

MERCADO DE CAPITAIS

Cotações: (15/03/2013)

ALPA3 – R\$ 13,32
ALPA4 – R\$ 13,80
Valor de Mercado:
R\$ 5,2 bilhões

TELECONFERÊNCIA

Data: 18/03/2013 às 14h00

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
mweiger@alpargatas.com.br
brunokm@alpargatas.com.br

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



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

4T12 E ANO 2012



EM 2012, A RECEITA LÍQUIDA ACUMULA R\$ 3 BILHÕES, CRESCE 16,8% ANTE 2011 E A ALPARGATAS SE CONSOLIDA COMO A MAIOR EMPRESA DE CALÇADOS DO BRASIL

Destaques das marcas

havaianas®

- ✓ 50 anos com mais de 4 bilhões de pares vendidos
- ✓ Marca nacional de consumo mais conhecida mundialmente
- ✓ Fábrica de Montes Claros se prepara para inauguração no segundo trimestre deste ano

 **Topper**

- ✓ Novos modelos de produtos Instinct
- ✓ Força no *rugby*
- ✓ Estreia no *running*

 **RAINHA**

- ✓ Novo visual e coleções para o *running* e casual

 **MIZUNO®**

- ✓ Novos modelos para o *running* e para o futebol
- ✓ Estreia no vôlei
- ✓ Entrada na Argentina

OSKLEN

- ✓ Aquisição de 30% do capital com opção de compra de mais 30% em um ano

Timberland® 

- ✓ Mídias sociais aproximam a marca dos consumidores

Destaques Financeiros

Indicadores de Resultado (R\$ milhões, exceto margens)	4T11	4T12	Variação 4T12 x 4T11	2011	2012	Variação 2012 x 2011
Receita Líquida Consolidada	703,7	836,6	18,9%	2.574,7	3.007,0	16,8%
Brasil	536,2	652,6	21,7%	1.858,8	2.162,3	16,3%
Argentina	127,8	128,2	0,3%	477,5	524,3	9,8%
USA, Europa e Exportações	39,8	55,8	40,2%	238,4	320,4	34,4%
Lucro Bruto Consolidado	295,4	349,7	18,4%	1.153,9	1.272,8	10,3%
Brasil	247,1	292,3	18,3%	905,3	965,4	6,6%
Argentina	33,2	33,2	-	129,2	130,3	0,9%
USA, Europa e Exportações	15,1	24,2	60,3%	119,4	177,0	48,2%
Margem Bruta Consolidada	42,0%	41,8%	(0,2 p.p.)	44,8%	42,3%	(2,5 p.p.)
Brasil	46,1%	44,8%	(1,3 p.p.)	48,7%	44,7%	(4 p.p.)
Argentina	26%	26%	-	27,1%	25%	(2,1 p.p.)
USA, Europa e Exportações	38%	43,5%	5,5 p.p.	50,1%	55,2%	5,1 p.p.
EBITDA Consolidado	87,6	129,5	47,8%	404,5	413,7	2,3%
Brasil	89,1	127,5	43,1%	351,5	347,1	(1,3%)
Argentina	11,1	5,1	(54,1%)	53,1	33,6	(36,7%)
USA, Europa e Exportações	-12,6	-3,1	75%	-0,1	33,0	na
Margem EBITDA Consolidada	12,4%	15,5%	3,1 p.p.	15,7%	13,8%	(1,9 p.p.)
Brasil	16,6%	19,5%	2,9 p.p.	18,9%	16,1%	(2,8 p.p.)
Argentina	8,7%	4%	(4,7 p.p.)	11,1%	6,4%	(4,7 p.p.)
USA, Europa e Exportações	-	-	-	-	10,3%	10,3 p.p.
Lucro Líquido Consolidado	58,8	66,3	12,8%	307,4	280,0	(8,9%)
Margem Líquida Consolidada	8,4%	7,9%	(0,5 p.p.)	11,9%	9,3%	(2,6 p.p.)

Indicadores de Balanço (R\$ milhões, exceto margens)	31/12/2011	31/12/2012
Caixa	671,0	616,9
Posição Financeira Líquida	435,1	318,2

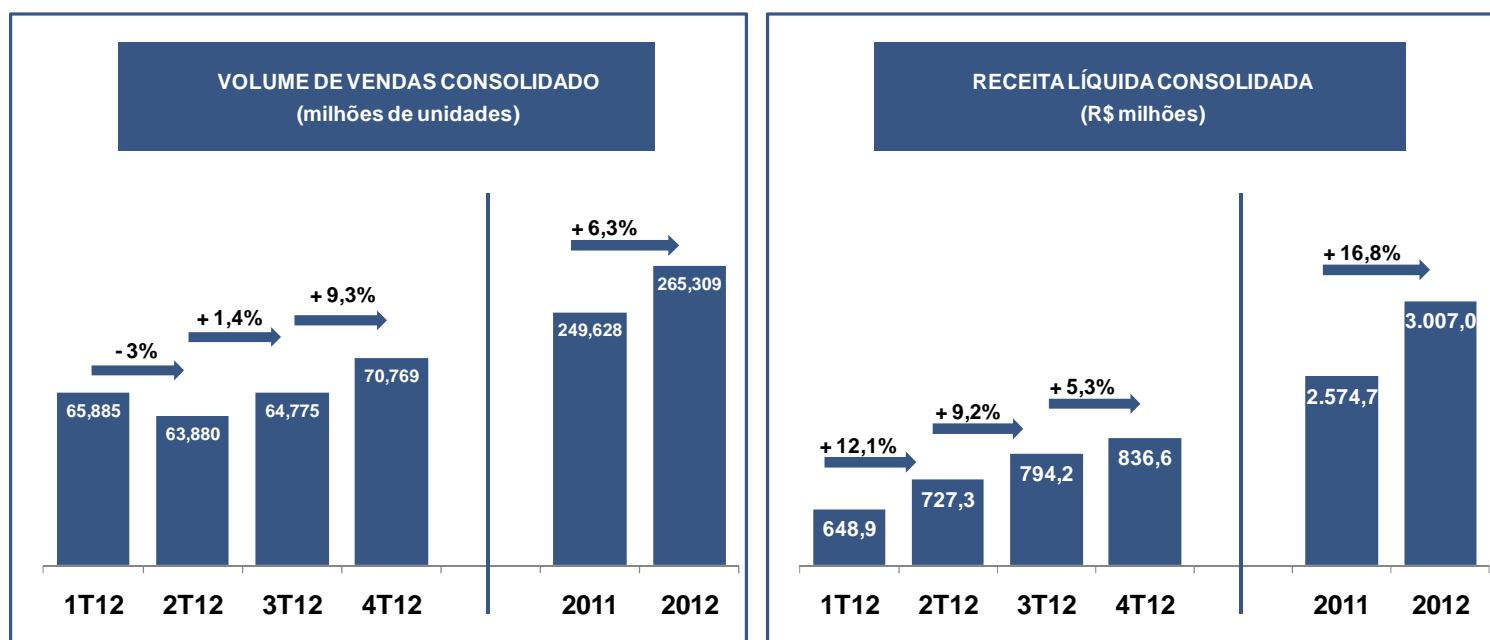
Destques Operacionais

Indicadores Operacionais			Varição			Varição
Volume de Vendas (milhões pares/peças)	4T11	4T12	4T12 x 4T11	2011	2012	2012 x 2011
Negócios Nacionais	56,296	62,317	10,7%	211,393	226,655	7,2%
Sandálias	51,958	57,362	10,4%	194,620	209,877	7,8%
Calçados Esportivos	2,307	2,889	25,2%	8,496	9,501	11,8%
Botas Profissionais	0,430	0,303	(29,6%)	2,331	1,801	(22,7%)
Vestuário/ Acessórios Esportivos	1,601	1,763	10,1%	5,947	5,476	(7,9%)
Negócios Internacionais	8,760	8,452	(3,5%)	38,235	38,654	1,1%
Sandálias	6,070	6,424	5,8%	27,978	30,388	8,6%
Calçados Esportivos	2,109	1,622	(23,1%)	8,553	6,650	(22,2%)
Vestuário/ Acessórios Esportivos	0,581	0,406	(30,1%)	1,704	1,616	(5,2%)
Consolidado	65,056	70,769	8,8%	249,628	265,309	6,3%
Sandálias	58,028	63,786	9,9%	222,598	240,265	7,9%
Calçados Esportivos + Botas Profissionais	4,846	4,814	(0,7%)	19,380	17,952	(7,4%)
Vestuário/ Acessórios Esportivos	2,182	2,169	(0,6%)	7,650	7,092	(7,3%)

Introdução

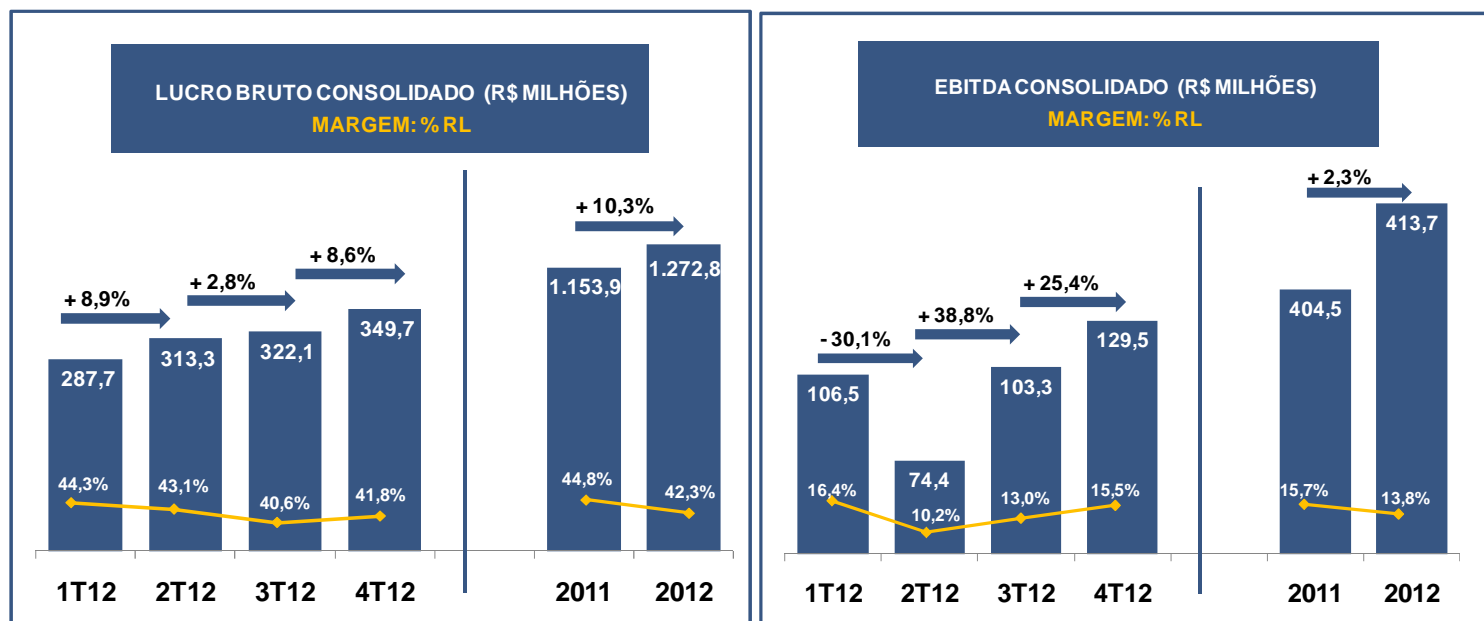
Começar cada dia como se fosse o mais importante e promissor. Essa é a abertura do Manifesto Alpargatas, e foi dessa forma que a Companhia avançou em sua estratégia de crescimento em 2012, consolidando-se como a maior empresa de calçados do Brasil.

