

Jundiaí, 05 de maio de 2016 – Vulcabras Azaleia S.A. (BOVESPA: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2016 (1T16). As informações operacionais e financeiras da companhia são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com os padrões contábeis internacionais (IFRS). Os dados deste relatório referem-se ao desempenho do primeiro trimestre de 2016, comparados ao primeiro trimestre de 2015, exceto quando especificado de forma diversa.

Contatos:

www.vulcabrasazaleia.com.br

Email: dri@vulcabras.com.br

Tel: (85) 3336-1733 Ramal 212

azaleia

dijeon


OLYMPIKUS



OPANKA


Botas
Vulcabras

A Vulcabras Azaleia obteve lucro líquido de R\$ 2,1 milhões no primeiro trimestre, atingindo EBITDA de R\$ 37,5 milhões.

DESTAQUES



- **Lucro Líquido:** R\$ 2,1 milhões no 1T16, aumento de 111,7% em relação ao 1T15.
- **EBITDA:** R\$ 37,5 milhões, 33,8% a mais se comparado com os R\$ 28,0 milhões do primeiro trimestre de 2015.
- **Vendas:** R\$ 292,2 milhões, aumento de 14,9% ante os R\$ 254,3 milhões do mesmo período do ano passado.

¹ Os destaques acima relatados consideram comparações feitas na mesma base, desconsiderando a operação descontinuada na Argentina.

Mensagem da Presidência

O cenário macroeconômico permanece sem perspectivas de melhora em curto prazo, agravando ainda mais a confiança dos lojistas e dos consumidores, o que afeta negativamente o setor calçadista. Temos notado uma estagnação da economia causada pela falta de solução para os problemas estruturais e políticos de nosso País e pela incerteza do mercado.

Apesar disso, nossa empresa vem apresentando bons resultados e conseguimos crescer em faturamento em todas as divisões, confirmando que a estratégia de focar e fortalecer nossas marcas próprias tem dado certo. Estamos conseguindo recuperar nossa participação de maneira acelerada, registrando crescimento no patamar de dois dígitos.

A criação de uma unidade única para o feminino e a especialização da equipe se mostraram muito eficazes, resultando em ágil resposta ao mercado e coleções assertivas. As novas linhas tiveram uma excelente repercussão no mercado, o que se refletiu no aumento das vendas.

Já no esportivo, seguimos com os investimentos em tecnologia e inovação, priorizando pesquisas e o desenvolvimento de novos produtos, sempre em busca da melhor performance. Os produtos da marca Olympikus têm se mostrado o melhor custo-benefício do mercado e uma ótima opção diante desse cenário adverso. Esse fato já é reconhecido por nossos clientes, que aumentaram suas encomendas. Consagramos também mais de 19 anos de parceria mais vitoriosa do esporte brasileiro, com o patrocínio da Olympikus à Seleção Brasileira de Vôlei.

Conforme já relatado, encerramos as operações da Reebok e a filial da Argentina, fato que tem nos dado uma melhor posição de capital de giro e endividamento. Mesmo assim, mantemos a Olympikus na Argentina por meio de distribuidor local, com tendência de crescimento.

Mesmo diante deste cenário desafiador, daremos sequência ao plano de melhoria e de crescimento de nossa empresa, sempre objetivando austeridade nas despesas, foco, seriedade e persistência para continuar com a recuperação de nossos resultados.

Pedro Bartelle

Destaques Operacionais e Financeiros
Balanco Patrimonial Consolidado (R\$ Milhões)

