

Prezados Acionistas,

Terminamos mais um trimestre com aumentos de vendas e rentabilidade em todos os nossos negócios/linhas de produtos. Nossa estratégia se baseia na diferenciação das marcas com incorporação de inovações e tecnologia, valorizando o *mix* de produtos, buscando sempre a qualidade total e a sustentabilidade da operação nos aspectos econômico, social e ambiental. Com o crescimento de nossos indicadores de desempenho nestes nove primeiros meses do ano, mantemos a posição de melhor empresa brasileira do setor de calçados.

MARCAS

A força da marca **Havaianas** sustenta a liderança no seu setor com participação de 41% das vendas totais do segmento de chinelos ante 37% em 2005. O mês de agosto registrou recorde histórico de vendas refletindo a boa aceitação da nova coleção que veio a mercado em junho, com 40 modelos para o mercado interno e 34 para o externo. Alguns dos novos modelos lançados são as Havaianas High Light, a Flash Urban, a IPÊ, com novas estampas de animais e a Slim. Durante o trimestre, **Havaianas** participou com destaque na New York Fashion Week e na Francal. As exportações da marca, presente em 80 países, continuam em alta com um de crescimento de 40% na receita quando comparado aos nove primeiros meses de 2005. Inovação, lançamento de novos modelos, diferenciação contínua e extensão da marca, são a base de sua estratégia de crescimento.

A linha de calçados esportivos **Mizuno** apresentou recorde de vendas em setembro, tanto em volume quanto em faturamento. O Brasil é hoje o segundo maior mercado para os produtos com a tecnologia Wave, depois do Japão. Entre os lançamentos do trimestre, destacam-se a reedição do Mizuno Urban, com MP3 Player, e a criação da loja virtual **Mizuno** com o objetivo de estabelecer um canal direto de comunicação com o consumidor e ampliar o raio de alcance da marca. O contrato de licenciamento foi renovado com a Mizuno International por um período adicional de dez anos.

Topper apresentou aumento de 14% na sua receita nos primeiros nove meses do ano com um *mix* de produtos de maior valor agregado. O volume de pares vendidos aumentou 9% e as exportações cresceram 39%. Em marketing esportivo uma ação importante foi a realização da Copa Topper, na Região de Ribeirão Preto, em São Paulo, com mais de dois mil participantes utilizando seus produtos durante a competição.

Rainha colocou no mercado uma nova linha de calçados esportivos para uso em academias, com a tecnologia System Interaction. A renovação da linha System 3000, produzida com tecnologia diferenciada e visual mais arrojado e moderno, mantém bom volume de vendas. A marca apresentou um incremento no volume de pares vendidos de 14% no trimestre.

Timberland lançou sua nova coleção com grande sucesso e acumula um incremento de receita de vendas de 12% no período encerrado em setembro de 2006. Como parte do processo de renovação visual de suas lojas, a unidade do Shopping Morumbi, em São Paulo está em reforma, com inauguração prevista para outubro. Pelo sexto ano consecutivo, a **Timberland** destacou-se na Adventure Sports Fair, o maior evento de esportes de aventura da América Latina, reforçando a exposição da marca com seu público alvo. Ressalta-se, ainda, a realização de mais um Serv-A-Palooza, evento mundial da marca **Timberland** de ação social voluntária.

Meggashop foi eleita o principal *outlet* do Brasil pela Escola Superior de Propaganda e Marketing. Atualmente a rede conta com 20 lojas totalmente remodeladas conforme o conceito mais moderno de exposição de produtos, padrão visual e *mix*. As 24 lojas em operação até setembro deste ano apresentaram um crescimento de faturamento de 13%, comparado com as mesmas lojas existentes no mesmo período de 2005.

