

TELECONFERÊNCIA

Data: 17/03/2014 às 17h00

Telefone:
(55 11) 4688-6361

Senha: Alpargatas

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

Palestrantes:

Márcio Utsch
Diretor-Presidente
José Roberto Lettiere
CFO

RI

lettiere@alpargatas.com.br
jsalvio@alpargatas.com.br
mweger@alpargatas.com.br
brunokm@alpargatas.com.br

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



ALPARGATAS

**DIVULGAÇÃO DOS
RESULTADOS
4T13 e 2013**

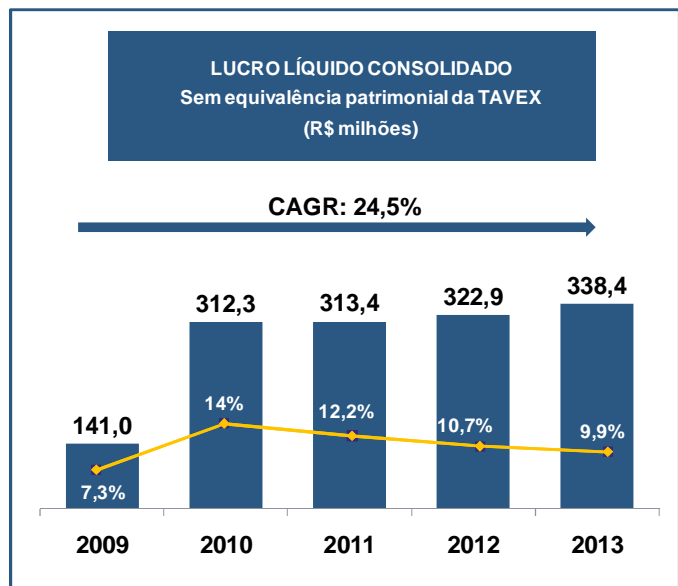
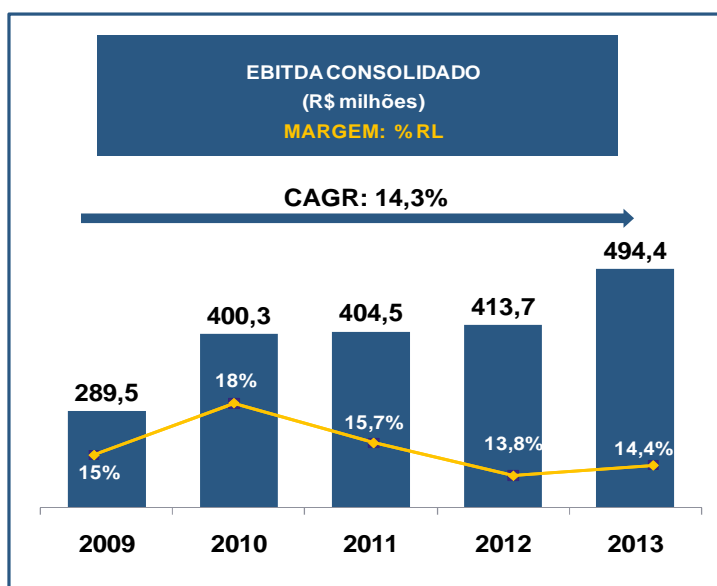
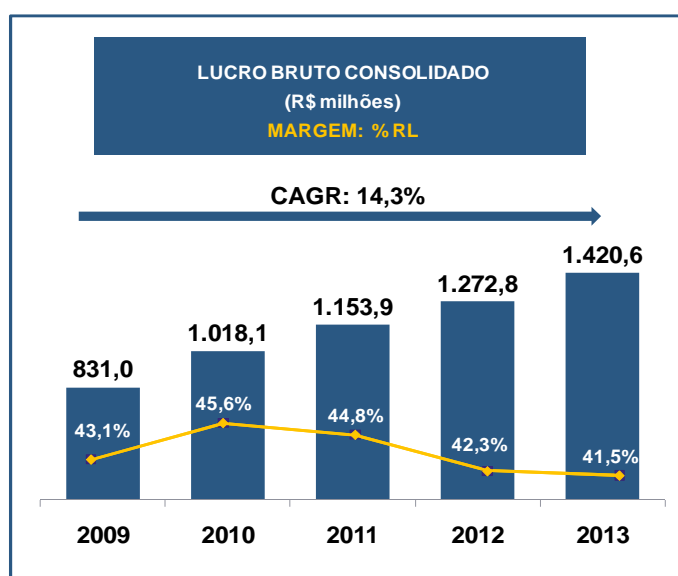
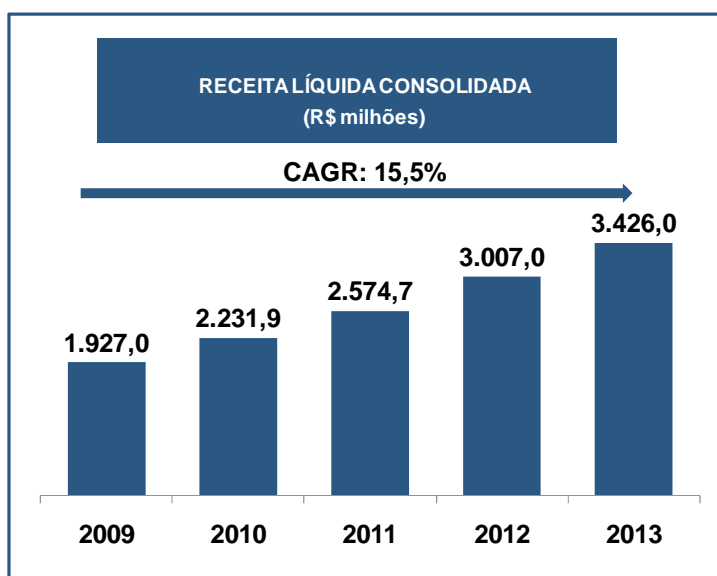
INDICADORES

Indicadores de Resultado Consolidado (R\$ milhões, exceto margens)						
	4T12	4T13	Variação	2012	2013	Variação
Receita Líquida	836,6	964,9	+15,3%	3.007,0	3.426,0	+13,9
Brasil	652,6	732,6	12,3%	2.162,3	2.417,8	11,8%
Argentina	128,2	159,1	24,1%	524,3	603,9	15,2%
USA, Europa e Exportações	55,8	73,2	31,2%	320,4	404,3	26,2%
Lucro Bruto	349,7	375,7	+7,4%	1.272,8	1.420,6	+11,6%
Brasil	292,3	306,1	4,7%	965,4	1.056,7	9,5%
Argentina	33,2	31,0	-6,6%	130,3	120,5	-7,5%
USA, Europa e Exportações	24,2	38,6	59,5%	177,0	243,4	37,5%
Margem Bruta	41,8%	38,9%	-2,9 p.p.	42,3%	41,5%	-0,8 p.p.
Brasil	44,8%	41,8%	-3,0 p.p.	44,7%	43,7%	-1,0 p.p.
Argentina	25,9%	19,5%	-6,4 p.p.	24,9%	20,0%	-4,9 p.p.
USA, Europa e Exportações	43,5%	52,7%	9,2 p.p.	55,2%	60,2%	5,0 p.p.
EBITDA	129,5	136,2	+5,2%	413,7	494,4	+19,5%
Brasil	127,5	131,4	3,1%	347,1	413,1	19,0%
Argentina	5,1	5,7	11,8%	33,6	24,9	-25,9%
USA, Europa e Exportações	-3,1	-0,9	na	33,0	56,4	70,9%
Margem EBITDA	15,5%	14,1%	-1,4 p.p.	13,8%	14,4%	+0,6 p.p.
Brasil	19,5%	17,9%	-1,6 p.p.	16,1%	17,1%	1,0 p.p.
Argentina	4,0%	3,6%	-0,4 p.p.	6,4%	4,1%	-2,3 p.p.
USA, Europa e Exportações	-5,6%	-1,2%	4,4 p.p.	10,3%	13,9%	3,6 p.p.
Lucro Líquido	66,3	72,7	+9,7%	280,0	310,0	+10,7%

1. INTRODUÇÃO

Em 2013, o crescimento da receita, a maior produtividade de custos, o rígido controle das despesas e a eficiente gestão cambial foram fatores que elevaram o EBITDA da Alpargatas para a cifra de quase meio bilhão de reais. A empresa alcançou esse novo patamar de rentabilidade sem ter deixado de investir nos projetos estratégicos relacionados às suas marcas e produtos, à expansão da capacidade fabril, à ampliação do varejo, à construção de uma nova arquitetura de tecnologia da informação, à criação de um sourcing global e, principalmente, ao desenvolvimento das pessoas que trabalham na organização e das comunidades com as quais interage. Com os resultados alcançados no ano, a Alpargatas deu mais um passo importante no caminho que a levará a ser uma empresa global de marcas desejadas em calçados, vestuário e acessórios.

Criar e gerir marcas são competências dominadas pela companhia e que têm assegurado a evolução de seus negócios e de seus principais indicadores de desempenho em 15% na média dos últimos cinco anos.

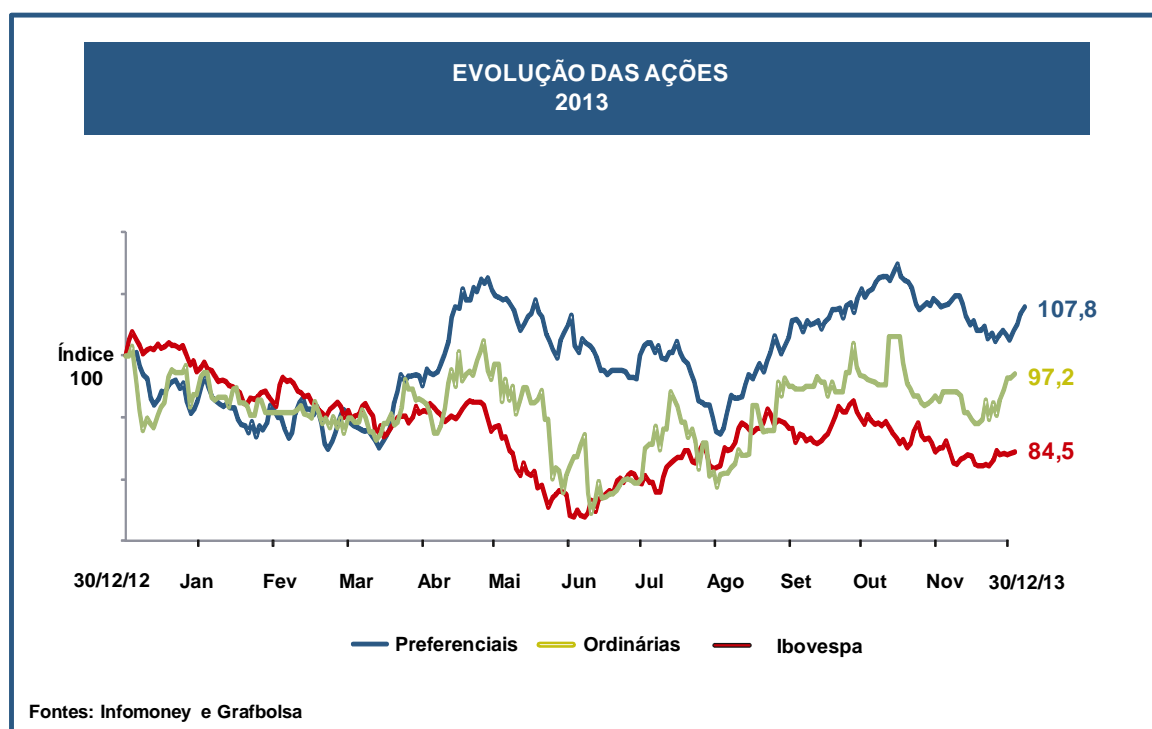


Em um período marcado por taxas de inflação, juros e câmbio mais altas, por manifestações populares que inibiram o consumo nas principais metrópoles brasileiras, e por incertezas na Argentina, a Alpargatas mostrou resistência e avançou em seus principais indicadores financeiros. Na comparação com 2012, a receita líquida evoluiu 13,9%, o lucro bruto, 11,6%, o EBITDA, 19,5%, e o lucro líquido, 10,7%. Mais uma vez a geração operacional de caixa, de R\$ 234,9 milhões, foi destaque no resultado.

Os seguintes fatores tornaram possível o progresso da companhia:

- **Negócios nacionais:** houve forte evolução do negócio de Artigos Esportivos na comparação com 2012, com aumento de 16,1% no volume de vendas de calçados, cujos destaques foram: (i) alta de 33% no volume de Mizuno, líder de vendas nos principais canais de distribuição de artigos esportivos; (ii) incremento de 11% nas vendas de Rainha, que, com coleções mais esportivas, ganhou espaço no varejo especializado de artigos esportivos; e (iii) acréscimo de 27% no volume de vendas de calçados Timberland para o canal multimarcas. Havaianas continuou a liderar o mercado de sandálias e, no quarto trimestre, voltou a crescer, registrando volume 12,5% maior que o do 4T12. No Brasil, a receita líquida subiu 11,8% em 2013, provocando acréscimos de 9,5% no lucro bruto e de 19% no EBITDA.
- **Negócios internacionais:** as vendas externas de sandálias contabilizaram crescimentos expressivos de 10,4% no volume, 26,2% na receita, 37,5% no lucro bruto e 70,9% no EBITDA, na comparação com 2012. A ampliação do varejo prosseguiu com a abertura de lojas na Europa e nos Estados Unidos. Na Argentina, houve melhora do desempenho da Alpargatas Argentina, com avanço de 7,6% nas vendas de calçados esportivos, liderado por Topper, que contribuiu para a receita evoluir 15,2%.

