

### TELECONFERÊNCIA

Data: 9/3/2015 às 17h00 hs

Telefone:

(55 11) 3193-1001

(55 11) 2820-4001

Senha: Alpargatas

Slides:

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

Palestrantes:

Márcio Utsch

Diretor-Presidente

José Roberto Lettiere

CFO

RI

[lettieri@alpargatas.com.br](mailto:lettieri@alpargatas.com.br)

[jsalvio@alpargatas.com.br](mailto:jsalvio@alpargatas.com.br)

[mweiger@alpargatas.com.br](mailto:mweiger@alpargatas.com.br)

**havaianas®**

**OSKLEN**



**Topper**



**RAINHA**



**Timberland®** 



 **MEGGASHOP**  
OUTLET

### INTRODUÇÃO

A aspiração da Alpargatas é ser uma empresa global de marcas desejadas – alicerce da estratégia que, há doze anos, é a mesma e está dando certo. Em seus 108 anos de história o maior aprendizado foi o desenvolvimento de marcas – competência tão bem dominada que levará a Alpargatas ao grupo das cinco maiores empresas do mundo nos segmentos em que atua. Em um ano mais complexo para os negócios o mérito da Alpargatas foi alcançar receita líquida consolidada de R\$ 3,7 bilhões, alta de 8,3% (ou 13,7% excluindo-se o efeito cambial) na comparação com 2013. Outro destaque foi o avanço nas operações internacionais, que apresentaram aumento significativo de receitas e lucratividade em relação a 2013, indicando evolução de acordo com as expectativas na aplicação da estratégia de internacionalização.

Na Alpargatas Argentina, a reestruturação envolveu todas as áreas. O portfólio de calçados foi otimizado e os canais de distribuição foram ampliados, assim como os investimentos na comunicação de Topper e no patrocínio esportivo, o que resultou no crescimento da receita líquida. Foram reduzidos os custos de produção, renovado o maquinário têxtil, adequada a mão de obra direta, além de promovidos cortes de despesas, obtendo crescimentos expressivos do EBITDA e da margem.

A cada ano, Havaianas torna-se mais conhecida e desejada pelos consumidores estrangeiros, impulsionando as vendas e a lucratividade dos negócios internacionais de sandálias. Nos Estados Unidos e na Europa foi registrado aumento de três pontos percentuais relacionado ao conhecimento espontâneo da marca conforme pesquisa *brand tracking* realizada pela Millward Brown no terceiro trimestre de 2014. Esse resultado deve-se a várias ações, das quais se destacaram no ano:

- Campanhas e ações contínuas de marketing.
- Expansão do varejo exclusivo.
- Crescimento das vendas para os *key accounts* nos Estados Unidos e na Europa.
- Operação direta em cinco novos países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Holanda e Luxemburgo.
- Parcerias com marcas renomadas, como Mara Hoffman e Valentino.

No Brasil, os fatos que marcaram os negócios em 2014 foram:

- Ganho de participação no mercado de sandálias, advindo da força de Havaianas e do aumento do volume de vendas com a maior capacidade de produção da fábrica de Montes Claros.
- Estreia de Havaianas no segmento de vestuário, cuja primeira coleção, com cerca de 500 modelos, foi muito bem aceita pelos consumidores brasileiros com vendas acima do planejado.
- Expansão das lojas Havaianas, que somaram 389 unidades no fim do ano, localizadas nas principais cidades brasileiras, como parte da estratégia de tornar o varejo um negócio que agregue mais valor às operações.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

---

- Preparação para incorporação (ocorrida, de fato, em fevereiro de 2015) da Companhia Brasileira de Sandálias (CBS), detentora da marca Dupé, que trará diminuição de custos e uma administração mais eficiente, com a integração de sistemas e processos.
- Conclusão da aquisição do controle da Osklen, referência no mercado de moda *lifestyle* de luxo. A marca se prepara para consolidar-se no Brasil e iniciar a expansão internacional.
- Renovação da licença de Mizuno por 13 mais 13 anos. Com isso, a marca assegura a continuidade da conquista de *market share* no segmento *running performance* no Brasil e a expansão das vendas de produtos para outros mercados latino-americanos.
- Comemoração dos 80 anos de Rainha, marca brasileira mais tradicional de artigos esportivos.
- Início, em dezembro, do *Value Improvement Programme* (VIP), com foco na redução de custos e no ganho de produtividade fabril já a partir de 2015.
- Desinvestimento na Tavex.

O modelo de negócios da Alpargatas tem proporcionado consistente geração operacional de caixa, que foi de R\$ 194,1 milhões em 2014, mesmo com os altos investimentos em Capex, resultando em um saldo de caixa de R\$ 485,6 milhões ao final do exercício.

Em um ano em que o ambiente de negócios foi mais adverso que o de 2013, o foco em gestão de marcas, a inovação de produtos, a eficácia na distribuição e comunicação e a estratégia comercial foram elementos fundamentais para o desempenho da Alpargatas.

**RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014**
**PRINCIPAIS INDICADORES DE RESULTADO**

(R\$ milhões, exceto margens)	4T14	4T13	Variação	2014	2013	Variação
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.060,0</b>	<b>964,9</b>	<b>9,9%</b>	<b>3.711,2</b>	<b>3.426,0</b>	<b>8,3%</b>
Negócios Nacionais	806,0	732,6	10,0%	2.566,0	2.417,8	6,1%
Alpargatas Argentina	179,6	159,1	12,9%	644,4	603,9	6,7%
Negócios Internacionais de Sandálias	74,4	73,2	1,6%	500,8	404,3	23,9%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>433,9</b>	<b>375,7</b>	<b>15,5%</b>	<b>1.498,2</b>	<b>1.420,6</b>	<b>5,5%</b>
Negócios Nacionais	347,6	306,1	13,6%	1.021,1	1.056,7	-3,4%
Alpargatas Argentina	47,8	31,0	54,2%	164,6	120,5	36,6%
Negócios Internacionais de Sandálias	38,5	38,6	-0,3%	312,5	243,4	28,4%
<b>Margem Bruta</b>	<b>40,9%</b>	<b>38,9%</b>	<b>2,0 p.p.</b>	<b>40,4%</b>	<b>41,5%</b>	<b>-1,1 p.p.</b>
Negócios Nacionais	43,1%	41,8%	1,3 p.p.	39,8%	43,7%	-3,9 p.p.
Alpargatas Argentina	26,6%	19,5%	7,1 p.p.	25,5%	20,0%	5,5 p.p.
Negócios Internacionais de Sandálias	51,8%	52,7%	-0,9 p.p.	62,4%	60,2%	2,2 p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>153,1</b>	<b>136,2</b>	<b>12,4%</b>	<b>470,5</b>	<b>494,4</b>	<b>-4,8%</b>
Negócios Nacionais	140,4	131,4	6,8%	307,9	413,1	-25,5%
Alpargatas Argentina	18,8	5,7	229,8%	71,7	24,9	188,0%
Negócios Internacionais de Sandálias	-6,1	-0,9	na	90,9	56,4	61,2%
<b>Margem EBITDA</b>	<b>14,4%</b>	<b>14,1%</b>	<b>0,3 p.p.</b>	<b>12,7%</b>	<b>14,4%</b>	<b>-1,7 p.p.</b>
Negócios Nacionais	17,4%	17,9%	-0,5 p.p.	12,0%	17,1%	-5,1 p.p.
Alpargatas Argentina	10,5%	3,6%	6,9 p.p.	11,1%	4,1%	7,0 p.p.
Negócios Internacionais de Sandálias	-8,2%	-1,2%	-7,0 p.p.	18,2%	14,0%	4,2 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>84,9</b>	<b>72,7</b>	<b>16,8%</b>	<b>280,2</b>	<b>310,0</b>	<b>-9,6%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,5%</b>	<b>0,5 p.p.</b>	<b>7,5%</b>	<b>9,0%</b>	<b>-1,5 p.p.</b>

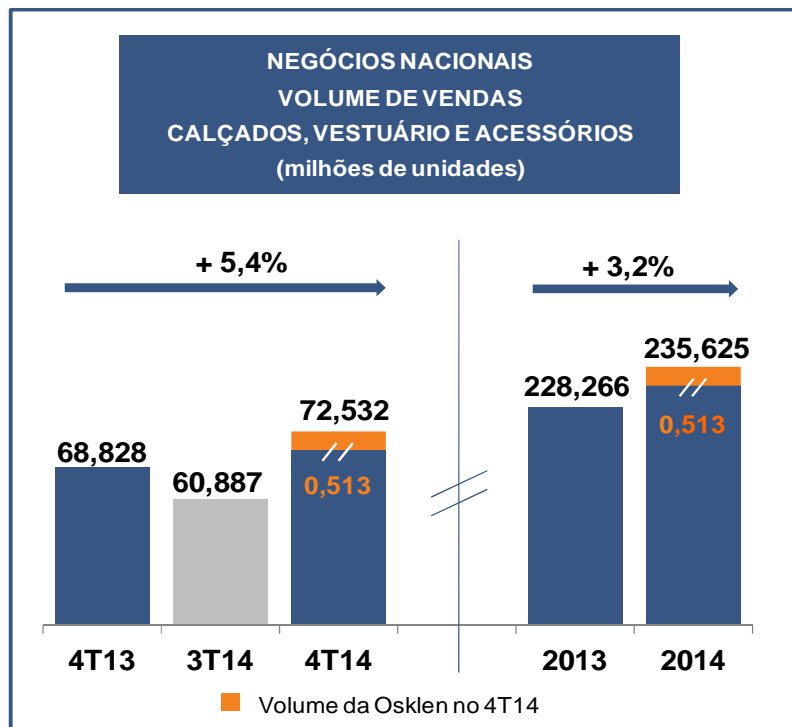
## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### NEGÓCIOS NACIONAIS

#### Volume de vendas

No quarto trimestre, o crescimento de volume no Brasil foi 5,4% superior ao do 4T13, decorrente do aumento das vendas de sandálias e de Mizuno e da consolidação com o volume de Osklen, que adicionou 513 mil unidades de calçados, vestuário e acessórios.

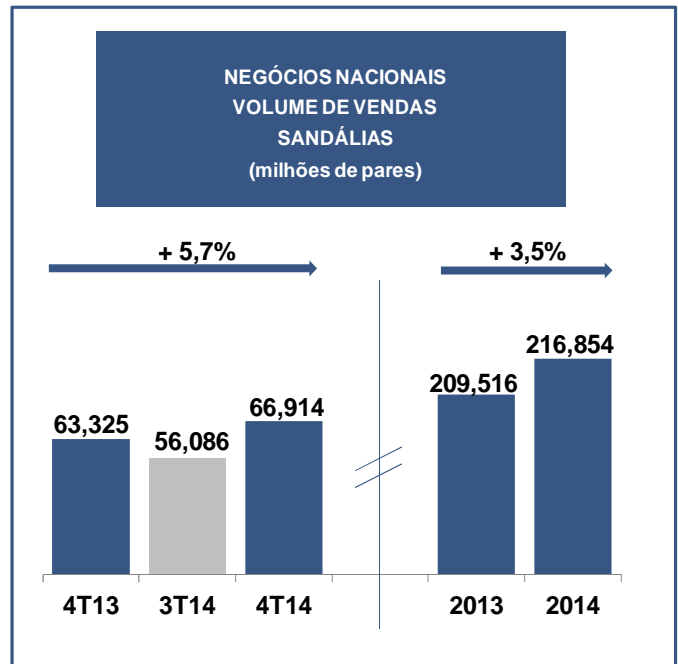
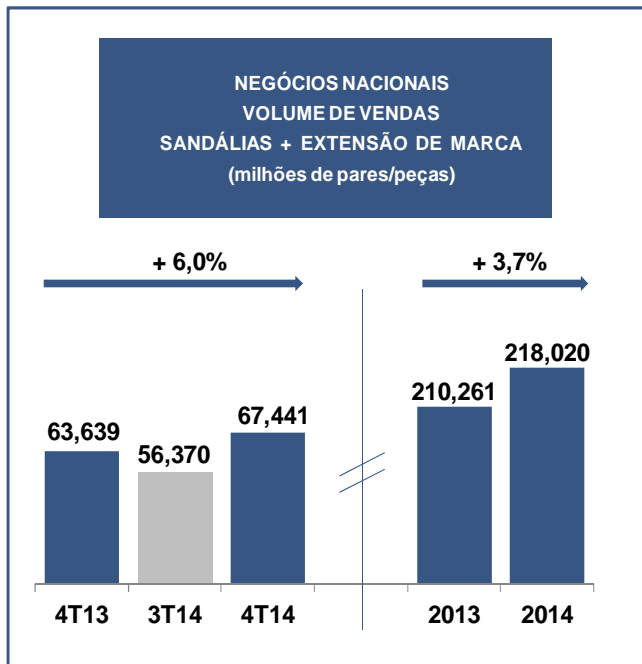
Em 2014, as vendas foram 3,2% maiores que as de 2013, e acumularam 235,6 milhões de unidades.



#### Sandálias

No quarto trimestre, o volume de sandálias, vestuário e calçados Havaianas, somado ao de Dupé, saltou 6,0% na comparação com o 4T13 no Brasil. A expansão, principalmente no segundo semestre, é explicada (i) pelo sucesso da coleção de sandálias 2014/15, que resultou em ganho de *market share*; (ii) pela expansão do varejo Havaianas, que terminou o ano com 389 lojas; (iii) pela evolução da categoria não sandálias, que cresceu 67,9% ante o 4T13, com a linha de calçados fechados Soul Collection e o sucesso da estreia do vestuário Havaianas, em maio.

Em 2014, as unidades vendidas somaram 218,020 milhões, incremento de 3,7% sobre o volume de 2013, das quais 216,854 milhões foram pares de sandálias, alta de 3,5%.

**RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014**


Além desses fatores, contribuíram para impulsionar as vendas de produtos Havaianas no quarto trimestre:

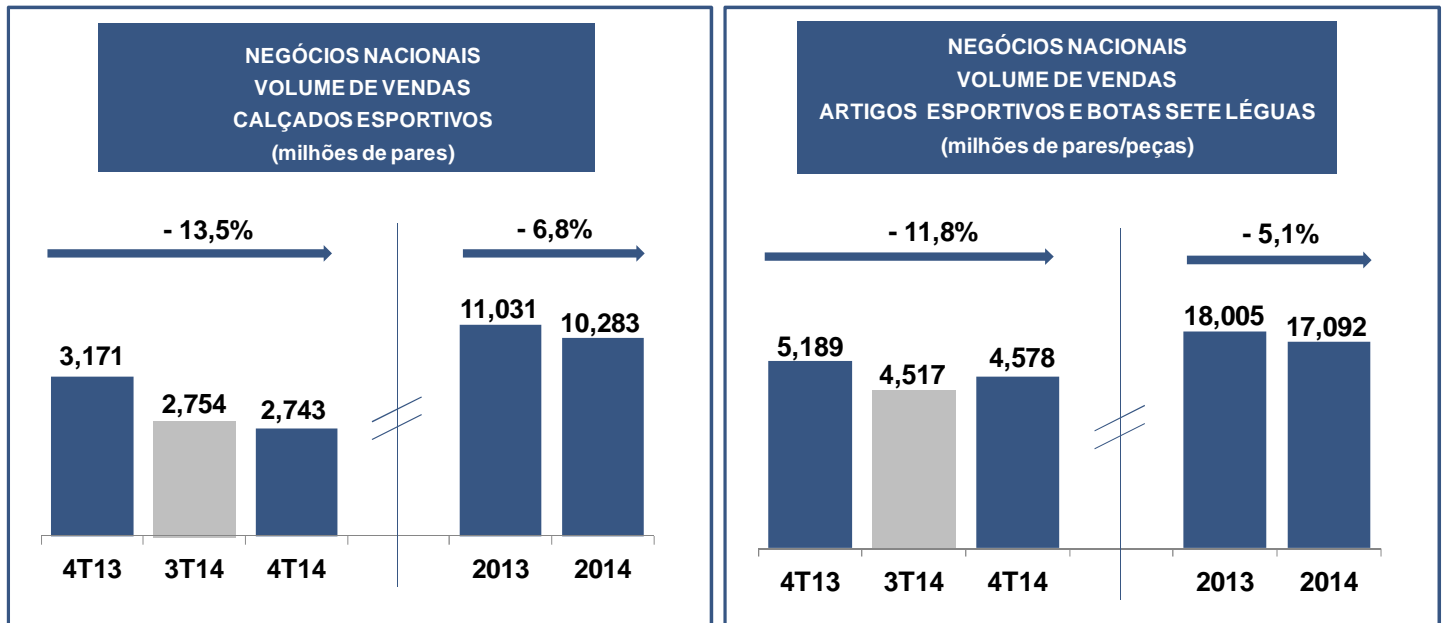
- O bom desempenho da linha masculina Havaianas Sport e feminina Flat e dos produtos licenciados, principalmente Snoopy, Minions e Frozen.
- A veiculação da campanha “Essa é a minha”, com comercial do ator Chay Suede, além de anúncios em revistas e mídia digital.
- Exposição da marca Havaianas no Reveillon do Copacabana Palace, no Rio de Janeiro, e no Espaço Cultural Veja São Paulo, na Riviera de São Lourenço.

### Artigos Esportivos

No quarto trimestre, no Brasil, o volume de calçados esportivos foi 13,5% inferior ao do 4T13. Mizuno registrou aumento de volume de 5,6% em relação ao 4T13, devido ao plano de vendas mais agressivo, porém Topper e Rainha, por terem passado por reestruturação de portfólio, com a retirada de linha de alguns produtos, apresentaram diminuição de volume em relação ao 4T13.

Em 2014, o volume de Artigos Esportivos mais as botas Sete Léguas totalizou 17,092 milhões de unidades, volume 5,1% menor que o de 2013.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



No quarto trimestre, os destaques das marcas esportivas no Brasil foram:

### Mizuno

- Lançamento antecipado do calçado Prophecy 4, modelo mais tecnológico da marca, com novo *design* e tecido.
- Lançamento da linha Trail, com três calçados desenvolvidos para o uso em corridas de trilhas, equipados com travas multidirecionais e tecnologia que garantem aderência e mobilidade para a prática do esporte.
- Veiculação em mídia impressa, na internet e nos pontos de venda da campanha “Tecnologia de ponta contra o mimimi”, do modelo Prophecy 4, com ênfase no uso do calçado como forma de evitar lesões esportivas.
- Realização da Uphill Marathon, circuito organizado pela marca na Serra do Rio do Rastro (SC), que contou com filme na internet, programa no canal de esporte e aventura Off e edição especial do calçado Sayonara, gerando alta exposição da marca.
- Realização do Ironman, em Fortaleza, e dos circuitos de corridas Mizuno Half Marathon e Circuito das Estações, em algumas capitais brasileiras.

### Rainha

- Excelente receptividade do modelo Energy, calçado mais bem avaliado da marca pelo Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos (IBTeC), com tecnologia que otimiza o amortecimento e a flexibilidade.
- Continuidade da campanha de marketing do calçado Energy em redes sociais e nos pontos de venda.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

---

- Relançamento do modelo clássico Rainha System RG5100, como parte do projeto de comemoração dos 80 anos da marca.
- Sucesso da linha de vestuário, principalmente dos modelos *fitness*, impulsionando o crescimento da marca no segmento.
- Remodelagem do site, que resultou na inclusão de funcionalidades e maior exposição dos produtos e *lookbook* da marca.

### Topper

- Crescimento nas vendas de vestuário e acessórios, com destaque para bermudas, mochilas, luvas e bolas.
- Maior exposição da marca em importantes *e-commerces*, com a conquista de espaços dedicados a produtos Topper em grandes clientes.
- Realização do “A Hora do Jogo” – evento promovido pela Topper que reuniu formadores de opinião e o ex-goleiro Marcos em uma partida de futebol, fortalecendo o *awareness* da marca.
- Reestruturação do site, priorizando e otimizando a divulgação dos produtos.

### Timberland

- Destaque para os calçados EK Hookset Handcrafted e Rangeley da coleção verão 2014/15 e para a linha de vestuário e acessórios.
- Veiculação da campanha “A vida tá aqui fora”, com vitrine interativa em todas as lojas da rede, mídia *on-line* e *hotsite*.
- Anúncios e guia de presentes veiculados na revista *Caras*.
- Abertura de loja em Londrina (PR).
- Foco na comunicação *on-line*, ultrapassando a marca de 1 milhão de seguidores no Facebook, em dezembro, e com elevado índice de engajamento na rede social.

### Osklen

Em 28 de novembro de 2014 a Alpargatas passou a deter 60% do capital da Osklen. A aquisição do controle foi ratificada na Assembleia Geral Extraordinária realizada em 2 de fevereiro de 2015. A Osklen é uma das maiores marcas nacionais de moda *lifestyle* de luxo. Atua no *design*, na confecção e distribuição de roupas, calçados e acessórios masculinos e femininos. No 4T14, seu volume de vendas totalizou 513 mil unidades. A Osklen encerrou 2014 com 1,1 mil empregados e 87 lojas, das quais 80 localizadas no Brasil e sete no exterior. Seu principal canal de distribuição são as lojas próprias, seguido pelas multibrand e franquias (o varejo da marca está detalhado no próximo capítulo).

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

No quarto trimestre, as principais realizações da Osklen foram:

- Desfile da coleção outono/inverno 2015 na São Paulo Fashion Week (SPFW), com repercussão positiva nos veículos mais importantes do segmento como *Vogue*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, *Marie Claire*, *L'Officiel*, *GQ*, *Glamour*, *Glamurama*, *Lilian Pacce*, *Chic* e *RG*.
- Lançamento da linha de óculos Osklen Sunglasses, com divulgação nos principais sites do segmento de moda.
- Abertura de quatro lojas: Leblon, no Rio de Janeiro, Moema e Vila Madalena, em São Paulo, e Maceió.

### Varejo

Ao final de 2014, a rede de lojas da Alpargatas totalizava 508 unidades no Brasil, 53 mais do que as do final de 2013, e 30 mais que no fechamento do 3T14. A tabela a seguir detalha a divisão de lojas por marca:

Marca	Lojas Próprias	Franquias	Total de Lojas
Havaianas	3	386	389
Osklen	58	22	80
Timberland	7	11	18
Meggashop	21	-	21
<b>Total de lojas no Brasil</b>	<b>89</b>	<b>419</b>	<b>508</b>

### Havaianas

O varejo Havaianas registrou alta de 4,0% na receita líquida, no conceito mesmas lojas, em relação ao 4T13, devido à receptividade da nova coleção de sandálias. No ano, no mesmo critério, acumulou crescimento expressivo de 16,0% na receita, impulsionado pelo desempenho de vendas das lojas durante a Copa do Mundo, confirmando a forte conexão da marca com os consumidores.

### Osklen

A Osklen encerrou 2014 com sete lojas a mais que em dezembro de 2013. Suas unidades possuem, em média, 120 m<sup>2</sup> e se concentram principalmente nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. No conceito mesmas lojas, a receita de Osklen evoluiu 1,1% na comparação com 2013, sem evolução no 4T14.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### Timberland

A receita do varejo Timberland, no conceito mesmas lojas, foi 6,0% superior à do 4T13. No ano, a alta foi de 4,0% em relação a 2013, como resultado da priorização das vendas com preços e margens mais altas.

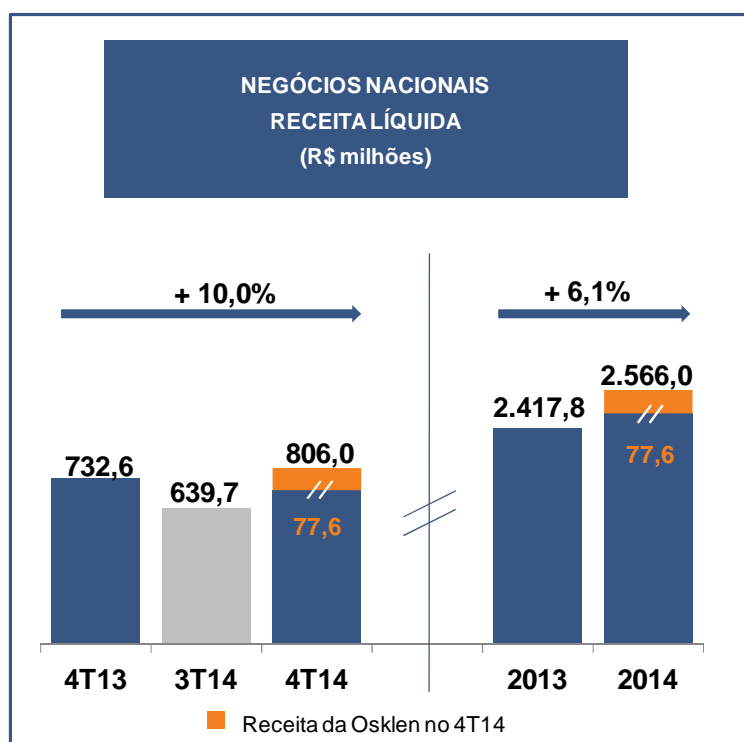
### Meggashop Outlet

No quarto trimestre, o crescimento da receita, no conceito mesmas lojas, foi de 1,0%, como consequência das liquidações antecipadas e do *Black Friday*. No ano, no mesmo critério, o aumento foi de 6,0% na comparação com 2013, como resultado das campanhas promocionais que contribuíram para aumentar o tráfego de consumidores e impulsionar as vendas.

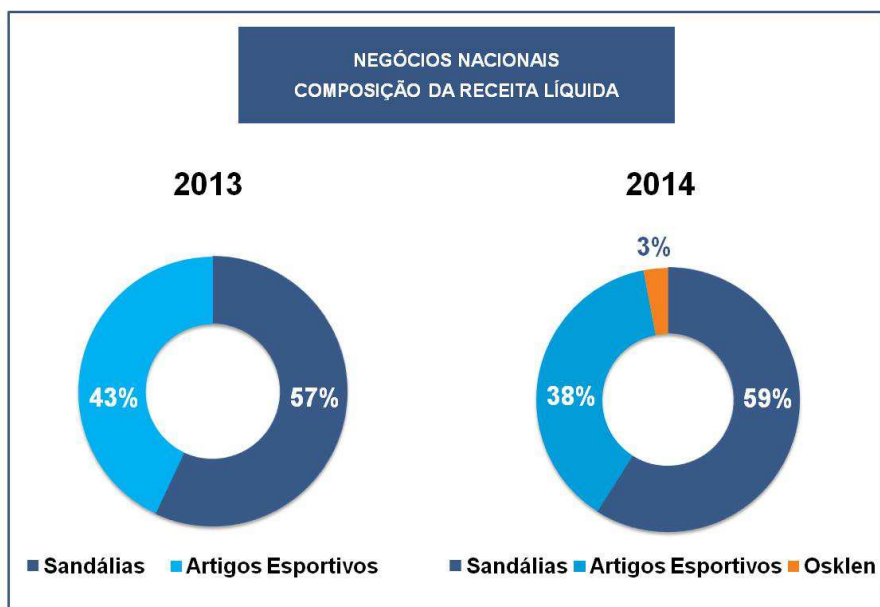
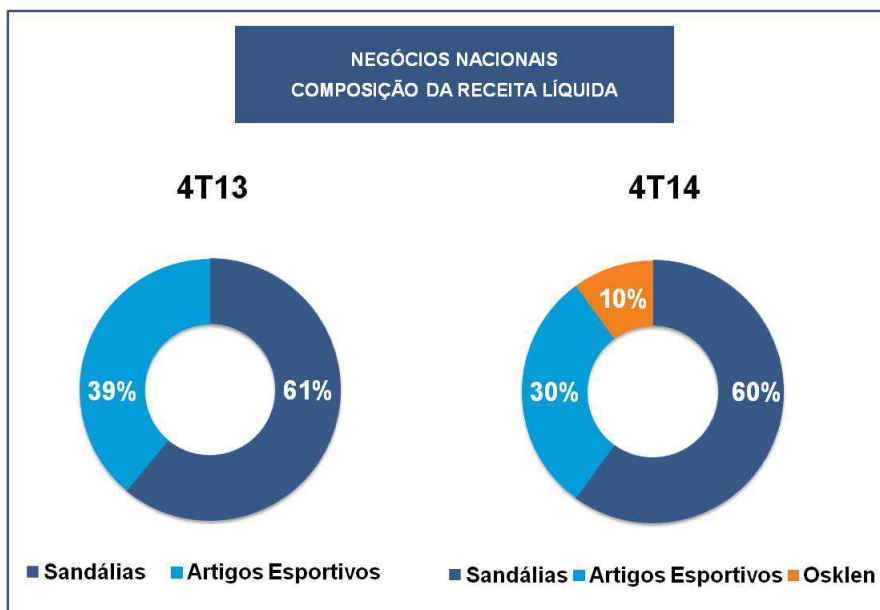
### Receita líquida

No quarto trimestre, a receita líquida do Brasil evoluiu 10,0% na comparação com o 4T13, impulsionada pelo acréscimo de 8,5% na receita de sandálias e pela consolidação com a Osklen (tipicamente, 35% a 40% da receita dessa empresa é gerada no quarto trimestre). O crescimento do faturamento de sandálias é decorrente do incremento do preço médio ante o 4T13, do maior volume e da melhora do *mix*. As sandálias de maior valor tiveram sua participação ampliada: de 48%, no 4T13, para 56%, no 4T14. Além desses fatores, também contribuiu para o aumento da receita dos negócios nacionais no trimestre o maior volume vendido de vestuário, calçados e acessórios Havaianas que possuem preços médios mais altos.

Em 2014, a receita líquida atingiu R\$ 2.566,0 milhões, montante 6,1% superior ao de 2013. O crescimento é consequência da evolução anual de 9,3% na receita de sandálias e da consolidação com a receita da Osklen. Já a receita de artigos esportivos foi inferior a de 2013, uma vez que o mercado mais competitivo e estoques mais elevados exigiram a concessão de descontos aos clientes, resultando em vendas com preços médios mais baixos.



## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



### Lucro e margem bruta

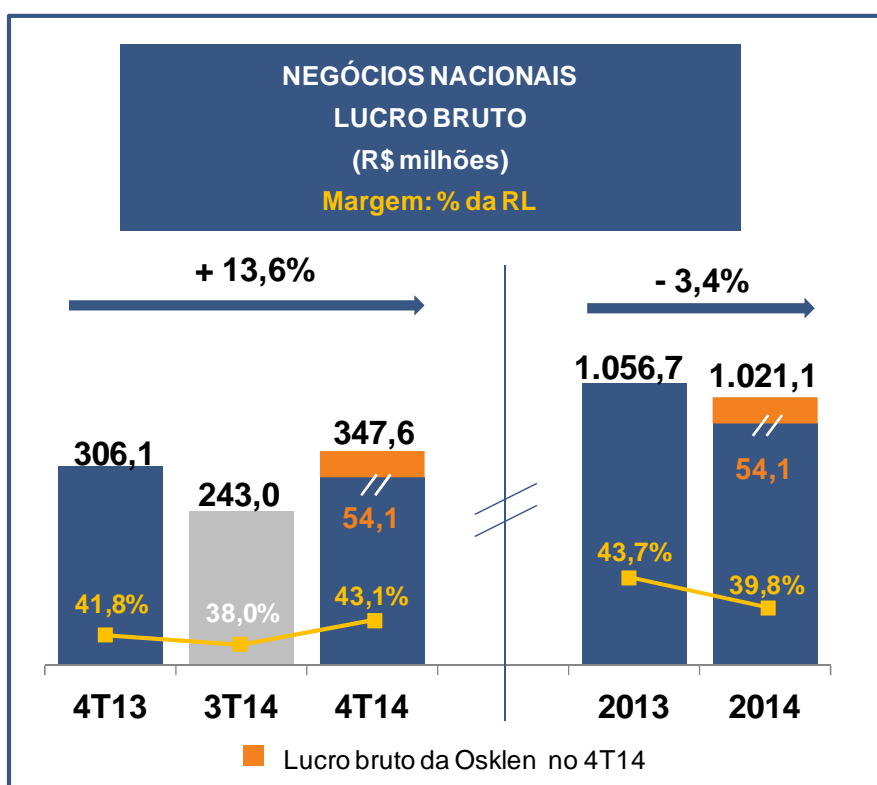
No quarto trimestre, o lucro bruto do Brasil foi 13,6% maior que o do 4T13, e a margem bruta 1,3 percentual superior. O lucro bruto foi impactado por:

↑ Aumento da participação de sandálias na receita do Brasil, que possuem margens mais altas (de 61%, no 4T13, para 67%, no 4T14 sem incluir Osklen).

↑ Consolidação com Osklen.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

- Preço médio mais baixo no *mix* de vendas de artigos esportivos, que afetou a receita líquida dos negócios nacionais.
- Impacto da variação cambial no custo dos produtos acabados importados e no custo da borracha. Apesar da queda de 3,3% no custo médio em dólar, a desvalorização do real, no 4T14 em relação ao 4T13, tornou o quilo da borracha 5,9% mais caro nesse trimestre.



Em 2014, o lucro bruto alcançou R\$ 1.021,1 milhões ante R\$ 1.056,7 milhões em 2013. A margem bruta, de 39,8%, foi 3,9 pontos percentuais inferior à de 2013, resultante da forte pressão de custos por conta da inflação e do câmbio mais elevados que no ano anterior além da menor diluição dos custos fixos da fábrica de Montes Claros em fase de *ramp up*.

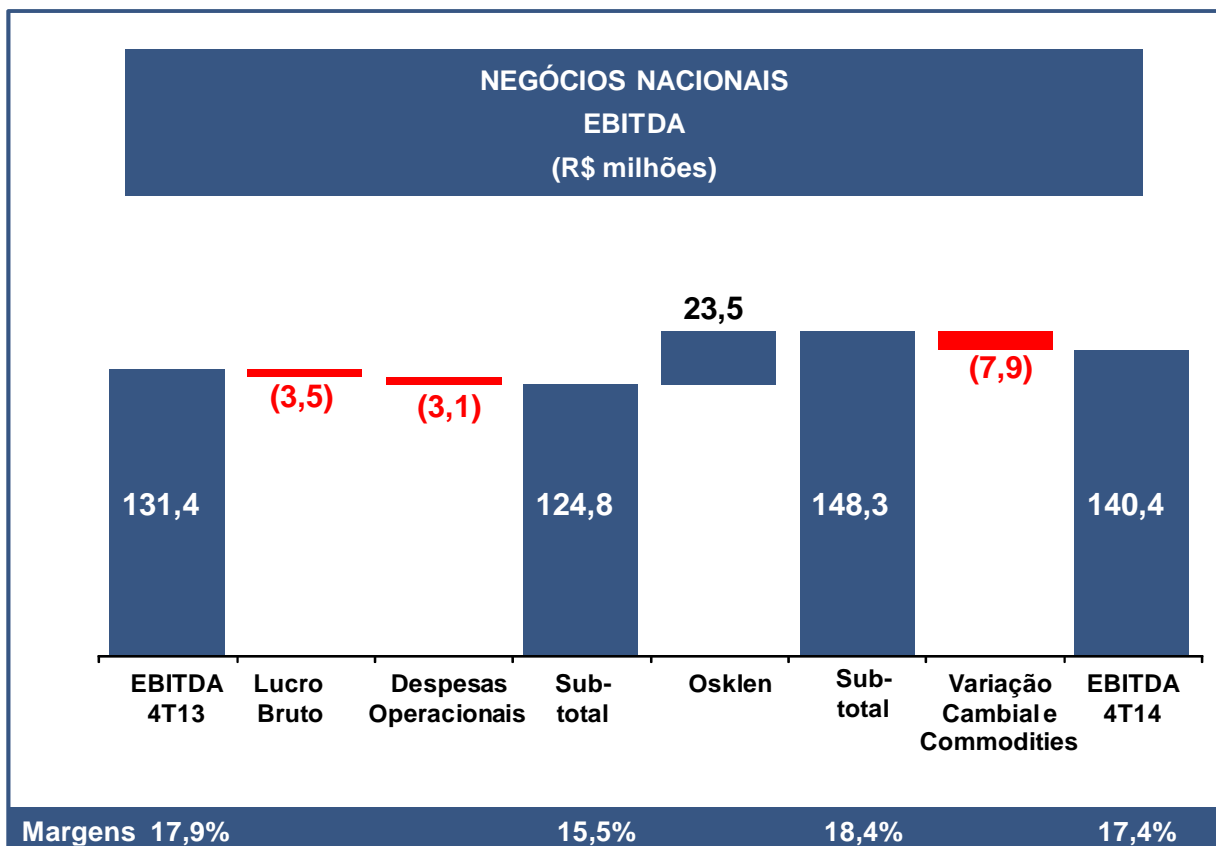
### EBITDA

No quarto trimestre, o EBITDA do Brasil acumulou R\$ 140,4 milhões, crescimento de 6,8% na comparação com o 4T13, com margem de 17,4%. Os fatores que explicam a variação trimestral do EBITDA são:

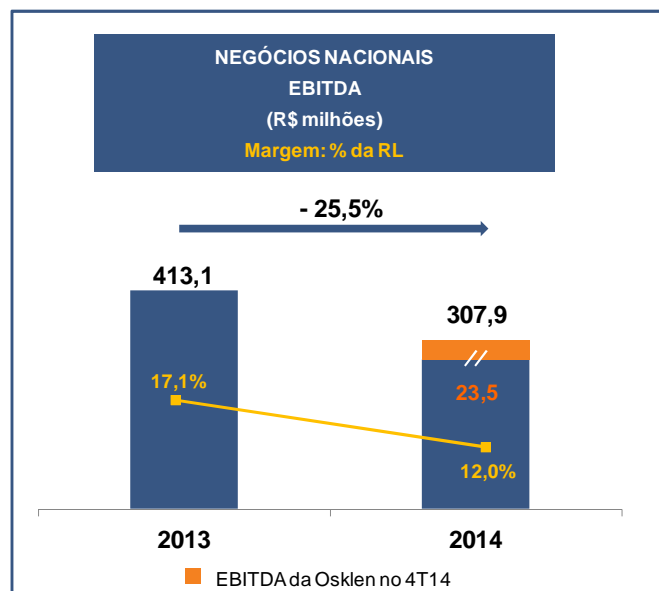
- R\$ 3,5 milhões menos no lucro bruto.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

- ▾ R\$ 3,1 milhões mais nas despesas operacionais e estratégicas para fortalecer as marcas no período.
- ▴ R\$ 23,5 milhões advindos da consolidação dos resultados da Osklen.
- ▾ R\$ 7,9 milhões resultantes do impacto do câmbio no custo médio da borracha e dos produtos importados. Sem o efeito do câmbio, o EBITDA soma R\$ 148,3 milhões com margem de 18,4%.



Em 2014, o EBITDA somou R\$ 307,9 milhões (R\$ 413,1 milhões em 2013), com margem de 12,0% (17,1% em 2013), impactado pelo lucro bruto mais baixo, gastos não recorrentes de R\$ 25,0 milhões com marketing na Copa do Mundo e lançamento do vestuário Havaianas, além do efeito negativo da variação cambial no custo dos produtos acabados importados e no custo da borracha.



### NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

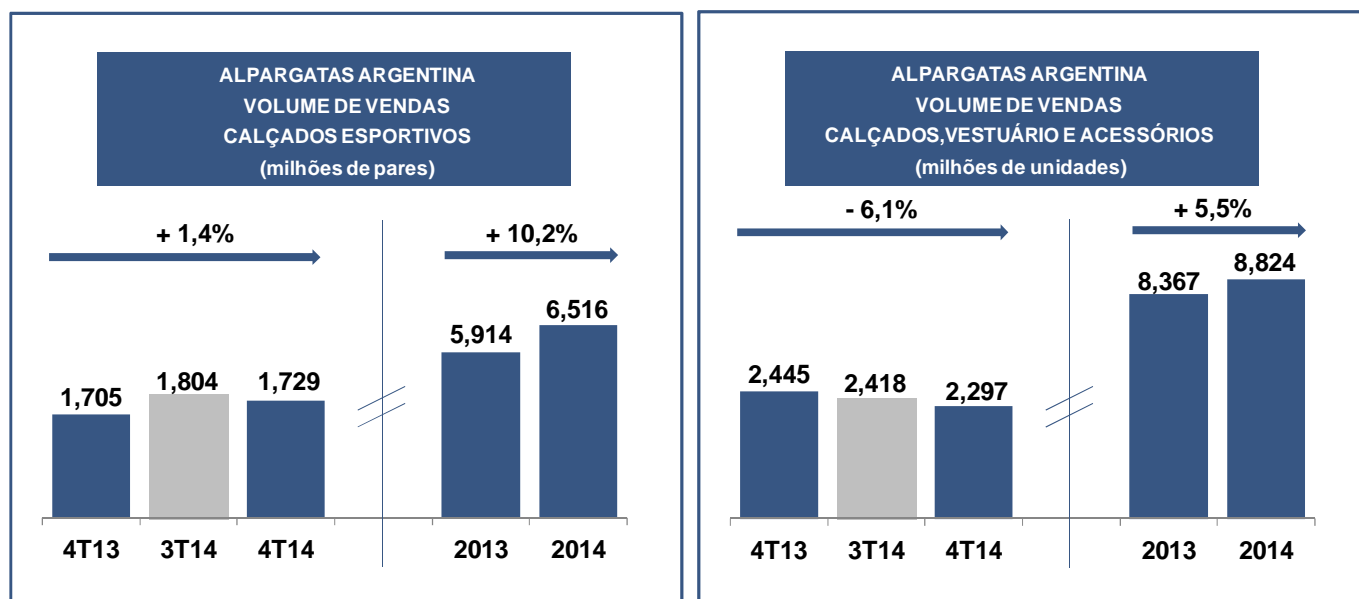
#### ALPARGATAS ARGENTINA

O desempenho da Alpargatas Argentina em 2014 espelha o êxito do *turnaround* implementado em diversas áreas, como produtos, comunicação, produção e canais de venda. Resultado da aplicação de política eficiente de preços, do investimento em inovação dos produtos Topper, do êxito no marketing esportivo, da produtividade fabril e do forte controle das despesas operacionais, a operação na Argentina apresentou importante evolução em seus principais indicadores e níveis de rentabilidade.

#### Volume de vendas

No quarto trimestre, o volume de vendas de calçados esportivos na Argentina aumentou 1,4% na comparação com o 4T13. Enquanto no 4T13 havia alto nível de estoques que foram liquidados, gerando elevado volume no período, as vendas em 2014 foram mais bem distribuídas entre os trimestres.

Em 2014, o volume de vendas de calçados esportivos totalizou 6,516 milhões de pares, alta de 10,2% ante 2013, proporcionando a Topper ganho de um ponto percentual de *market share* em volume e quase dois pontos em valor. O resultado do ano comprova: (i) a forte conexão de Topper com o consumidor argentino, (ii) a boa *performance* do varejo exclusivo Topper, (iii) o aumento de vendas para os *key accounts*, e (iv) as parcerias de sucesso com marcas, artistas e personagens renomados: Pesqueira, Martin Churba, Warner Bros. e Bolívia.



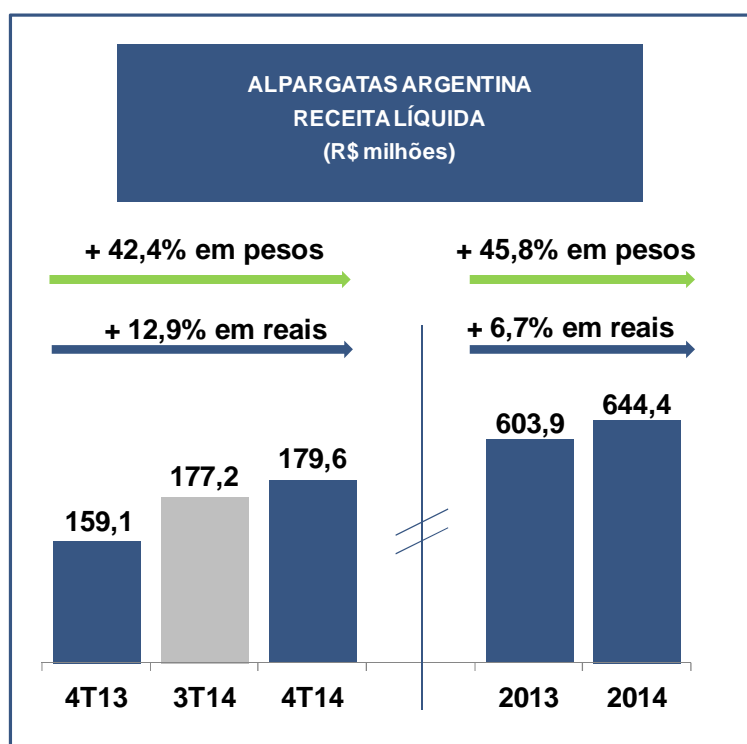
## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

No quarto trimestre, as principais realizações da Alpargatas Argentina foram:

- Campanha de comunicação da nova coleção de Topper, com destaque para os anúncios em mídias sociais e eventos com a imprensa.
- Lançamento da coleção das alpargatas Rueda Verão 2015.
- Campanha digital e comunicação nos pontos de venda das coleções de calçados fabricadas a partir da parceria com os artistas Valeria Pesqueira e Martín Churba e a marca Bolívia.
- Realização da corrida Mizuno Half Marathon, em Buenos Aires.