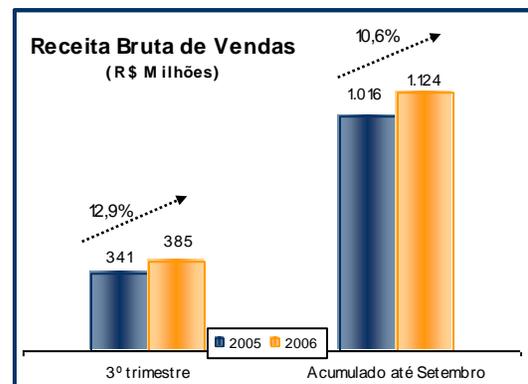
Têxteis Industriais, com as marcas **Locomotiva e Night&Day**, continua com a estratégia de diversificação de mercados e desenvolvimento de novos produtos de maior valor agregado. Esse trabalho vem apresentando resultados positivos, reforçando as marcas da Unidade de Negócio em segmentos de maior valor e menor penetração de mercado, como decoração e comunicação visual, com a conseqüente redução dos produtos voltados para o agronegócio e transportes.

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Conforme explicado no trimestre anterior a Companhia contabilizou a subvenção para investimentos, oriunda das suas operações no Estado da Paraíba, na conta de Reserva de Capital retroativo a 1º de janeiro de 2006. Para efeitos de comparabilidade apresentamos números *pro forma* do lucro operacional e lucro líquido de 2005, também com esta forma de contabilização.

Receita Bruta de Vendas

Atingiu R\$ 384,8 milhões no trimestre com crescimento de 12,9% em relação ao terceiro trimestre de 2005 e R\$ 1,1 bilhão no acumulado do ano, resultando num crescimento de 10,6% ante o mesmo período de 2005. Contribuíram para esta maior receita de vendas, a entrada das novas coleções, com modelos de maior valor agregado, e o incremento das exportações que representaram 7,1% das vendas líquidas do período, ante 5,8% em 2005. No ano, a Unidade de Negócio Sandálias respondeu por 53% do total das vendas, seguida por Artigos Esportivos com 28%. Desenvolvimento de Negócios e Têxteis Industriais representaram, respectivamente, 12% e 7% da receita de vendas.



Lucro Bruto

Acumulou R\$ 144,3 milhões no trimestre e R\$ 424,1 milhões no período de janeiro a setembro, como resultado do *mix* de produtos de maior valor agregado e diluição de custos fixos com aumento da produtividade fabril. A margem bruta está em 47,4%, com crescimento de 2,9 pontos percentuais em relação aos nove meses de 2005.

Despesas Comerciais, Gerais e Administrativas

Somaram, no trimestre, R\$ 87,8 milhões. O valor totalizado nos três primeiros trimestres de 2006 é de R\$ 259,4 milhões, equivalente a 28,9% das vendas líquidas, ou 1,6 ponto percentual menor que no mesmo período de 2005. Essa redução deve-se ao aumento no faturamento acumulado e a firme gestão das despesas administrativas e comerciais.

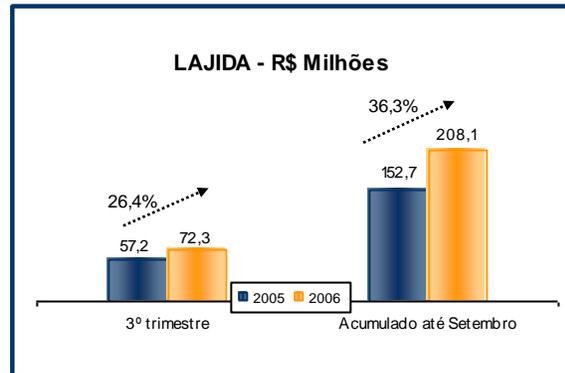
Lucro Operacional

Registrou R\$ 38,7 milhões no trimestre e R\$ 136,5 milhões acumulados até setembro deste ano. Contribuíram para o resultado acumulado – além do incremento na receita de vendas, aumento da margem bruta e diluição das despesas operacionais – o crescimento das receitas financeiras líquidas, em função do maior volume de recursos aplicados e a redução de encargos financeiros sobre impostos. Mesmo considerando o impacto da mudança na forma de contabilização da subvenção para os investimentos, as provisões realizadas para a reestruturação industrial e o resultado da equivalência patrimonial, o lucro operacional apresenta um crescimento de 4% no período acumulado de janeiro a setembro. O lucro operacional deste ano é 36,7% maior que o *pro forma* do terceiro trimestre de 2005 (R\$ 28,3 milhões) e 45,7% maior que o *pro forma* acumulado nos nove meses (R\$ 93,7 milhões).