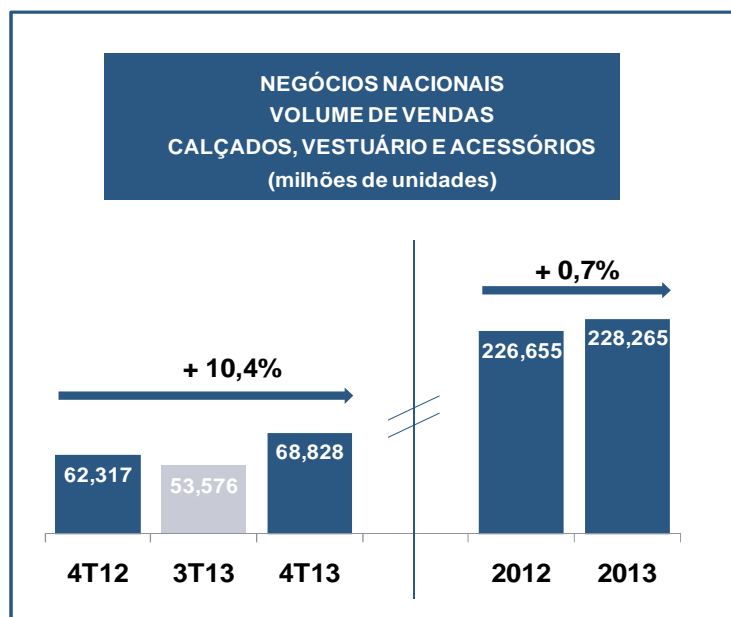
O resultado de mais um ano de conquistas gerou valor para os acionistas, que, além de se beneficiarem da valorização de 7,8% das ações preferenciais, foram remunerados em R\$ 117,8 milhões, na forma de juros sobre o capital próprio e dividendos referentes ao exercício de 2013. O valor representa 38% do lucro líquido total do ano (ou 71,6% do lucro líquido distribuível).



2. NEGÓCIOS NACIONAIS

2.1. Volume de vendas

Em 2013, foram comercializadas 228,265 milhões de unidades de sandálias, calçados, vestuário e acessórios no mercado interno, quantidade impulsionada principalmente pelo acréscimo expressivo no volume de vendas de calçados esportivos. As vendas de Havaianas voltaram a crescer no quarto trimestre, fato que contribuiu para o incremento do volume de sandálias.



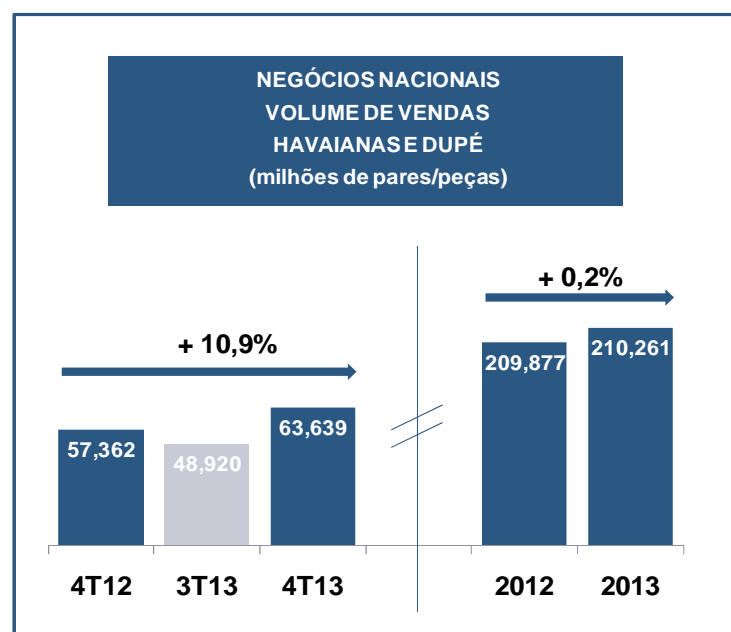
2.1.1. Sandálias

O faturamento de sandálias Havaianas e Dupé, somado ao de calçados Soul Collection e acessórios, atingiu 210,261 milhões de pares/peças no mercado interno. Dessa quantidade, 97% corresponderam a sandálias Havaianas, que, com o total de 204,326 milhões de pares comercializados, cresceu 1,4% na comparação com 2012.

No quarto trimestre, as vendas totalizaram 63,639 milhões de pares/peças no mercado interno, quantidade 10,9% maior que a do 4T12.

Considerando-se somente sandálias Havaianas, o aumento de volume foi ainda maior: 12,4%. Os fatores que contribuíram para o bom desempenho de sandálias, especialmente no último trimestre do ano, foram:

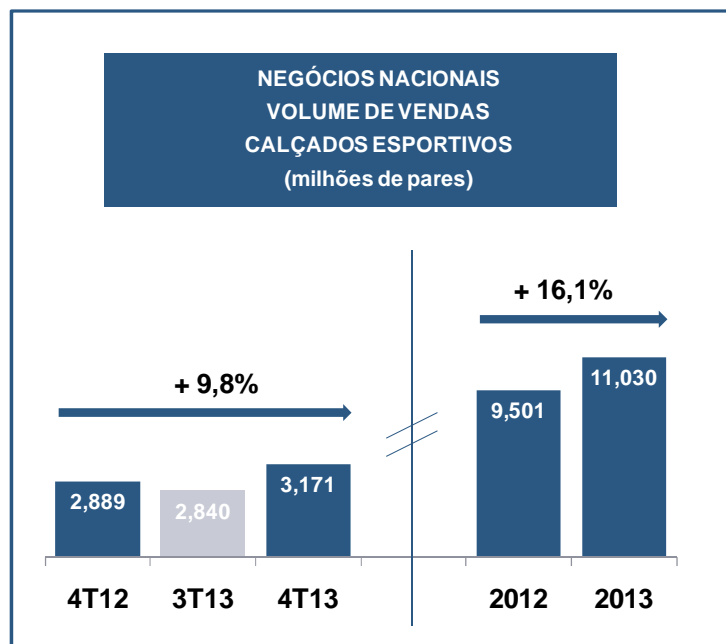
- Êxito da coleção global 2013/14, com produtos inovadores, como a Havaianas Flat, em faixa de preço mais competitiva.
- Início do faturamento e expedição de Havaianas a partir da fábrica de Montes Claros.
- Ampliação da distribuição com a abertura de 38 franquias Havaianas.
- Retomada do consumo após meses muito fracos de vendas no varejo (junho, julho e agosto).
- Campanhas de mídia da Havaianas Flat.
- Aumento das vendas de Dupé no Norte e Nordeste devido às inovações na linha feminina.
- Eventos de Havaianas em Copacabana, no Rio de Janeiro, e nas praias do litoral de São Paulo.



2.1.2. Artigos Esportivos e Botas Profissionais

Em 2013, foram comercializados 11,030 milhões de pares de calçados esportivos Mizuno, Topper, Rainha e Timberland, dos quais 3,171 milhões no quarto trimestre. Esses volumes foram, respectivamente, 16,1% e 9,8% maiores que os registrados em 2012 e no 4T12.

Em vestuário e acessórios esportivos e casuais, foram vendidas 5,373 milhões de peças no ano (1,711 milhão no 4T13), e de botas Sete Léguas, 1,601 milhão de pares (307 mil pares no 4T13).



Mizuno

Na comparação com 2012, o crescimento anual do volume de Mizuno foi de 33% e, no quarto trimestre, de 5%. Esse desempenho reflete o trabalho de construção da marca no Brasil, que há 17 anos faz parte do portfólio da Alpargatas. Para dar continuidade ao processo de consolidação de Mizuno, a empresa renovou o contrato de licença por 13 anos, a partir de 2014, com renovação automática por mais 13 anos. O incremento das vendas de Mizuno é explicado pelo reconhecimento da superioridade em tecnologia, design e materiais dos seus produtos. Também contribuíram para a expansão das vendas a ampla distribuição – Mizuno foi líder de vendas nos principais lojas especializadas em artigos esportivos –, o patrocínio a corridas, a comunicação ativa com os consumidores, via mídias sociais, e a propaganda.

Rainha

Em relação a 2012, o acréscimo anual no volume de Rainha foi de 11% e, no quarto trimestre, de 20%. O trabalho de rejuvenescimento da marca – com inovações em tecnologia, materiais e design – responde pelo bom desempenho no período. Com coleções de calçados e vestuário mais modernas para as modalidades de running, training, walking e casual, Rainha adquiriu mais visibilidade e presença no canal online e no varejo especializado em artigos esportivos.

Topper

No ano, o volume de vendas de Topper representou 92% do comercializado em 2012 e, no quarto trimestre, 98% do volume registrado no 4T12. A superoferta de calçados para futebol foi a principal razão da queda das vendas e dos preços.

Timberland

Em 2013, a Timberland completou 40 anos com expansão de 22% no volume de vendas de calçados, na comparação com 2012, e de 17%, ante o 4T12. A estratégia de ampliação da linha casual e o reforço do time comercial ajudaram a ampliar a presença dos produtos da marca nos 20 maiores clientes e, conseqüentemente, aumentar o volume de vendas.

2.1.3. Varejo

De acordo com a Serasa Experian, o comércio varejista cresceu 5,2% em 2013, menor ritmo registrado nos últimos dez anos. Ainda segundo a organização, o desempenho mais fraco da atividade comercial foi devido à escalada dos juros, à alta da inflação e ao menor grau de confiança dos consumidores. Nesse contexto, a Alpargatas apresentou no ano, em especial no quarto trimestre, resultados excepcionais, com evolução dos volumes, na base mesmas lojas, em toda a sua rede que, somava 455 unidades no Brasil, ao fim de 2013.

Marca	Lojas Próprias	Franquias	Total de Lojas
Havaianas	2	341	343
Timberland	11	6	17
Meggashop	22	-	22
Osklen	51	22	73
Total lojas no Brasil	86	369	455

Havaianas

O varejo Havaianas encerrou dezembro com 343 lojas no Brasil, ante 281 no mesmo período de 2012. Foram inauguradas 62 franquias durante o ano, das quais 38 no quarto trimestre. No conceito mesmas lojas, o volume de vendas subiu 13%, na comparação com 2012, e 23%, em relação ao 4T12. Esse desempenho reflete a preferência pela marca e seus produtos em razão de originalidade, criatividade e ótima relação custo/benefício.

Timberland

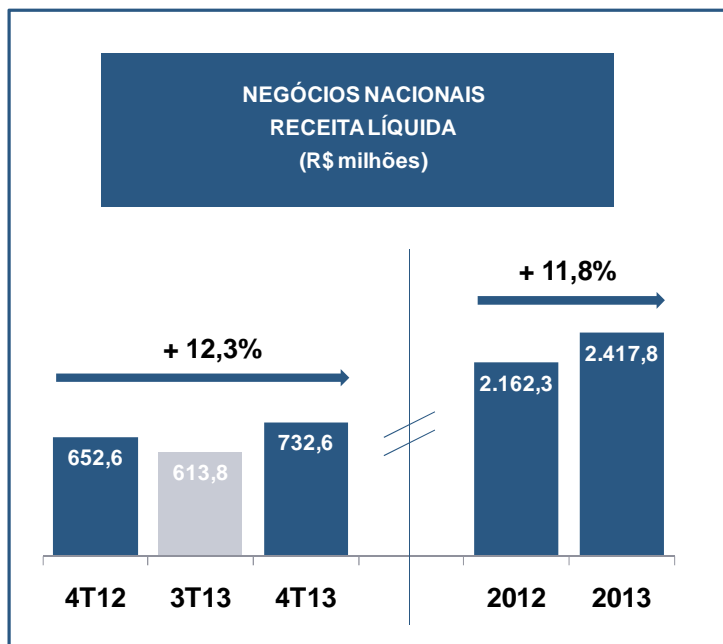
Timberland terminou o ano com 17 lojas, das quais 11 próprias. No conceito mesmas lojas, o volume de vendas cresceu 12%, se comparado ao de 2012, e 22% na comparação com o 4T12. O varejo Timberland registrou bom desempenho em 2013 em razão do fortalecimento da linha casual de calçados, da maior competitividade dos preços e da maior presença nas redes sociais.

Meggashop

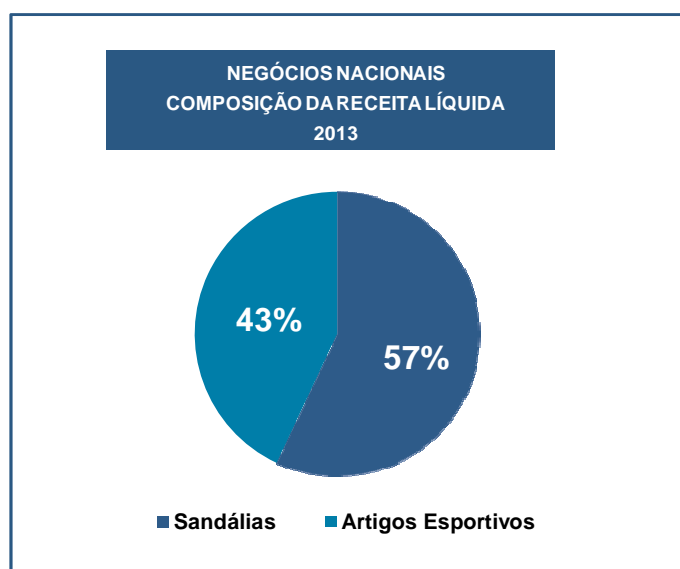
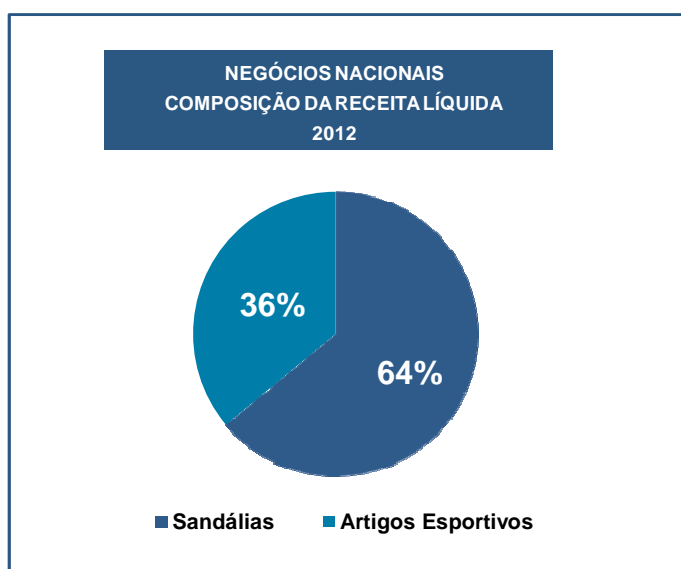
Ao final de 2013, Meggashop reunia 22 unidades no País, três mais que em 2012, com a abertura de lojas em Cabedelo (PB), Belo Horizonte (MG) e Montes Claros (MG), junto à nova fábrica de sandálias. No conceito mesmas lojas, o volume de vendas foi 13% maior que o de 2012, e 9% superior na comparação com o 4T12. A identidade visual da marca tornou-se mais leve e moderna, e o layout interno das lojas foi repaginado, o que melhorou a exposição dos produtos. O lançamento do site e as estreias no Facebook e no Twitter aproximaram o consumidor das lojas, além de servirem como meio para anunciar promoções, fornecer dados sobre produtos e orientar sobre esporte e saúde.