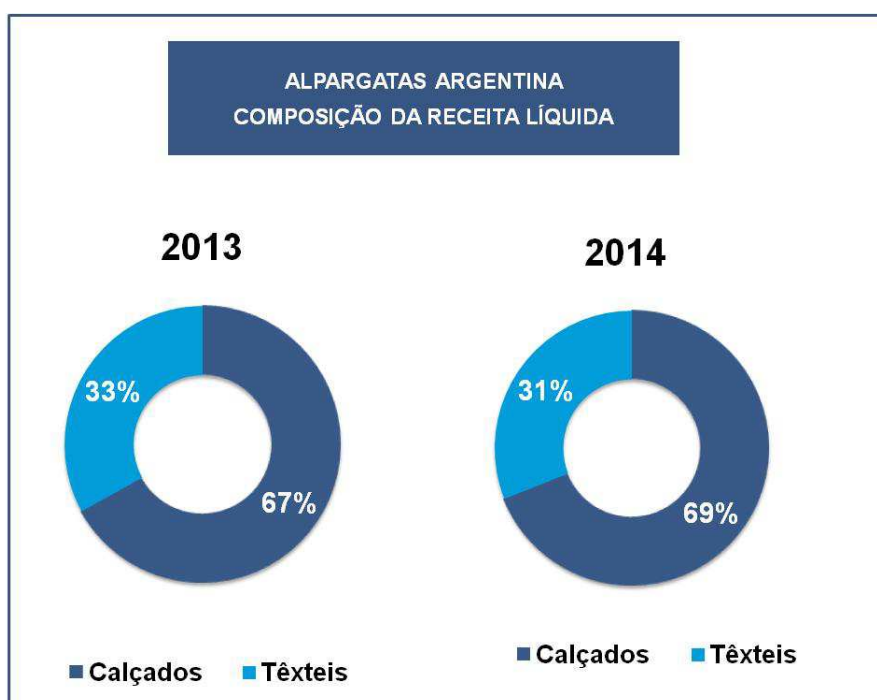
### Receita líquida

No quarto trimestre, a receita líquida da Alpargatas Argentina cresceu 42,4% em pesos e alcançou AR\$ 602,9 milhões na comparação com o 4T13. Convertida para reais, apresenta alta de 12,9% ante o mesmo período, aumento menor que em pesos devido à forte valorização do real. Essa expansão decorre do crescimento de volume de calçados, da recomposição dos preços de venda e do enriquecimento do *mix* de produtos comercializados, tanto em calçados como em têxteis. A participação de calçados na receita líquida passou de 69%, no 4T13, para 70%, no 4T14.



Em 2014, a receita líquida cresceu 45,8% em pesos e 6,7% em reais na comparação com 2013, acumulando R\$ 644,4 milhões. A participação de calçados foi de 69% em 2014; havia sido de 67%, em 2013.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

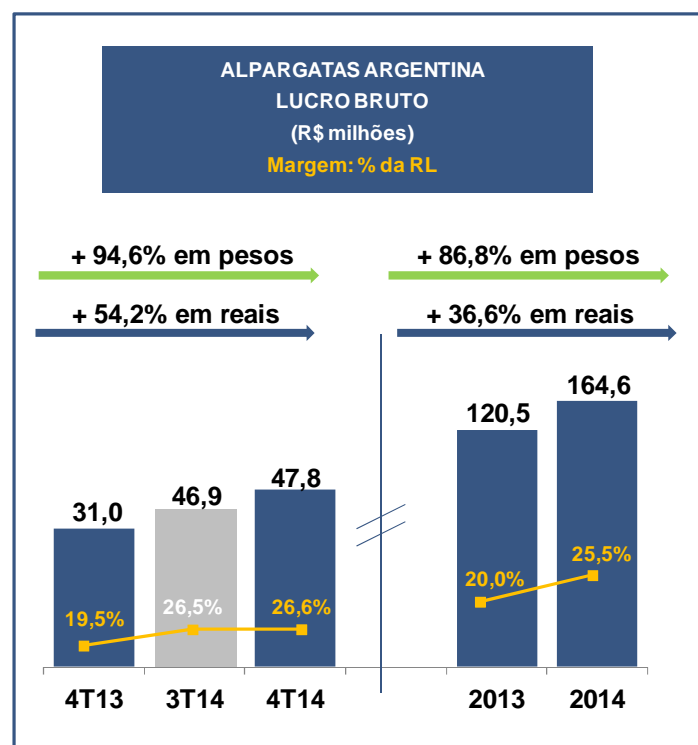


### Lucro e margem bruta

A Alpargatas Argentina acumulou lucro bruto de AR\$ 160,8 milhões no quarto trimestre, aumento significativo de 94,6% em relação ao 4T13. Em reais, o lucro bruto melhorou 54,2% pela valorização da moeda em relação ao peso. A margem bruta, de 26,6%, foi 7,1 pontos percentuais maior que a do 4T13, mesmo com a elevação dos custos de produção provocada pela inflação e pelo aumento de 22,2% no preço médio do algodão em pesos.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

Em 2014, o lucro bruto cresceu 86,8% em pesos, ou 36,6% em reais, acumulando R\$ 164,6 milhões, com evolução de margem bruta de 5,5 pontos percentuais, que totalizou 25,5%. O aumento dos preços de venda acima da inflação gerou ganhos de lucratividade em todos os negócios – calçados, têxteis e varejo. Além disso, houve maior eficiência fabril, alcançada por meio de investimentos na renovação de maquinário da unidade têxtil; da maior diluição dos custos fixos e da adequação da mão de obra direta à atividade produtiva.

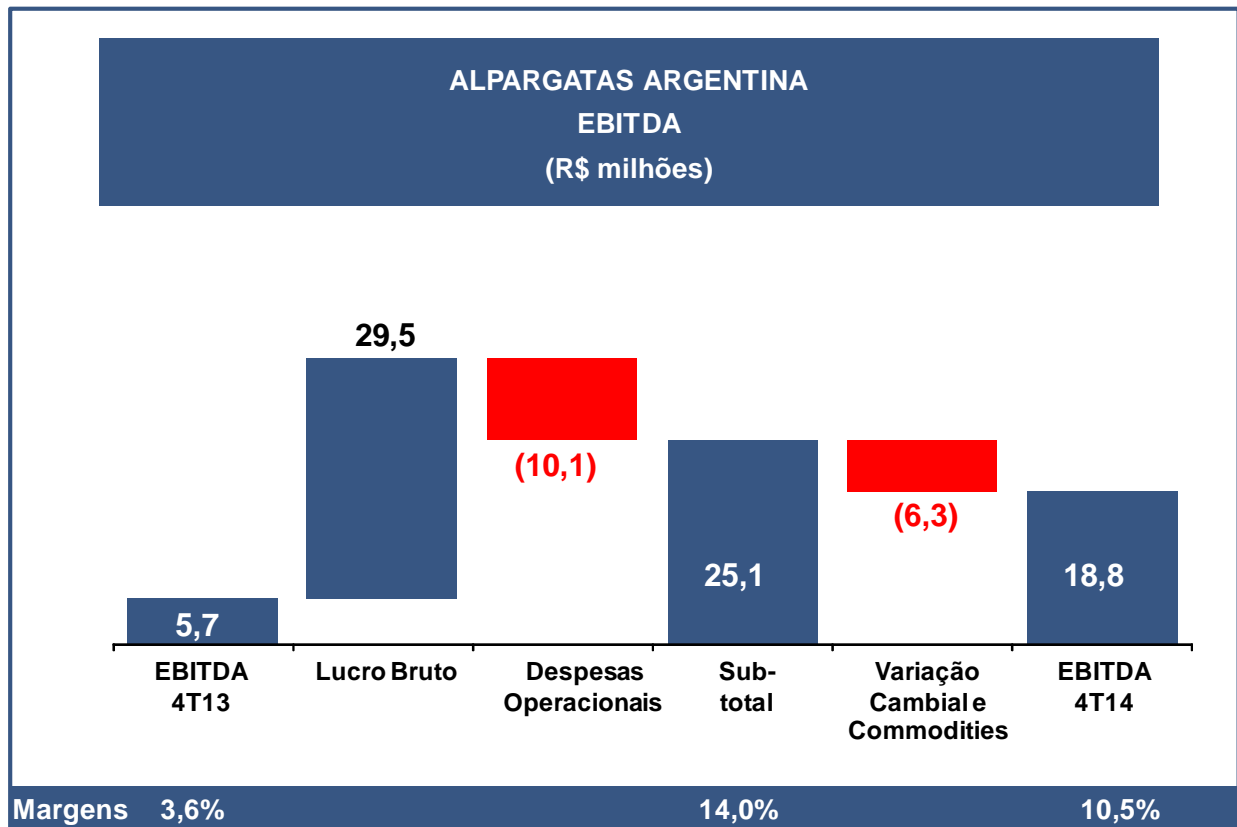


### EBITDA

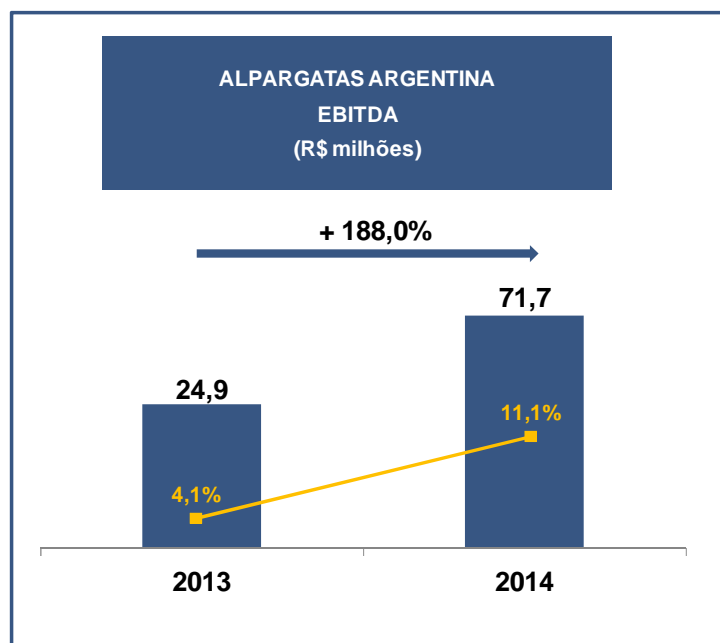
No quarto trimestre, o EBITDA da Alpargatas Argentina somou AR\$ 65,4 milhões, ou R\$ 18,8 milhões, incrementos expressivos de 290,2% em pesos, e de 229,8% em reais, na comparação com o 4T13. A margem do quarto trimestre cresceu 6,9 pontos percentuais em reais, atingindo 10,5%. Os fatores que explicam a variação trimestral do EBITDA da Alpargatas Argentina são:

- ↑ Mais R\$ 29,5 milhões no lucro bruto (sem efeito de *commodities* e câmbio), em razão do forte aumento da receita e da produtividade fabril.
- ↓ R\$ 10,1 milhões mais com as despesas operacionais e estratégicas em virtude da inflação. Mesmo assim, com maior austeridade no controle de gastos, houve aumento da produtividade dessas despesas, que representavam 17,1% da receita líquida, no 4T13, e passaram a equivaler 16,3%, no 4T14.
- ↓ R\$ 6,3 milhões com o impacto da variação cambial (real mais forte do que o peso) e aumento do preço médio do algodão, em pesos. Sem esses efeitos, o EBITDA soma R\$ 25,1 milhões e apresenta evolução de 340,4%, e a margem salta 10,4 pontos percentuais, para 14,0%.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



Em 2014, o EBITDA acumulou AR\$ 260,6 milhões, elevação de 265,9%, e R\$ 71,7 milhões, alta de 188,0%, na comparação com 2013. A margem no ano cresceu 7,0 pontos percentuais em reais, atingindo 11,1%. O salto no EBITDA no ano é explicado pelo elevado crescimento da lucratividade bruta e maior produtividade das despesas operacionais, que diminuíram de 16,7%, em 2013, para 15,1%, em 2014.



## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

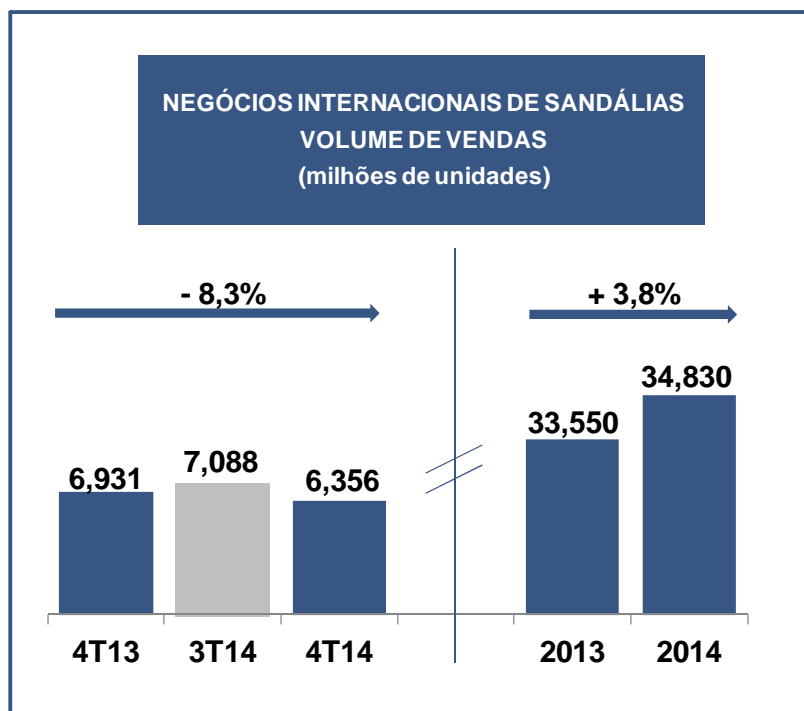
### NEGÓCIOS INTERNACIONAIS DE SANDÁLIAS

#### ALPARGATAS USA, ALPARGATAS EUROPA E EXPORTAÇÕES

##### Volume de vendas

No quarto trimestre o crescimento de 53,7% no volume da operação americana ante o 4T13 foi expressivo, como resultado da expansão em todos os canais, em especial os *key accounts* e o varejo, que encerrou 2014 com sete lojas Havaianas nos Estados Unidos.

Somando a quantidade de produtos vendida pelas subsidiárias Alpargatas USA e Alpargatas Europa às exportações, o volume representou 91,7% do registrado no 4T13, resultado do desafio enfrentado nas exportações para a América do Sul em virtude da situação econômica, principalmente da Argentina e da Venezuela.



Em 2014, a venda internacional de sandálias e acessórios somou 34,830 milhões de unidades, crescimento de 3,8% na comparação com 2013. Considerando somente a operação da Alpargatas USA e da Europa, a expansão foi de significativos 20,0%.

O desempenho das vendas e o reconhecimento de Havaianas no exterior decorrem de várias iniciativas que têm proporcionado maior proximidade da marca com os consumidores, entre as quais se destacaram no quarto trimestre:

##### Estados Unidos

- Abertura de duas lojas: uma no Farmers Market, em Los Angeles e uma no Linq, em Las Vegas.
- Expansão da marca para novas categorias com o lançamento da linha de acessórios e *rainboots* infantis.
- Lançamento da coleção 2015.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### Europa

- Crescimento das vendas do varejo e *e-commerce*.
- Campanha de outono/inverno “Samba in the rain” com exposição das *rainboots* Havaianas nas vitrines e mídia digital.

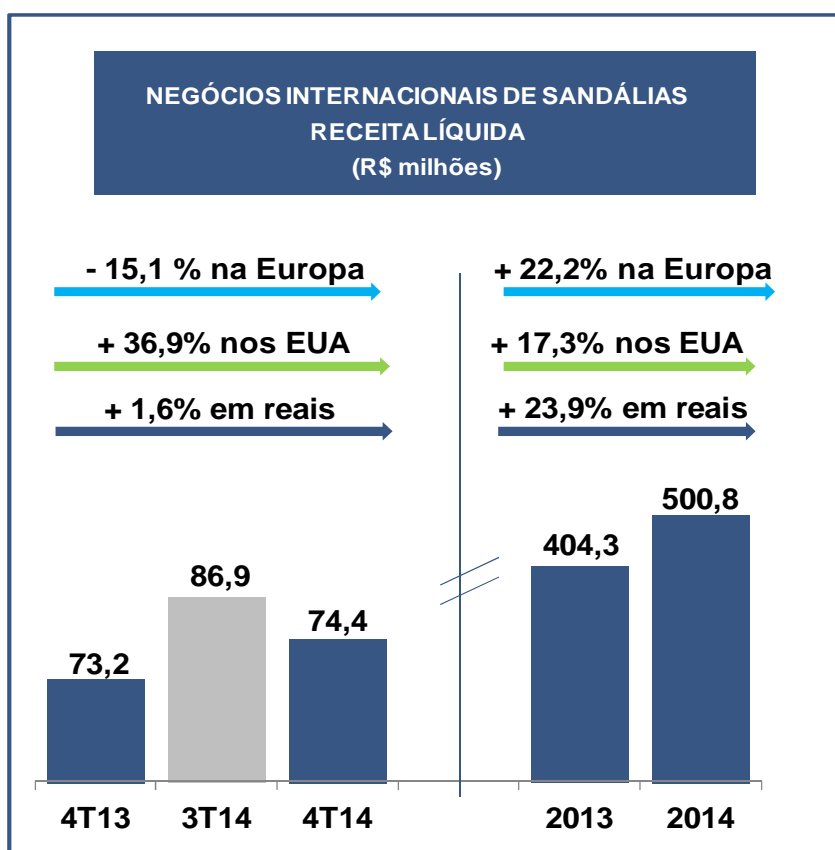
### Exportações

- Realização do MYOH - Make Your Own Havaianas na África do Sul e na Indonésia.
- Vitrine exclusiva Havaianas nas lojas General Pants e Ozmosis, na Austrália.
- Ação especial de instalação de Árvore de Natal e grande exposição da marca no Beachwalk Shopping Center, em Bali, na Indonésia.

### Receita líquida

No quarto trimestre, a receita líquida dos negócios internacionais de sandálias cresceu 1,6% em reais, com destaque para a receita nos EUA, que aumentou 36,9% em dólares, em relação ao 4T13. Esse resultado foi alcançado pela expansão do volume e da maior penetração nos pontos de venda na América. A receita de exportações foi prejudicada, principalmente, pela dificuldade em internalizar produtos na Argentina.

Em 2014, a expansão da receita líquida foi relevante, aumentando 23,9%, em reais, na comparação com 2013. A receita da Alpargatas Europa cresceu 22,2%, em euros, e a da Alpargatas USA, 17,3%, em dólares, enquanto a receita das exportações, em dólares, se manteve estável na comparação anual devido à retração de vendas para a América do Sul.

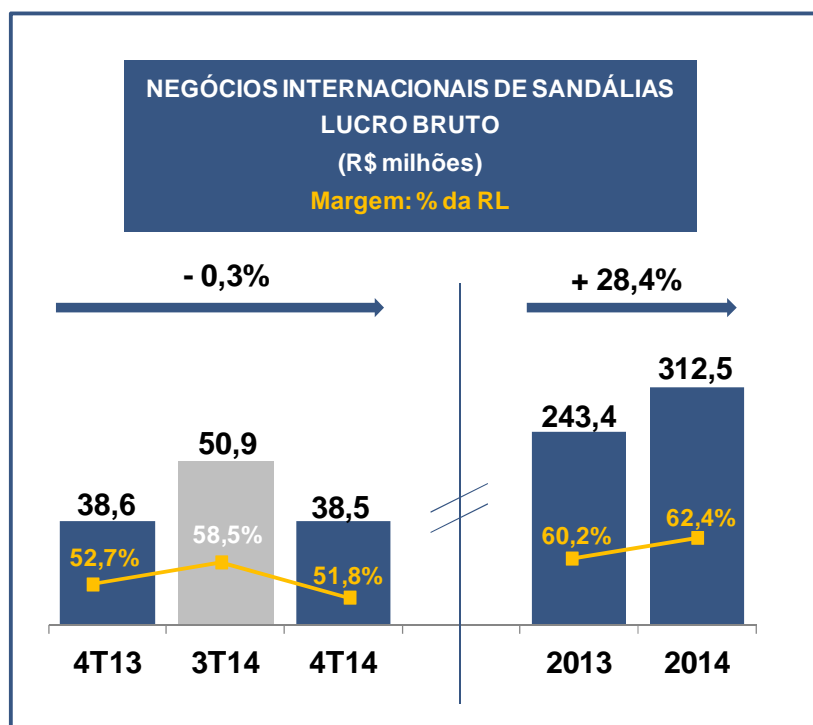


## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### Lucro e margem bruta

No quarto trimestre, o lucro bruto das vendas de sandálias no mercado externo somou R\$ 38,5 milhões, mantendo-se estável em relação ao mesmo período de 2013. A margem passou de 52,7%, no 4T13, para 51,8%, no 4T14, impactada pela menor receita das exportações.

Em 2014, o lucro bruto, de R\$ 312,5 milhões, foi 28,4% superior ao de 2013, com evolução da margem bruta de 60,2%, em 2013, para 62,4% em 2014. A margem foi beneficiada pelo crescimento das vendas, pelo câmbio favorável e pelo aumento da participação das vendas em canais mais lucrativos, como o varejo exclusivo Havaianas na Europa e nos Estados Unidos.



### EBITDA

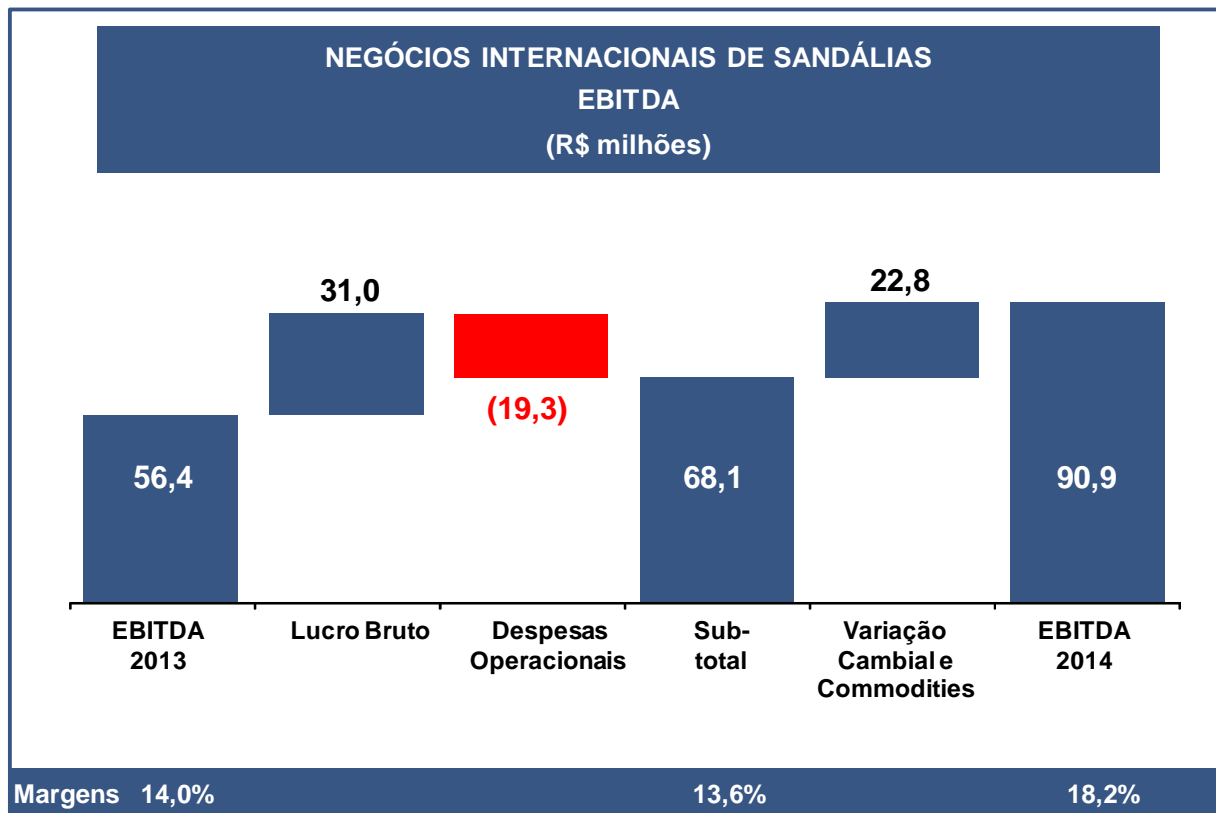
No quarto trimestre, o EBITDA dos negócios internacionais de sandálias acumulou R\$ 6,1 milhões negativos (R\$ 0,9 milhão negativo no 4T13) devido à continuidade dos investimentos na construção da marca Havaianas no exterior, com mais propaganda e abertura de lojas mesmo com a estabilidade do lucro bruto. Como exemplo, nos Estados Unidos, havia mais lojas Havaianas em operação em dezembro de 2014 do que no mesmo período de 2013.

Em 2014, o EBITDA acumulou R\$ 90,9 milhões, montante 61,2% superior ao de 2013. A margem, de 18,2%, subiu 4,2 pontos percentuais em relação à do ano anterior. A variação anual do EBITDA das operações internacionais de sandálias é explicada por:

↑ Mais R\$ 31,0 milhões no lucro bruto.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

- ▾ R\$ 19,3 milhões mais com as despesas operacionais decorrentes dos aumentos dos investimentos em comunicação, eventos, abertura de lojas e ampliação dos pontos de vendas e maior *headcount* das subsidiárias no exterior.
- ▴ R\$ 22,8 milhões com o efeito positivo da variação cambial resultante da apreciação do dólar e do euro em relação ao real.



## RESULTADO CONSOLIDADO

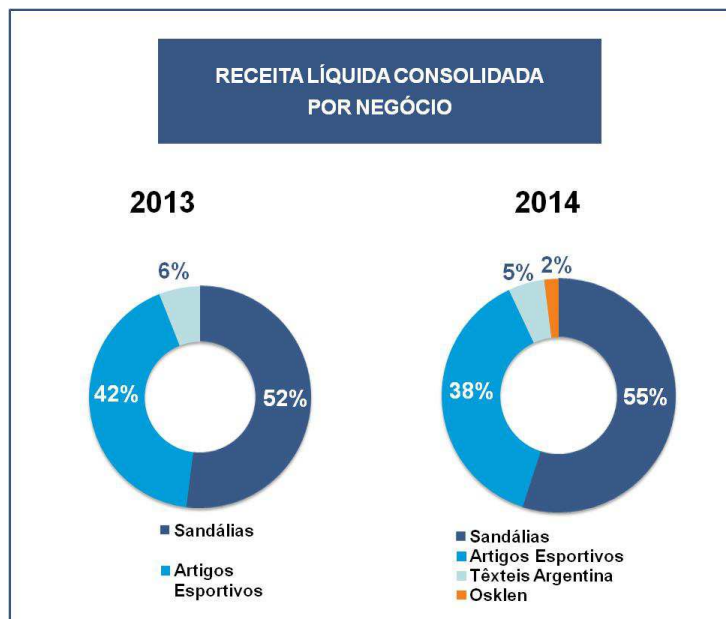
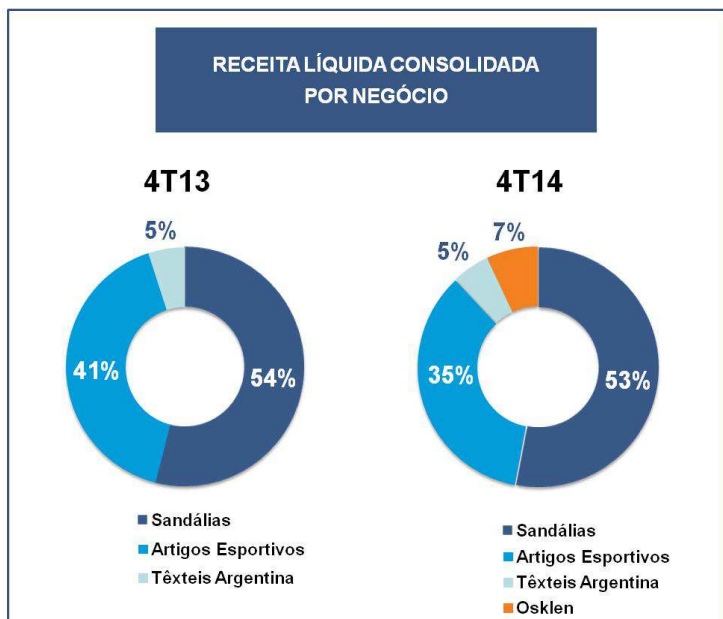
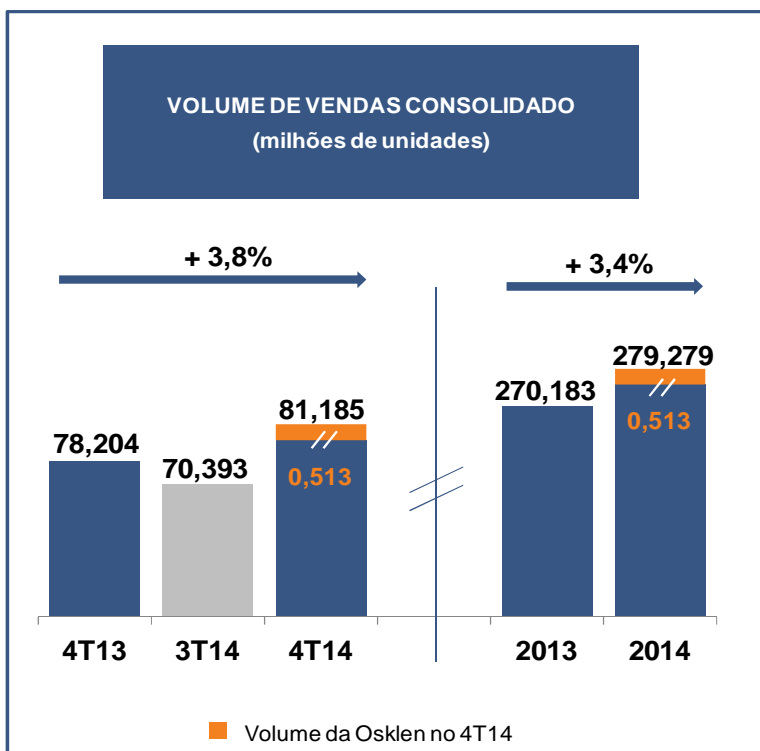
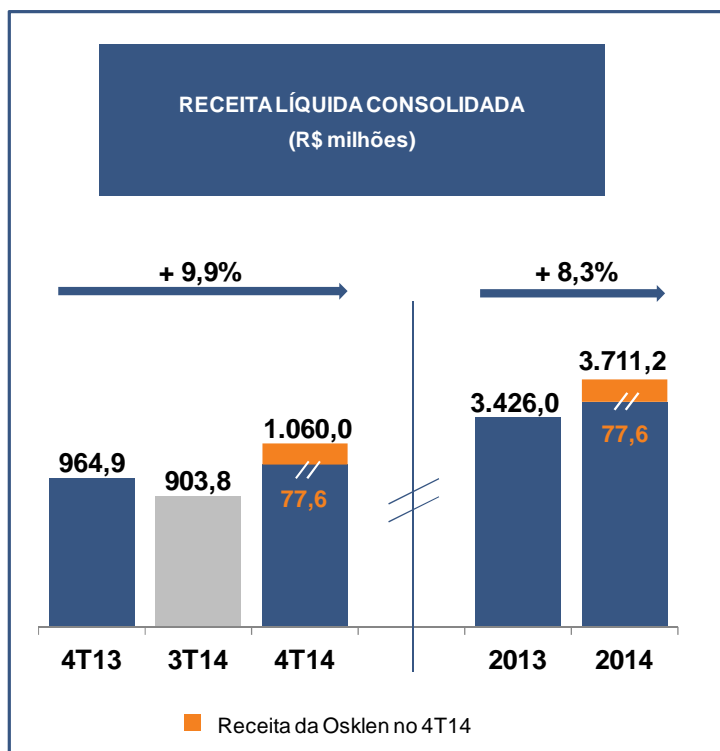
### Receita líquida e volume de vendas