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO
RESULTADOS DO 3º TRIMESTRE E ACUMULADOS NOS NOVE MESES DE 2006

Lajida

Totalizou R\$ 72,3 milhões no trimestre, com margem sobre as vendas líquidas de 23,6% e crescimento de 26,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. O Lajida gerado até setembro foi de R\$ 208,1 milhões, com incremento de 36,3% e margem de 23,2%. Esse resultado valida a estratégia da Companhia de foco e diferenciação das marcas, com constantes lançamentos e desenvolvimento de um *mix* de vendas com maior valor agregado, extensão das linhas de produtos e crescimento das exportações.

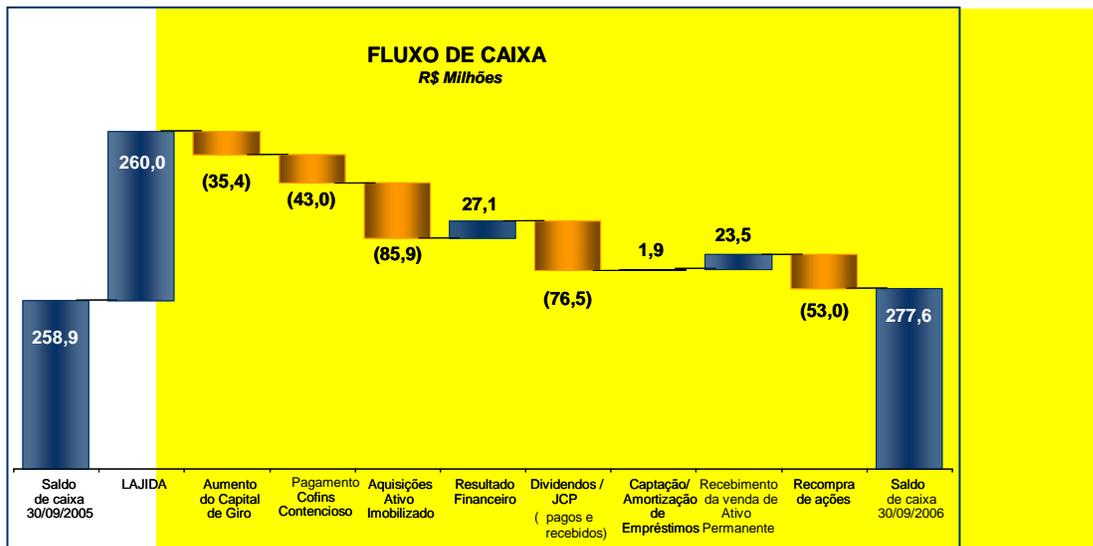


Lucro Líquido

Acumulou no trimestre R\$ 28,6 milhões e R\$ 106,6 milhões nos três trimestres do ano. O lucro líquido *pro forma* nos respectivos períodos de 2005 foi de R\$ 39,7 milhões e R\$ 106,7 milhões. Ao se comparar estes resultados deve-se considerar que o lucro líquido do terceiro trimestre e o acumulado até setembro de 2005 inclui uma equivalência patrimonial e receitas não operacionais maiores que em 2006. Por exemplo, no acumulado em nove meses de 2005 o resultado da alienação de ativos não operacionais foi de R\$ 37,0 milhões, enquanto que no mesmo período de 2006 temos somente R\$ 2,0 milhões.

Fluxo de Caixa

No período de doze meses encerrado em setembro deste ano, a geração operacional de caixa (Lajida) de R\$ 260,0 milhões foi suficiente para suportar o investimento de R\$ 35,4 milhões em capital de giro, R\$ 85,9 milhões em ativo imobilizado, remunerar os acionistas e investir na aquisição de ações da Companhia. O resultado financeiro e a venda de ativos resultaram numa entrada de caixa de R\$ 50,6 milhões.