2.2. Receita líquida

Preços médios mais altos em sandálias e artigos esportivos e incremento nos volumes, principalmente de calçados esportivos, que têm maior valor, são os principais fatores responsáveis pelo aumento de 11,8% na receita líquida dos negócios nacionais em 2013, que acumulou R\$ 2.417,8 milhões. Desse montante, R\$ 732,6 milhões foram gerados no quarto trimestre, valor 12,3% superior ao do 4T12 (sandálias teve acréscimo de 9% na receita, e artigos esportivos, de 16,3%).



As inovações em design e tecnologia aplicadas aos calçados esportivos proporcionaram crescimento das vendas e da participação do negócio de Artigos Esportivos na receita do mercado interno: de 36%, em 2012, para 43%, em 2013.

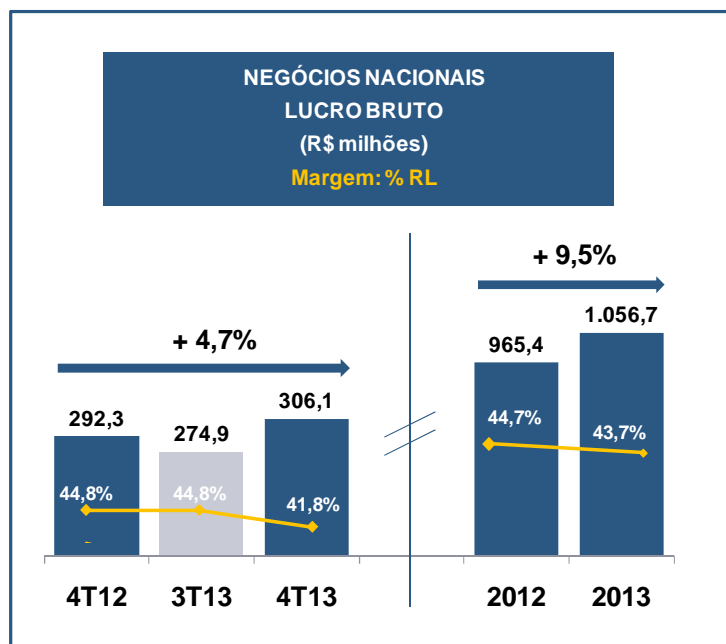


2.3. Lucro e margem bruta

Em 2013, o lucro bruto dos negócios nacionais alcançou R\$ 1.056,7 milhões, 9,5% superior ao de 2012. A margem bruta, de 43,7%, foi um ponto percentual menor que a de 2012 devido ao impacto da variação cambial (dólar mais forte que o real) no custo dos produtos acabados importados e à maior representatividade do negócio de Artigos Esportivos na receita, que, pela sua natureza, possui margens menores que o de Sandálias.

Já a queda de 4% no custo médio da borracha em reais no ano favoreceu a margem.

Do lucro bruto acumulado até dezembro, R\$ 306,1 milhões foram gerados no quarto trimestre, montante 4,7% maior que o do mesmo período do ano anterior. A margem bruta, de 41,8%, foi três pontos percentuais mais baixa que a do 4T12.

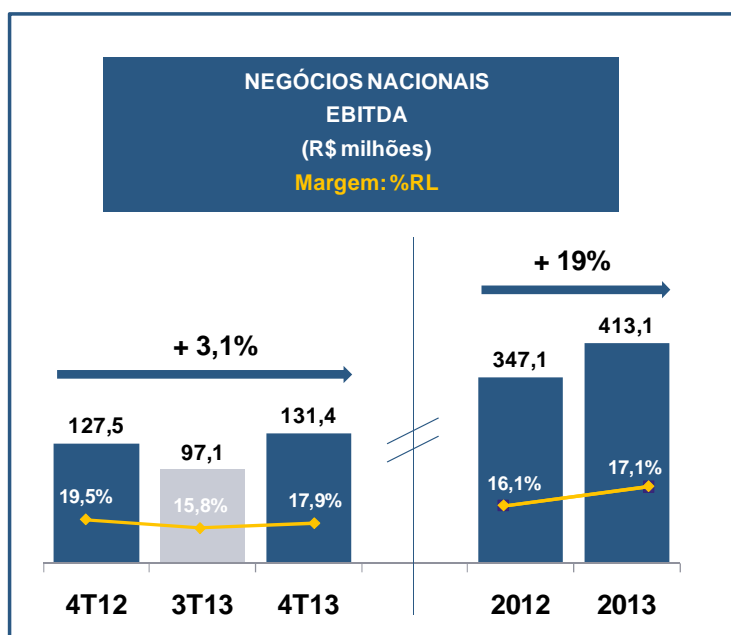


Além dos fatores que reduziram a margem bruta do ano, no 4T13 ela também foi impactada pela entrada em operação da fábrica de Montes Claros, que, durante a fase de construção de capacidade, dilui menos seus custos fixos.

Da mesma forma que no ano, a queda de 3,6% no custo médio da borracha em reais no quarto trimestre favoreceu a margem.

2.4. EBITDA

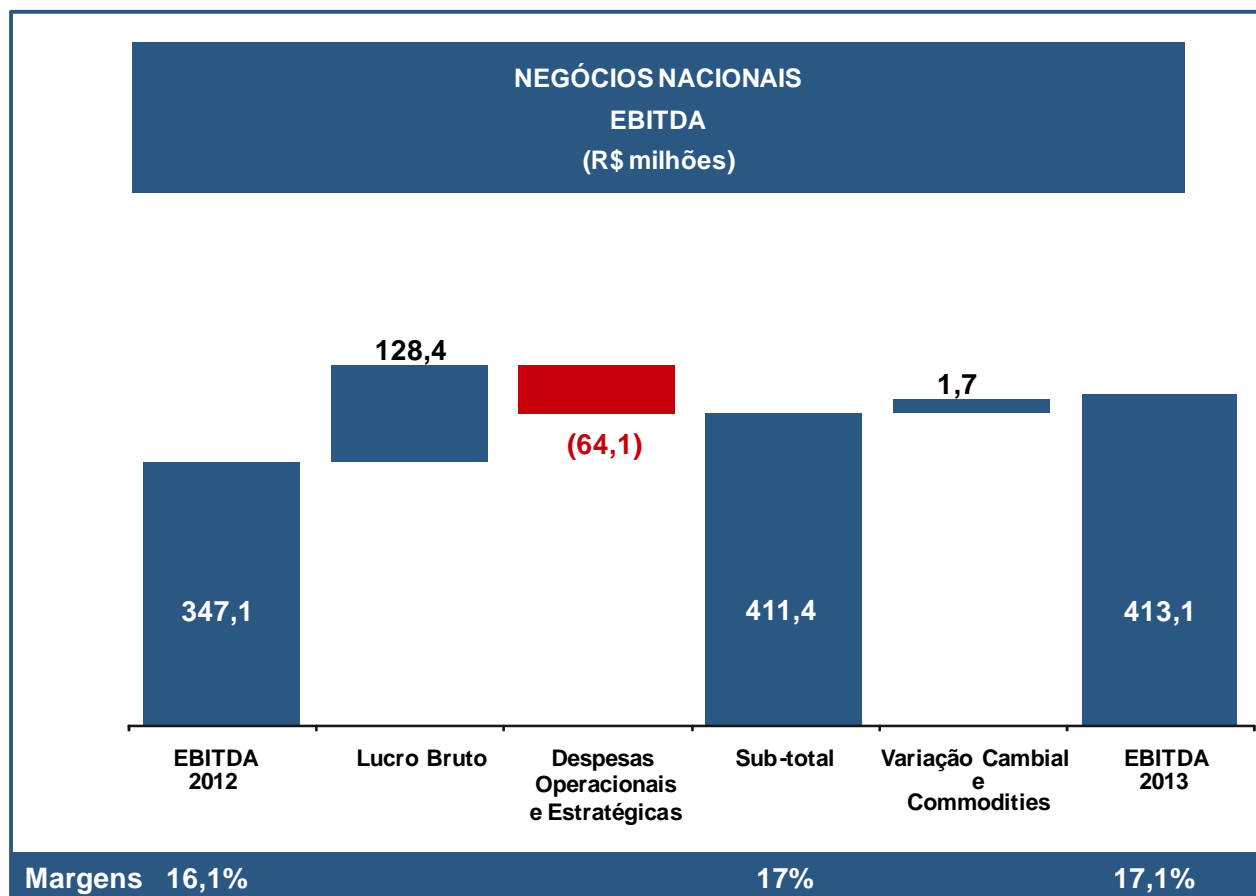
Em 2013, o EBITDA dos negócios nacionais somou R\$ 413,1 milhões, 19% superior ao de 2012, e a margem alcançou 17,1%, acréscimo de um ponto percentual. Do EBITDA anual, R\$ 131,4 milhões foram gerados no quarto trimestre, valor 3,1% superior ao do 4T12. A margem, de 17,9%, foi 1,6 ponto percentual menor.



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T13 e 2013

Os fatores que explicam a variação anual do EBITDA dos negócios nacionais são:

- Mais R\$ 128,4 milhões de lucro bruto, isolando-se o efeito do câmbio e commodities.
- R\$ 64,1 milhões mais com despesas operacionais e estratégicas, tais como: (i) fretes, royalties e comissões; (ii) comunicação e eventos de divulgação das marcas; (iii) ampliação da estrutura, em razão da estreia de Havaianas em novas categorias de produtos; e (iv) desenvolvimento e lançamento de produtos. Mesmo com desembolsos mais elevados, as despesas operacionais têm apresentado produtividade crescente, apoiada pela adoção do Orçamento Matricial de Despesas. Como resultado do controle mais rígido proporcionado por essa ferramenta, as despesas operacionais, que representavam 30,2% da receita líquida do Brasil em 2012, passaram a representar 29,8%, em 2013.
- R\$ 1,7 milhão resultantes da combinação: (i) do efeito negativo da variação cambial no custo dos produtos acabados importados e (ii) da soma dos efeitos positivos do custo menor da borracha, em dólar, mais o resultado com as operações de hedge.



A Alpargatas possui exposição ao dólar oriunda: (i) da aquisição de matérias-primas, principalmente borracha, cujo preço é atrelado a essa moeda, e (ii) das importações de artigos esportivos. A fim de aprimorar a gestão financeira, foi implementada, no início de 2013, a Política de Gestão de Risco Cambial, que estabelece diretrizes para operações de hedge realizadas por meio de instrumentos financeiros NDF – Non Deliverable Forward. Para minimizar o impacto no resultado da volatilidade do dólar, foi adotada, a partir de setembro, a metodologia de hedge accounting.

2.5. Osklen

A Osklen passou a integrar o portfólio de marcas da Alpargatas em uma plataforma inédita: a de vestuário de moda. A marca representa o estilo de vestir contemporâneo e cosmopolita, sendo um dos nomes mais influentes e inspiradores no mundo da moda. Seu jeito new luxury está presente em roupas, calçados e acessórios.

O contrato, assinado em março de 2013, contempla a aquisição de 30% do capital da empresa com a opção de compra de mais 30%, em 2014. Em seguida à concretização da transação, a Alpargatas e a Osklen avançaram nos trabalhos de otimização e evolução dos processos das áreas financeira, de gestão de riscos e recursos humanos.

Os destaques da Osklen durante o ano foram:

- Apresentação das coleções de inverno, verão e alto verão na São Paulo Fashion Week, o maior evento de moda da América Latina. Pelo segundo ano consecutivo, as coleções foram exibidas também na New York Fashion Week.
- Lançamento da coleção inverno 2013, batizada de Into The Mountains.
- Lançamento das coleções verão e alto verão 2014, nomeadas +5521RIO.
- Para ampliar a diversidade de modelos de calçados, além do tradicional Riva, foi lançado o modelo Soho.
- Desenvolvimento de uma nova plataforma de e-commerce para aumentar o contato com os consumidores. A iniciativa resultou em crescimento de mais de 80% nas vendas online.

3. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

3.1. Alpargatas Argentina

Na Alpargatas Argentina, 2013 foi o ano da retomada das vendas de artigos esportivos, de adequação e ajustes de custos e de grande austeridade no controle de despesas. Mesmo em uma conjuntura que dificulta realizar mudanças relevantes na estrutura das empresas, as ações executadas pela Administração da companhia trouxeram resultados positivos.

3.1.1. Volume de vendas

Em 2013, o volume de vendas de calçados esportivos cresceu 7,6%, somando 5,302 milhões de pares, dos quais 1,523 milhões foram comercializados no quarto trimestre, alta de 35,7% na comparação com o 4T12. Quatro fatores explicam essa evolução em um período em que o mercado argentino de calçados retraiu 6%: (i) coleções de calçados que melhor atenderam às expectativas dos consumidores; (ii) forte conexão de Topper com o consumidor argentino; (iii) segmentação dos clientes e desenho de uma estratégia de atendimento específica para os grupos, resultando na melhora da qualidade do serviço prestado; e (iv) reforço da comunicação no ponto de venda, com melhora da exposição dos produtos (visual merchandising).



Somando-se ao volume de calçados esportivos a quantidade de calçados não esportivos, de vestuários e de acessórios, foram comercializados 8,703 milhões de unidades, acréscimo de 5,3% ante 2012. Desse total, 2,512 milhões de unidades foram vendidas no 4T13, volume 23,9% acima do registrado no 4T12.

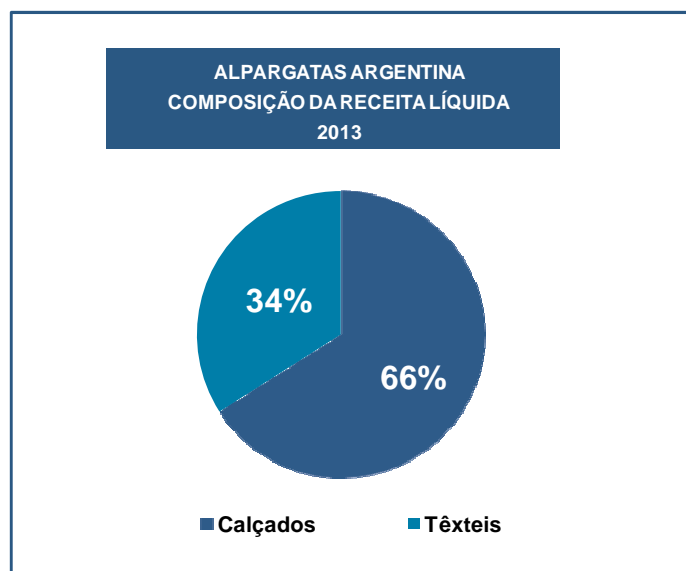
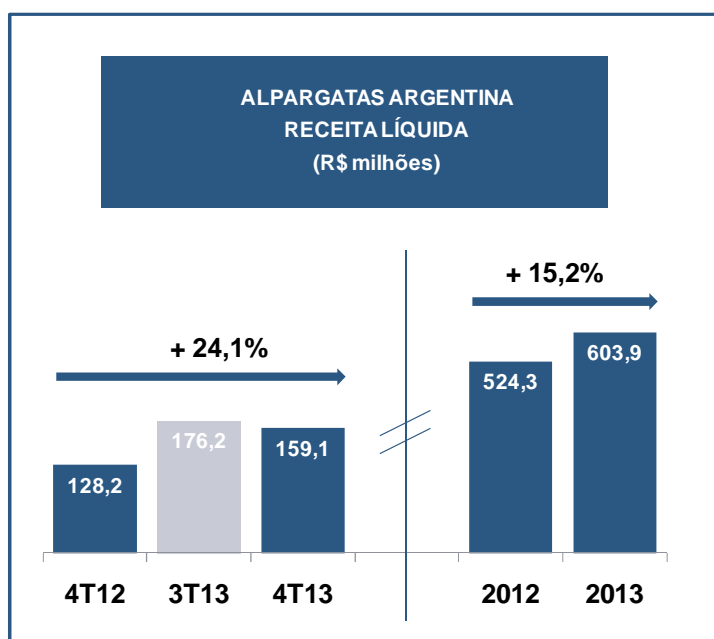
No quarto trimestre, as principais iniciativas adotadas pela Alpargatas Argentina para fortalecer Topper foram:

- Assinatura do contrato de patrocínio do Racing Club, um dos grandes times de futebol da Argentina, o que fortalecerá a conexão com o torcedor e dará mais visibilidade à marca a partir de 2014.
- Lançamento da camisa comemorativa de 110 anos do Newell 's Old Boys, time patrocinado pela Topper.
- Campanha digital e comunicação nos pontos de venda das coleções de calçados fabricadas a partir da parceria com os artistas Martín Churba e Valeria Pesqueira.
- Sexta edição da Mizuno Run Magazine, aplicativo de smartphone que visa aumentar a exposição da marca.

3.1.2. Receita líquida

Em 2013, a receita líquida da Alpargatas Argentina cresceu 15,2% e alcançou R\$ 603,9 milhões. Em pesos, a receita foi 26% maior. Desse montante, R\$ 159,1 milhões foram contabilizados no quarto trimestre, valor 24,1% superior ao do 4T12 – em pesos, a receita foi 42% maior do que a do 4T12.

Esses crescimentos decorrem dos volumes maiores, da recomposição dos preços de venda e do enriquecimento do mix de produtos comercializados.



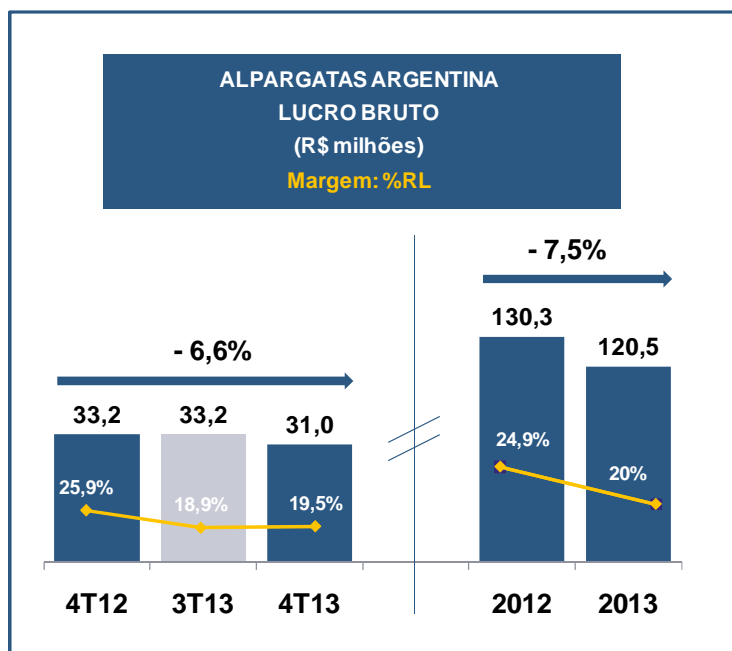
3.1.3. Lucro e margem bruta

Em 2013, o lucro bruto da Alpargatas Argentina acumulou AR\$ 306,3 milhões, dos quais AR\$ 82,6 milhões foram gerados no quarto trimestre. As variações, em relação a 2012 e ao 4T12 foram, respectivamente, de 1% e de 7%.

Devido à desvalorização de 8% do peso frente ao real em 2013, e de 12% no quarto trimestre, o lucro bruto, em reais, foi, respectivamente, 7,5% e 6,6% inferior ao de 2012 e ao do 4T12.

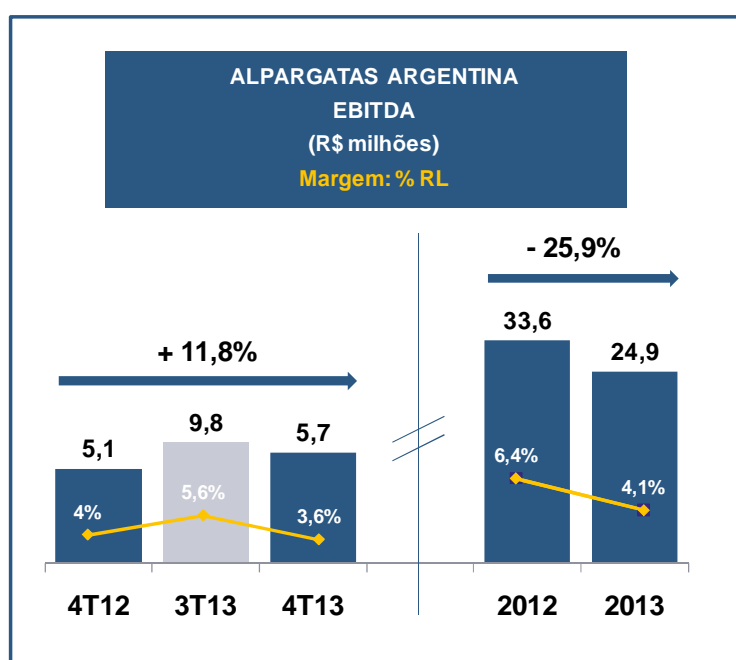
A margem bruta, de 20%, foi 4,9 pontos percentuais menor que a de 2012 e 6,4 pontos inferior à do 4T12 devido: (i) ao incremento dos custos provocado pela alta da inflação, principalmente os com a mão de obra direta, e (ii) ao incremento do custo do algodão em pesos: 30% em relação a 2012 e 28% na comparação com o 4T12.

Por outro lado, a maior absorção dos custos fixos, decorrente do aumento do volume de vendas de calçados esportivos, ajudou a minimizar o declínio da margem.



3.1.4. EBITDA

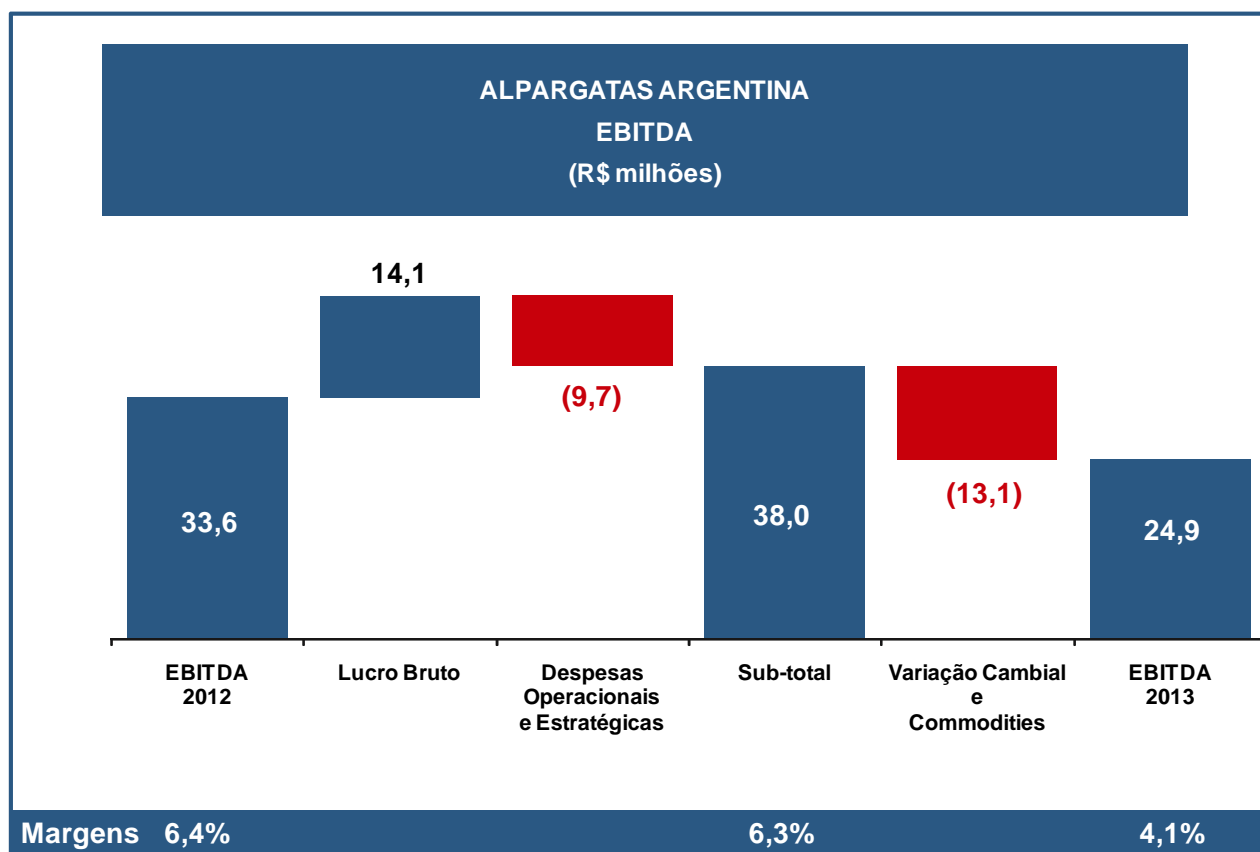
Em 2013, o EBITDA da Alpargatas Argentina somou R\$ 24,9 milhões, montante 25,9% menor que o de 2012, e a margem alcançou 4,1%, redução de 2,3 pontos percentuais. Do EBITDA de 2013, R\$ 5,7 milhões foram gerados no quarto trimestre, valor 11,8% superior ao do 4T12. A margem, de 3,6%, foi 0,4 ponto percentual menor.



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T13 e 2013

Os fatores que explicam a variação anual do EBITDA da Alpargatas Argentina são:

- ▣ Mais R\$ 14,1 milhões no lucro bruto (sem efeito de commodities e câmbio), em razão do forte crescimento da receita.
- ▣ R\$ 9,7 milhões mais com as despesas operacionais e estratégicas (comerciais e administrativas) necessárias para apoiar o crescimento das vendas de Topper. Os valores desse grupo de despesas também aumentaram em razão da inflação mais forte.
- ▣ R\$ 13,1 milhões com o aumento do custo do algodão e com o impacto da variação cambial (real mais forte que o peso). Sem esses fatores, o EBITDA somaria R\$ 38,0 milhões, apresentaria crescimento de 13,1% e a margem permaneceria estável em relação à de 2012.