No quarto trimestre, a receita líquida consolidada alcançou R\$ 1.060,0 milhão, alta de 9,9% na comparação com o 4T13. Contribuíram para esse desempenho os aumentos de 10,0%, 12,9% e 1,6% nas receitas do Brasil, da Alpargatas Argentina e dos negócios internacionais de sandálias, no 4T14, respectivamente.

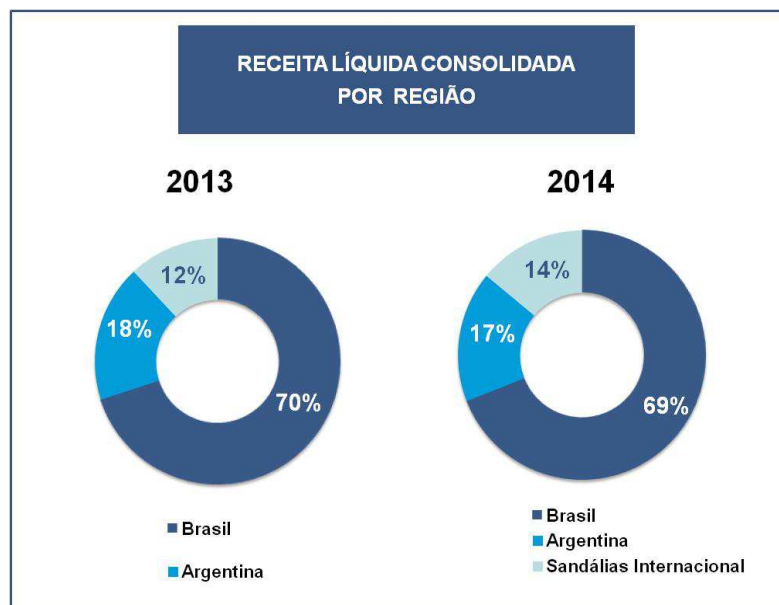
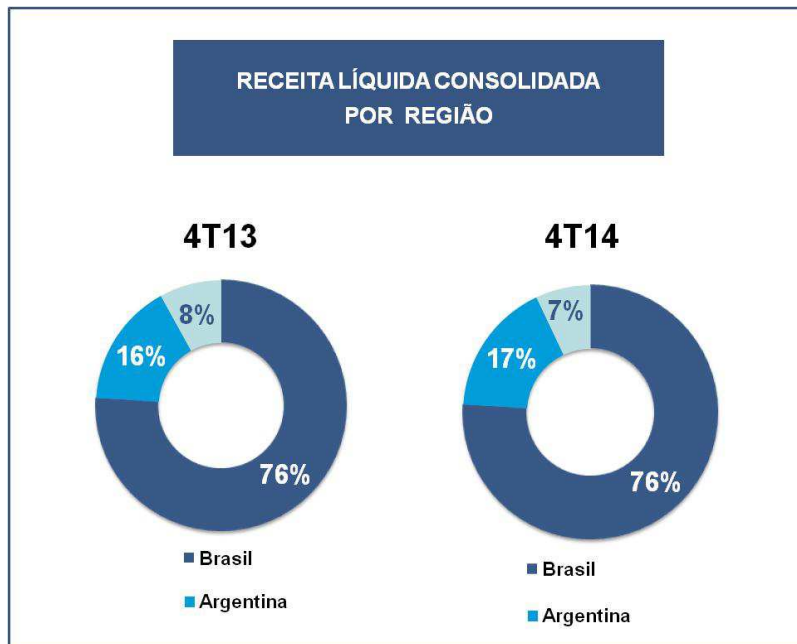
## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

Em 2014, a receita líquida consolidada, de R\$ 3.711,2 milhões, foi superior a de 2013 em 8,3%. O desempenho no período reflete os aumentos anuais registrados nas seguintes receitas :

- 6,1% em reais, no Brasil.
- 45,8% em pesos, na Alpargatas Argentina.
- 22,2% em euros, na Alpargatas Europa.
- 17,3% em dólares, na Alpargatas USA



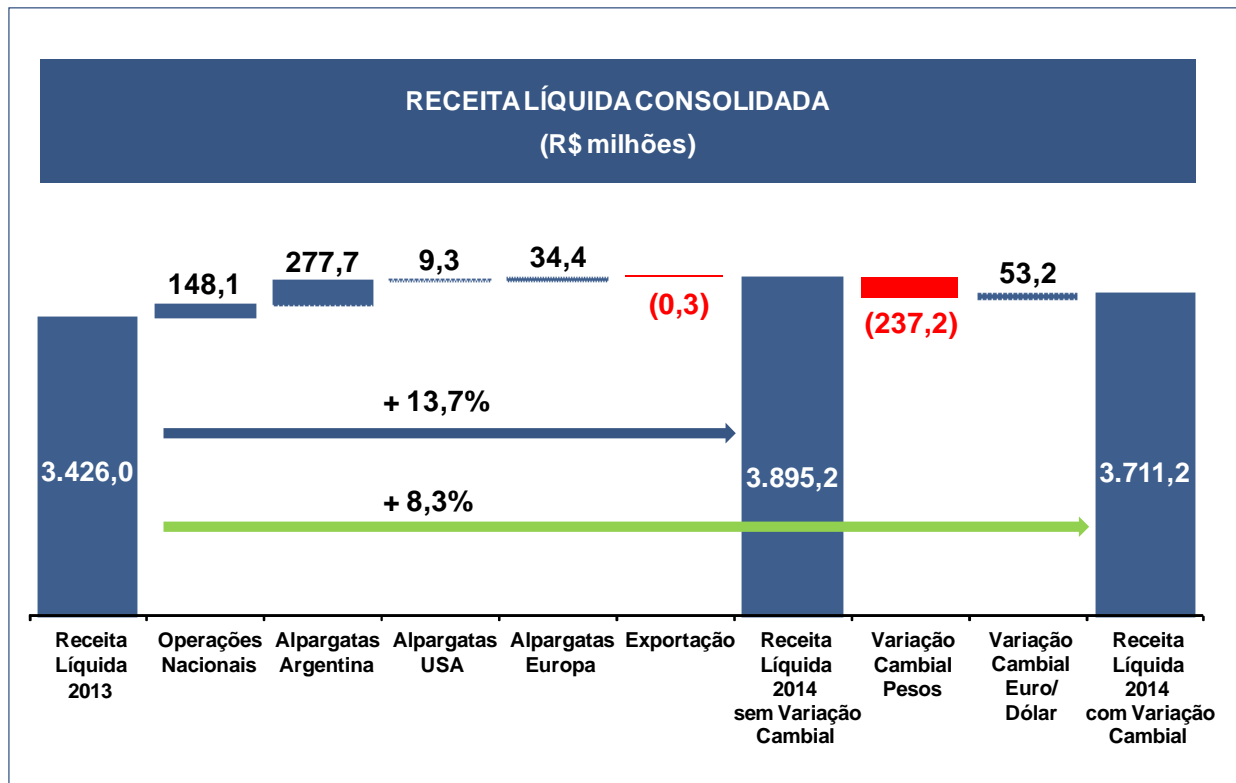
## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



Em um ano em que os brasileiros foram mais cautelosos em relação aos gastos com bens de consumo, 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.

Em 2014, a receita líquida consolidada está impactada positivamente pela valorização do dólar e do euro, e negativamente pela desvalorização do peso. Excluindo-se todo o efeito cambial, o crescimento da receita no ano é de 13,7% como mostra o gráfico a seguir:

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



O varejo é uma importante via de geração de valor para a Alpargatas. As lojas exclusivas proporcionam aos consumidores experiência única de marca porque apenas nesses espaços é encontrada toda a variedade de produtos. No encerramento do trimestre, 644 unidades estavam em operação no Brasil e exterior.

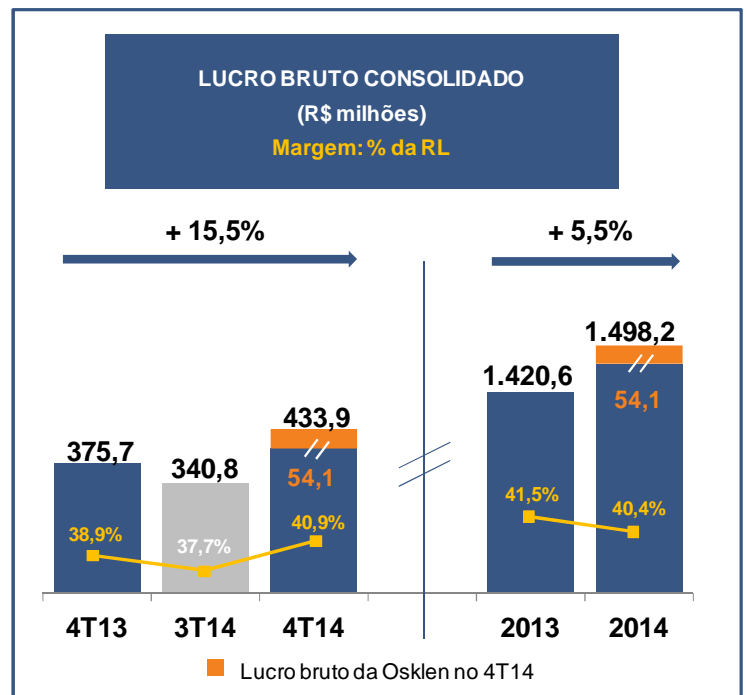
Marca	Brasil	Exterior	Total de Lojas
Havaianas	389	102	491
Osklen	80	7	87
Topper	-	11	11
Timberland	18	-	18
Meggashop/Outlet Alpargatas	21	16	37
<b>Total de lojas no mundo</b>	<b>508</b>	<b>136</b>	<b>644</b>

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### Lucro e margem bruta

No quarto trimestre, o lucro bruto consolidado somou R\$ 433,9 milhões, valor 15,5% maior que o do 4T13. A margem bruta consolidada, de 40,9%, foi 2,0 pontos percentuais superior à do 4T13. Os principais fatores que explicam essa variação são:

- ↑ R\$ 54,1 milhões de lucro bruto da Osklen.
- ↑ Recomposição dos preços acima da inflação e aumento da produtividade fabril na Argentina.
- ↑ Aumento da participação de sandálias na receita do Brasil que possuem margens mais altas.
- ↓ Preço médio mais baixo no *mix* de vendas de artigos esportivos no Brasil, que impactou a receita líquida dos negócios nacionais.
- ↓ Impacto da variação cambial no custo, em reais, dos produtos acabados importados e da borracha.
- ↓ Impacto da variação cambial no custo, em pesos, do algodão.



Em 2014, o lucro bruto alcançou R\$ 1.498,2 milhões, montante 5,5% maior que o de 2013 e a margem bruta, de 40,4%, foi 1,1 ponto percentual inferior.

Do custo dos produtos fabricados em 2014, 58% corresponde à matéria-prima; 24% a MOD e 18% equivale a despesas gerais de fabricação.

### EBITDA

No quarto trimestre, o EBITDA consolidado acumulou R\$ 153,1 milhões, crescimento de 12,4% ante o 4T13. A margem de 14,4% foi 0,3 ponto percentual maior que a do 4T13. Os fatores que explicam a variação trimestral do EBITDA consolidado são:

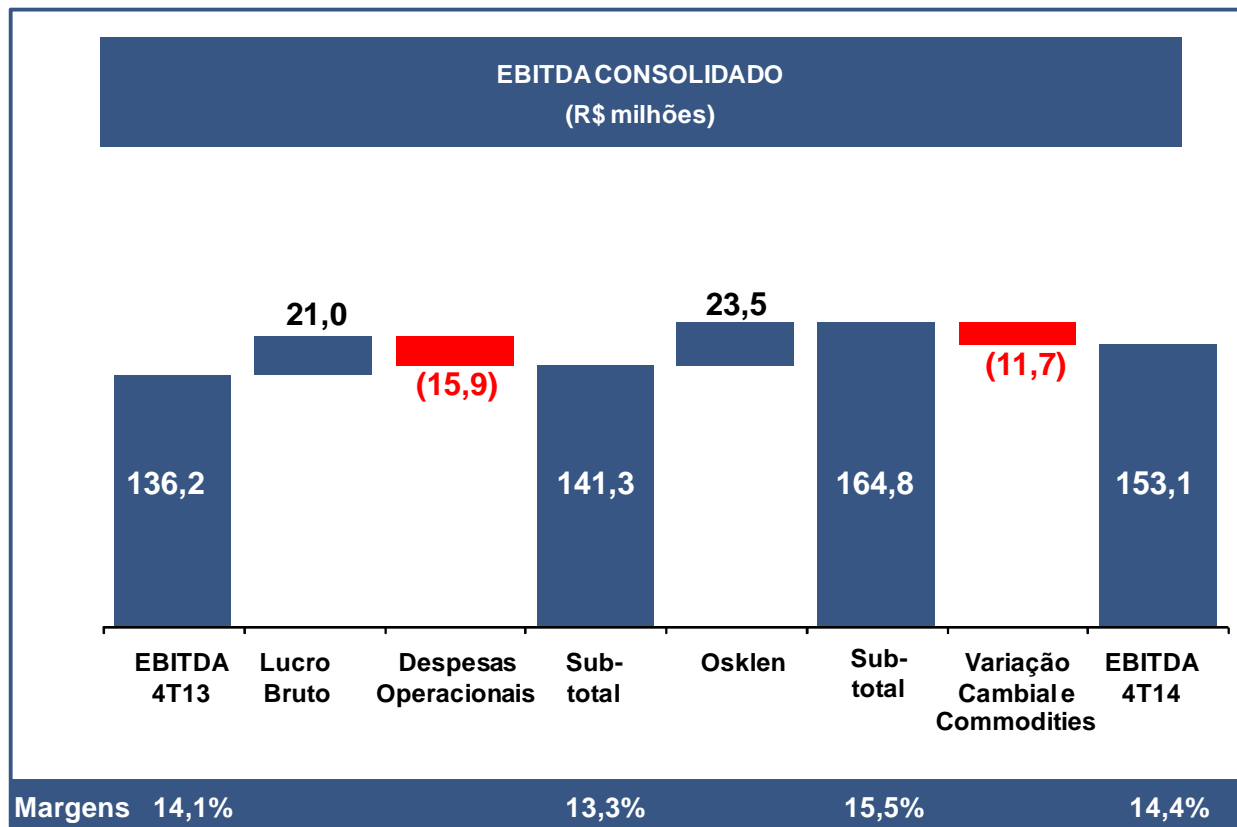
- ↑ Maior lucro bruto originado na Argentina.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

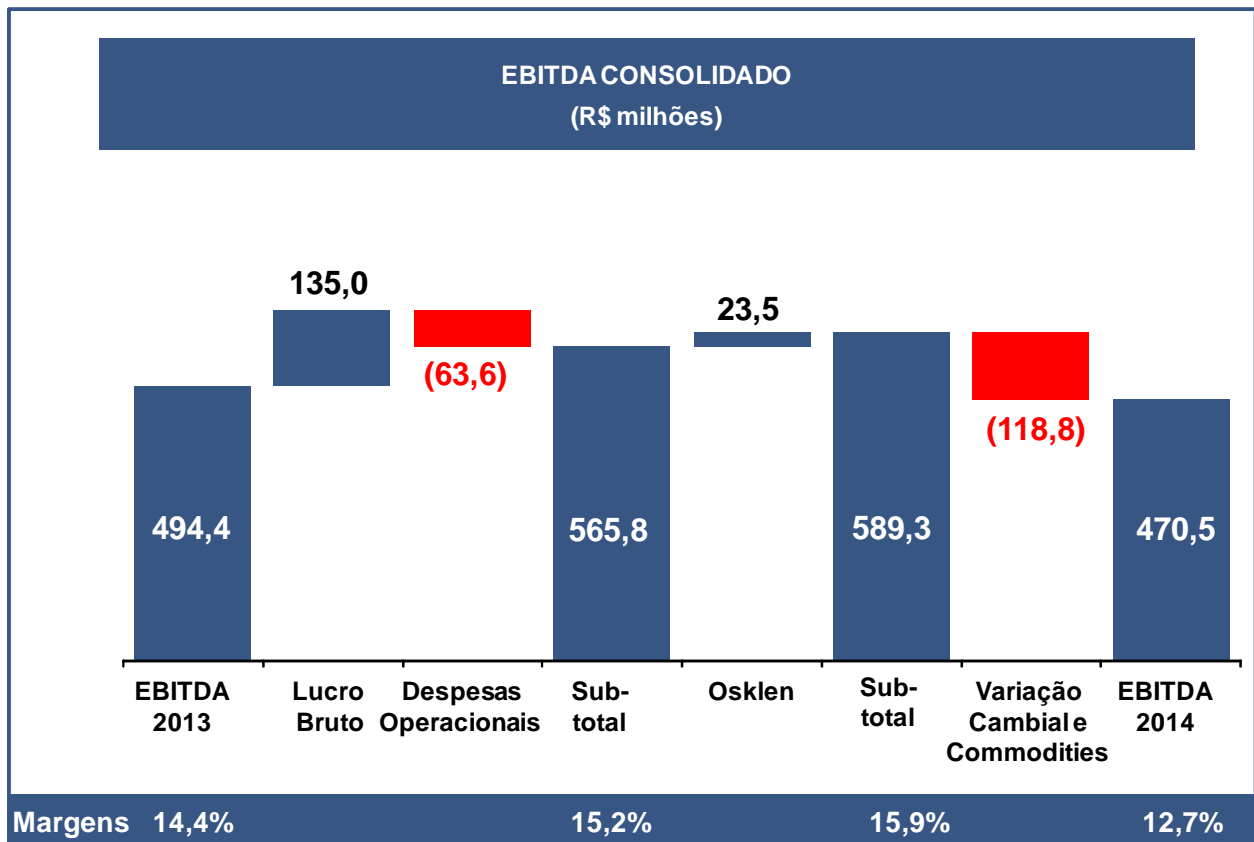
↓ R\$ 15,9 milhões mais em despesas operacionais e estratégicas para suportar o crescimento da companhia, com investimentos em comunicação, eventos, abertura de lojas e ampliação dos pontos de vendas, além de maior *headcount* das subsidiárias no exterior.

↑ R\$ 23,5 milhões resultante da consolidação dos resultados da Osklen a partir do 4T14.

↓ R\$ 11,7 milhões resultantes do impacto do câmbio no custo médio da borracha e dos produtos importados. Isolando-se o efeito negativo da variação cambial, a Alpargatas acumula no 4T14 um EBITDA consolidado de R\$ 164,8 milhões, e margem de 15,5%.

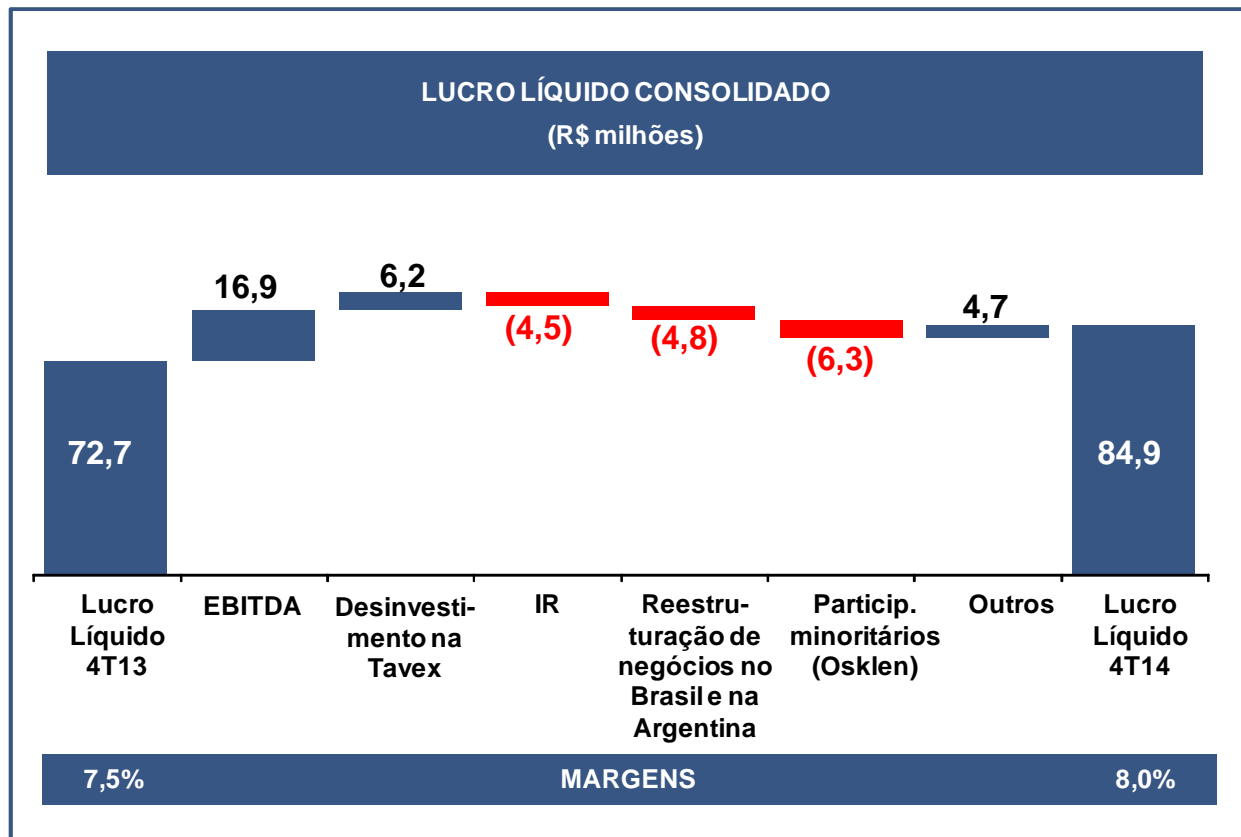


Em 2014, o EBITDA consolidado somou R\$ 470,5 milhões (R\$ 494,4 milhões em 2013), com margem de 12,7% (14,4% em 2013). Excluindo o efeito cambial, o EBITDA de 2014 totaliza R\$ 589,3 milhões, e a margem representa 15,9% da receita líquida consolidada.

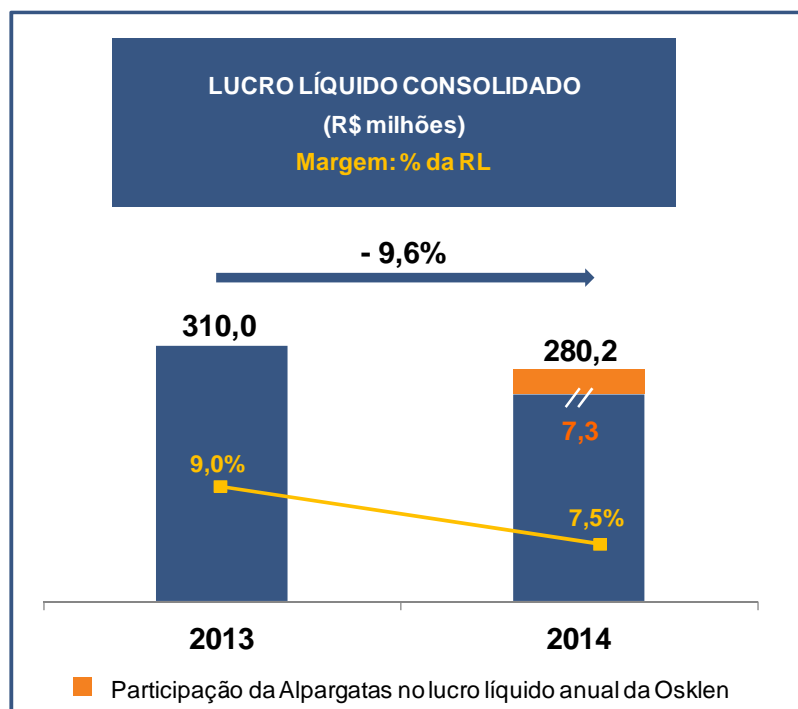
**RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014**

**Lucro líquido**

No quarto trimestre, o lucro líquido consolidado foi de R\$ 84,9 milhões, montante 16,8% maior que o registrado no mesmo período do ano anterior. Os fatores que contribuíram para o aumento do lucro líquido no trimestre foram a maior geração de EBITDA, o resultado do desinvestimento na Tavex e o lucro líquido da Osklen. O Imposto de Renda e os gastos com a reestruturação de negócios no Brasil e na Argentina reduziram o lucro no 4T14. Os R\$ 6,3 milhões referem-se a 40% do lucro líquido da Osklen apurado no quarto trimestre que pertence aos acionistas minoritários dessa empresa.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014



Em 2014, o lucro líquido consolidado alcançou R\$ 280,2 milhões, e a margem, de 7,5%, recuou 1,5 ponto percentual.



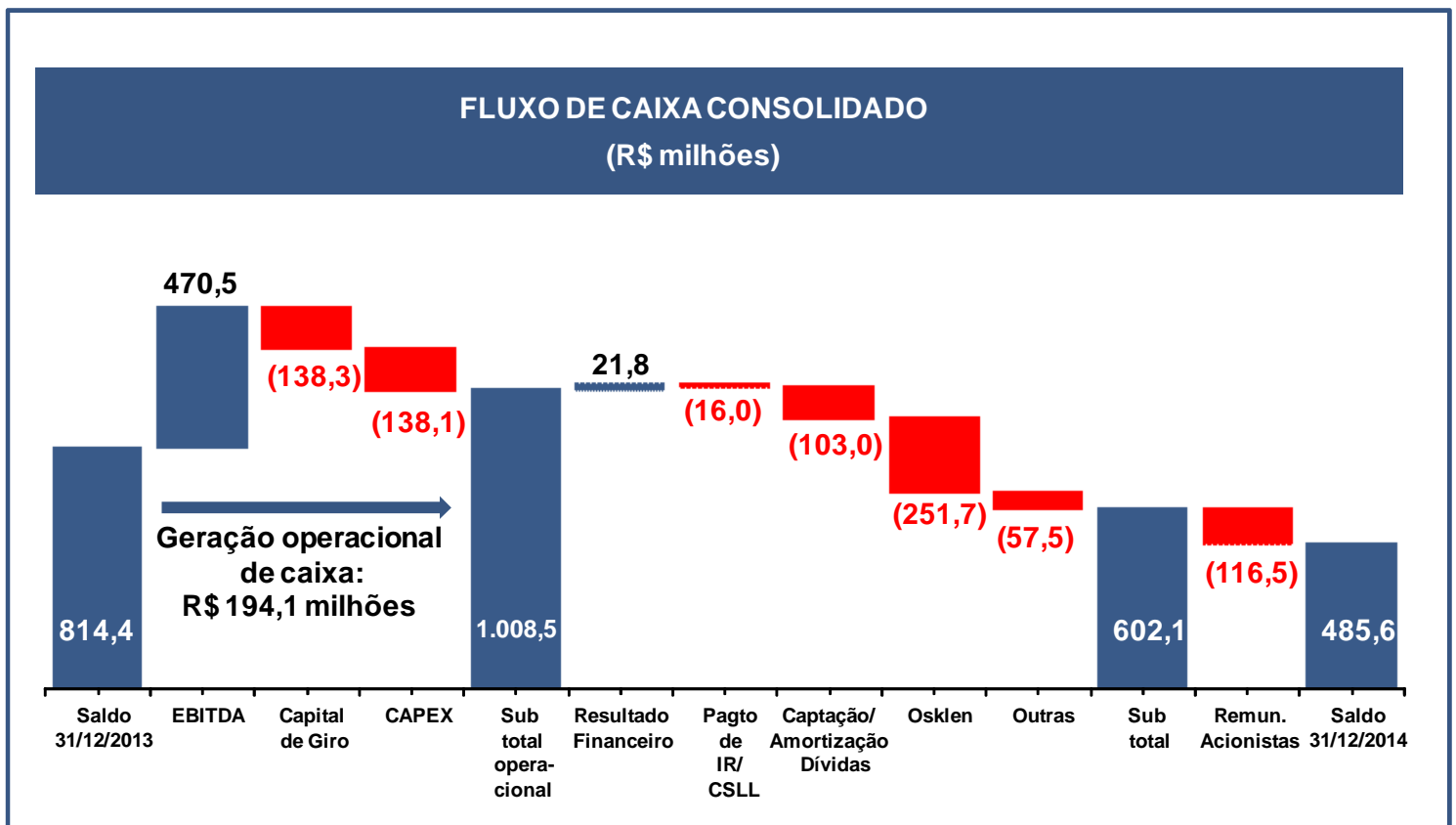
## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

### Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

O CCC médio do ano foi de 58 dias, redução de 4 dias em relação ao CCC médio de 2013, em razão, principalmente do forte controle dos estoques e da manutenção dos dias de clientes, em um ano complexo.