O marco no desempenho de 2012 foi a evolução do volume de vendas e da receita líquida – que atingiu R\$ 3 bilhões, valor 16,8% superior ao de 2011, resultante da comercialização de 265,3 milhões de pares de calçados e peças de vestuário e acessórios, quantidade 6,3% maior. A gestão de marcas, a inovação de produtos, a comunicação criativa e a ampla distribuição são competências que têm sido fundamentais para impulsionar o desempenho da Alpargatas.

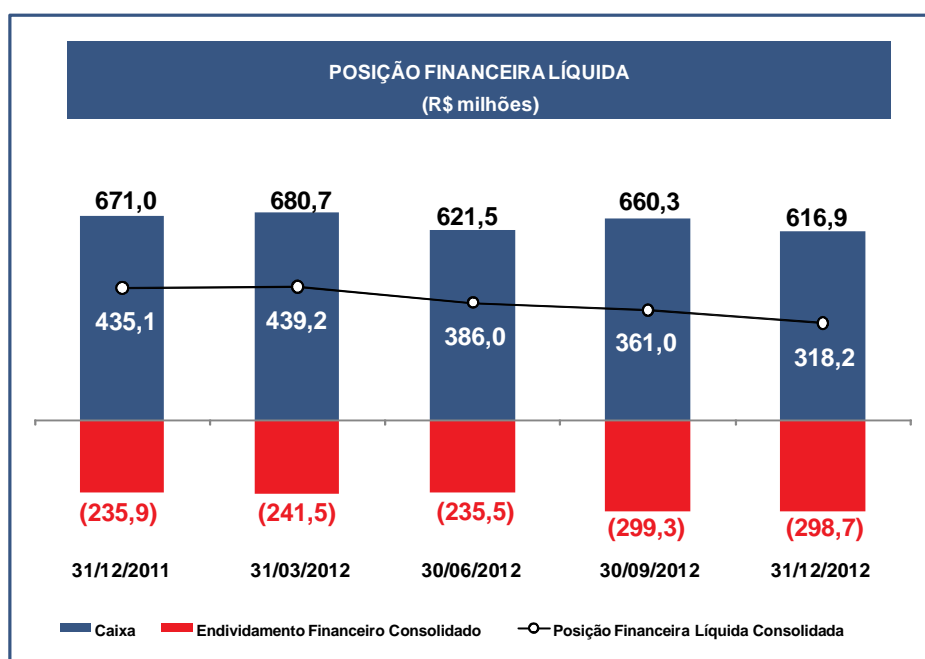


A eficácia na administração da política comercial e na gestão das vendas, que priorizaram a comercialização de produtos de maior valor agregado, o foco na gestão de processos fabris, que resultou em mais produtividade, e o rígido controle dos custos e das despesas operacionais contribuíram para a geração de lucros em 2012, período marcado pela alta dos custos de produção.

O crescimento dos lucros foi mais expressivo no segundo semestre, com destaque para a evolução no quarto trimestre. Nesse período, o lucro bruto consolidado cresceu 8,6% em relação ao 3T12 e a margem, de 41,8%, subiu 1,2 ponto percentual. Já o EBITDA consolidado acumulou R\$ 129,5 milhões, com alta expressiva de 25,4% ante o 3T12, e a margem, de 15,5%, aumentou 2,5 pontos percentuais, igualando-se à de 2011, ano em que os resultados foram mais fortes.



O modelo de negócios, centrado na criação e gestão de marcas desejadas, tem sido o responsável pela solidez financeira da Alpargatas, comprovada pela posição financeira líquida positiva de R\$ 318,2 milhões em 31 de dezembro de 2012.



O ano foi mais um de progresso nos projetos estratégicos que permitirão à Alpargatas dobrar seu tamanho nos próximos anos. Para avançar na meta de tornar-se uma empresa de alto crescimento, gestora de marcas reconhecidas globalmente e com desempenho classe mundial, um importante passo foi dado com a aquisição de 30% do capital da Osklen, realizada em 4 de março de 2013, uma das marcas mais influentes e inspiradoras no mundo da moda, com lojas no Brasil e exterior.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T12 e 2012

No primeiro semestre de 2014, a Alpargatas poderá exercer a opção de comprar mais 30% da empresa.

A operação é relevante para a criação de uma plataforma de moda *lifestyle* de luxo, que será referência no Brasil e exterior.

O investimento adiciona ao portfólio uma marca com as mesmas características das da Alpargatas: inovação, modernidade e interação com o consumidor. Traz sinergias em calçados, conhecimento e desenvolvimento de competências no segmento de moda de luxo e também reforça a presença da Companhia no varejo. Ao todo, 518 lojas exclusivas das marcas Havaianas, Topper, Timberland, Osklen, Meggashop e Outlet Alpargatas espalhavam-se pelo mundo no encerramento de 2012.

Marca	Brasil	Exterior	Total
Havaianas	281	101	382
Timberland	18	-	18
Topper	-	12	12
Meggashop	19	-	19
Outlet Alpargatas	-	17	17
Osklen	64	6	70
Total	382	136	518

Para conquistar os consumidores e gerar mais valor, a atuação do varejo é fundamental. No Brasil, o ano foi marcado pela abertura de 70 franquias Havaianas e Timberland. No exterior, foram inauguradas 6 lojas próprias Havaianas em importantes centros consumidores, como Paris, Londres, Roma e Milão.

A inovação – seja na comunicação criativa, no portfólio de produtos, nos diversos canais mundiais de distribuição, seja em qualquer outro ponto de contato com o consumidor – foi a tônica da estratégia de crescimento de vendas e de prestígio das marcas da Alpargatas.

Havaianas completou 50 anos com um legado de aproximadamente 4 bilhões de pares comercializados desde o seu lançamento, em 1962. Nenhuma outra marca nacional de consumo tornou-se tão conhecida mundialmente. Continuou sua trajetória de crescimento no Brasil e no exterior com 228,7 milhões de pares comercializados, quantidade 8,6% superior à de 2011. A coleção global 2012/2013, lançada em junho, colocou no mercado 110 modelos.

Para os artigos esportivos, 2012 foi o período de conquistar mais visibilidade por meio da oferta de calçados para várias modalidades. A Topper manteve-se referência em artigos para futebol durante o ano e estreou no *running* com uma linha de calçados especialmente desenvolvida para esse esporte. A Mizuno, líder em corridas de alta *performance*, ingressou no vôlei, modalidade em que é muito relevante mundialmente. Fortaleceu-se no futebol com o lançamento de modelos de chuteiras. Rainha aplicou com grande sucesso o reposicionamento planejado em 2011 e lançou coleções nas categorias *running* e casual. A Timberland promoveu ajustes em suas linhas de calçados para se adaptar às preferências dos brasileiros, solidificando-se no segmento de artigos para a prática de atividades *outdoor*.

Para assegurar a continuidade do crescimento mundial de Havaianas, houve avanços nas obras da fábrica de sandálias que está em construção em Montes Claros (MG), com investimentos previstos de R\$ 250 milhões.

Ao final de 2012, 50% das obras civis já estavam concluídas, o montante investido totalizava R\$ 126,1 milhões, e iniciava-se, simultaneamente, a montagem de equipamentos e a contratação de empregados. Serão 50 mil m² de construção em terreno de 357 mil m², área que garante espaço para a expansão das instalações fabris no futuro.

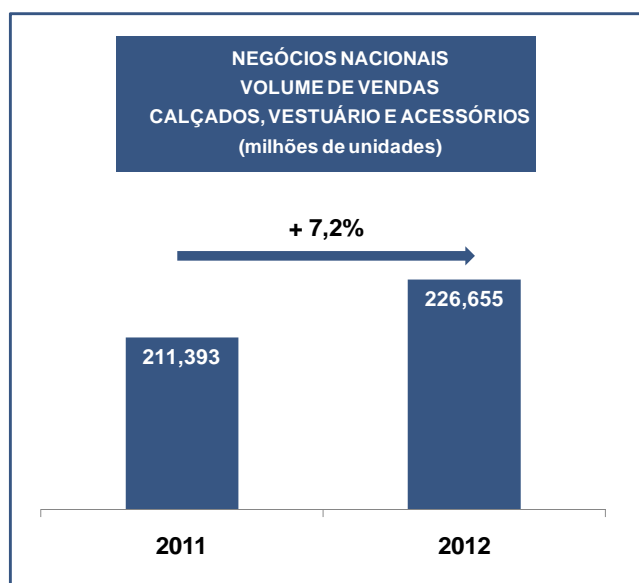
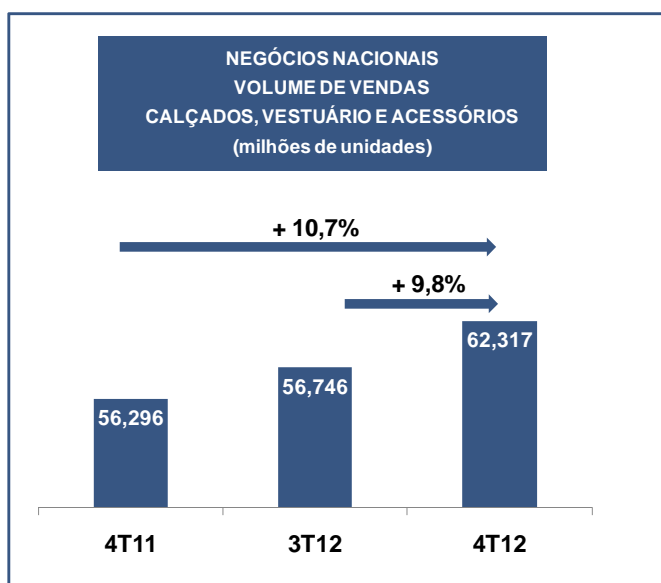
A unidade será inaugurada no segundo trimestre de 2013 e, quando estiver em plena capacidade produtiva, a partir de setembro, terá capacidade anual instalada para produzir 105 milhões de pares de sandálias de pares de sandálias de borracha.

A Alpargatas chegou ao final de 2012 preparada para capturar as oportunidades que continuam a surgir em seus mercados de atuação, com consistência na execução de sua estratégia de crescimento e na geração de valor para os acionistas. A seguir são apresentados e comentados os desempenhos dos negócios nacionais, internacionais e o consolidado.