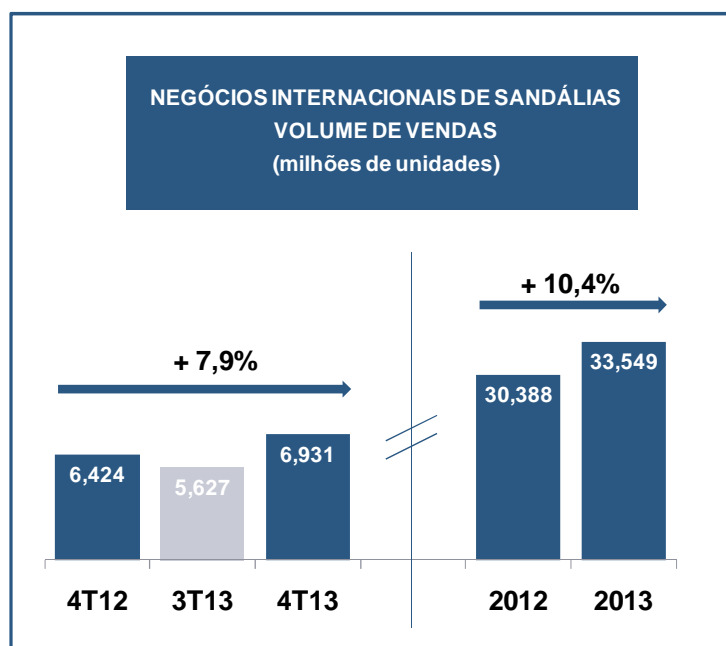
3.2. Negócios Internacionais de Sandálias – Alpargatas USA, Alpargatas Europa e Exportações

3.2.1. Volume de vendas

No ano, a quantidade de unidades comercializadas pelas subsidiárias Alpargatas USA e Alpargatas Europa, somada às exportações, totalizou 33,549 milhões, volume 10,4% superior ao de 2012. Desse total, 6,931 milhões de unidades foram comercializadas no quarto trimestre, acréscimo de 7,9% ante o mesmo período do ano anterior.

Em relação a 2012, e ao 4T12, os incrementos dos volumes de vendas apresentaram, respectivamente, por região, os seguintes percentuais:

- Estados Unidos: 33% e 26%;
- Europa: 24% e 31%; e
- Exportações: 5% em ambos os períodos.



Os fatores que explicam o bom desempenho das vendas de sandálias no mercado internacional foram: (i) o aumento do número de clientes nos Estados Unidos; (ii) a abertura de lojas em Miami, na Flórida, e em Topanga, na Califórnia; (iii) campanhas publicitárias mais efetivas no mercado americano; (iv) a abertura de cinco lojas próprias e 23 franquias na Europa; (v) entrada em novos mercados, como, por exemplo, Miamar, e crescimento das exportações para países com alto número de consumidores, como Austrália, Índia, China, Vietnã e Indonésia; e (vi) a realização do evento MYOH - Make Your Own Havaianas em vários países.

O desempenho de Havaianas no exterior decorre de várias iniciativas que têm proporcionado maior conhecimento da marca entre os consumidores. Entre elas, destacaram-se no quarto trimestre:

Estados Unidos

- Início das vendas para a J.Crew, loja de vestuário premium que possui mais de 300 pontos de venda no país.
- Lançamento da primeira coleção Resort, para atender à demanda dos consumidores que viajam para regiões mais quentes.
- Continuidade da veiculação da campanha “Instant Joy” nas mídias digital e social e nos pontos de venda.
- Realização de trade shows em Atlanta e Chicago para apresentação da coleção primavera/verão 2014.
- Eventos específicos para apresentar a nova coleção de sandálias a editores de moda.

Europa

- Campanha das galochas Havaianas em importantes revistas de moda como *Cosmopolitan* e *Glamour* e nas lojas próprias.
- Início das vendas da coleção especial de sandálias desenhadas em parceria com a grife Valetino.

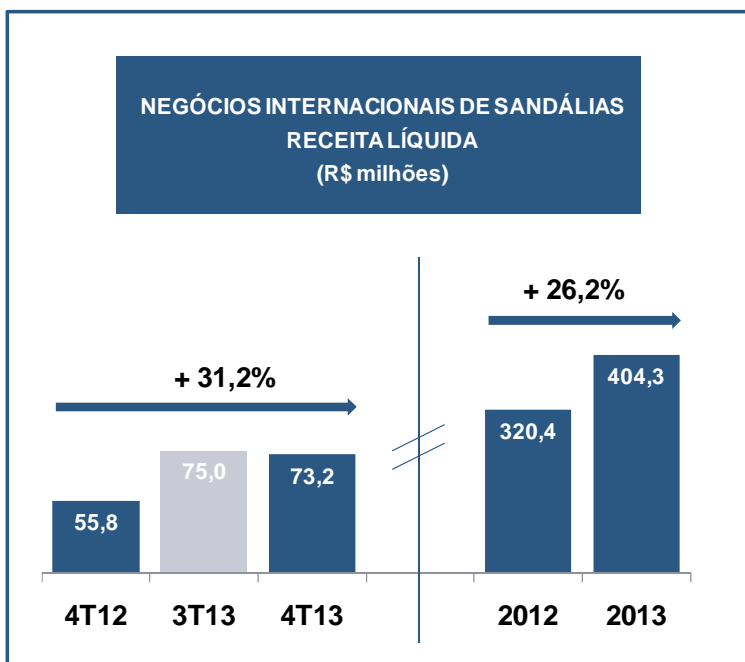
Exportações

- Realização do MYOH - Make Your Own Havaianas na África do Sul.
- Parceria de Havaianas com a Swarovski, o que resultou em modelos de sandálias comercializados na Galerie Lafayette de um importante shopping center de Jacarta, na Indonésia.
- Realização da 2ª edição do torneio de frescobol "Havaletas" na Argentina, com raquetes em forma de Havaianas. O valor arrecadado no evento foi destinado à construção de hospitais para crianças com câncer por meio da Fundación Garrahan.

3.2.2. Receita líquida

A receita líquida dos negócios internacionais de sandálias acumulou R\$ 404,3 milhões em 2013, montante 26,2% superior ao de 2012. No quarto trimestre, a receita totalizou R\$ 73,2 milhões, valor 31,2% acima do obtido no mesmo período do ano anterior. Esse desempenho é resultante dos seguintes fatores:

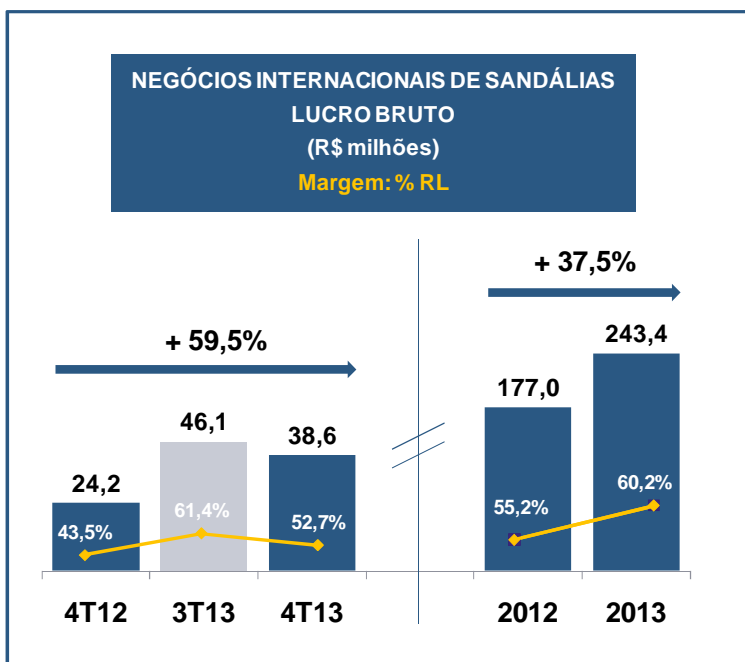
1. Crescimentos, em relação a 2012 e ao 4T12, respectivamente, das receitas em moedas estrangeiras:
 - Dólar: 9% e 13%.
 - Euro: 25% e 49%.
2. Dólar e euro mais fortes em relação ao real.



3.2.3. Lucro e margem bruta

Em 2013, o lucro bruto das vendas de sandálias no mercado externo somou R\$ 243,4 milhões, montante 37,5% maior que o do ano anterior. Desse valor, R\$ 38,6 milhões foram gerados no quarto trimestre, o que representa 59,5% acima do registrado no 4T12. As margens evoluíram de 55,2%, em 2012, para 60,2%, em 2013, e de 43,5%, no 4T12, para 52,7%, no 4T13.

Em ambos os períodos, as margens brutas foram beneficiadas pela queda do custo médio da borracha em reais, pelo câmbio e pela maior participação do varejo, principalmente na Europa, que possui margens mais elevadas.



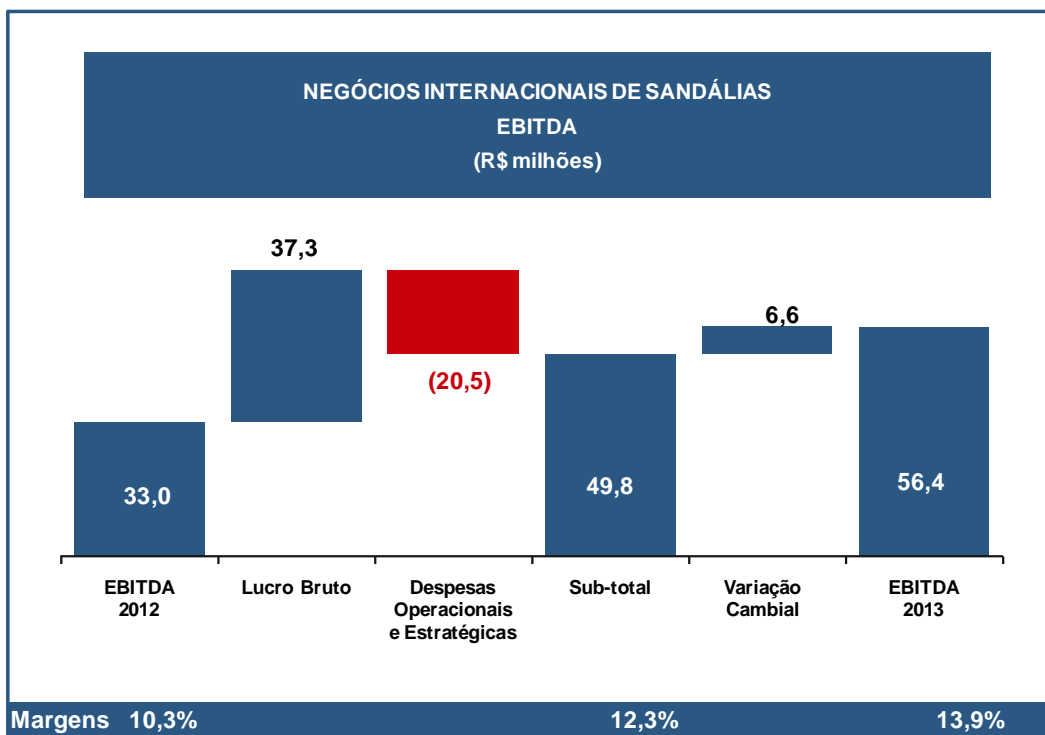
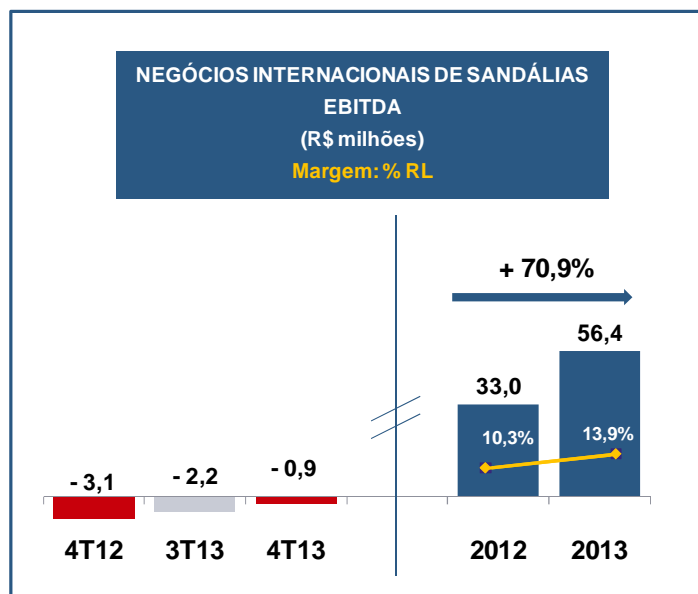
3.2.4. EBITDA

Em 2013, o EBITDA dos negócios internacionais de sandálias somou R\$ 56,4 milhões, 70,9% mais do que o de 2012, e a margem alcançou 13,9%, evolução de 3,6 pontos percentuais.

Quanto ao desempenho no quarto trimestre, houve substancial melhora de R\$ 2,2 milhões no EBITDA, decorrente do composto volume, preço e mix e economia nas despesas operacionais, principalmente com a comunicação. As moedas estrangeiras mais fortes contribuíram positivamente.

Os fatores que explicam a variação anual do EBITDA dos negócios internacionais de sandálias são:

- ↑ Mais R\$ 37,3 milhões no lucro bruto.
- ↓ R\$ 20,5 milhões mais com as despesas operacionais e estratégicas decorrentes dos gastos mais elevados em comunicação, eventos, abertura de lojas, ampliação dos pontos de venda e maior headcount das subsidiárias na Europa e nos Estados Unidos. Mesmo com aumento das despesas, houve ganho de produtividade, uma vez que elas diminuíram sua representatividade em relação à receita líquida: passaram de 44,2%, em 2012, para 43,8%, em 2013.
- ↑ R\$ 6,6 milhões com o efeito positivo da variação cambial resultante da apreciação do dólar e do euro ante o real.