Balanco Patrimonial - Vulcabras Azaleia Consolidado (R\$ Milhões)					
Ativo	1T16	2015	Passivo	1T16	2015
Circulante	635,6	758,9	Circulante	719,9	817,0
Caixa e equivalentes de caixa	8,1	24,7	Fornecedores	68,4	62,2
Aplicações financeiras	9,5	9,3	Financiamentos e empréstimos	506,8	586,2
Contas a receber de clientes	346,8	394,8	Financiamentos incentivados	1,0	1,3
Estoques	221,6	234,1	Impostos e contribuições a recolher	11,6	6,6
Impostos a recuperar	16,1	24,1	Programa de recuperação fiscal - REFIS	0,2	0,2
Despesas antecipadas	2,3	1,5	Salários e férias a pagar	25,3	18,7
Outros créditos	31,2	8,7	Provisão para contingências	48,8	46,0
			Outras contas a pagar	57,0	48,7
			Dividendos propostos	0,8	0,8
Ativos de operações descontinuadas		61,7	Passivos de operações descontinuadas		46,3
Não Circulante	482,3	478,4	Não Circulante	371,3	384,4
Aplicações financeiras	1,1	1,1	Financiamentos e empréstimos	69,5	82,8
Impostos a recuperar	3,7	3,6	Financiamentos incentivados	5,3	5,2
Impostos diferidos	1,1	1,7	Partes relacionadas	237,2	237,2
Depósitos judiciais	36,0	35,4	Provisão para contingências	28,1	28,4
Partes relacionadas	19,1	18,8	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	4,6	4,7
Outros créditos	17,3	2,6	<u>Outras contas a pagar</u>	<u>26,6</u>	<u>26,1</u>
Bens destinados a venda	0,2	0,2	Patrimônio líquido (controladores)	26,5	35,6
Investimentos	28,4	27,6	Capital social	565,9	565,9
Propriedade para investimento	4,1	4,2	Reservas de reavaliação	8,8	9,1
Imobilizado	164,3	173,3	Ajustes de avaliação patrimonial	3,4	14,5
Intangível	207,0	209,9	Prejuízos acumulados	(551,6)	(553,9)
			Participações de não controladores	0,2	0,3
			Patrimônio líquido Total	26,7	35,9
Ativo Total	1.117,9	1.237,3	Passivo Total	1.117,9	1.237,3

Demonstração dos Resultados Consolidados (R\$ Milhões)

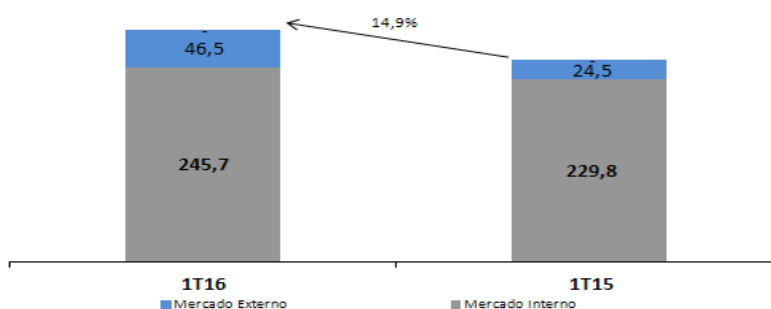
Demonstração dos Resultados	Informações Trimestrais						Δ%
	Operações						
	2015			2016			
	Consolidada	Descontinuada	Continuada	%	Consolidada	%	
Receita operacional bruta	326,4	72,1	254,3	100,0%	292,2	100,0%	14,9%
Vendas Mercado Interno	229,8		229,8	90,4%	245,7	84,1%	6,9%
Vendas Mercado Externo	96,6	72,1	24,5	9,6%	46,5	15,9%	89,8%
Deduções da Receita Bruta	(42,4)	(3,0)	(39,4)	-15,5%	(40,7)	-13,9%	3,3%
Receita operacional líquida	284,0	69,1	214,9	100,0%	251,5	100,0%	17,0%
Custo dos produtos vendidos	(198,5)	(54,9)	(143,6)	-66,8%	(169,9)	-67,6%	18,3%
Lucro bruto	85,5	14,2	71,3		81,6		14,4%
<i>Margem Bruta</i>	30,1%	20,6%	33,2%		32,4%		
Despesas operacionais	(67,9)	(9,0)	(58,9)	-27,4%	(60,1)	-23,9%	2,0%
Vendas	(43,4)	(1,4)	(42,0)	-19,5%	(40,0)	-15,9%	-4,8%
Administrativas	(24,5)	(7,6)	(16,9)	-7,9%	(20,1)	-8,0%	18,9%
Resultado Operacional	17,6	5,2	12,4		21,5		73,4%
<i>Margem Operacional</i>	6,2%	7,5%	5,8%		8,5%		46,6%
Outras Desp./Rec. Operacionais	3,8	6,8	(3,0)	-1,4%	(0,1)	0,0%	-96,7%
Resultado Operacional antes das Financeiras (EBIT)	21,4	12,0	9,4		21,4		127,7%
Resultado Financeiro	(31,2)	(4,0)	(27,2)	-12,7%	(19,7)	-7,8%	-27,6%
Resultado antes CSLL/IRPJ	(9,8)	8,0	(17,8)	-8,3%	1,7	0,7%	109,6%
Imp. de Renda e Contr. Social	(3,2)	(2,8)	(0,4)	-0,2%	(0,7)	-0,3%	75,0%
Resultado antes do atingimentos de metas	(13,0)	5,2	(18,2)	-8,5%	1,0	0,4%	105,5%
Provisão p/ atingimentos de metas	(0,6)	(0,8)	0,2		1,1		450,0%
Resultado Líquido	(13,6)	4,4	(18,0)		2,1		111,7%
<i>Margem Líquida</i>	-4,8%	6,4%	-8,4%		0,8%		9,2 p.p.
EBITDA	40,2	12,2	28,0		37,5		33,8%
Margem Ebitda	14,2%	17,7%	13,0%		14,9%		1,9 p.p.