1. NEGÓCIOS NACIONAIS

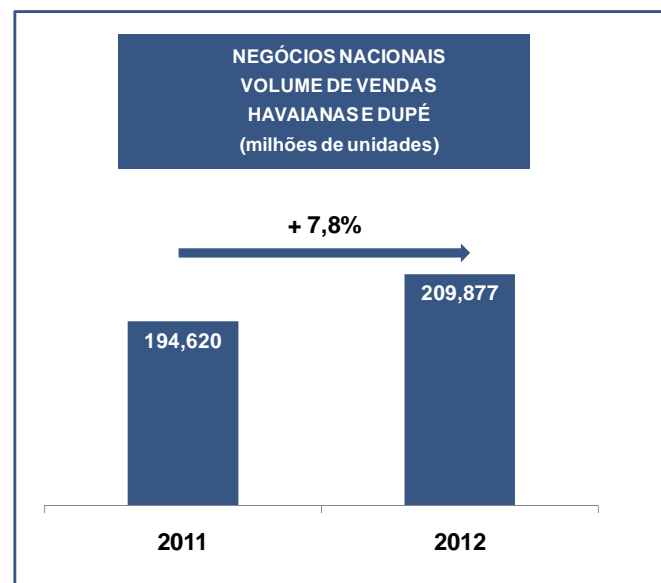
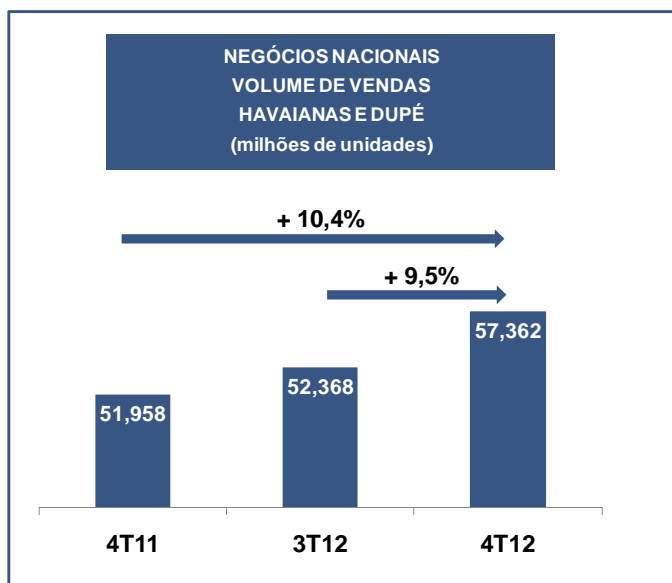
1.1. Volume de vendas de todas as marcas

No quarto trimestre, foram comercializadas 62,317 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios no Brasil, quantidade 9,8% superior a do 3T12 e 10,7% maior que a do 4T11. Em 2012, as vendas acumularam 226,655 milhões de unidades, volume 7,2% maior que o de 2011. Os principais fatores que explicam o bom desempenho de vendas estão descritos a seguir.



1.1.1. Volume de vendas de Havaianas e Dupé

No quarto trimestre, as vendas de Havaianas e Dupé totalizaram 57,362 milhões de unidades no Brasil, 9,5% mais que o 3T12 e 10,4% superior ao 4T11. Em 2012, o volume foi 7,8% maior que o de 2011 e totalizou 209,877 milhões de unidades.

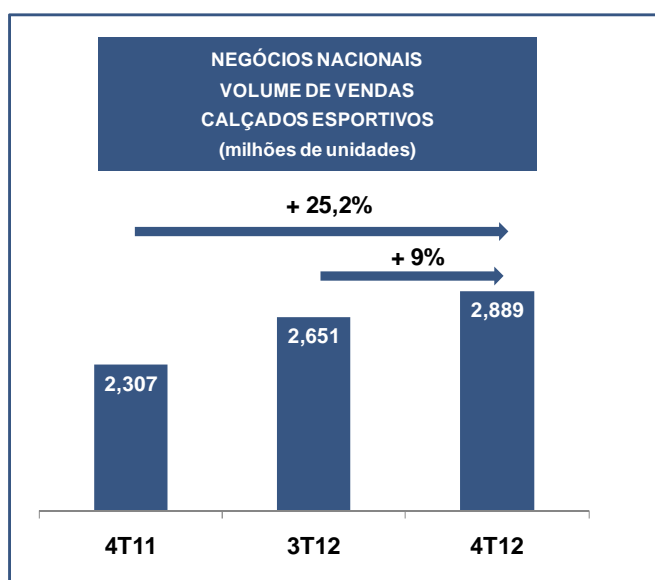


Líder do mercado brasileiro, Havaianas completou 50 anos com um legado de aproximadamente 4 bilhões de pares comercializados desde o seu lançamento, em 1962. Nenhuma outra marca nacional de consumo tornou-se tão conhecida mundialmente. Vários foram os fatores que proporcionaram o incremento das vendas de sandálias no Brasil. A coleção global 2012/2013 foi um sucesso, com o lançamento de 110 modelos em todas as categorias. Houve a expansão da licença Disney, o que permitiu estampar os personagens nas Havaianas vendidas em todos os países – medida antes restrita ao Brasil. Nas *special collections*, Havaianas uniu-se à Missoni pelo segundo ano consecutivo. Lançou sandálias em conjunto com grandes redes varejistas, como C&A, Richards e Farm.

A cada ano, a Soul Collection, extensão da marca Havaianas para calçados fechados, se renova. Foram novidades o *sneaker* Essentia e as alpargatas Origine, elaboradas com novos materiais, como renda, couro e juta. A linha de produtos complementares de Havaianas foi ampliada com a inclusão de capas para iPad, iPhone e *pendrives*.

1.1.2. Volume de vendas de Topper, Rainha, Mizuno, Timberland e Sete Léguas

No quarto trimestre, a comercialização de calçados esportivos Topper, Rainha, Mizuno e Timberland no mercado interno alcançou 2,889 milhões de pares, quantidade 9% superior à do 3T12 e 25,2% maior que a do 4T11. As botas Sete Léguas venderam 303 mil pares no 4T12. Em 2012, o volume de calçados esportivos foi 11,8% superior ao de 2011, e acumulou 9,501 milhões de unidades. As botas Sete Léguas venderam 1,801 milhão de pares no ano.



No ano, Topper vendeu no Brasil uma quantidade 10% maior que a de 2011 em decorrência das inovações nos produtos para o futebol e pelo ingresso no mercado de calçados de corrida. Com foco no *running*, Rainha lançou 26 modelos de tênis para essa categoria e, com isso, ampliou sua presença em importantes canais de distribuição multimarca. Líder em calçados de corrida de alta *performance*, a Mizuno aumentou expressivamente as vendas no ano.

O volume 41% superior ao de 2011 deve-se às inovações nos produtos, ao ingresso no vôlei e ao início das exportações para a Argentina. Como principal ação de comunicação visando ao incremento das vendas, a Timberland iniciou uma estratégia integrada em diferentes plataformas de redes sociais para aproximar-se ainda mais de seus consumidores.

1.1.3. Volume de vendas de vestuário e acessórios esportivos

No quarto trimestre, foram comercializadas 1,763 milhão de unidades de vestuário e acessórios no Brasil, quantidade 31,1% superior à do 3T12 e 10,1% maior na comparação com o 4T11. No ano, as vendas acumularam 5,476 milhões de unidades, volume 7,9% inferior ao de 2011, em razão da estratégia de descontinuar a comercialização de produtos de menor valor.

1.1.4. Varejo

No encerramento de 2012, as lojas exclusivas das marcas da Alpargatas somavam 318 no Brasil, ante 250 em 2011. Uniram-se a essa rede 64 lojas da Osklen em operação no País, totalizando 382 lojas.

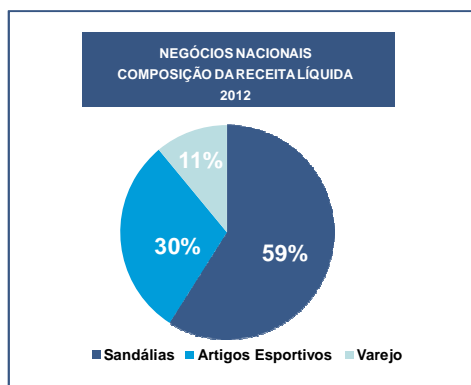
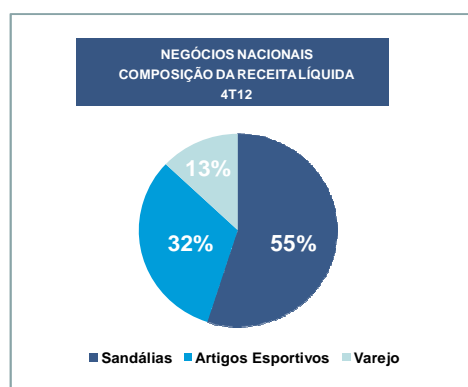
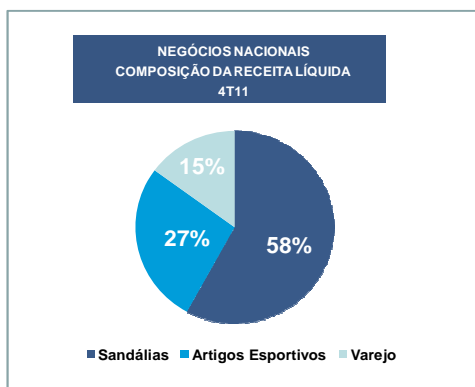
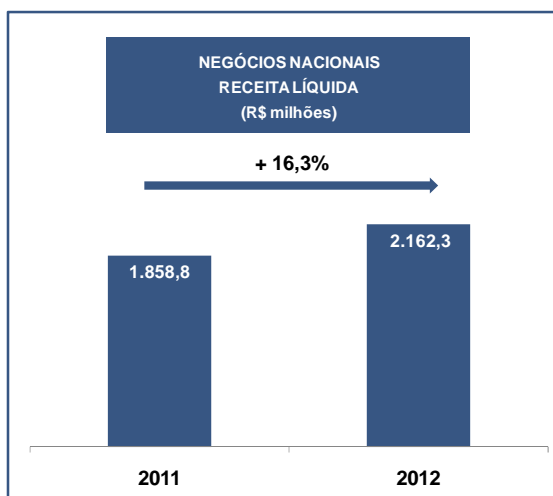
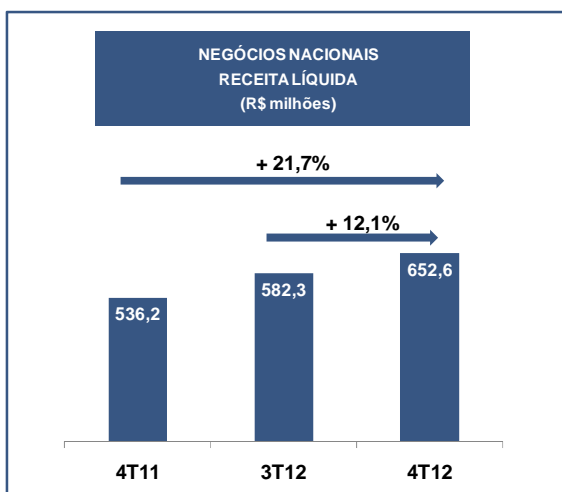
O ano foi marcado pela continuidade da expansão do varejo Havaianas. Com a abertura de 68 franquias, o período foi encerrado com 281 unidades, ante 213 em 2011. Na comparação com o exercício anterior, o volume de vendas das lojas Havaianas cresceu 4,5%, e a receita, 8,1%, no conceito mesmas lojas.

Duas franquias Timberland foram abertas, em Florianópolis (SC) e Curitiba (PR), totalizando 18 estabelecimentos no Brasil. O faturamento em 2012 permaneceu estável em relação ao de 2011. As 19 lojas Meggashop registraram grande movimento de clientes. Em 2012, foram quase 1 milhão de tíquetes de compras. Durante o ano, foram reformadas as unidades de São José dos Campos (SP), Campina Grande (PB), Natal (RN) e do bairro da Mooca, em São Paulo, a maior da rede, com 700 m². Na comparação com 2011, o volume de vendas cresceu 18,8%, e a receita, 31,6%, no conceito mesmas lojas.