4. RESULTADO CONSOLIDADO

4.1. Receita líquida e volume de vendas

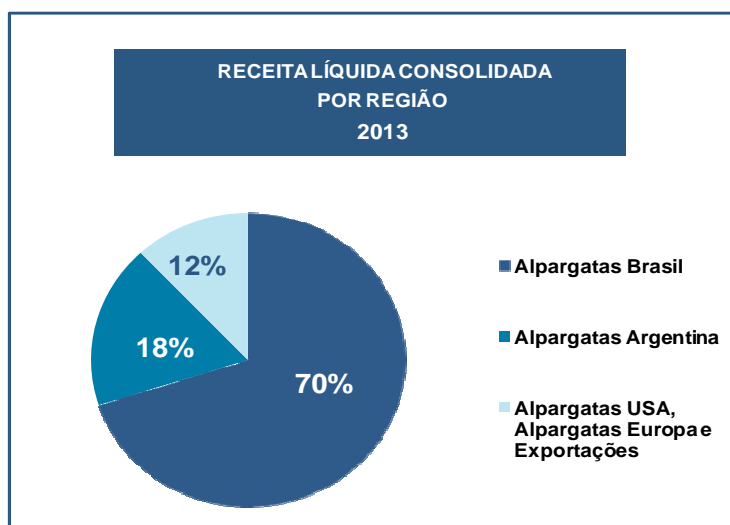
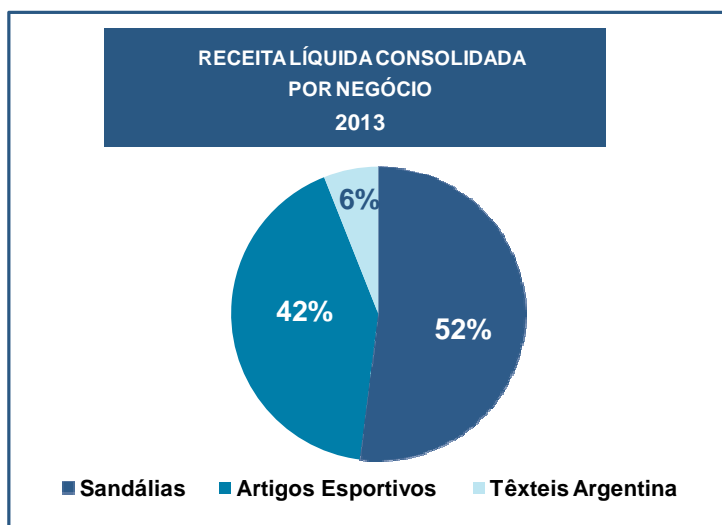
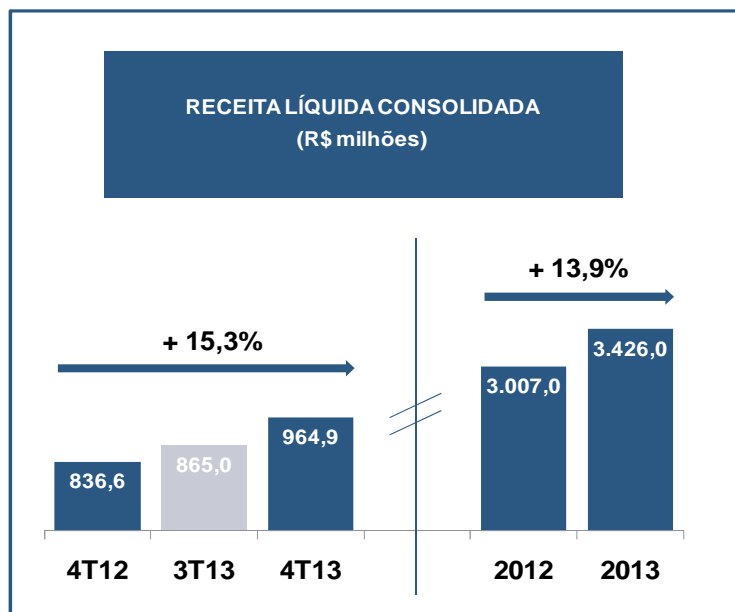
A receita líquida consolidada alcançou R\$ 3.426,0 milhões em 2013, alta de 13,9% na comparação com 2012. Desse valor, R\$ 964,9 milhões foram contabilizados no quarto trimestre, cifra 15,3% superior a do 4T12. O desempenho reflete os aumentos registrados nas seguintes receitas:

- 11,8%, nos negócios nacionais;
- 15,2%, na Alpargatas Argentina (26% em pesos); e
- 26,2%, nos negócios internacionais de sandálias (9% em dólar e 25% em euro).

Em um ano em que os brasileiros foram mais cautelosos em relação aos gastos com bens de consumo, e o varejo registrou menor ritmo de vendas, segundo a Serasa Experian, o

crescimento do faturamento da Alpargatas se destaca. Além dos volumes de vendas maiores no Brasil e no exterior, e da eficácia na administração da política comercial e gestão das vendas, a empresa vendeu mais porque tem marcas que lideram/dominam seus mercados, têm ampla distribuição e oferecem aos consumidores produtos inovadores em design e tecnologia a preços compatíveis com todos os níveis de renda.

A participação do negócio de Artigos Esportivos na receita consolidada subiu, impulsionada pela expansão das vendas no Brasil e na Argentina, e passou de 38%, em 2012, para 42%, em 2013. O mercado externo também apresentou maior representatividade na receita total devido à evolução dos negócios na Argentina e de sandálias no exterior.

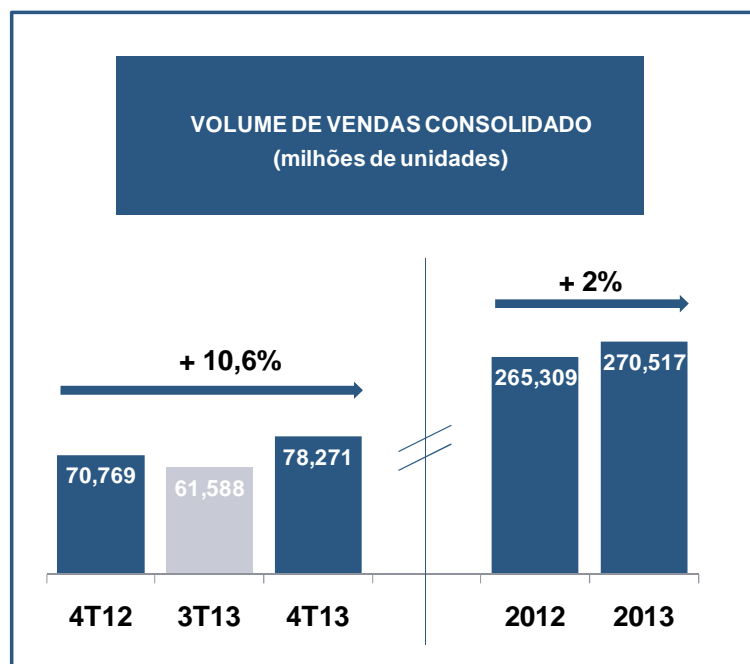


DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T13 e 2013

Em 2013, foram comercializadas 270,517 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios nos mercados interno e externo, quantidade 2% superior à de 2012, decorrente das seguintes variações dos volumes de vendas:

- 16,1%, em calçados esportivos no Brasil;
- 7,6%, em calçados esportivos na Argentina; e
- 10,4%, nos negócios internacionais de sandálias.

No quarto trimestre, o volume saltou 10,6% em relação ao 4T12, somando 78,271 milhões de unidades, devido, principalmente, ao incremento das vendas de sandálias no Brasil. O faturamento e expedição de Havaianas a partir da fábrica de Montes Claros em outubro marcou o fim da limitação de capacidade existente até o terceiro trimestre do ano.



O varejo é uma importante via de crescimento e rentabilidade para a Alpargatas. As lojas exclusivas proporcionam uma experiência única de marca aos consumidores porque apenas nesses espaços eles encontram toda a variedade de produtos. No encerramento do ano, 583 unidades estavam em operação no Brasil e no exterior.

MARCA	Brasil	Exterior	Total
Havaianas	343	91	434
Timberland	17	-	17
Topper	-	13	13
Meggashop	22	-	22
Outlet Alpargatas	-	17	17
Osklen	73	7	80
Total lojas	455	128	583

4.2. Lucro e margem bruta

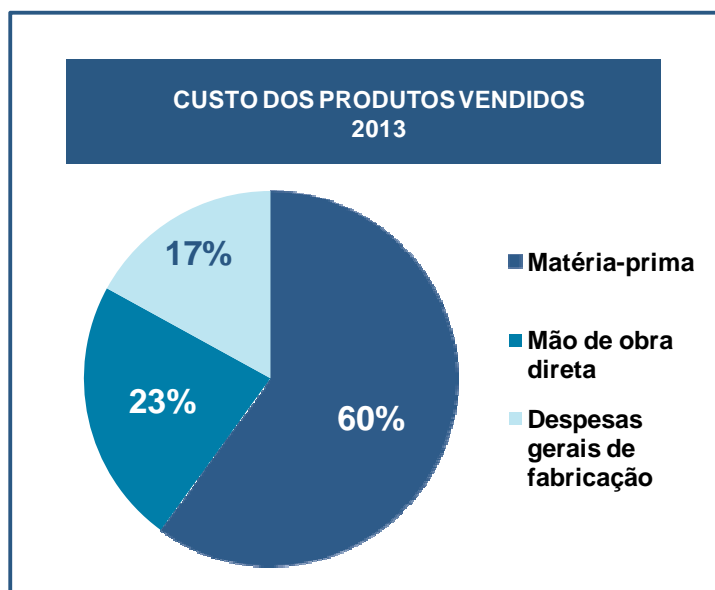
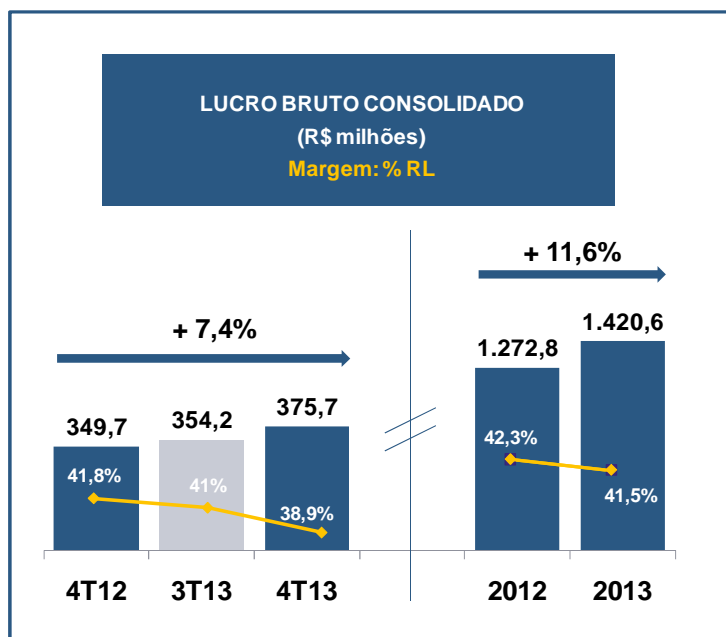
O lucro bruto consolidado foi de R\$ 1.420,6 milhão em 2013, valor 11,6% maior que o de 2012 em decorrência dos aumentos ocorridos nos lucros dos negócios nacionais, principalmente no de artigos esportivos, e internacionais de sandálias. O lucro bruto consolidado do quarto trimestre, de R\$ 375,7 milhões, saltou 7,4% na comparação com o do 4T12.

A margem bruta consolidada, de 41,5%, foi 0,8 ponto percentual inferior à de 2012. A do quarto trimestre, de 38,9%, foi menor em 2,9 pontos percentuais em relação ao 4T12. Os principais fatores que explicam a variação da margem bruta são:

- Impacto da variação cambial no custo dos produtos acabados importados para o Brasil;
- Entrada em operação da fábrica de Montes Claros, que, durante a fase de construção de capacidade, diluiu menos seus custos fixos;
- Aumento dos custos provocado pela alta da inflação na Argentina, principalmente com mão de obra direta;
- Incremento do custo do algodão em pesos argentinos: 30%, em relação a 2012 e 28%, na comparação com o 4T12; e
- Maior representatividade do negócio de Artigos Esportivos na receita, que, pela sua natureza, possui margens menores que o de Sandálias.

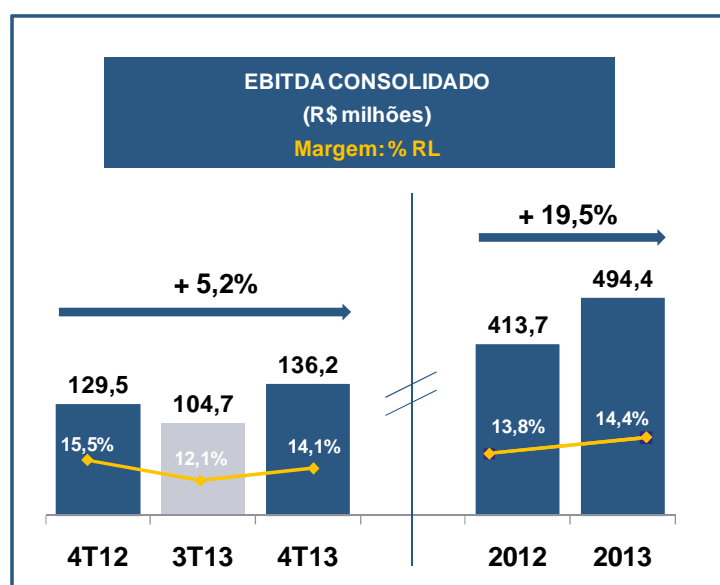
A queda ano a ano de 4% no custo médio da borracha em reais foi importante para minimizar o impacto desses fatores na margem bruta.