Os comentários a seguir referem-se às operações consolidadas de 2016 e continuadas de 2015.

Receita Operacional Bruta

A Receita Operacional Bruta consolidada foi de R\$ 292,2 milhões no 1T16, 14,9% acima dos R\$ 254,3 milhões apurados no 1T15. A operação descontinuada foi de R\$72,1 milhões no 1T15.

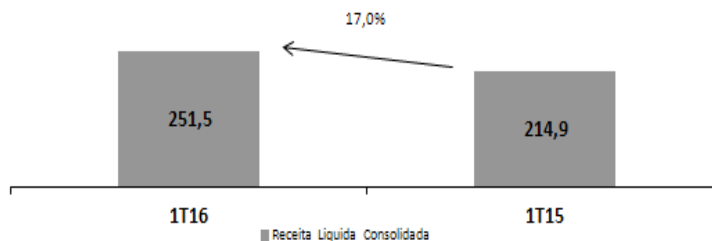
Receita Operacional Bruta - Mercado Interno e Mercado Externo



Receita Operacional Líquida

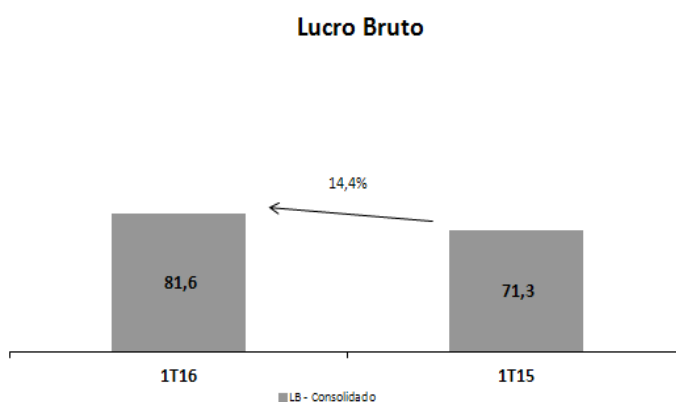
A Receita Operacional Líquida consolidada foi de R\$ 251,5 milhões no 1T16, 17,0% acima dos R\$ 214,9 milhões apurados no 1T15. A operação descontinuada foi de R\$ 69,1 milhões no 1T15.

Receita Operacional Líquida



Lucro Bruto - Consolidado

O lucro bruto consolidado foi de R\$ 81,6 milhões no 1T16, 14,4% acima dos R\$ 71,3 milhões apurado no 1T15. A operação descontinuada foi de R\$ 14,2 milhões no 1T15.



Despesas Operacionais

No 1T16, o total de despesas consolidadas, tanto com vendas quanto administrativas, se mantiveram estável. O total das despesas operacionais apresentou uma redução de 2,0%. A operação descontinuada foi de R\$ 2,2 milhões no 1T15.

Despesas Operacionais	1T16	% ROL	1T15	% ROL	Var. %	Var. p.p.
Vendas e Administrativas	(60,1)	-23,9%	(58,9)	-27,4%	2,0%	3,5 p.p.
Total Outras Despesas (+) / Receitas Operacionais (-)	(0,1)	0,0%	(3,0)	-1,4%	-96,7%	1,4 p.p.
Total Despesas Operacionais	(60,2)	-23,9%	(61,9)	-28,8%	-2,7%	4,9 p.p.
Total Despesas Operacionais Descontinuada	-	0,0%	(2,2)	-1,0%	0,0%	1 p.p.

Resultado Financeiro

O Resultado Financeiro consolidado foi de R\$ 19,7 milhões no 1T16, 27,6% abaixo dos R\$ 27,2 milhões apurado no 1T15, sem a operação descontinuada. A operação descontinuada foi de R\$ 4,0 milhões no 1T15.

O custo financeiro no trimestre foi impactado em R\$ 5,8 milhões, pela redução da taxa de câmbio em relação ao trimestre anterior.

EBITDA (Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização)

O EBITDA consolidado no 1T16 atingiu R\$ 37,5 milhões, com um aumento de 33,8% comparado com os R\$ 28,0 milhões 1T15. A operação descontinuada foi de R\$ 12,2 milhões no 1T15.

R\$ Milhões	EBITDA		
	1T16	1T15	Var.%
Resultado antes CSLL/IRPJ	1,7	(17,8)	-109,6%
(+) Resultado Financeiro Líquido	19,7	27,2	-27,6%
(+) Depreciação e Amortização	16,1	18,6	-13,6%
EBITDA	37,5	28,0	33,8%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>14,9%</i>	<i>13,0%</i>	<i>1,9 p.p.</i>

Financiamento Bancário

A dívida da Vulcabras Azaleia está centrada no financiamento de investimentos em tecnologia e desenvolvimento, capital de giro, produção para exportação, construção, ampliação e manutenção das plantas industriais. Os recursos são provenientes de linhas de crédito tomadas, principalmente junto a bancos e entidades de fomento e bancos privados, e foram destinados a programas de incentivo à produção, inovação, pesquisa e desenvolvimento e subsídio das necessidades de curto prazo.

Encerramos as operações da Reebok e a filial da Argentina, fato que tem nos dado uma melhor posição de capital de giro e endividamento. No 1T16, redução de 9,7% no endividamento líquido em comparação com o mesmo período do ano passado.

Os financiamentos em taxa fixa, destinados à exportação, inovação, pesquisa e desenvolvimento, aquisição de máquinas e equipamentos, representaram 10% da dívida bruta total. Os financiamentos atrelados a TJLP e modernização de nossas operações, inovação, pesquisa e desenvolvimento, representaram 16% do endividamento total.

Financiamentos e Empréstimos por Indexador (R\$ Milhões)					
	1T16		2015		Var. %
Taxas Fixas (Média 8,05% aa)	60,8	10%	68,1	10%	
TJLP + Juros Médios 3,77% aa	94,3	16%	105,2	16%	
CDI	345,8	59%	344,4	51%	
Moeda Estrangeira (US\$/ Pesos)	81,7	14%	157,8	23%	
Financiamentos e Empréstimos	582,6	100%	675,5	100%	
(-) Disponibilidades e Aplicações	(18,7)		(35,1)		
(-) Operação descontinuada	-		(15,8)		
Endividamento Líquido	563,9		624,6		
Curto Prazo	490,2		537,7		
Longo Prazo	73,7		86,9		
Total Líquido	563,9		624,6		-9,7%
Custo Médio Ponderado	14,4%		16,6%		
Prazo Médio (anos)	1		1		
End. Líquido/Patrimônio Líquido	21,3		30,4		
End. Líquido/Ativo Total	0,5		0,5		

Os financiamentos em moeda estrangeira somaram R\$ 81,7 milhões, sendo a maior parte (81%) em Dólar, seguindo o objetivo de conferir maior equilíbrio entre os ativos e passivos em moeda estrangeira.

Vencimentos dos Financiamentos e Empréstimos (R\$ Milhões)			
Posição em 31/03/2016			
Vencimentos	Empréstimos	Disponibilidades e Aplicações	Amortização Líquida
2016	461,1	(17,5)	443,6
2017	89,6	(1,1)	88,5
2018	23,1	0,0	23,1
2019	8,8	0,0	8,8
TOTAL	582,6	(18,6)	564,0

A companhia vem trabalhando em renovações e captações junto aos nossos principais parceiros financeiros no sentido de liquidar as linhas de curto prazo com captações de prazos mais longos e taxas menores.

Auditoria Independente e Aprovação pelo Conselho de Administração

Informamos que a Ernst & Young Auditores Independentes foi nomeada em 01/01/2012 para prestar serviços de auditoria independente e que até a data de 31/03/2016 não havia prestado nenhum outro serviço além deste para a companhia.

As informações trimestrais consolidadas referentes ao 1T16, notas explicativas e o relatório da administração foram revisados e aprovados pelo Conselho de Administração da Vulcabras Azaleia em reunião realizada em 29 de abril de 2016.