Sintonizadas à crescente demanda de consumidores interessados em realizar suas compras *online*, as marcas da Alpargatas oferecem em suas lojas virtuais grande variedade de produtos. No ano, a loja virtual da Havaianas foi visitada por 3,3 milhões de pessoas e a da Topper, por 350 mil. A da Timberland também obteve excelente desempenho, e seu faturamento foi o primeiro da rede de lojas da marca.

1.2. Receita líquida

O expressivo aumento de 21,7% em receita líquida dos negócios nacionais no 4T12, em comparação com o 4T11, comprovou a estratégia consistente de crescimento da Companhia. Contra o 3T12, a receita líquida dos negócios nacionais foi 12,1% maior, acumulando R\$ 652,6 milhões no quarto trimestre. Em 2012, a receita líquida foi de aproximadamente R\$ 2,2 bilhões, montante 16,3% superior ao de 2011. Além dos fatores que proporcionaram incremento no volume de vendas das marcas, contribuíram para a evolução da receita dos negócios nacionais o reajuste de preços em sandálias e calçados esportivos e o aumento da participação de sandálias de maior valor no *mix* comercializado, que passou de 44%, no 4T11, para 51%, no 4T12.



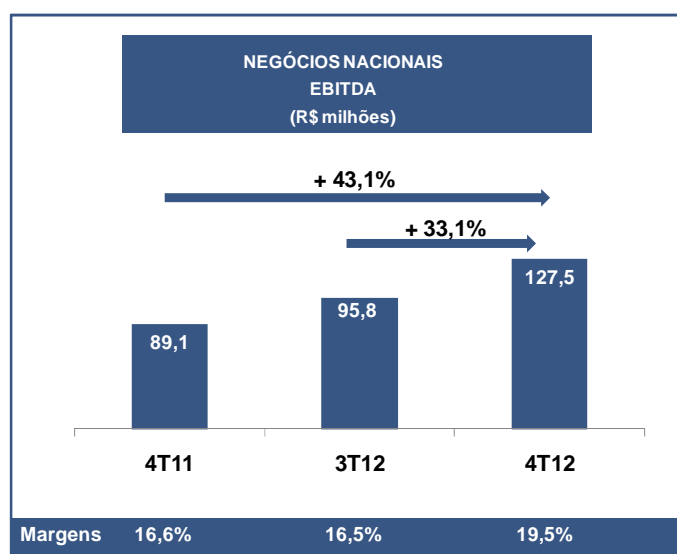
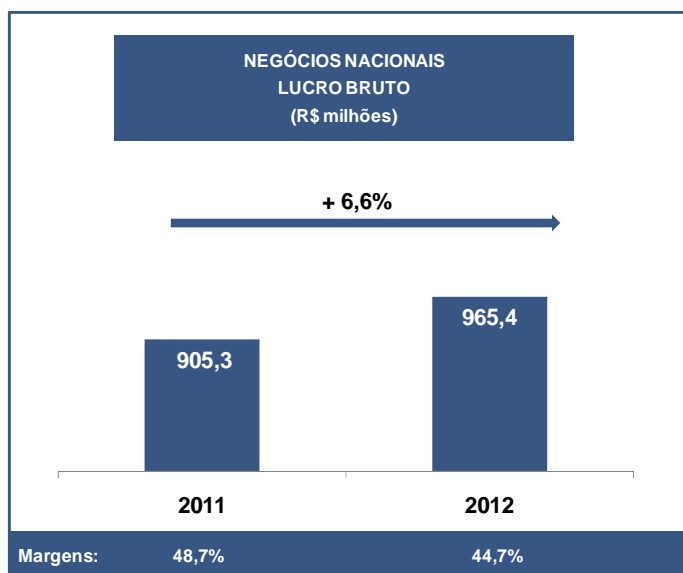
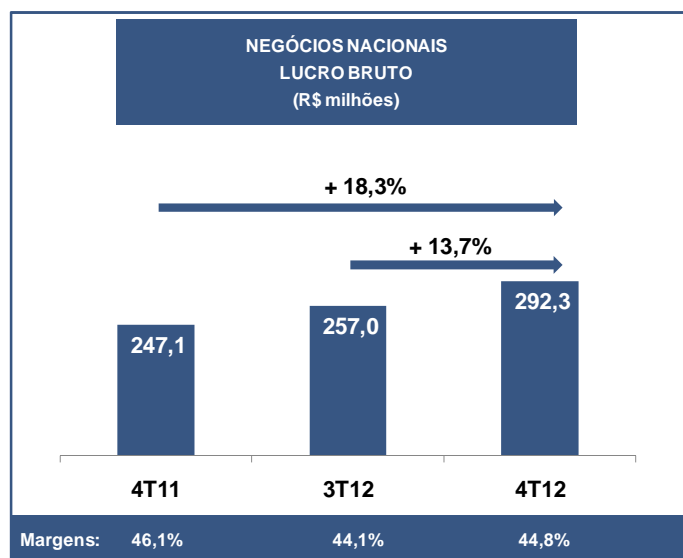
1.3. Lucro e margem bruta

No quarto trimestre, o lucro bruto dos negócios nacionais acumulou R\$ 292,3 milhões, valor 13,7% mais alto que o do 3T12 e 18,3% superior ao do 4T11. A margem bruta, de 44,8%, apresentou crescimento de 0,7 ponto percentual em relação à margem do 3T12 pela queda do custo médio, em reais, das matérias-primas *commodities*, principalmente borracha, ocorrida no 4T12. A margem de 44,8% no 4T12 foi 1,3 ponto percentual menor que a do 4T11.

Em 2012, o lucro bruto somou R\$ 965,4 milhões, montante 6,6% superior ao de 2011, e a margem bruta alcançou 44,7%, ante 48,7% do período anterior, devido aos custos das matérias-primas *commodities*, principalmente borracha, e de os produtos acabados importados (ambos impactados e pelo câmbio) terem sido mais altos que os de 2011 e ao incremento do custo da mão de obra direta (crescimento do efetivo + dissídio).

1.4. EBITDA

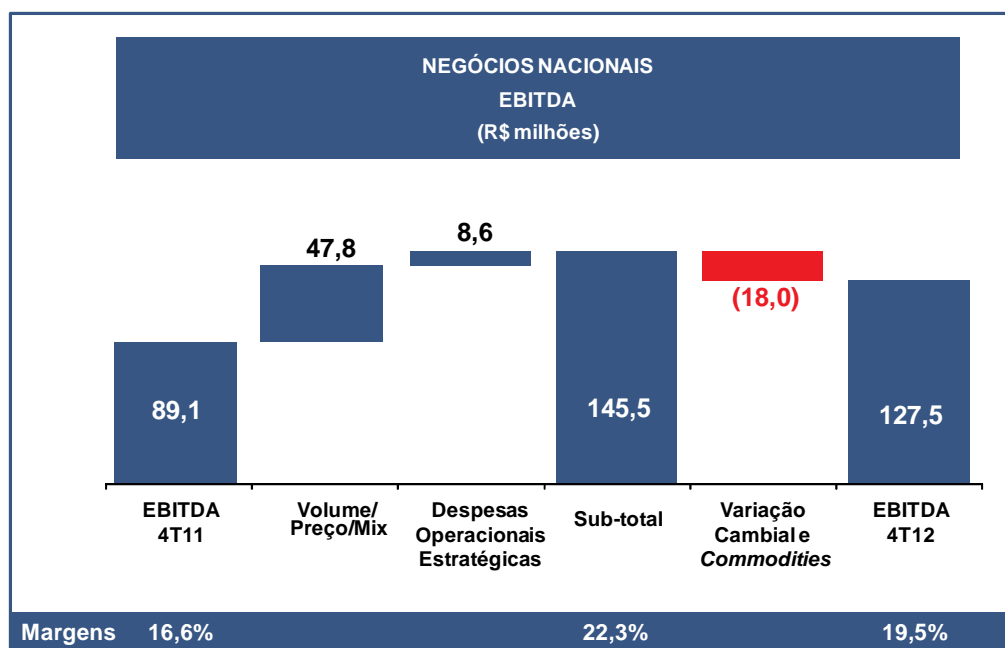
A forte evolução de margem EBITDA no 4T12, que atingiu 19,5%, é fruto das ações tomadas para aumentar o lucro bruto, conforme explicado no item 2.3, e da maior produtividade das despesas operacionais, conforme explicado a seguir. O EBITDA dos negócios nacionais somou R\$ 127,5 milhões no quarto trimestre, valor 33,1% maior que o registrado no 3T12.



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T12 e 2012

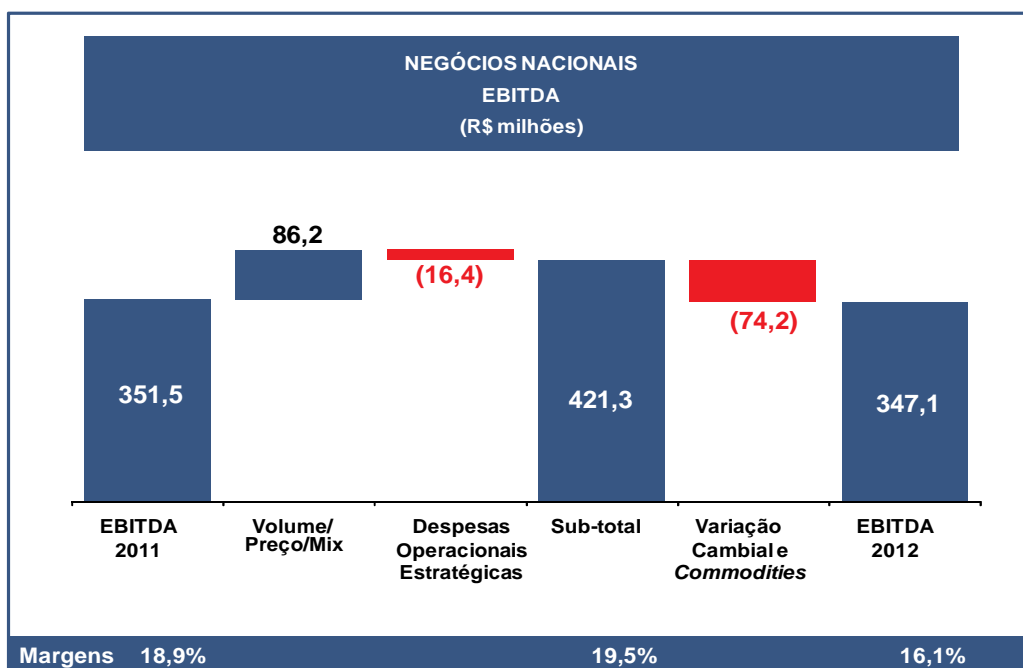
Na comparação com o 4T11, o EBITDA no Brasil foi 43,1% superior, e a margem, 2,9 pontos percentuais melhor. Eliminando-se o impacto negativo de R\$ 18 milhões decorrente da variação cambial incidente no custo dos produtos acabados importados, o EBITDA do 4T12 acumula R\$ 145,5 milhões, sobe 63,3%, e a margem passa de 16,6%, no 4T11, para 22,3%. Os principais fatores que explicam a variação do EBITDA do 4T11 para o 4T12 são:

1. Volume maior, com preços mais altos e *mix* de vendas mais rico, resultou em mais R\$ 47,8 milhões e;
2. Maior produtividade nas despesas operacionais, cuja variação foi menor que o crescimento da receita, contribuiu com mais R\$ 8,6 milhões.



Em 2012, o EBITDA dos negócios nacionais acumulou R\$ 347,1 milhões, valor 1,3% menor que o de 2011, e a margem alcançou 16,1%, ante 18,9%. Eliminando-se o impacto negativo de R\$ 74,2 milhões, decorrente dos aumentos dos custos das matérias-primas *commodities* e dos produtos acabados importados mais a variação cambial, o EBITDA de 2012 acumula R\$ 421,3 milhões, sobe 19,9%, e a margem passa de 18,9%, em 2011, para 19,5%. Os principais fatores que explicam a variação do EBITDA de 2011 para o 2012 são:

3. Volume maior, com preços mais altos e *mix* de vendas mais rico, resultou em mais R\$ 86,2 milhões e;
4. Despesas operacionais estratégicas mais elevadas, em R\$ 16,4 milhões, devido ao aumento dos gastos com a comunicação das marcas e com ações que estão suportando o crescimento da Companhia, como o desenvolvimento e lançamento de novos produtos, novas categorias e extensão de marca.

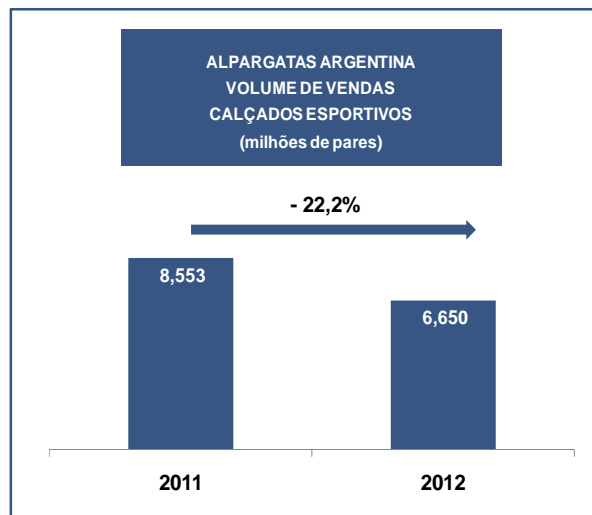
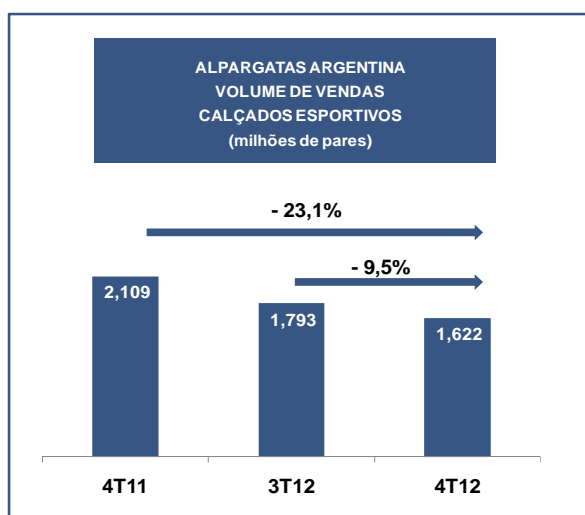


2. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

2.1. Alpargatas Argentina

2.1.1. Volume de vendas

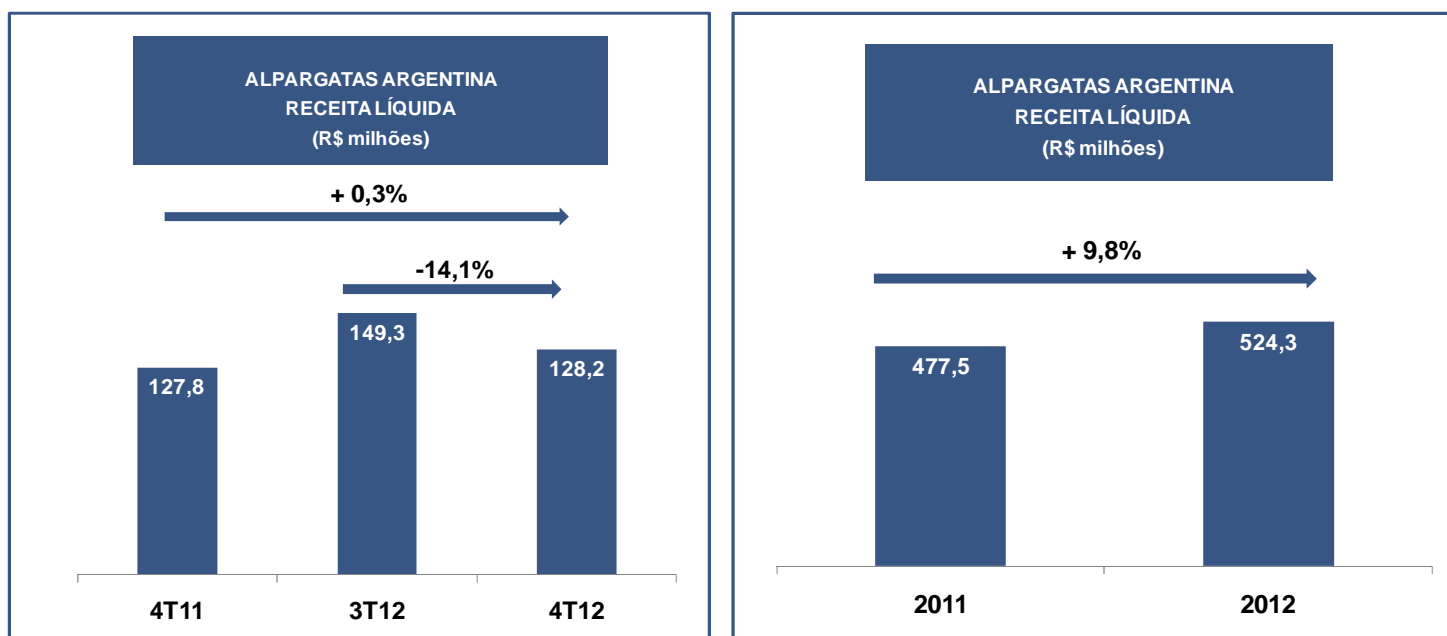
No quarto trimestre, foram comercializados 1,622 milhão de pares de calçados esportivos na Argentina, quantidade 9,5% e 23,1% inferior à do 3T12 e 4T11, respectivamente. As vendas de vestuário e acessórios totalizaram 406 mil unidades, volume 7,4% e 30,1% menor do que o do 3T12 e do 4T11, respectivamente. Em 2012, o volume de vendas acumulou 6,650 milhões de pares de calçados esportivos, 22,2% menos do que em 2011, e de 1,616 milhão de peças de vestuário e acessórios, quantidade 5,2% menor.



A redução das vendas de artigos esportivos na Argentina é explicada pela demanda mais fraca em 2012, decorrente da situação econômica do país. Várias medidas visando à retomada do crescimento do volume serão adotadas em 2013, como o desenvolvimento de outros canais de distribuição e nova estratégia de *sourcing* para o Brasil, com a exportação de alguns modelos de calçados para serem comercializados no mercado interno. Além disso, no âmbito do Projeto “Rumbo 38”, que tem o objetivo de elevar a lucratividade da Alpargatas Argentina, será dada continuidade à adoção de medidas de redução dos custos de fabricação de calçados e de contenção de despesas operacionais.

2.1.2. Receita líquida

No quarto trimestre, a receita líquida na Argentina alcançou R\$ 128,2 milhões. Esse montante foi 14,1% inferior ao do 3T12 em razão da queda de volume de calçados e da maior participação de produtos de menor valor no *mix* de vendas. Na comparação com o 4T11, o faturamento em pesos foi 1,7% menor. Como o peso ficou 1,4% mais forte que o real, a receita líquida em reais subiu 0,3% no 4T12. No ano, a receita líquida acumulou R\$ 524,3 milhões, crescimento de 9,8% ante 2011, em razão do aumento de 3,2% na receita em pesos e da valorização de 5,7% do peso ante o real, em 2012.

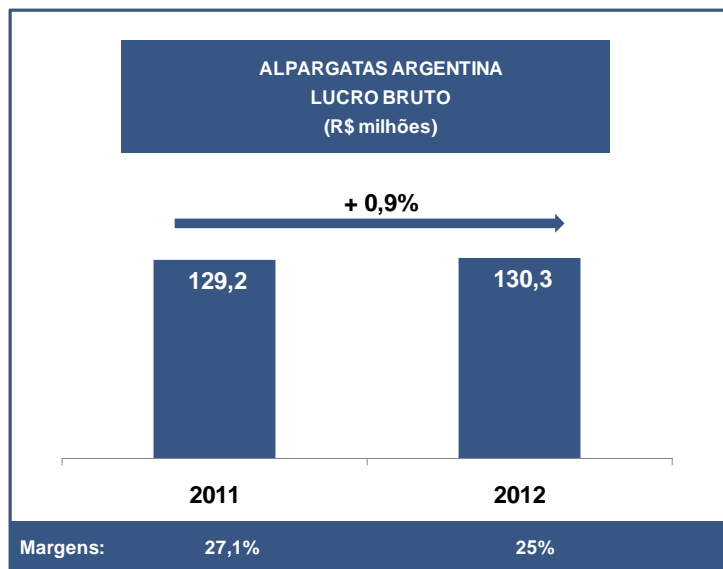
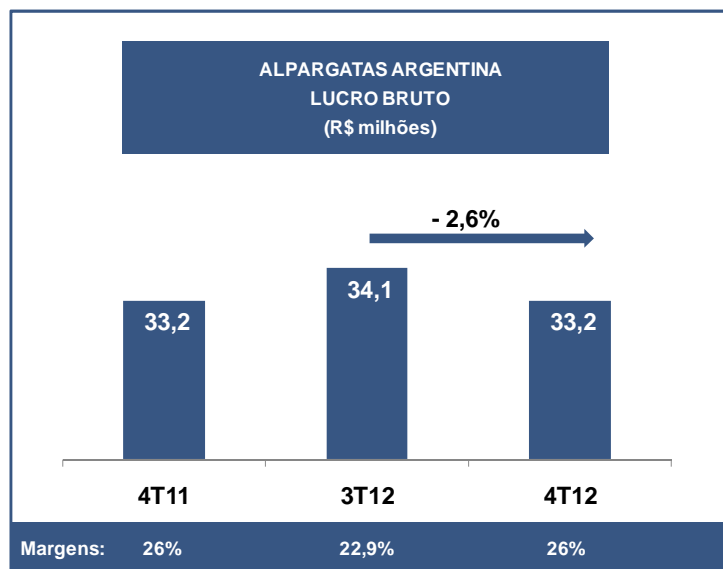


2.1.3. Lucro e margem bruta

No quarto trimestre, o lucro bruto na Argentina acumulou R\$ 33,2 milhões, valor 2,6% mais baixo que o do 3T12 e igual ao do 4T11. A margem bruta foi 3,1 pontos percentuais melhor que do 3T12, em razão da melhora da margem do negócio de calçados esportivos ocorrida com a recuperação dos preços no final do ano. Na comparação com o 4T11, a margem bruta permaneceu estável. Em 2012, o lucro bruto somou R\$ 130,3 milhões, montante 0,9% superior ao de 2011.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T12 e 2012

Mesmo com a alta da rentabilidade dos negócios de calçados, e também do têxtil e do varejo, ocorrida no último trimestre, a margem bruta da Alpargatas Argentina diminuiu 2,1 pontos percentuais em 2012, na comparação com 2011.