Endividamento

O endividamento, ao final de setembro, era de R\$ 58,5 milhões, ante R\$ 7,6 milhões ao final de junho de 2006. O aumento deve-se à entrada de empréstimo do Banco do Nordeste do Brasil em setembro, no valor de R\$ 50,7 milhões, obtido para amparar os investimentos nas unidades industriais de Santa Rita e Campina Grande, na Paraíba, com vencimento final em dez anos. O caixa líquido em 30/09/2006, era de R\$ 219,1 milhões.

MERCADO DE CAPITAIS E GOVERNANÇA CORPORATIVA

Desempenho das Ações

As ações preferenciais da Alpargatas encerraram o trimestre cotadas a R\$ 90,00 , com valorização de 23,6% nos nove primeiros meses do ano, enquanto o Índice Bovespa registrou alta de 8,9% no mesmo período. Considerando os últimos doze meses, as ações preferenciais acumularam valorização de 104,5%, ante a uma alta de 15,4% do Índice da Bovespa. O valor de mercado da Companhia cresceu de R\$ 0,8 bilhão, em setembro de 2005, para R\$ 1,6 bilhão. De janeiro a setembro deste ano, foi realizada uma média diária de 16 negócios, envolvendo 11 mil ações e R\$ 963 mil, ante oito negócios por dia, 15 mil ações e R\$ 518 mil no mesmo período de 2005.

Remuneração aos Acionistas

Durante os primeiros nove meses do ano o Conselho de Administração deliberou o pagamento de juros sobre o capital próprio, *ad referendum* da Assembléia Geral Ordinária de 2007, no valor de R\$ 37,3 milhões já pagos a seus acionistas. Na reunião do Conselho de Administração realizada no dia 10 de novembro, foi deliberado mais um pagamento de R\$ 10,8 milhões.

Recompra e Cancelamento de Ações

De janeiro a setembro deste ano a Alpargatas adquiriu em Bolsa de Valores 412.400 ações preferenciais e 9.355 ações ordinárias. Os títulos foram mantidos em tesouraria. Em 23 de outubro, a Assembléia Geral de Acionistas aprovou o cancelamento de 492.710 ações, sendo 116.990 ordinárias e 375.720 preferenciais.

Auditores Externos

Os serviços prestados pela Deloitte Touche Tohmatsu tiveram foco exclusivo em auditoria contábil, não tendo sido contratado no semestre nenhum serviço complementar ou de consultoria com os auditores externos.

GESTÃO DE PESSOAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Na área de gestão de pessoas destacamos que a pesquisa de clima foi concluída com a adesão de 90% do total de 11.800 funcionários e apontou um índice médio de favorabilidade de 61% ante 54% na pesquisa realizada em 2003. O resultado da pesquisa confirma que as ações da Companhia na área de gestão de pessoas estão conquistando os resultados planejados. A Assembléia Geral de Acionistas realizada em 23 de outubro aprovou a alteração do Plano de Opção de Compra de Ações para os diretores da Companhia. As unidades fabris da Alpargatas têm apresentado índices de frequência de acidentes e taxa de gravidade muito abaixo dos índices do setor de calçados, com destaque para as unidades de João Pessoa, com 1.600 dias sem acidentes de trabalho com afastamento e Santa Rita e Mogi Mirim com dois anos. Na área social, destaca-se a atuação do Instituto Alpargatas em sua missão de promover a prática esportiva como instrumento metodológico para a melhoria da educação de aproximadamente 46,5 mil crianças das escolas dos Estados da Paraíba e Rio Grande do Norte.

PERSPECTIVAS E AGRADECIMENTOS

A meta da Alpargatas é passar para um novo patamar de tamanho e rentabilidade no futuro próximo. Para isso estamos trabalhando na otimização das unidades fabris, que trarão custos menores de fabricação dos nossos produtos, no Centro de Pesquisas e Desenvolvimento, que proporcionará a criação de produtos inovadores e na internacionalização das marcas da Companhia, além de outras ações estratégicas. Agradecemos o apoio de todos os que estão colaborando para a construção de uma Companhia ainda melhor.

São Paulo, 10 de novembro de 2006
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO