Conference Call

Resultado do 2T15

Márcio Utsch – CEO
Fabio Leite de Souza – CFO

10/08/2015

ALPARGATAS

Márcio Utsch
CEO

Destaques das marcas
Resultado consolidado

Destaques das marcas

ALPARGATAS

Havaianas

- Lançamento da coleção global de sandálias 2015/16, com 158 modelos
- Havaianas + Disney: aliança estratégica que permitirá a comercialização em mais 22 pontos de venda dentro dos parques, além das lojas exclusivas e multimarcas no mundo todo











Mizuno

Nova coleção 2015/16 de calçados esportivos



Topper / Rainha

- Margens operacionais adequadas
- Início da veiculação de filmes na TV

Destaques das marcas

ALPARGATAS

Argentina

- Todos os negócios estão operando com crescimento real de receita e margens
- Topper: campanha Topper Training



Varejo

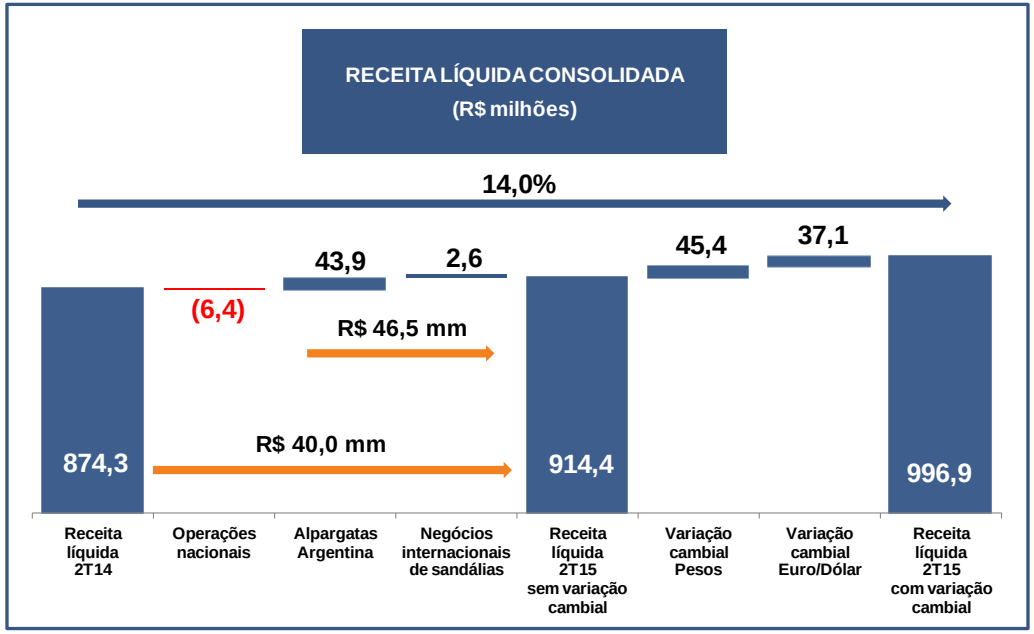
Crescimentos da receita (*sell out*) conceito mesmas lojas:

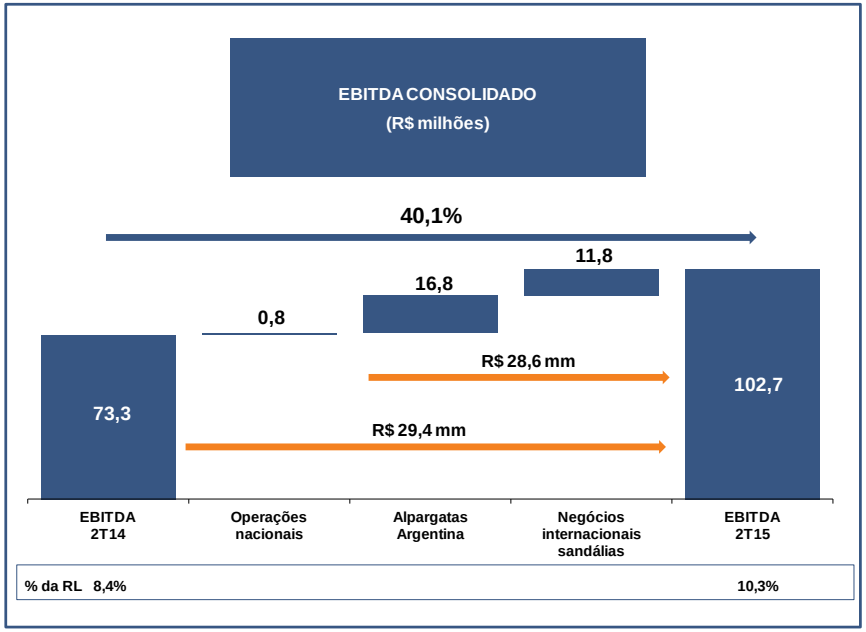
- Havaianas: 6,9%
- Timberland: 6,6%
- Meggashop: 27,4%

Osklen

- Receita cai 3% em razão do impacto positivo da Copa em 2014
- Sinergias oriundas do M&A: algumas implementadas e outras em andamento

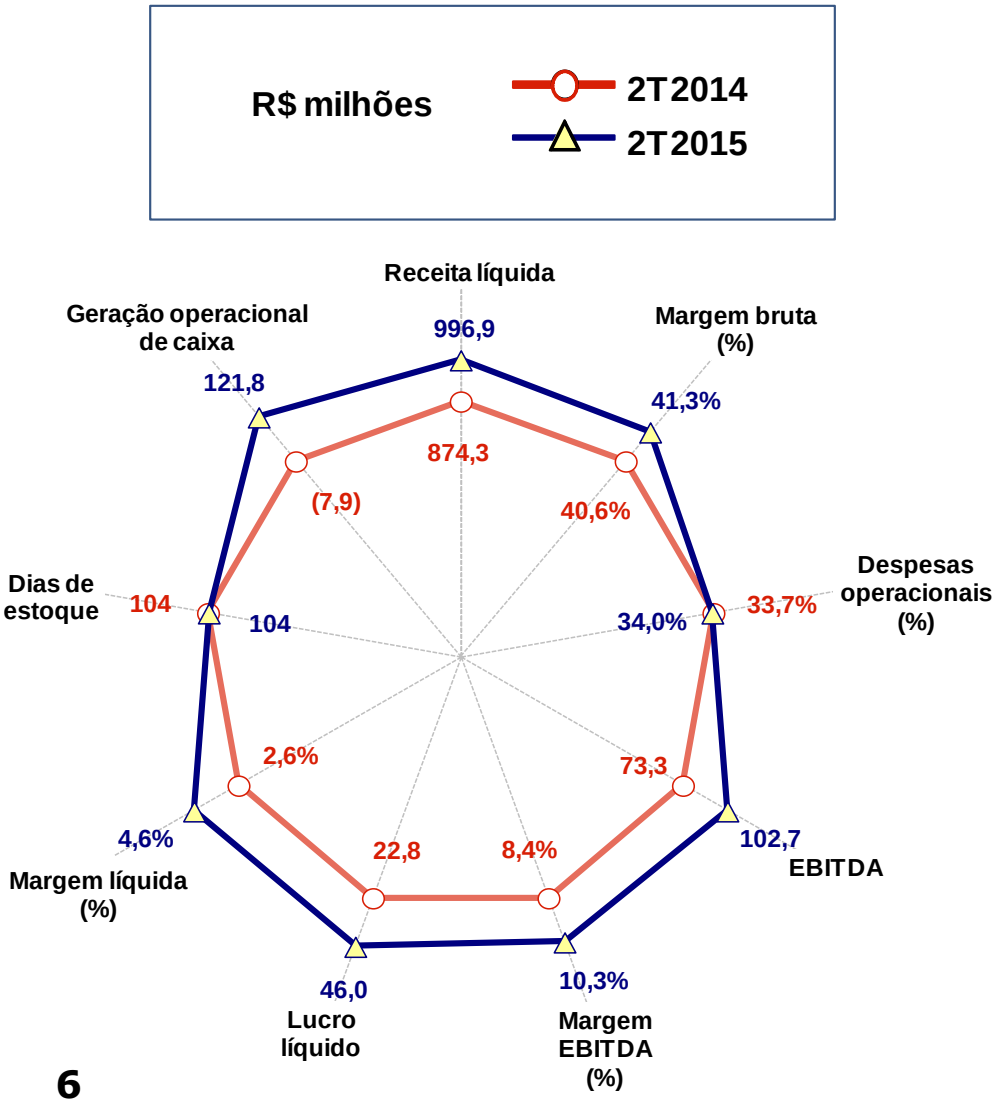
O processo de internacionalização iniciado há 10 anos, permite em 2015 crescimentos expressivos de receita e EBITDA, compensando os efeitos da crise no mercado interno





Crescimento em todos os principais indicadores consolidados

2º trimestre



Indicadores	2T15 vs 2T14
Receita líquida	14,0%
Margem bruta	0,7 p.p.
EBITDA	40,1%
Margem EBITDA	1,9 p.p.
Lucro líquido	101,8%
Margem líquida	2,0 p.p.
Geração operacional de caixa	R$ 129,7 mm

Crescimento em todos os principais indicadores consolidados

Somado-se os números da Osklen aos da Alpargatas no 2T14 e no 1S14 (*pro forma*), os indicadores consolidados também evoluem em 2015

Alpargatas + Osklen (pro forma em 2014) R$ milhões, exceto margens	2T15	2T14	Variação	1S15	1S14	Variação
Receita líquida	**996,9**	**924,2**	**7,9%**	**1.945,9**	**1.838,6**	**5,8%**
Lucro bruto	**411,5**	**391,0**	**5,2%**	**835,0**	**791,1**	**5,5%**
EBITDA	**102,7**	**80,6**	**27,4%**	**263,7**	**220,8**	**19,4%**
Margem EBITDA	**10,3%**	**8,7%**	**1,6 p.p.**	**13,6%**	**12,0%**	**1,6 p.p.**

A tabela com os principais indicadores da Osklen no 2T está disponível no *Press Release* dos resultados do 2T15.

Fabio Leite de Souza
CFO

Resultado por negócio

ALPARGATAS

Receita líquida

Negócio/País	Receita Líquida 2T15 x 2T14	Variação Receita Líquida 2T15 x 2T14	Explicações
Sandálias Brasil	R$ 544,4 MM X R$ 550,9 MM	- 1,2%	↑ Aumento do preço médio de sandálias: 7,1% ↑ Crescimento de 66,2% no volume de vendas de calçados fechados e vestuário Havaianas, que têm tickets mais elevados ↓ Menor volume de vendas de sandálias: - 15,6% (sem efeito da Copa em 2014 e vendas de junho 2015 = - 5,1%)
Artigos Esportivos Brasil			↑ Aumento do preço médio: 9,4% ↓ Menor volume de vendas de calçados esportivos: - 11,1% (Mizuno)
Osklen			↓ Menor faturamento: - 3%
Argentina	R$ 234,3 MM X R$ 145,1 MM	61,5% (reais) 30,3% (peso)	↑ Aumento de preços dos calçados em pesos: 38% ↑ Câmbio favorável: (peso > real): 24%
Negócios Internacionais de Sandálias	R$ 218,2 MM X R$ 178,3 MM	22,4% (reais) 21,7% (euro) - 20,5% (dólar)	↑ Maior volume de vendas Alpargatas USA e EMEA: 15,9% ↑ Câmbio favorável: (dólar > real): 37,8% (euro > real): 11,2% ↓ Menor volume das Exportações (Angola, Cuba e Filipinas): - 30,9%

Lucro bruto

País/Negócio	Lucro bruto 2T15 x 2T14	Margem 2T15 x 2T14	Explicações
Brasil	R$ 197,2 MM X R$ 201,8 MM ▼ - 2,3%	36,2% X 36,6% ▼ - 0,4 p.p.	↑ Consolidação da Osklen ↑ Aumento da participação de sandálias na receita: de 54% para 55% ex-Osklen ↓ Recuo das margens de Mizuno: descontos + elevação do custo de importação (câmbio)
Argentina	R$ 64,6 MM X R$ 34,9 MM ▲ 85,1%	27,5% X 24,0% ▲ 3,5 p.p.	↑ Aumento da receita por aumento de preços ↑ Queda do custo médio do algodão (22% em pesos e 29% em dólar)
Negócios Internacionais de Sandálias	R$ 149,7 MM X R$ 118,2MM ▲ 26,6%	68,6% X 66,3% ▲ 2,3 p.p.	↑ Aumento da receita acima dos custos (*transfer price* + armazenagem) ↑ Alta das vendas no varejo Havaianas: canal + lucrativo ↓ Elevação do imposto de importação: Europa: de 11,7% para 17% EUA: de 0 para 15%

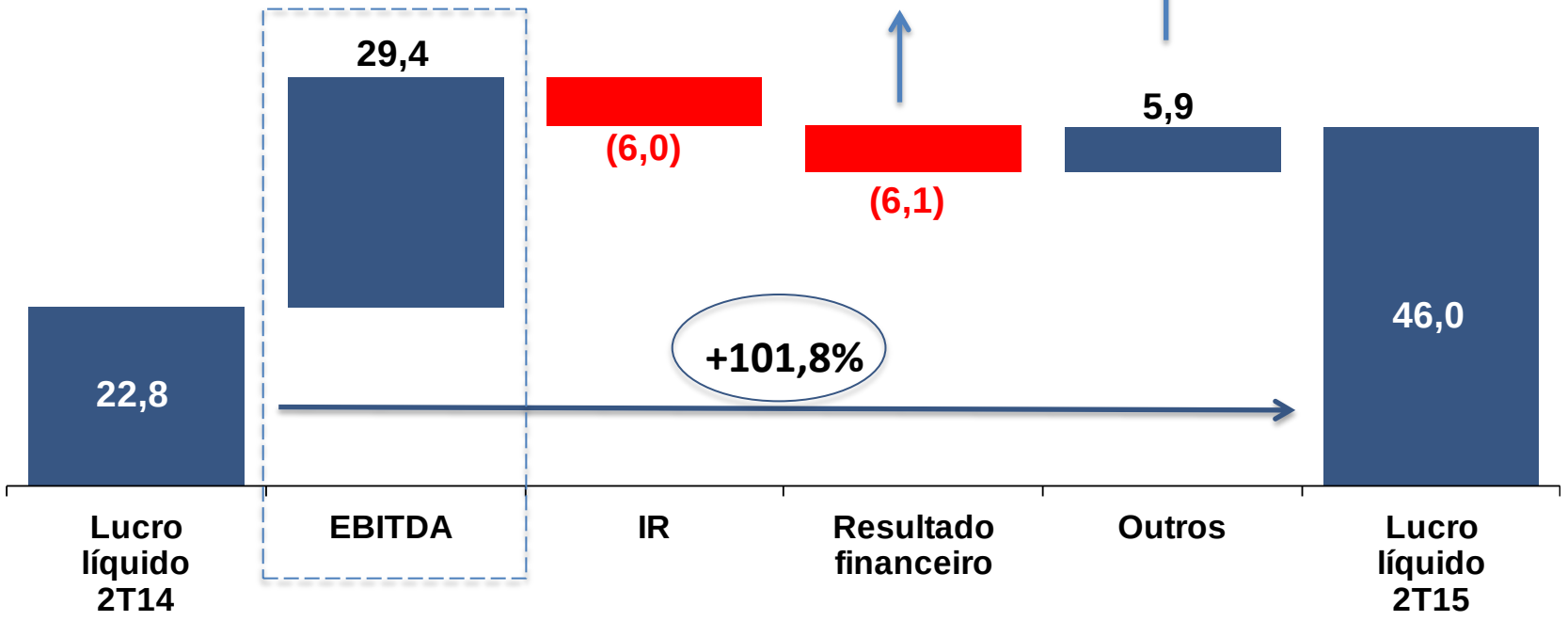
EBITDA

País/Negócio	EBITDA 2T15 x 2T14	Margem 2T15 x 2T14	Explicações
Brasil	R$ 12,3 MM X R$ 11,5 MM ▲ 7,0%	2,3% X 2,1% ▲ 0,2 p.p.	↑ Aumento do lucro bruto, sem efeito de *commodities* e câmbio ↑ Economia das despesas operacionais principalmente na comunicação das marcas ↓ Impacto do câmbio no custo de importação dos calçados = Custo médio da borracha neutro (+ 0,8% em reais, apesar da queda de 24,3% em dólares)
Argentina	R$ 31,6 MM X R$ 14,8 MM ▲ 113,5%	13,5% X 10,2% ▲ 3,3 p.p.	↑ Aumento do lucro bruto ↑ Efeito positivo da apreciação do peso frente ao real
Negócios Internacionais de Sandálias	R$ 58,8 MM X R$ 47,0 MM ▲ 25,1%	27,0% X 26,4% ▲ 0,6 p.p.	↑ Lucro bruto maior ↓ Aumento das despesas operacionais devido à abertura de lojas (+ 7 nos EUA) e (+ 3 na Europa) ↑ Efeito positivo da apreciação do dólar e do euro frente ao real

Lucro líquido – R$ milhões

Menor volume de caixa aplicado gerou menos receita financeira

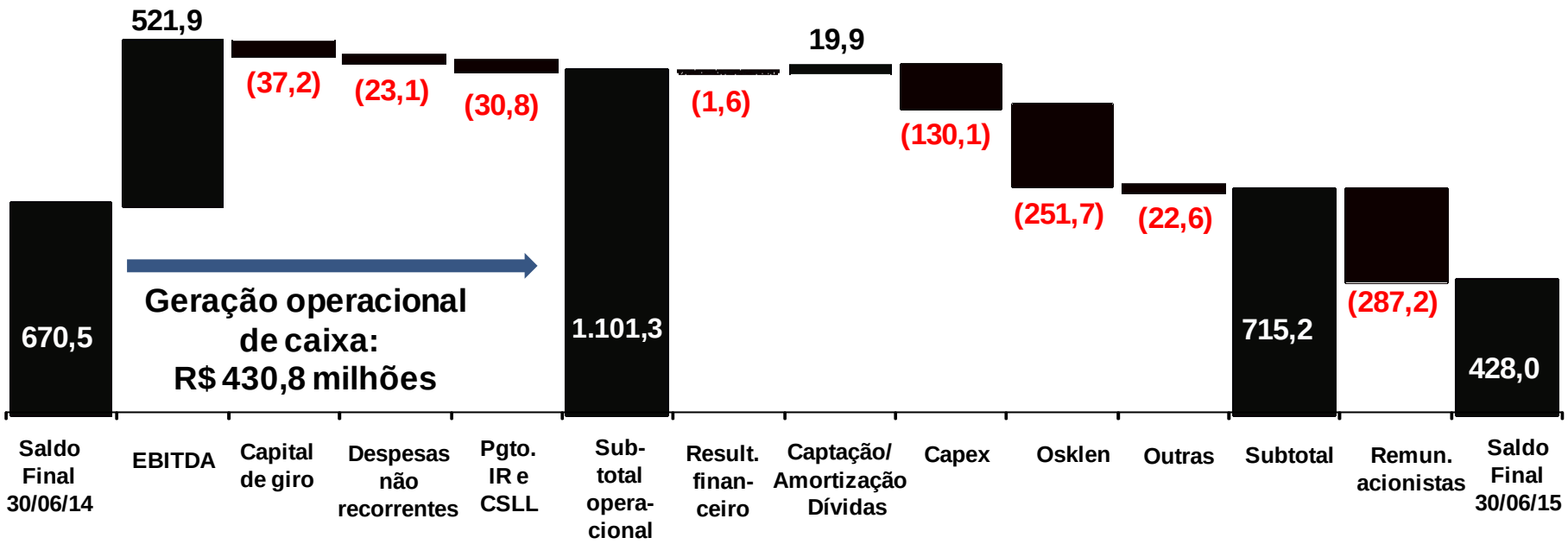
Equivalência patrimonial de Tavex no 2T14 e amortização a valor justo dos estoques adquiridos da Osklen



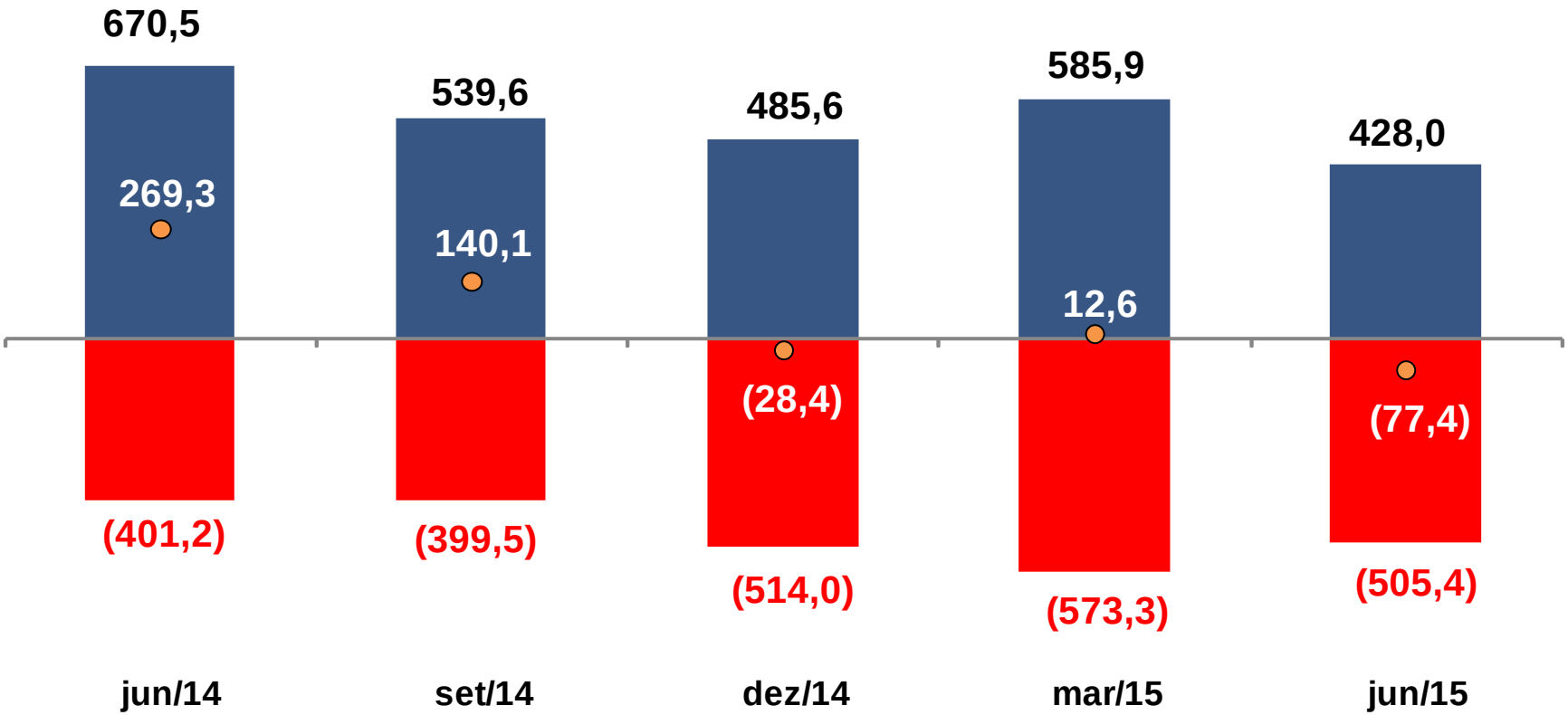
% da RL	2,6%	4,6%

Fluxo de caixa – R$ milhões

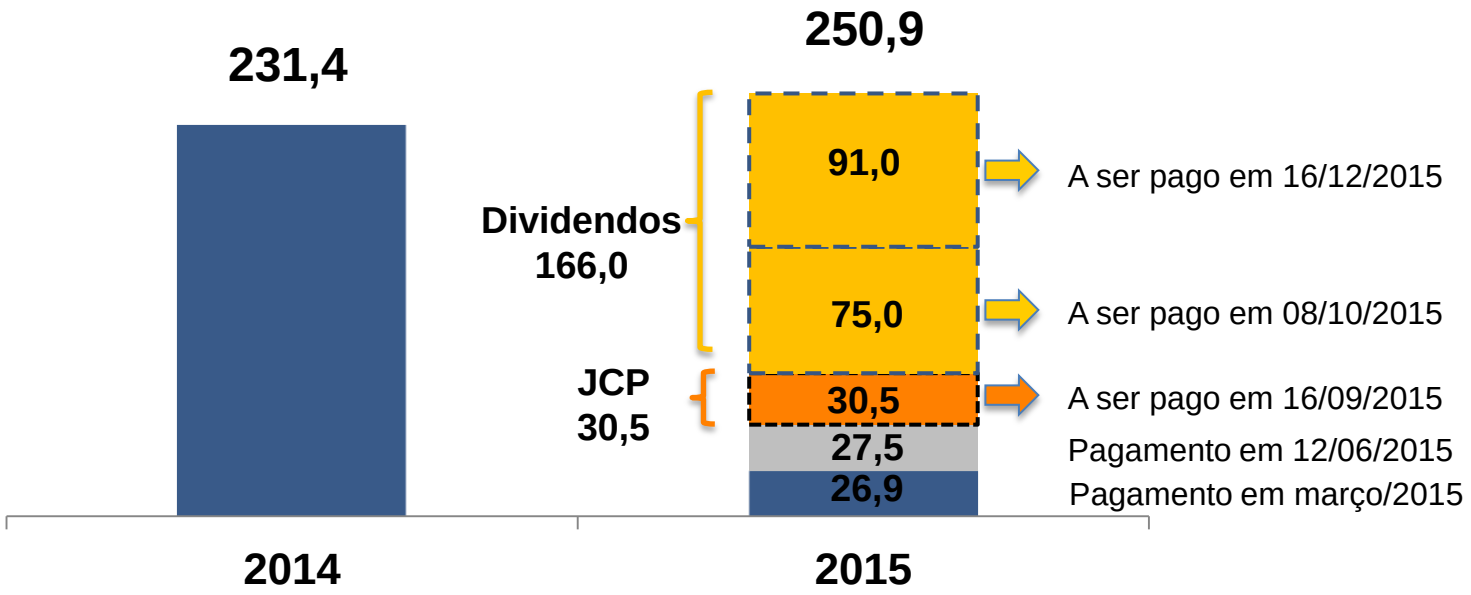
Geração operacional de caixa foi de R$ 430,8 milhões em doze meses encerrados em 30/06/2015



Posição financeira líquida – R$ milhões

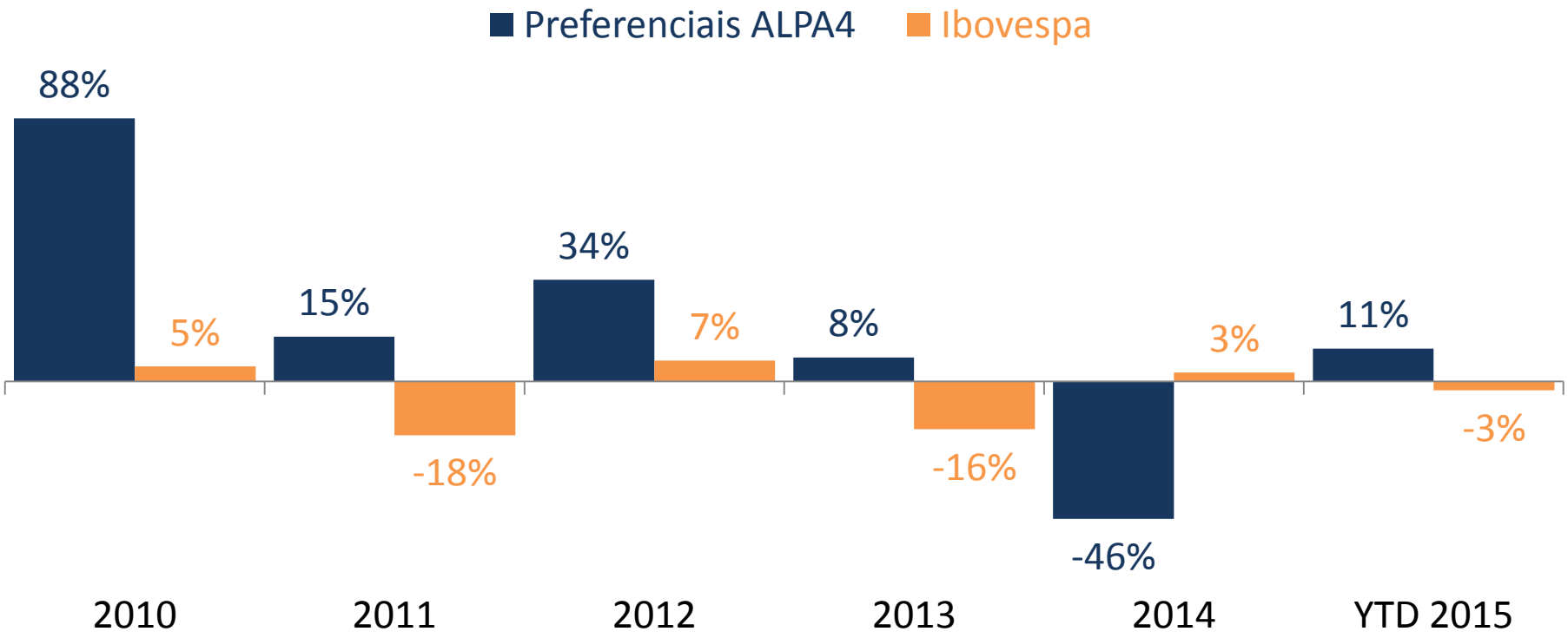


Remuneração dos acionistas – R$ milhões



Performance das ações no ano

As ações preferenciais subiram 11% YTD (7/8)



Mensagem Final