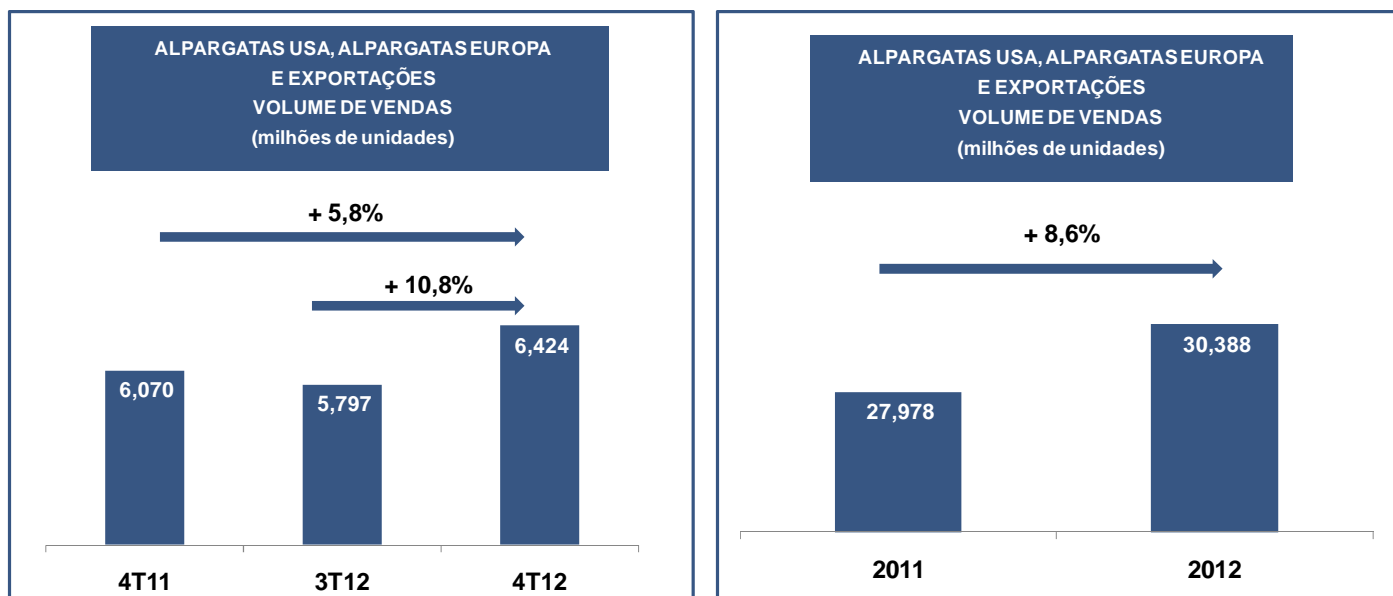
2.1.4. EBITDA

No quarto trimestre, o EBITDA da Alpargatas Argentina acumulou R\$ 5,1 milhões, montante R\$ 3,2 milhões menor que o do 3T12. A margem de 4% foi 1,6 ponto percentual menor que a do 3T12. Na comparação com o 4T11, o EBITDA apresenta redução de R\$ 6 milhões, e a margem, de 4,7 pontos percentuais. Os fatores que explicam essa queda são o baixo volume de vendas de calçados e os gastos mais elevados com comunicação de Topper e com as despesas comerciais no último trimestre do ano. Em 2012, o EBITDA da Alpargatas Argentina, de R\$ 33,6 milhões, foi 36,7% menor que o de 2011, e a margem, de 6,4%, foi 4,7 pontos percentuais inferior.

2.2. Alpargatas USA, Alpargatas Europa e Exportações

2.2.1. Volume de vendas

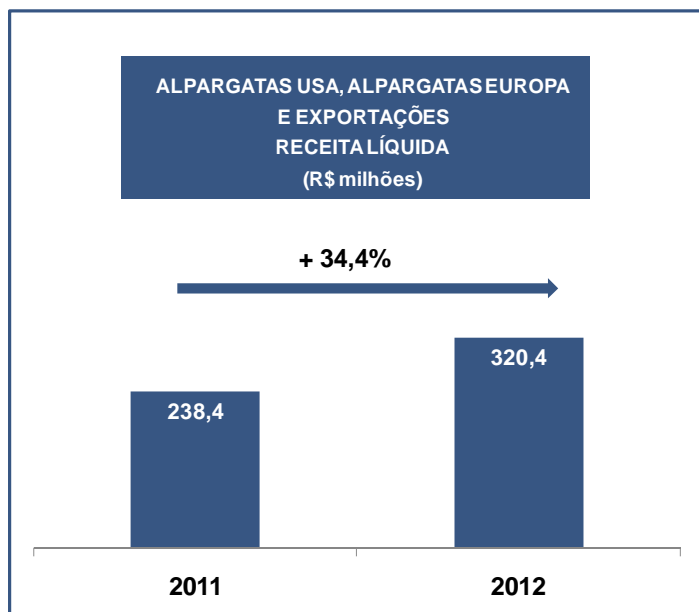
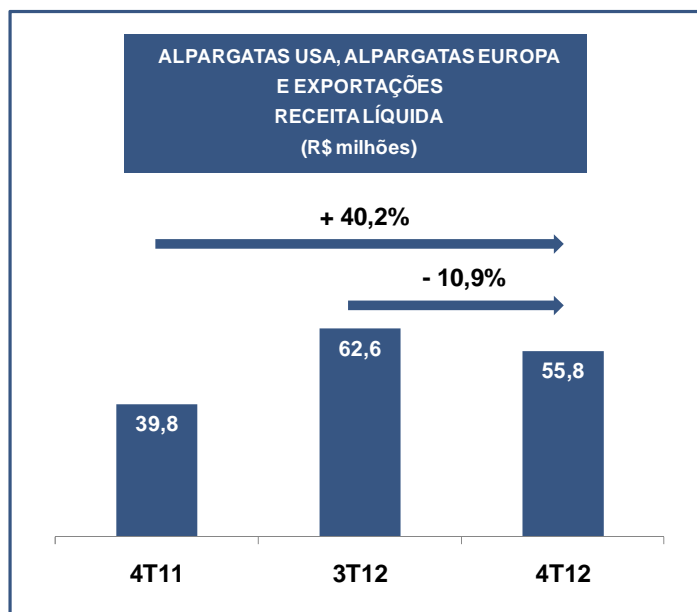
A quantidade de sandálias comercializadas pelas subsidiárias Alpargatas USA e pela Alpargatas Europa, somada às exportações, totalizou 6,424 milhões de unidades no quarto trimestre. O aumento de 10,8% em relação ao 3T12 deve-se ao volume 19% maior de exportações no 4T12, uma vez que as vendas na Europa e nos Estados Unidos diminuem no último trimestre do ano devido à sazonalidade. Na comparação com o 4T11, o volume 5,8% mais elevado resulta dos crescimentos de 28,3% nas vendas na Europa e nos Estados Unidos e de 3,7% nas exportações. Em 2012, a quantidade de sandálias comercializadas no mercado externo alcançou 30,388 milhões de unidades, 8,6% mais que em 2011.



Tornar Havaianas uma sandália tão consumida no mundo quanto no Brasil tem sido um projeto estratégico desafiador, rumo ao qual a Alpargatas avança a cada ano. Na Europa e nos Estados Unidos, importantes regiões consumidoras, o desempenho da marca tem evoluído conforme o planejado. No continente europeu o volume de vendas foi 5,2% maior que o de 2011 e na América do Norte, 7,1% superior. Em 2012, novos mercados, em economias emergentes e com grande quantidade de consumidores, se juntaram aos mais de 80 países para os quais Havaianas é exportada, fato que provocou aumento de 9,7% no volume exportado, na comparação com 2011. Havaianas tem crescido no mercado externo porque cada vez mais os consumidores conhecem a marca. De acordo com a pesquisa Brand Tracking, realizada pela Millward Brown no final de 2012, Havaianas foi lembrada por 55% dos entrevistados europeus, ante 35% em 2009. Cerca de um terço dos entrevistados norte-americanos mencionou a marca (em 2009 eram 22%). Na Austrália, há três anos, 57% dos entrevistados citavam Havaianas. Hoje são 91%.

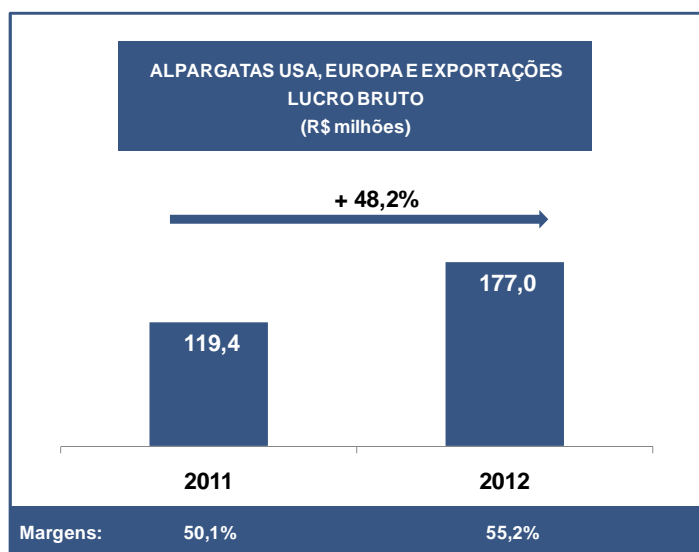
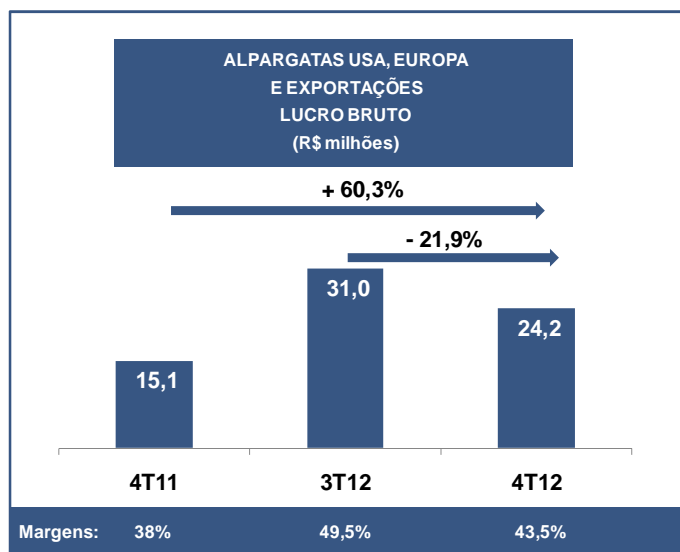
2.2.2. Receita líquida

A receita líquida das subsidiárias na Europa e nos Estados Unidos e das exportações acumulou R\$ 55,8 milhões no quarto trimestre, montante 40,2% superior ao 4T11, devido à combinação de volume maior, *mix* de vendas mais rico e dólar e euro mais fortes. Já na comparação com o 3T12, a receita líquida foi 10,9% inferior, decorrente do preço médio menor das exportações fixado no último trimestre do ano e por conta da sazonalidade na Europa e nos Estados Unidos. Maior volume, *mix* de vendas mais rico e dólar e euro mais fortes também explicam o crescimento de 34,4% ocorrido na receita líquida do negócio de sandálias no mercado externo em 2012, na comparação com o ano anterior.



