa.”

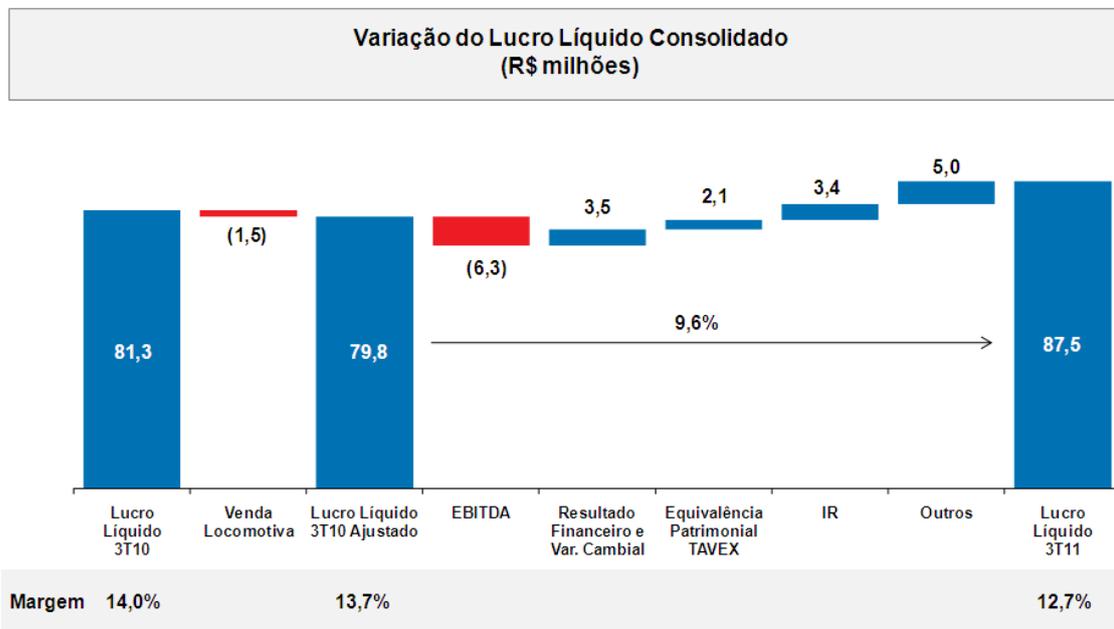


# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 3.4. Lucro Líquido

No terceiro trimestre, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 87,9 milhões, dos quais R\$ 87,5 milhões pertencem aos acionistas da Alpargatas S.A. O montante foi 7,6% maior que o do 3T10 (ou 9,6% maior, desconsiderando-se do lucro o valor de R\$ 1,5 milhão resultante da alienação da Locomotiva). A margem líquida foi de 12,7%. Mesmo com gastos estratégicos e operacionais mais altos, que estão impulsionando o crescimento da Companhia, o lucro líquido acumulado no trimestre reflete a capacidade da Alpargatas de entregar, continuamente, bons resultados aos seus acionistas. Em nove meses, o lucro líquido dos acionistas acumulou R\$ 248,6 milhões (margem de 13,2%), montante 6,4% superior ao dos nove meses do ano passado. O lucro por ação foi de R\$ 0,71 (R\$ 0,68 em 2010).



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

No período de um ano, encerrado em 30 de setembro de 2011, o CCC aumentou 16 dias, principalmente pelo crescimento de 19 dias nos estoques. O valor dos estoques está impactado pelo custo mais alto das *commodities* e pelos estoques das operações internacionais de sandálias, cujo ciclo de armazenamento é maior.

### 3.6. Fluxo de Caixa

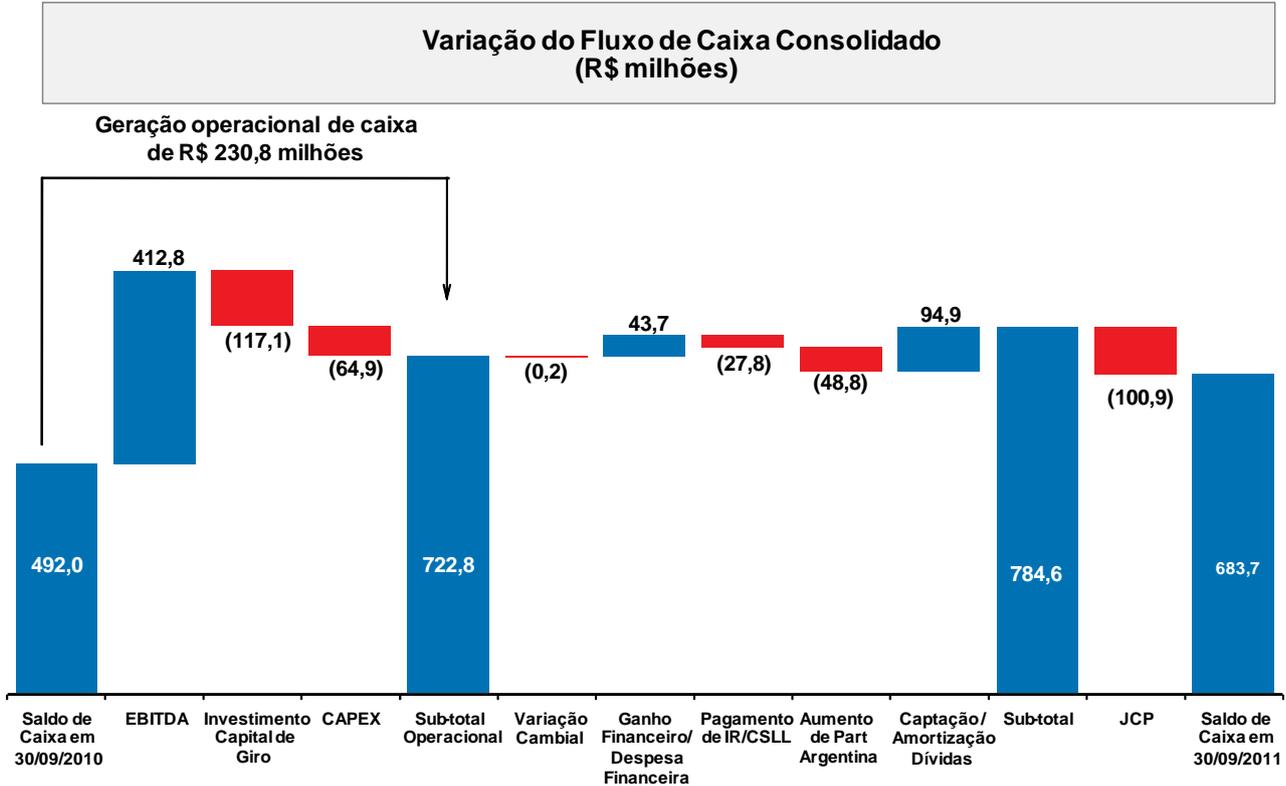
Em 30 de setembro de 2011, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 683,7 milhões, montante R\$ 191,7 milhões maior que em 30 de setembro de 2010. A geração operacional totalizou R\$ 230,8 milhões. O maior ingresso de caixa nos 12 meses encerrados em 30/09/2011 deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 412,8 milhões. Os desembolsos mais significativos foram de: (i) R\$ 117,1 milhões em capital de giro, para apoiar o crescimento dos negócios, (ii) R\$ 64,9 milhões em CAPEX, (iii) 48,8 milhões com o aumento da participação acionária na Alpargatas



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

Argentina para 91,5%, e (iv) R\$ 100,9 milhões com o pagamento de juros sobre o capital próprio (JCP).



### 3.7. Endividamento

Em 30 de setembro de 2011, o endividamento financeiro consolidado totalizava R\$ 317,4 milhões, sendo R\$ 209,8 milhões denominados em reais e R\$ 107,6 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 255,7 milhões (80% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 150,9 milhões em moeda nacional. O valor mais representativo (R\$ 110,9 milhões) refere-se à linha de financiamento do BNDES-EXIM Pré-embarque. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 104,7 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 61,7 milhões (20% do total) com vencimento em longo prazo sendo R\$ 58,9 milhões em moeda nacional e R\$ 2,8 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
  - 2012: R\$ 7,8 milhões;
  - 2013: R\$ 19,4 milhões;
  - 2014: R\$ 15,3 milhões;
  - 2015: R\$ 15,3 milhões; e
  - 2016 a 2019: R\$ 3,9 milhões.

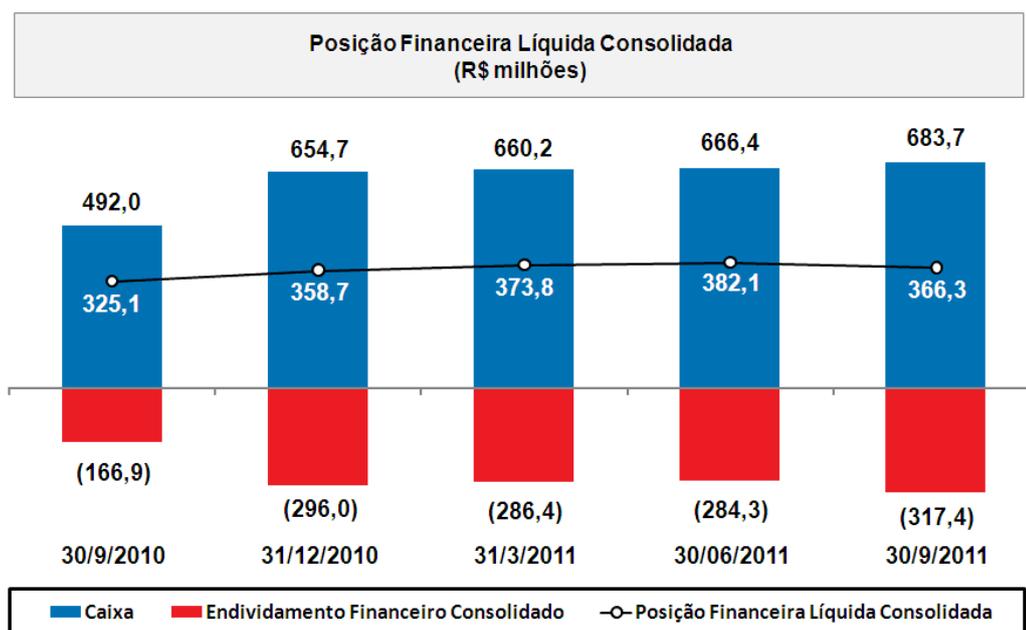


# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

### 3.8. Posição Financeira Líquida

O aumento da geração de caixa resultou em posição financeira líquida positiva de R\$ 366,3 milhões em 30 de setembro de 2011, consolidando a solidez financeira da Alpargatas. O aumento do endividamento no final de 2010 é decorrente de empréstimo com o BNDES-EXIM Pré-embarque no valor de R\$ 110,9 milhões, para financiar as exportações. O caixa, o endividamento financeiro consolidado e a posição financeira líquida dos últimos trimestres estão demonstrados no gráfico a seguir.



### 4.0. MERCADO DE CAPITAIS

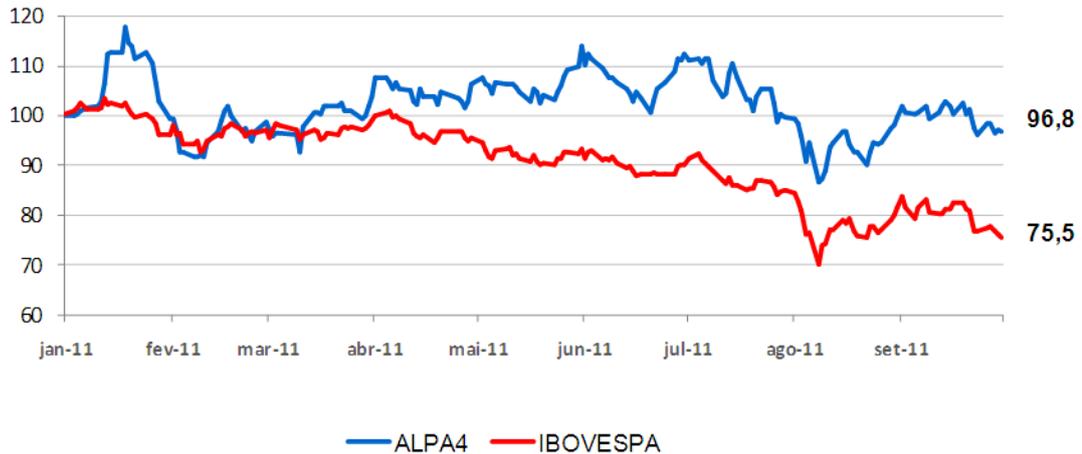
Em 30/09/2011, as ações preferenciais (ALPA4) eram cotadas a R\$ 10,44 valor 3,2% menor que o de 01/01/2011, e as ordinárias (ALPA3) valiam R\$ 11,30, preço 8,7% maior que o do início do ano. De janeiro a setembro o Ibovespa caiu 24,5%. A comunicação mais ativa com o mercado de capitais e a maior proximidade com investidores, por meio de visitas realizadas aos seus escritórios no Brasil, nos Estados Unidos e na Inglaterra, estão contribuindo para o bom desempenho das ações da Alpargatas na bolsa de valores, em um ano de forte volatilidade no mercado acionário mundial. Em 30/09/2011, o valor da Empresa na BM&FBovespa era de R\$ 3,9 bilhões, ante R\$ 3,7 bilhões na mesma data no ano passado. Do capital total, 42% estavam em circulação. O Conselho de Administração, em reunião realizada em 11/11/2011, deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 18,5 milhões, que, somados aos R\$ 60,1 milhões pagos no ano, totalizam R\$ 78,6 milhões referente ao exercício de 2011. Em setembro, o Banco J.Safra revisou suas estimativas, manteve a recomendação de compra das ações preferenciais da Companhia e aumentou o preço-alvo da ALPA4 para R\$ 18,02 em dezembro deste ano. A Bradesco Corretora também aumentou o preço-alvo da ALPA4 para R\$17,60 em dezembro e classificou a Alpargatas como a *top pick* do setor de bens de consumo em seu relatório de agosto.



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

Evolução das Ações Preferenciais (ALPA4) - 9M11  
Base 100 em 01/01/2011



### 5.0. RECONHECIMENTO

A Alpargatas foi reconhecida como uma das cinco empresas de capital aberto mais transparentes com faturamento anual até R\$ 8 bilhões, pela Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC), Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI) e Serasa Experian, que concederam à Empresa o Troféu Transparência 2011. A premiação está em sua 15ª edição e é destinada às companhias com melhores demonstrações contábeis publicadas no País.

### 6.0. PERSPECTIVA

A perspectiva em relação ao desempenho da Alpargatas para o final de 2011 permanece positiva. No quarto trimestre, a demanda pelos produtos da Companhia continua superando as estimativas de vendas, o que sinaliza mais um período de crescimento de volume e receita. Conforme já mencionado, o preço médio da borracha em dólar diminuiu 17% em novembro em relação a setembro, e a Companhia espera que essa tendência continue até o final do ano. Independentemente desse movimento de queda, a Alpargatas continuará a priorizar as iniciativas que têm contribuído para minimizar o impacto da alta das matérias-primas em seu resultado, tais como: gestão de preços, estoques estratégicos, redução de custos de produção e controle de despesas.

\*\*\*\*\*



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

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

ATIVO	30/9/2011	30/9/2010	PASSIVO	30/9/2011	30/9/2010
<b>Ativo circulante</b>	<b>1.643.158</b>	<b>1.261.981</b>	<b>Passivo circulante</b>	<b>731.351</b>	<b>475.792</b>
Caixa e Bancos	19.484	28.199	Fornecedores	264.634	202.389
Aplicações financeiras	664.221	463.806	Financiamentos	255.626	95.219
Clientes (líquido da PDD)	527.552	430.159	Obrigações negociadas de controlada	15.264	15.054
Estoques	342.818	263.895	Salários e encargos sociais	103.296	90.087
Demais contas a receber	53.169	41.964	Provisão para contingências	10.633	5.694
Despesas antecipadas	14.546	9.500	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	4.692	7.997
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	22.888	13.982
Outros ativos	-	-	Parcelamento tributário	-	-
Impostos a recuperar	21.368	24.458	JCP e dividendos a pagar	803	1.085
			Outras contas a pagar	53.514	44.283
<b>Ativo realizável a longo prazo</b>	<b>164.223</b>	<b>165.103</b>	<b>Passivo exigível a longo prazo</b>	<b>280.979</b>	<b>300.837</b>
Impostos a recuperar	23.931	18.869	Financiamentos	61.741	71.741
I.R. e contribuição social diferidos	85.911	91.879	Obrigações negociadas de controlada	64.443	64.854
Depósitos judiciais e compulsórios	30.384	12.540	Tributos c/ exig. susp. e outros	75.343	82.907
Demais contas a receber	23.998	41.815	Parcelamento tributário	875	-
			Provisão p/ IR e contr. social a pagar	44.811	42.740
			Provisão para contingências	26.622	30.516
			Outras contas a pagar	7.144	8.080
<b>Ativo permanente</b>	<b>658.585</b>	<b>647.474</b>	<b>Patrimônio líquido</b>	<b>1.453.636</b>	<b>1.297.929</b>
Investimentos	80.358	81.668	Capital social realizado	518.922	441.171
Imobilizado	306.459	302.137	Reserva de capital	167.545	172.087
Intangível	271.768	263.668	Ações em tesouraria	(40.587)	(29.012)
			Reservas de lucro	823.222	704.179
			Avaliação patrimonial	(27.968)	(27.560)
			Participação minoritários	12.501	37.065
<b>Total do ativo</b>	<b>2.465.966</b>	<b>2.074.558</b>	<b>Total do passivo</b>	<b>2.465.966</b>	<b>2.074.558</b>
			<b>Valor patrimonial por ação (R\$)</b>	<b>4,17</b>	<b>3,73</b>



# ALPARGATAS

## DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 3º TRIMESTRE DE 2011

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

	3T10	3T11	9M10	9M11
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>580.677</b>	<b>687.521</b>	<b>1.620.590</b>	<b>1.886.356</b>
Custo dos produtos vendidos	(320.701)	(374.536)	(873.230)	(1.029.190)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>259.965</b>	<b>312.985</b>	<b>747.360</b>	<b>857.167</b>
<i>Margem bruta</i>	44,8%	45,5%	46,1%	45,4%
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(165.936)</b>	<b>(221.593)</b>	<b>(486.713)</b>	<b>(594.142)</b>
Vendas	(130.726)	(175.622)	(388.037)	(475.714)
Gerais Administrativas	(28.555)	(33.562)	(85.817)	(97.381)
Honorários dos administradores	(1.130)	(1.473)	(3.417)	(4.285)
Amortização do intangível	(4.287)	(5.198)	(12.978)	(14.665)
Outras (despesas) receitas operacionais	(1.239)	(5.738)	3.537	2.097
<b>EBIT - Resultado Operacional</b>	<b>94.029</b>	<b>91.392</b>	<b>260.647</b>	<b>263.025</b>
<i>Margem operacional</i>	16,2%	13,3%	16,1%	13,9%
Receitas financeiras	13.368	21.464	31.388	59.865
Despesas financeiras	(10.566)	(12.654)	(31.036)	(38.533)
Variação cambial	1.155	(2.124)	1.720	(1.427)
Equivalência patrimonial	(3.193)	(1.088)	(6.727)	(1.220)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>94.793</b>	<b>96.990</b>	<b>255.992</b>	<b>281.709</b>
I.R. e Contribuição Social	(12.545)	(9.122)	(19.570)	(31.430)
Participação de Minoritários	(932)	(384)	(2.800)	(1.684)
<b>Lucro líquido</b>	<b>81.316</b>	<b>87.483</b>	<b>233.622</b>	<b>248.596</b>
<b>EBITDA - R\$ milhões</b>	<b>114,9</b>	<b>108,6</b>	<b>304,4</b>	<b>316,9</b>
<i>Margem EBITDA</i>	19,8%	15,8%	18,8%	16,8%