A composição do custo dos produtos vendidos em 2013 foi a seguinte:



4.3. EBITDA

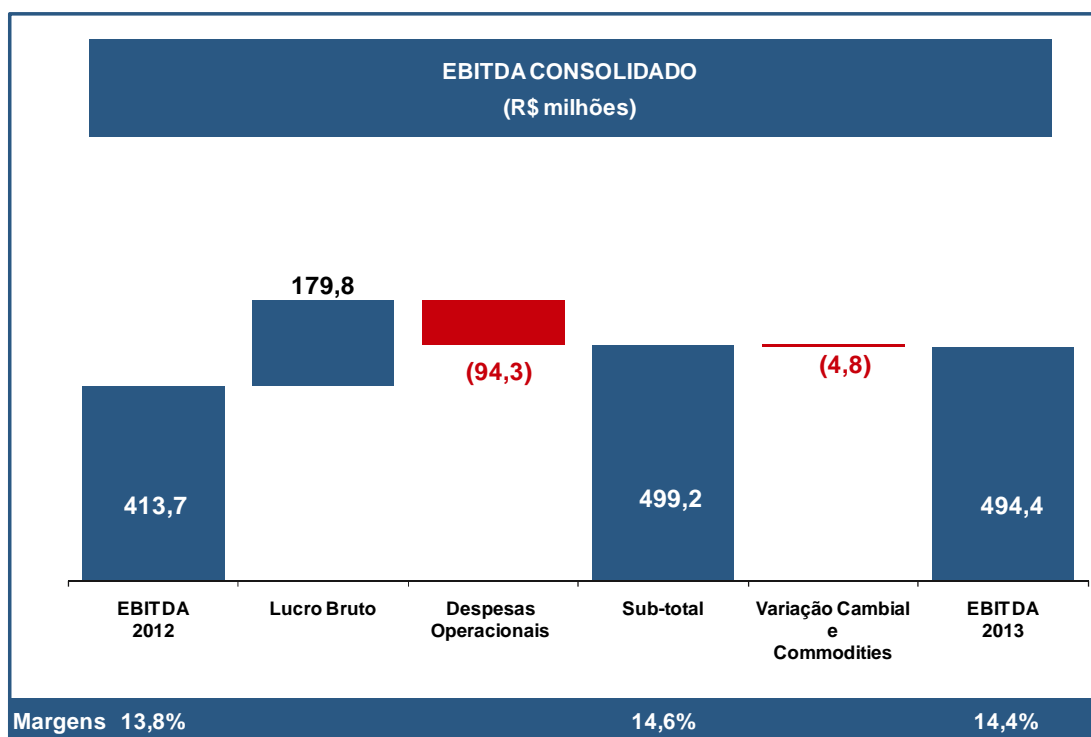
Em 2013, a Alpargatas mudou o patamar de seu EBITDA, que alcançou quase meio bilhão de reais. O montante de R\$ 494,4 milhões gerado foi 19,5% maior que o de 2012. A margem, de 14,4%, cresceu 0,6 ponto percentual. Do EBITDA de 2013, R\$ 136,2 milhões foram gerados no quarto trimestre, valor 5,2% superior ao do 4T12. A margem, de 14,1%, foi 1,4 ponto percentual menor.



Os fatores que explicam a variação anual do EBITDA consolidado são:

- ▮ Mais R\$ 179,8 milhões no lucro bruto, alcançado pela expansão dos lucros brutos das operações nacionais e o do negócio internacional de sandálias.
- ▮ R\$ 94,3 milhões mais com despesas operacionais e estratégicas decorrentes do avanço dos negócios no Brasil e no exterior. São exemplos: (i) a abertura de lojas próprias nos EUA e na Europa, com conseqüente incremento do número de empregados; (ii) a comunicação e os eventos de divulgação das marcas, especialmente de Havaianas, no Brasil e exterior; (iii) o aumento da estrutura no Brasil em razão da entrada de Havaianas em novas categorias de produtos; e (iv) o desenvolvimento e lançamento de produtos. Mesmo com desembolsos mais elevados, as despesas operacionais têm apresentado maior produtividade, apoiada pela adoção do Orçamento Matricial de Despesas. Como resultado do controle mais rígido proporcionado por essa ferramenta, as despesas operacionais, que representavam 29,8% da receita líquida consolidada de 2012, passaram a representar 29% na de 2013.
- ▮ R\$ 4,8 milhões resultantes:
 - Do aumento do custo dos produtos acabados importados para o Brasil, devido à variação cambial;
 - Da alta do custo do algodão na Argentina; e
 - Do resultado positivo do hedge operacional.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T13 e 2013



Para o cálculo do EBITDA ajustado, a companhia exclui o resultado operacional da equivalência patrimonial das empresas coligadas, as provisões não operacionais e os gastos com investimentos estratégicos não recorrentes, por serem itens cuja natureza não interfere na geração potencial de caixa de suas operações. A seguir está demonstrado o cálculo do EBITDA conforme Instrução CVM 527.

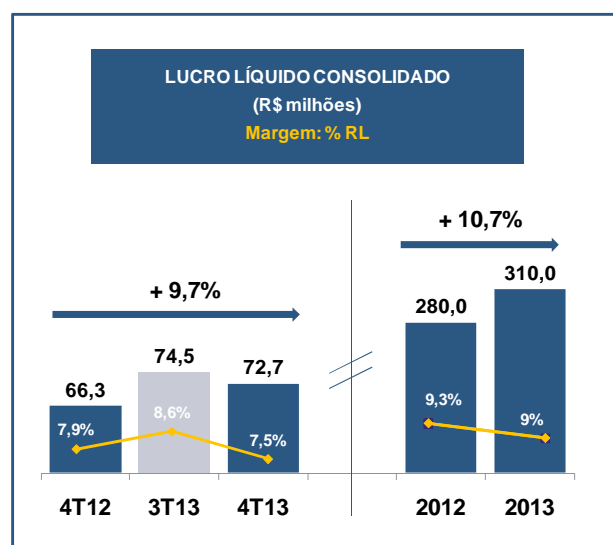
	4T12	4T13	2012	2013
Lucro líquido do exercício	66,3	72,7	280,0	310,0
(+) I.R. e contribuição social	10,5	6,3	19,3	37,7
(-) Resultado financeiro	(2,0)	8,7	(8,1)	(22,0)
(+) Depreciação e amortização	16,1	18,1	60,7	66,5
(+) Resultado financeiro, impostos e depreciação da equivalência patrimonial de empresas coligadas	29,3	17,5	48,6	43,7
(=) EBITDA conforme Instrução CVM 527	120,2	123,3	400,5	435,9
(+/-) Resultado operacional da equivalência patrimonial de empresas coligadas	3,8	0,8	(5,7)	(16,6)
(+) Provisões não-operacionais	4,7	4,6	15,2	17,4
(+) Itens não-recorrentes: investimentos estratégicos	0,8	5,4	3,7	12,8
(+) Hedge	-	2,1	-	44,9
EBITDA AJUSTADO	129,5	136,2	413,7	494,4

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 de outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça uma medida do fluxo de caixa, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional da sociedade.

4.4. Lucro líquido

Em 2013, a Alpargatas acumulou lucro líquido consolidado de R\$ 310,0 milhões, 10,7% mais que os R\$ 280,0 milhões gerados no ano anterior. A margem líquida, de 9%, ficou estável. No quarto trimestre, o lucro líquido somou R\$ 72,7 milhões, montante 9,7% superior ao do 4T12, e a margem atingiu 7,5%.

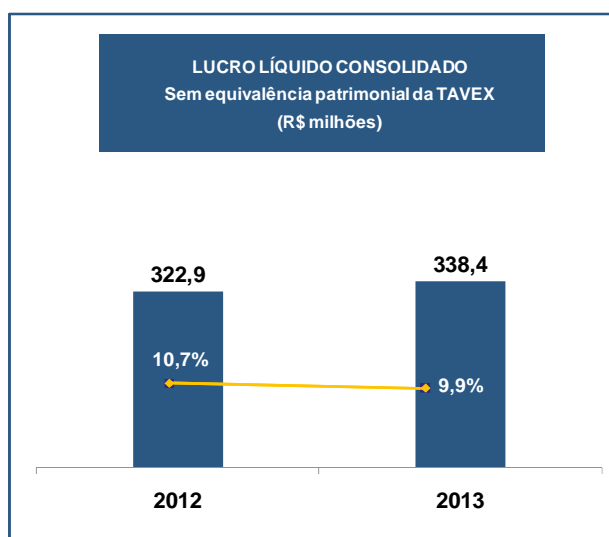
A maior geração de EBITDA decorrente do custo mais baixo da borracha, da maior produtividade das despesas operacionais e do resultado positivo do hedge, foi o fator que mais contribuiu para o crescimento do lucro.



Já os fatores que reduziram o lucro líquido foram:

- Resultado financeiro: apresentou variação negativa de R\$ 31,0 milhões devido: (i) à redução das receitas financeiras provocada pela menor rentabilidade do CDI e (ii) ao aumento das despesas financeiras em decorrência do maior volume de empréstimos.
- Imposto de renda: apresentou variação negativa de R\$ 18,5 milhões em razão da maior geração de lucro no período.

Excluindo-se o resultado da equivalência patrimonial da coligada Tavex, maior fabricante mundial de tecidos denim, da qual a Alpargatas possui 18,7% do capital, e, portanto, não participa da administração direta, o lucro líquido acumularia R\$ 338,4 milhões em 2013 e R\$ 322,9 milhões em 2012.

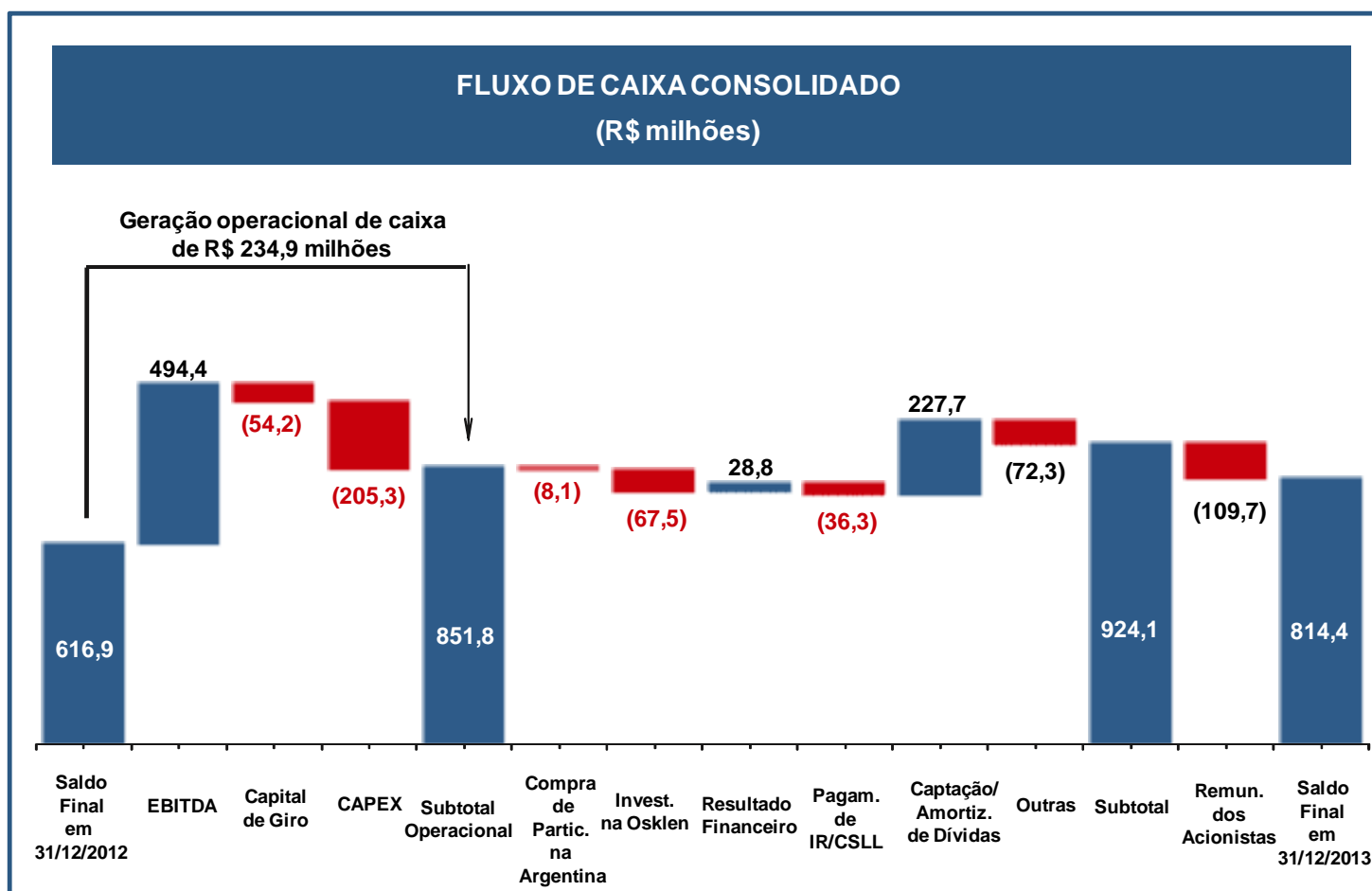


4.5. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

Com a melhora da gestão de estoques em 14 dias, o CCC encerrou 2013 em 40 dias, redução de 11 dias em relação à 31/12/2012. As contas a receber de clientes e o prazo de pagamento aos fornecedores mantiveram-se estáveis na comparação ano a ano.

4.6. Fluxo de caixa

Em 31/12/2013, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 814,4 milhões, ante R\$ 616,9 milhões na mesma data do ano anterior. A geração operacional totalizou R\$ 234,9 milhões. O maior impacto positivo no caixa nos 12 meses deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 494,4 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 54,2 milhões em capital de giro para apoiar a evolução dos negócios; (ii) R\$ 205,3 milhões em Capex, que inclui os investimentos na nova fábrica em Montes Claros; (iii) R\$ 67,5 milhões com o pagamento inicial da aquisição de 30% do capital da Osklen; e (iv) R\$ 109,7 milhões com a remuneração dos acionistas.



4.7. Endividamento

Em 31 de dezembro de 2013, o endividamento financeiro consolidado da Alpargatas era de R\$ 556,8 milhões, sendo R\$ 387,2 milhões denominados em reais e R\$ 169,6 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 275,3 milhões (49% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 111,6 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 163,7 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 281,5 milhões (51% do total) com vencimento em longo prazo, sendo R\$ 275,6 milhões em moeda nacional e R\$ 5,9 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
 - 2015: R\$ 108,1 milhões;
 - 2016: R\$ 57,9 milhões;
 - 2017: R\$ 20,3 milhões;
 - 2018: R\$ 19,3 milhões; e
 - 2019 em diante: R\$ 75,9 milhões.

Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e BNDES Finame

A fábrica de sandálias em Montes Claros é um empreendimento estratégico relevante que suportará a expansão mundial das vendas de Havaianas. Em 2012, foram contratados para o projeto empréstimos e financiamentos com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e o BNDES linha Finame, que somam R\$ 191,3 milhões. As taxas de juros são pré-fixadas em 2,5% ao ano, custo que otimiza a estrutura de capital da companhia. O prazo de pagamento é de dez anos, com carência de dois anos. Do total, R\$ 150,5 milhões foram liberados até dezembro de 2013 e entraram no caixa. O saldo de R\$ 40,8 milhões será liberado durante o primeiro trimestre de 2014.

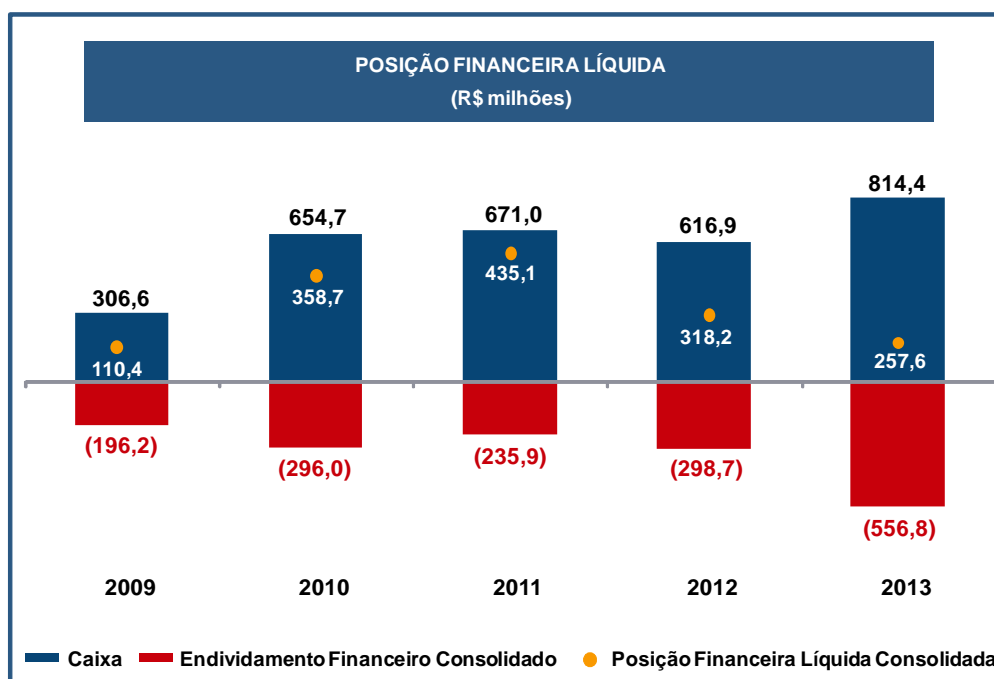
BNDES EXIM Pré-embarque

Em setembro de 2012 e agosto 2013 a companhia recebeu créditos de R\$ 30,0 milhões e R\$ 70,0 milhões, respectivamente, referentes à linha do BNDES EXIM Pré-embarque, ao custo fixo de 8% ao ano. Os recursos têm o objetivo de financiar as exportações de sandálias e serão amortizados em seis parcelas, com vencimentos entre 2014 e 2015.

Nota de Crédito à Exportação (NCE)

Em fevereiro e em julho de 2013 a Alpargatas obteve créditos de R\$ 25,0 milhões e R\$ 10,0 milhões, respectivamente, referentes à Nota de Crédito à Exportação (NCE) ao custo fixo médio de 7,5% ao ano. A linha de crédito é semelhante à operação de BNDES-EXIM Pré-embarque, e será amortizada em parcelas únicas nas datas de vencimento em 2016.

Subtraindo-se o endividamento de R\$ 556,8 milhões, a posição financeira líquida da Alpargatas é de R\$ 257,6 milhões em 31 de dezembro de 2013, reforçando a sua solidez financeira.



5. MERCADO DE CAPITAIS E REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

Em 2013, a Alpargatas comemorou 100 anos de capital aberto. Nos últimos dez anos, findos no exercício, as ações valorizaram 1.700%, enquanto o Ibovespa subiu 130%, o que comprova a construção de forte credibilidade e transparência na comunicação com o mercado de capitais. As ações preferenciais (ALPA4) encerraram o ano cotadas a R\$ 14,80, valor 7,8% maior que o de 31 de dezembro de 2012. As ordinárias (ALPA3), ao preço de R\$ 12,99, valiam 2,8% menos, na mesma comparação. Em 2013, o índice Ibovespa registrou desvalorização de 15,5%. A comunicação mais ativa com o mercado de capitais e a maior proximidade com investidores contribuíram para o bom desempenho dos papéis da Alpargatas na bolsa de valores em um ano de forte volatilidade no mercado acionário mundial. Em 31 de dezembro de 2013, o valor da empresa na BM&FBovespa era de R\$ 5,8 bilhões. O volume médio diário de negociação foi de R\$ 5,6 milhões, 2% maior que o de 2012. A Alpargatas incrementou a remuneração dos acionistas com pagamento recorde de juros sobre o capital próprio (JCP) e dividendos, mesmo com o impacto no lucro líquido causado pela equivalência patrimonial da coligada Tavex. Em 2013, foram pagos R\$ 85,1 milhões na forma de JCP e, em 25/04/2014, serão pagos dividendos complementares de R\$ 32,7 milhões, totalizando R\$ 117,8 milhões, referentes ao exercício. O valor representa 38% do lucro líquido acumulado no ano ou 71,6% do lucro líquido distribuível (sem a reserva para incentivos fiscais). Adicionalmente ao pagamento de JCP e dividendos, o Conselho de Administração autorizou a inclusão nas matérias a serem votadas na Assembleia Geral Extraordinária de acionistas que se realizará em 23 de abril, do aumento do capital social da companhia mediante a utilização de R\$ 23,9 milhões provenientes da Reserva de Investimentos de 2008, com a emissão de 42.768.162 ações, sendo 21.964.414 ordinárias e 20.803.748 preferenciais. Caso a matéria seja aprovada, as ações serão distribuídas em bonificação aos acionistas de acordo com suas respectivas participações no capital da empresa. O Edital de Convocação da AGE conterá todas as informações necessárias para o entendimento do assunto.

6. PERSPECTIVA

A Alpargatas inicia 2014 preparada para entregar resultados ainda melhores que os obtidos em 2013, com fortes indicadores de receita, de rentabilidade e de geração de valor sobre o patrimônio dos acionistas. Embora a economia brasileira não deva apresentar grande dinamismo, a manutenção da renda e o baixo índice de desemprego são fatores que sustentarão o consumo. Nesse ambiente, ter marcas fortes e desejadas, cujos portfólios incluem produtos com preços que se encaixam em diferentes níveis de renda, é uma das vantagens da Alpargatas.

Para continuar a aumentar a rentabilidade, além dos incrementos de volume e receita, será mantido o foco em processos administrativos e fabris que trarão mais produtividade, e reforçado o controle de custos e despesas. A geração de caixa continuará a se destacar no desempenho da companhia. Todavia, um ponto de atenção será a volatilidade do real frente ao dólar. Por essa razão, a proteção contra as variações da taxa de câmbio deve prosseguir por meio da execução da política de hedge operacional.

As operações da Alpargatas seguirão em ritmo de expansão nos mercados doméstico e internacional, buscando impulsionar a receita.

No Brasil, Havaianas seguirá investindo em inovação, comunicação, expansão do varejo e extensão da marca para a categoria vestuário. A nova fábrica em Montes Claros dará fim à restrição de capacidade e possibilitará o atendimento pleno da demanda com consequente aumento de participação de mercado.

Em Artigos Esportivos, Topper terá seu nome fortalecido no futebol, mercado que apresentará boas oportunidades de expansão com a realização do maior evento da modalidade no País. Rainha terá ganho de escala com novas tecnologias, fortalecendo-se no mercado brasileiro de artigos esportivos casuais. Mizuno continuará a liderar o segmento running performance com novos tênis para corrida, e avançará no futebol, no vôlei e no handebol, de forma a expandir seu nome no mercado brasileiro de artigos esportivos. Timberland aumentará sua presença no segmento casual com maior oferta de produtos em todos os canais de venda.

No segundo trimestre de 2014 será concluída a aquisição de 30% da Osklen, quando, então, a Alpargatas decidirá sobre o exercício da opção de compra de mais 30%, totalizando 60% do negócio. A partir daí, o desafio será continuar crescendo de forma sustentável sem mudar a essência da marca e acelerar a expansão internacional por meio da abertura de lojas.

Na Argentina, a perspectiva da continuidade da recuperação de resultados é positiva por causa do forte controle de custos e despesas, da sinergia de processos com o Brasil e à medida que Topper se fortalece e continua a dominar o mercado de artigos esportivos. A expansão de Mizuno também será um direcionador de crescimento no país. Todavia, a Administração da Alpargatas entende que a desvalorização do peso argentino frente ao dólar, ocorrida no início de 2014, gera incertezas no ambiente macroeconômico do país. O aumento esperado da inflação poderá afetar o poder aquisitivo da população, com reflexos nas vendas. Topper possui vantagens como liderança no mercado de artigos esportivos, forte conexão com o consumidor local, qualidade dos produtos e atrativa relação custo/benefício que, em períodos de maior volatilidade, protegem os resultados.

As vendas de Havaianas e Dupé fora do Brasil continuarão a se fortalecer posto que, cada vez mais, os consumidores estrangeiros desejam e compram Havaianas. Terá continuidade a abertura de novos mercados e lojas no exterior, de forma a acelerar as vendas.

Em 2014, e nos próximos anos, prosseguirá o projeto de construção de uma empresa inovadora, admirada e respeitada. Uma Alpargatas inspiradora de projetos que motivam e aumentam a qualidade de vida dos seus empregados, que respeita o meio ambiente e aplica os princípios da sustentabilidade em todas as suas atividades. Todos continuarão a trabalhar com atitude para fazer da Alpargatas uma empresa melhor, mais eficiente e vencedora.

Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	31/12/2013	31/12/2012	PASSIVO	31/12/2013	31/12/2012
Ativo circulante	2.184.259	1.838.987	Passivo circulante	1.014.522	755.460
Caixa e Bancos	27.976	18.400	Fornecedores	384.054	359.079
Aplicações financeiras	786.424	598.508	Financiamentos	275.311	188.406
Clientes (líquido da PDD)	801.554	694.169	Obrigações negociadas de controlada	10.942	11.687
Estoques	467.528	443.938	Salários e encargos sociais	127.176	109.466
Demais contas a receber	31.118	22.928	Provisão para contingências	6.755	11.383
Despesas antecipadas	10.765	6.583	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	4.075	149
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	21.194	13.347
Outros ativos	-	-	JCP e dividendos a pagar	2.135	1.725
Impostos a recuperar	58.894	54.461	Outras contas a pagar	182.880	60.218
			Passivo exigível a longo prazo	513.011	324.373
			Financiamentos	281.523	110.347
Ativo realizável a longo prazo	130.264	129.900	Obrigações negociadas de controlada	50.731	60.773
Impostos a recuperar	20.777	28.300	Tributos c/ exig. susp. e outros	133.611	114.109
I.R. e contribuição social diferidos	58.000	52.554	Parcelamento tributário	766	874
Depósitos judiciais e compulsórios	13.134	12.472	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	-	-
Demais contas a receber	38.353	36.574	Provisão para contingências	30.514	25.768
			Outras contas a pagar	15.866	12.502
			Patrimônio líquido	1.834.451	1.660.897
Ativo permanente	1.047.461	771.843	Capital social realizado	624.610	562.158
Investimentos	183.098	33.565	Reserva de capital	168.572	167.856
Imobilizado	624.265	494.369	Ações em tesouraria	(54.662)	(42.828)
Intangível	240.098	243.909	Reservas de lucro	1.154.501	988.952
			Avaliação patrimonial	(36.694)	(45.815)
			Resultado a realizar em op. de hedge	(21.876)	-
			Dividendo adicional proposto	-	25.300
			Participação minoritários	-	5.274
Total do ativo	3.361.984	2.740.730	Total do passivo	3.361.984	2.740.730
			Valor patrimonial por ação (R\$)	4,35	4,33

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

	4T12	4T13	2012	2013
Receita líquida de vendas	836.566	964.888	3.006.982	3.425.959
Custo dos produtos vendidos	(486.846)	(589.179)	(1.734.176)	(2.005.390)
Lucro Bruto	349.720	375.709	1.272.806	1.420.569
<i>Margem bruta</i>	<i>41,8%</i>	<i>38,9%</i>	<i>42,3%</i>	<i>41,5%</i>
Receitas (Despesas) Operacionais	(241.818)	(269.864)	(938.182)	(1.068.084)
Vendas	(193.017)	(217.571)	(745.952)	(823.259)
Gerais Administrativas	(27.890)	(37.310)	(139.425)	(165.057)
Honorários dos administradores	(7.455)	(6.021)	(12.314)	(11.264)
Amortização do intangível	(6.270)	(6.512)	(23.944)	(25.074)
Outras (despesas) receitas operacionais	(7.186)	(2.450)	(16.547)	(43.430)
EBIT - Resultado Operacional	107.902	105.845	334.624	352.485
<i>Margem operacional</i>	<i>12,9%</i>	<i>11,0%</i>	<i>11,1%</i>	<i>10,3%</i>
Receitas financeiras	13.878	19.169	61.768	55.545
Despesas financeiras	(15.861)	(23.490)	(55.067)	(75.380)
Variação cambial	3.940	(4.331)	1.392	41.853
Equivalência patrimonial	(33.062)	(18.226)	(42.863)	(27.087)
Lucro Operacional	76.797	78.967	299.854	347.416
I.R. e Contribuição Social	(10.527)	(6.317)	(19.317)	(37.654)
Participação de Minoritários	-	-	-	-
Lucro líquido	66.270	72.650	280.537	309.762
EBITDA - R\$ milhões	129,5	136,2	413,7	494,4
<i>Margem EBITDA</i>	<i>15,5%</i>	<i>14,1%</i>	<i>13,8%</i>	<i>14,4%</i>