Feminino

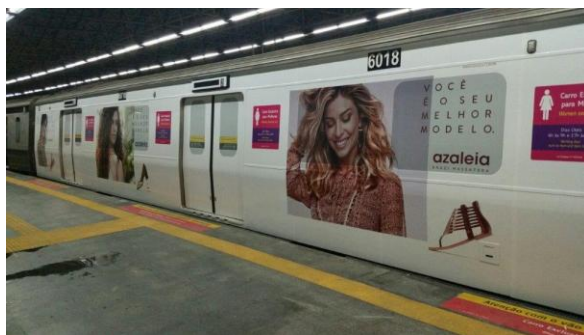
As marcas femininas lançaram no final de 2015 suas novas coleções com foco no primeiro semestre deste ano e o crescimento nas vendas demonstrou uma excelente repercussão das novas linhas.

Hoje, a Unidade do Feminino é composta por uma equipe totalmente exclusiva e dedicada na área de Desenvolvimento de Produto e conta com um reforço de peso: uma correspondente sediada na Europa, que fornece em primeira-mão tudo o que acontece de mais novo nas passarelas e nas ruas fora do país. Esse novo processo garante uma resposta ainda mais rápida das marcas para o mercado.

Neste período, a Azaleia apresentou seu novo posicionamento: “Você é o seu melhor modelo”, convidando suas consumidoras a serem quem elas realmente são. O mote pôde ser visto na campanha recém-lançada, que apresentou a coleção outono-inverno.



Em homenagem ao Dia da Mulher, a marca envelopou os vagões femininos do Rio de Janeiro, numa ação especial voltada às consumidoras cariocas.



Já a Dijean, focada em meninas com idades entre 15 e 17 anos, direcionou seu discurso para falar e se comportar como se fosse uma delas. A marca programou nova campanha para abril com uma linguagem mais jovem, justamente para aproximar mais a marca dessas garotas. As ações contemplam peças online

nas redes sociais e vão ganhar ainda mais força com o time de influenciadoras que a Dijean foi buscar para disseminar o posicionamento da marca na internet.



Esportivo

Maior marca esportiva do Brasil e líder de vendas, a Olympikus trouxe novidades para 2016. Já no primeiro trimestre, a marca lançou uma tecnologia exclusiva, o Evasense, voltada para o segmento fitness. Para comunicar esta novidade, foi veiculada campanha composta de filme para os principais canais de TV e meios digitais, impactando mais de dez milhões de pessoas. Além disso, foi feito um investimento robusto em materiais de pontos de venda e treinamento de vendedores de todo o País.

PREPARE-SE PARA
O LANÇAMENTO
DO NOVO FILME
DE EVASENSE.



NESTA FINAL DE SEMANA,
DIANTE AS TRANSMISSÕES
ESPORTIVAS DO CANAL SPORTV,
ENTRará HOJE O NOVO FILME
DE EVASENSE - A REVELAÇÃO POLÊMICA
ENTRE MASCOS E FÊMEAS,
DE 10 MILHÕES DE PESSOAS IMPACTADAS.

EVASENSE.
A TECNOLOGIA DE AMORTECIMENTO
EXCLUSIVA DA OLYMPIKUS.

OLYMPIKUS FITNESS
EVASENSE

Grande apoiadora do esporte nacional, a marca é patrocinadora da Seleção Brasileira de Vôlei há 19 anos - nesta que é a parceria mais vitoriosa do esporte brasileiro - conquistando nove Ligas Mundiais, 10 Grand Prix e nove medalhas Olímpicas, sendo quatro de Ouro.



A marca desenvolveu em seu Centro de Tecnologia, o maior da América Latina, os novos uniformes do vôlei. Chamada de Big Bang, a coleção representa a explosão gerada a partir da união dos atletas brasileiros, considerados grandes estrelas do esporte. As novas peças oficiais de jogo vão contar com materiais que entregam mais performance para os atletas em quadra, como as camisas, confeccionadas em poliamida com elastano, que proporciona alta transpiração, maior liberdade para os movimentos e uma secagem mais rápida.

Os produtos serão apresentados no Centro de Desenvolvimento do Vôlei, em Saquarema (RJ), em abril. Além de jornalistas e convidados, o evento vai contar com a presença de integrantes do Time Olympikus, composto pelos atletas Murilo, Ágatha e Bárbara Seixas, os técnicos Bernardinho e Zé Roberto, e celebridades, como Fernanda Souza e Lalá Noletto, que terão a missão de divulgar a marca ao longo do ano.

Outras novidades que devem ajudar a alavancar a marca são o lançamento da nova linha de clássicos e a parceria com a Triya para a confecção de itens de moda praia inspirados na coleção Big Bang, ambas serão apresentadas durante a São Paulo Fashion Week, em abril.