2.2.3. Lucro e margem bruta

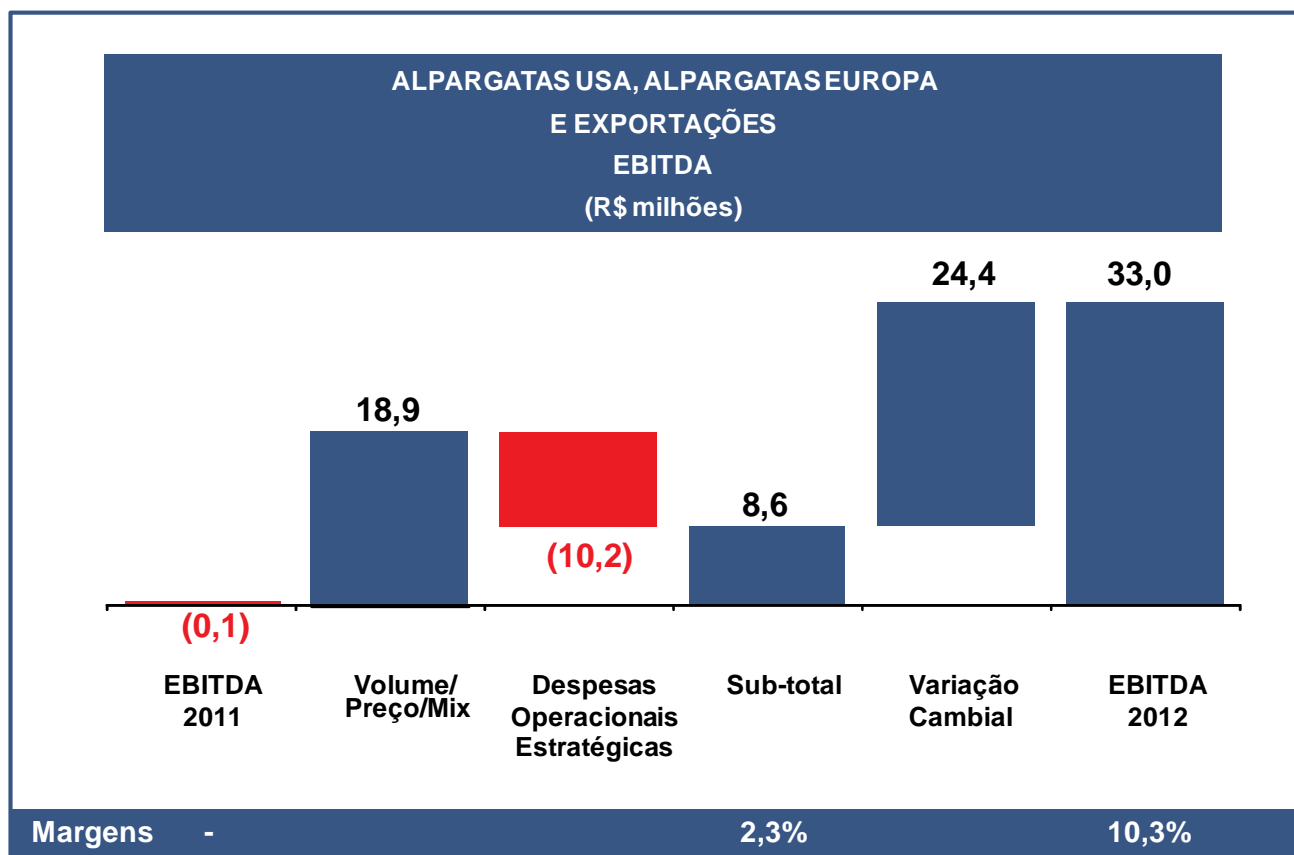
No quarto trimestre, o lucro bruto das subsidiárias e das exportações acumulou R\$ 24,2 milhões, crescimento de 60,3% ante o 4T11 e a margem foi 5,5 pontos percentuais maior, devido ao expressivo aumento da receita e do lucro bruto. Na comparação com o 3T12, o valor foi 21,9% mais baixo, por conta da sazonalidade na Europa e nos Estados Unidos. A margem bruta, de 43,5%, foi 6 pontos percentuais inferior à do 3T12 em razão de a receita ter sido menor. Em 2012, o lucro bruto somou R\$ 177 milhões, montante 48,2% superior ao de 2011. A margem bruta chegou a 55,2%, e representa 5,1 pontos percentuais acima da obtida em 2011.



2.2.4. EBITDA

Em 2012, o EBITDA acumulou R\$ 33 milhões, e a margem alcançou 10,3%. Esse resultado reflete o avanço na execução das ações estratégicas de internacionalização de Havaianas. Da variação anual do EBITDA das subsidiárias e das exportações de sandálias, o ganho proveniente dos aumentos de volume e preço totalizou R\$ 18,9 milhões.

As despesas operacionais estratégicas foram R\$ 10,2 milhões superiores, principalmente com os investimentos em comunicação de Havaianas, cujo resultado foi o aumento do conhecimento da marca por americanos e europeus, e com a ampliação da estrutura na Europa para suportar a abertura das lojas próprias. Houve o impacto positivo de R\$ 24,4 milhões proveniente da variação cambial (apreciação do dólar e do euro).



Na comparação com o 4T11, houve substancial melhora de R\$ 9,5 milhões no EBITDA das subsidiárias e das exportações de sandálias, decorrente do composto volume, preço e *mix* (ganho de R\$ 2,6 milhões) e economia nas despesas operacionais, principalmente com comunicação no último trimestre do ano (R\$ 3 milhões). As moedas estrangeiras mais fortes contribuíram positivamente com R\$ 3,9 milhões.

3. RESULTADO CONSOLIDADO

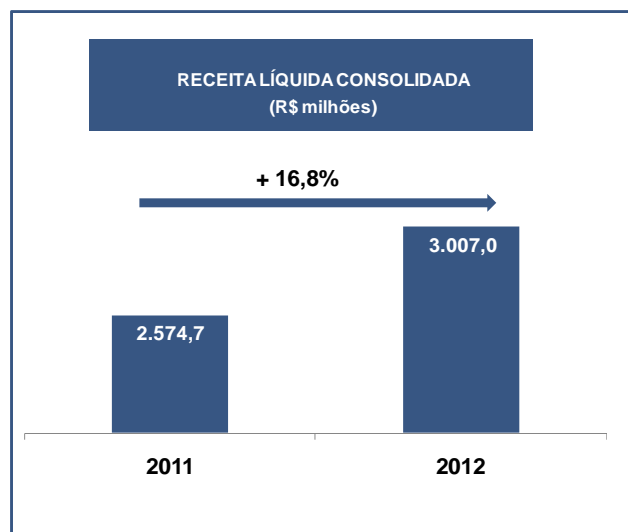
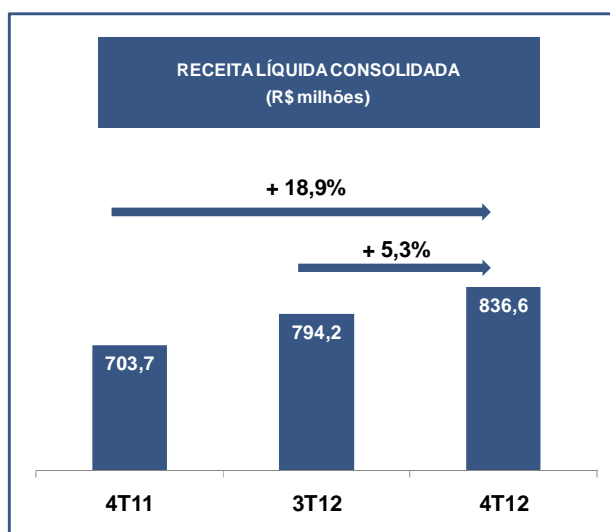
3.1. Volume de vendas

No quarto trimestre foram comercializadas 70,769 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios, quantidade 9,3% superior à do 3T12 e 8,8% maior que a do 4T11. Em 2012, o volume consolidado somou 265,309 milhões de unidades, volume 6,3% maior que o de 2011, em consequência dos aumentos dos volumes de sandálias no mercado interno (+7,8%) e no exterior (+8,6%) e do crescimento de 11,8% nas vendas de calçados esportivos no Brasil.

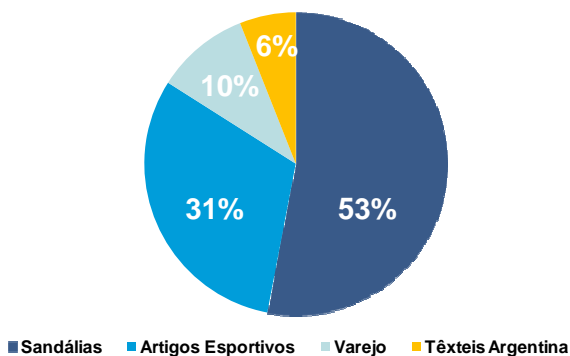


3.2. Receita líquida

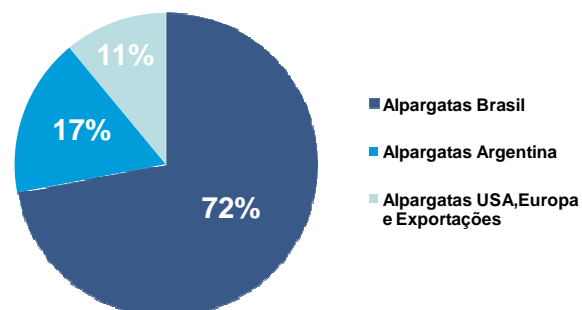
A receita líquida consolidada, de R\$ 836,6 milhões no 4T12, cresceu 5,3% ante o 3T12 e 18,9%, ante o 4T11. Em 2012, a receita líquida consolidada alcançou R\$ 3 bilhões, evolução de 16,8% ante 2011. Volume maior no Brasil e no exterior e a eficácia na administração da política comercial e na gestão das vendas proporcionaram bom desempenho em um ano de baixo crescimento da economia brasileira e dos países desenvolvidos.



RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA 2012



RECEITA LÍQUIDA CONSOLIDADA 2012



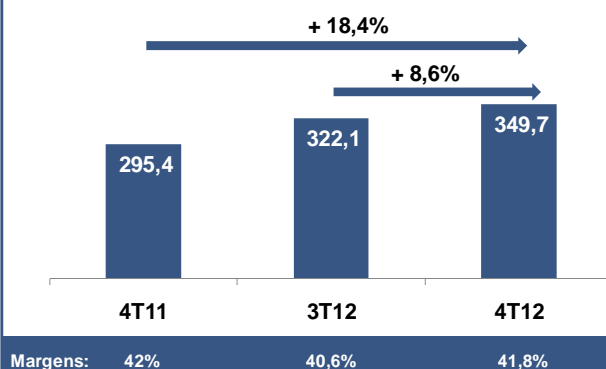
3.3. Lucro e margem bruta

No quarto trimestre, o lucro bruto consolidado acumulou R\$ 349,7 milhões, valor 8,6% mais alto que o do 3T12 e 18,4% maior que o do 4T11. A margem bruta consolidada, de 41,8%, foi 1,2 ponto percentual maior que a do 3T12 e, em relação ao 4T11, ficou praticamente estável. A recuperação de margem no 4T12 foi decorrente do aumento da receita consolidada naquele período e da redução no custo médio, em reais, das matérias-primas *commodities* ocorrida no último trimestre em relação ao 3T12.