### Fluxo de caixa

Em 31/12/2014, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 485,6 milhões ante R\$ 814,4 milhões na mesma data do ano anterior. A geração operacional totalizou R\$ 194,1 milhões. O maior impacto positivo no caixa em 12 meses deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 470,5 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 138,3 milhões em capital de giro para apoiar a evolução dos negócios; (ii) R\$ 138,1 milhões em Capex; (iii) R\$ 103,0 milhões com captação/amortização de dívidas; (iv) R\$ 251,7 milhões com o pagamento da aquisição de participação acionária na Osklen; e (v) R\$ 116,5 milhões com remuneração dos acionistas.



## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

---

### **Endividamento**

Em 31 de dezembro de 2014, o endividamento financeiro consolidado da Alpargatas somava R\$ 514,0 milhões, sendo R\$ 446,4 milhões denominados em reais e R\$ 67,6 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 295,9 milhões (57,6% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 229,5 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 66,4 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 218,1 milhões (42,4% do total) com vencimento em longo prazo, sendo R\$ 216,8 milhões em moeda nacional e R\$ 1,3 milhão em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
  - 2016: R\$ 64,5 milhões;
  - 2017: R\$ 26,3 milhões;
  - 2018: R\$ 25,3 milhões;
  - 2019: R\$ 24,9 milhões;
  - 2020 em diante: R\$ 77,0 milhões.

### **Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e BNDES Finame**

Em 2012, foram contratados para o projeto de construção da fábrica de sandálias em Montes Claros, empréstimos e financiamentos com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e o BNDES, linha Finame, que totalizam R\$ 196,4 milhões. As taxas de juros são pré-fixadas, a partir de 2,5% ao ano – custo que otimiza a estrutura de capital da Alpargatas.

### **BNDES EXIM Pré-embarque**

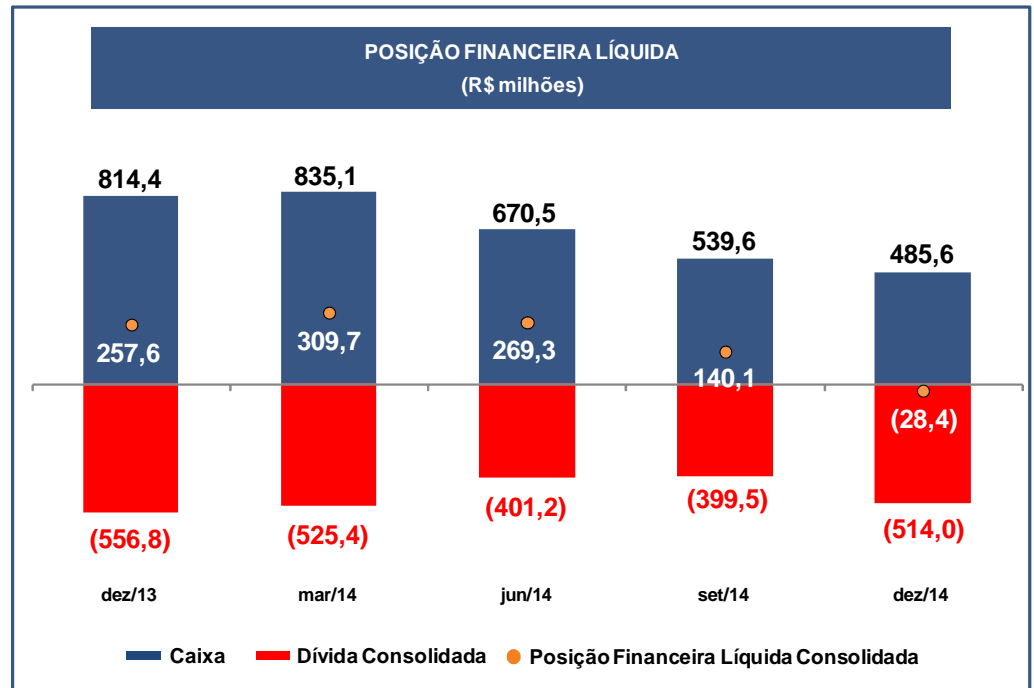
Em agosto de 2013 a Alpargatas recebeu créditos de R\$ 70,0 milhões, referentes à linha do BNDES EXIM Pré-embarque, ao custo fixo de 8,0% ao ano. Os recursos têm o objetivo de financiar as exportações de sandálias, e serão amortizados em seis parcelas, com vencimentos em 2015.

### **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.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

Subtraindo-se do saldo de caixa de R\$ 485,6 milhões o endividamento de R\$ 514,0 milhões, a posição financeira líquida da Alpargatas encerrou o ano em R\$ 28,4 milhões negativos devido a maior utilização de capital próprio, para apoiar os investimentos estratégicos, otimizando a estrutura de capital.



## MERCADO DE CAPITAIS E REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

O ano de 2014 foi de forte volatilidade no mercado acionário brasileiro, marcado por altas taxas de inflação, de juros e de câmbio e pela retração do consumo nas principais metrópoles nacionais. Em 31/12/2014, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$ 7,25, e as ações ordinárias (ALPA3), a R\$ 6,70, valores 46,1% e 43,3% menores, respectivamente, que os de 31/12/2013. De janeiro a dezembro, o Ibovespa desvalorizou 2,9%. No encerramento do ano, o valor da Alpargatas na BM&FBovespa era de R\$ 3,2 bilhões. O volume médio diário de negociação da ALPA4 em 2014 foi de R\$ 5,7 milhões, 1,3% superior à média diária negociada em 2013. No ano, foram pagos R\$ 84,3 milhões na forma de juros sobre o capital próprio. Adicionalmente, o Conselho de Administração aprovou, em reunião realizada em 06/03/2015, o pagamento adicional de R\$ 147,1 milhões de dividendos em 28/04/2015. Dessa forma, o valor total da remuneração dos acionistas da Alpargatas, referente ao exercício de 2014, soma R\$ 231,4 milhões, o que representa 82,5% do lucro líquido acumulado no ano. Na mesma reunião, O Conselho de Administração deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio, no montante de R\$ 26,9 milhões, a serem pagos em 24/03/2015. Esse valor será imputado ao dividendo anual obrigatório que vier a ser aprovado na Assembleia Geral Ordinária de 2016.

**PERSPECTIVA**

A Alpargatas inicia um novo exercício segura de possuir bases sólidas para continuar sua trajetória de crescimento em um período de forte ajuste na economia brasileira, o que exigirá de sua liderança o foco no crescimento da receita líquida, fortalecimento do controle das despesas operacionais, aumento da produtividade em custos e, acima de tudo, prioridade na geração de caixa.

Em Sandálias, os principais desafios serão aumentar a liderança de Havaianas no mercado doméstico, por meio da aceleração da conquista de participação de mercado; evoluir na estratégia de extensão da marca para outras categorias de produtos, a exemplo do vestuário *lifestyle*; e impulsionar a expansão internacional.

O varejo Havaianas continuará a crescer com a abertura de lojas no Brasil e exterior, como parte do trabalho de conferir mais visibilidade à linha completa de produtos e categorias e com isso crescer a representatividade de artigos "não sandálias". O incremento da capacidade de produção da fábrica de Montes Claros permitirá atender mais rapidamente à crescente demanda por Havaianas no Brasil e no exterior, principalmente na Ásia, região que deverá ter um escritório inaugurado em 2015.

O crescimento de Artigos Esportivos está apoiado no avanço de Mizuno e Topper, como marcas regionais, e de Rainha e Timberland, no Brasil. Após ter implementado um modelo de parceria sustentável no longo prazo com a Mizuno Co., a Mizuno dará continuidade aos trabalhos que visam tornar mais forte sua liderança no segmento *running performance* e sua atuação em outras categorias. Para isso, buscará aumentar o "*brand equity*" entre corredores por meio de maior investimento em marketing; de patrocínio de atletas, clubes e eventos; da implementação de um modelo de varejo e da ampliação da produção de calçados no Brasil. Topper fortalecerá sua identidade de marca esportiva latino-americana em segmentos-chave, como futebol, *running* e tênis, por meio da maior oferta de produtos para esses esportes, além de buscar adequação dos pontos de venda com foco na comunicação dos produtos e desenvolvimento de distribuidores em outros países da América do Sul. Também incrementará a linha de calçados casuais de forma a aumentar o valor percebido e aspiracional da marca. Irá ainda impulsionar o crescimento dos negócios com vestuário, acessórios e bolas. Rainha, por meio do investimento nos pontos de venda, em mídia e em relações esportivas, se fortalecerá no mercado de calçados *running active*, casual e *training*. Já Timberland, além de buscar maior crescimento e rentabilidade, terá o papel de atuar como plataforma para novas marcas no Brasil.

Para a Osklen, a atenção em 2015 estará voltada à captura de sinergias transacionais (atividades de *back-office*), operacionais (produção) e comerciais (distribuição para clientes das atuais marcas), além da preparação para a expansão internacional, que ocorrerá com mais força a partir de 2016.

## RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014

---

A otimização do *footprint* fabril, por meio do programa *Value Improvement Programme* (VIP) e a revisão do modelo logístico tornarão mais competitivas as operações e melhorarão ainda mais a produtividade, traduzindo-se em maior rentabilidade. O custo das matérias-primas *commodities*, em especial a borracha, deverá apresentar volatilidade menor em 2015, situando-se em nível mais baixo que a média de 2014.

A Alpargatas continuará a ser ágil, sempre atenta a oportunidades que impulsionem seus negócios. O propósito é crescer e fortalecer a empresa que todos conhecem: inovadora, admirada, respeitada e que se preocupa com a qualidade de vida das pessoas, respeita o meio ambiente e mantém os princípios de sustentabilidade.

\*\*\*\*\*

**RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014**
**Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)**

<b>ATIVO</b>	<b>31/12/2014</b>	<b>31/12/2013</b>	<b>PASSIVO</b>	<b>31/12/2014</b>	<b>31/12/2013</b>
<b>Ativo circulante</b>	<b>2.138.855</b>	<b>2.184.259</b>	<b>Passivo circulante</b>	<b>995.623</b>	<b>1.014.522</b>
Caixa e Bancos	72.803	27.976	Fornecedores	396.898	384.055
Aplicações financeiras	412.819	786.424	Financiamentos	295.931	275.311
Clientes (líquido da PDD)	914.957	801.554	Obrigações negociadas de controlada	9.106	10.942
Estoques	595.233	467.528	Salários e encargos sociais	150.873	127.176
Demais contas a receber	46.585	31.828	Provisão para contingências	10.819	6.755
Despesas antecipadas	12.546	10.765	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	3.475	4.075
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	37.653	21.194
Outros ativos	15.572	-	JCP e dividendos a pagar	2.074	2.135
Impostos a recuperar	68.340	58.184	Outras contas a pagar	88.794	182.879
<b>Ativo realizável a longo prazo</b>	<b>137.627</b>	<b>130.264</b>	<b>Passivo exigível a longo prazo</b>	<b>550.039</b>	<b>513.011</b>
Impostos a recuperar	28.465	20.777	Financiamentos	218.072	281.523
I.R. e contribuição social diferidos	53.209	58.000	Obrigações negociadas de controlada	43.020	50.731
Depósitos judiciais e compulsórios	15.353	13.134	Tributos c/ exig. susp. e outros	167.638	133.611
Demais contas a receber	40.600	38.353	Parcelamento tributário	-	766
<b>Ativo permanente</b>	<b>1.370.084</b>	<b>1.047.461</b>	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	86.222	-
Investimentos	2.042	183.098	Provisão para contingências	27.620	30.514
Imobilizado	698.095	624.264	Outras contas a pagar	7.467	15.866
Intangível	669.947	240.099	<b>Patrimônio líquido</b>	<b>2.100.904</b>	<b>1.834.451</b>
<b>Total do ativo</b>	<b>3.646.566</b>	<b>3.361.984</b>	Capital social realizado	648.497	624.610
			Reserva de capital	177.461	168.572
			Ações em tesouraria	(85.003)	(54.662)
			Reservas de lucro	1.134.715	1.121.802
			Avaliação patrimonial	(27.846)	(56.811)
			Resultado a realizar em op. de hedge	2.802	(1.760)
			Dividendo adicional proposto	147.100	32.700
			Participação minoritários	103.178	-
			<b>Total do passivo</b>	<b>3.646.566</b>	<b>3.361.984</b>
			<b>Valor patrimonial por ação (R\$)</b>	<b>4,34</b>	<b>4,35</b>

**RESULTADOS DO 4T14 E DE 2014**
**Anexo II - Demonstração de Resultados (R\$ mil)**

	<b>4T13</b>	<b>4T14</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>964.888</b>	<b>1.059.951</b>	<b>3.425.959</b>	<b>3.711.162</b>
Custo dos produtos vendidos	(589.179)	(626.025)	<b>(2.005.390)</b>	<b>(2.212.917)</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>375.709</b>	<b>433.926</b>	<b>1.420.569</b>	<b>1.498.245</b>
<i>Margem bruta</i>	38,9%	40,9%	41,5%	40,4%
<b>Receitas (Despesas) Operacionais</b>	<b>(269.865)</b>	<b>(324.542)</b>	<b>(1.068.084)</b>	<b>(1.153.713)</b>
Vendas	(217.571)	(240.356)	(823.259)	(914.453)
Gerais Administrativas	(34.957)	(59.011)	(162.704)	(191.527)
Honorários dos administradores	(8.374)	(10.634)	(13.617)	(16.756)
Amortização do intangível	(6.512)	(7.681)	(25.074)	(24.717)
Outras (despesas) receitas operacionais	(2.450)	(6.861)	(43.430)	(6.260)
<b>EBIT - Resultado Operacional</b>	<b>105.845</b>	<b>109.384</b>	<b>352.485</b>	<b>344.532</b>
<i>Margem operacional</i>	11,0%	10,3%	10,3%	9,3%
Receitas financeiras	19.169	13.513	55.545	66.712
Despesas financeiras	(23.490)	(26.160)	(75.380)	(88.606)
Variação cambial	(4.331)	5.228	41.853	(760)
Equivalência patrimonial	(18.226)	-	(27.087)	(19.513)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>78.967</b>	<b>101.965</b>	<b>347.416</b>	<b>302.364</b>
I.R. e Contribuição Social	(6.317)	(10.754)	(37.653)	(15.836)
Participação de Minoritários	-	(6.377)	248	(6.377)
<b>Lucro líquido</b>	<b>72.650</b>	<b>84.834</b>	<b>310.011</b>	<b>280.151</b>
<b>EBITDA - R\$ milhões</b>	<b>136,2</b>	<b>153,1</b>	<b>494,4</b>	<b>470,5</b>
<i>Margem EBITDA</i>	14,1%	14,4%	14,4%	12,7%