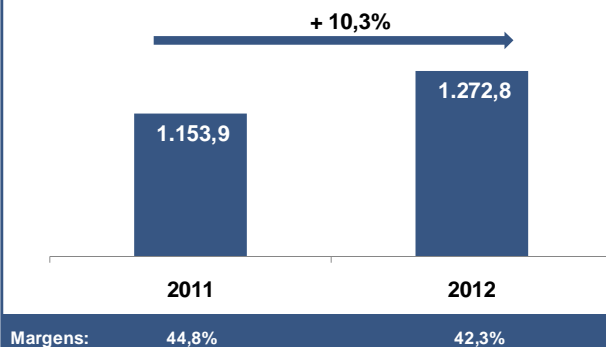
Em 2012, o lucro bruto consolidado somou R\$ 1.272,8 milhões, montante 10,3% superior ao de 2011. A margem bruta consolidada, de 42,3%, foi 2,5 pontos percentuais menor que a de 2011 devido:

- Ao custo mais elevado das matérias-primas *commodities*. O custo médio da borracha em reais em 2012 foi 10,3% maior que o de 2011;
- Ao aumento do custo dos produtos acabados importados (FOB + câmbio);
- Aos aumentos do custo da mão de obra direta; e
- À queda da margem bruta na Argentina.

LUCRO BRUTO CONSOLIDADO (R\$ milhões)



LUCRO BRUTO CONSOLIDADO (R\$ milhões)

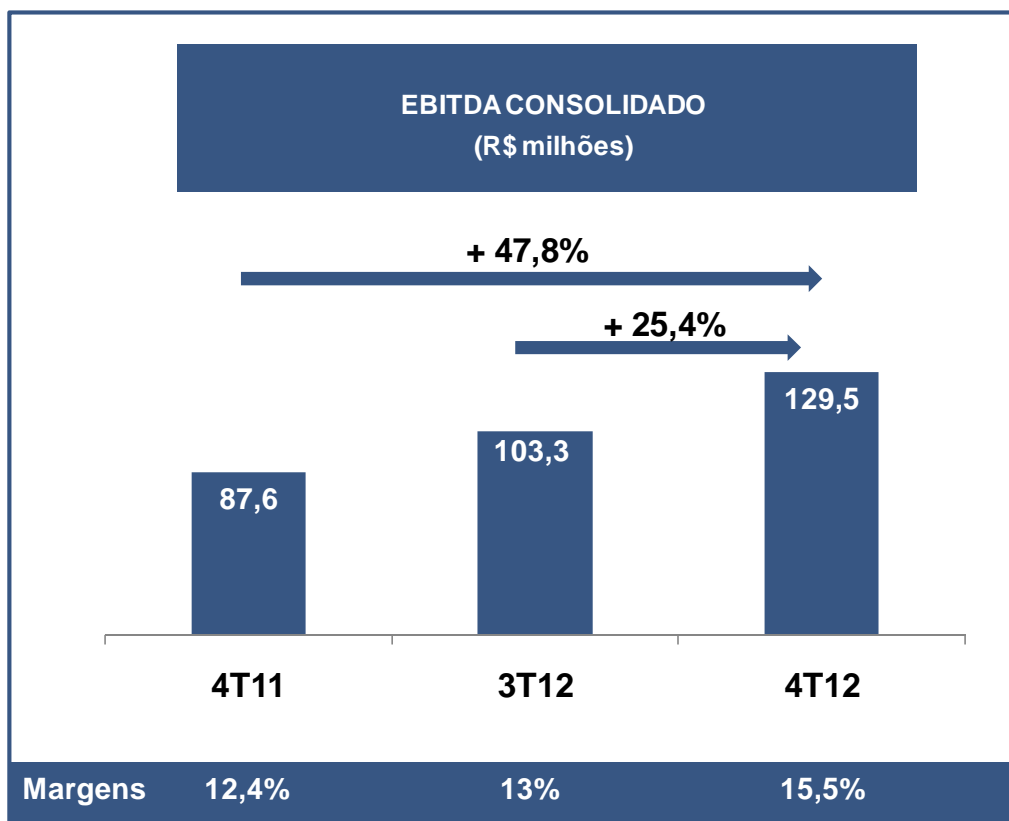


A composição do custo dos produtos vendidos em 2012 foi a seguinte:



3.4. EBITDA

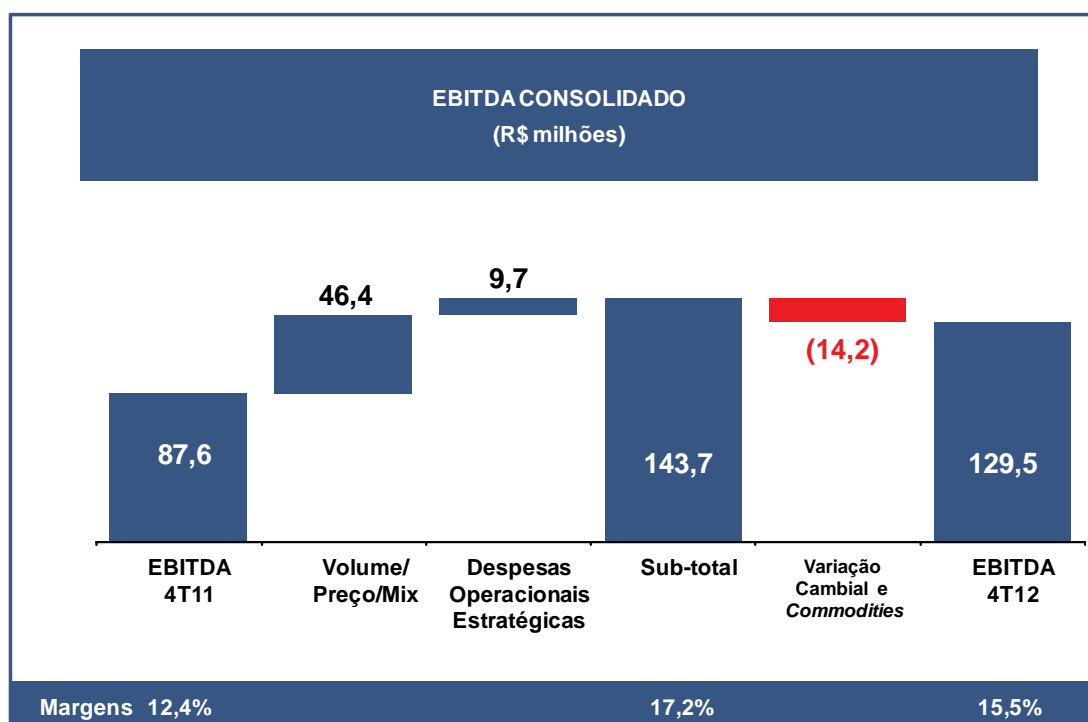
O EBITDA consolidado somou R\$ 129,5 milhões no quarto trimestre, valor 25,4% maior que o registrado no 3T12, em decorrência do aumento de 33% no EBITDA dos negócios nacionais. Com isso, a margem recuperou 2,5 pontos percentuais, passando de 13%, no 3T12, para 15,5%, no 4T12.



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 4T12 e 2012

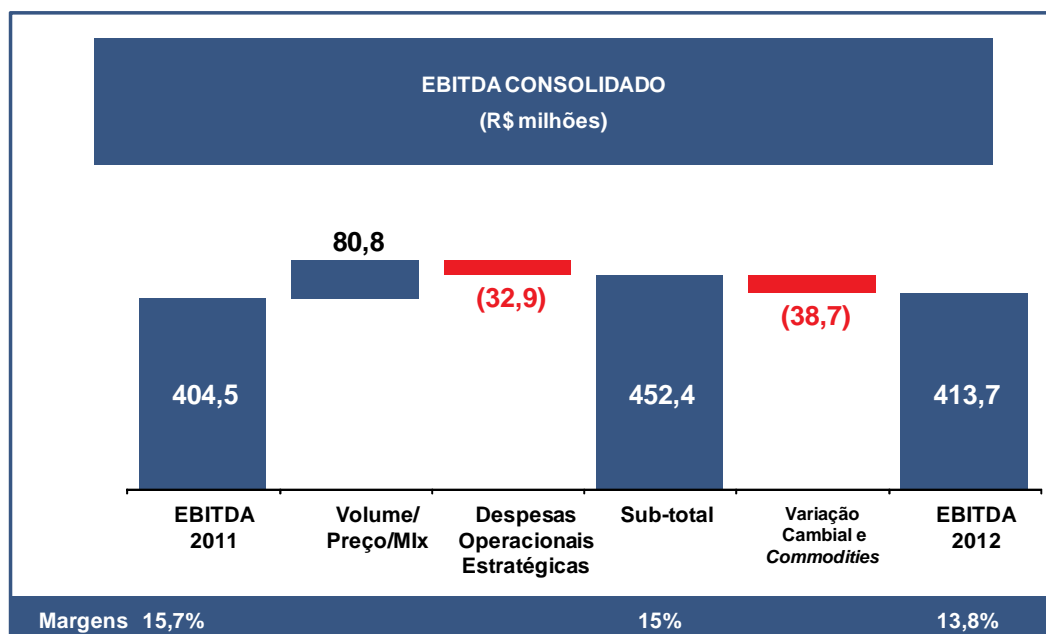
Na comparação com o 4T11, o EBITDA foi 47,8% superior, e a margem, 3,1 pontos percentuais maior. Eliminando-se o impacto negativo de R\$ 14,2 milhões decorrente do aumento do custo dos produtos acabados importados, o EBITDA consolidado do 4T12 acumula R\$ 143,7 milhões, valor 64% maior que o do 4T11, e a margem ajustada, de 17,2%, sobe 4,8 pontos percentuais. Os principais fatores que explicam a variação do EBITDA consolidado do 4T11 para o 4T12 são:

- Preços mais altos com *mix* de vendas mais rico no mercado interno contribuíram com R\$ 46,4 milhões mais;
- Aumento de produtividade das despesas operacionais estratégicas no Brasil, na Europa e nos Estados Unidos proporcionou ganho de R\$ 9,7 milhões; e
- A desvalorização do real e *commodities* provocou impacto negativo de R\$ 14,2 milhões.



Em 2012, o EBITDA consolidado acumulou R\$ 413,7 milhões, valor 2,3% maior que o de 2011, e a margem, de 13,8%, recuou 1,9 ponto percentual. Isolando-se os R\$ 38,7 milhões referentes em sua maioria ao custo mais alto das matérias-primas *commodities* e dos produtos acabados importados, o EBITDA acumula R\$ 452,4 milhões, representando aumento de 11,8%, e a margem, de 15%, fica somente 0,7 ponto percentual menor que a de 2011. Maior volume, preço mais alto das sandálias e dos calçados esportivos e *mix* de vendas mais rico contribuíram com R\$ 80,8 milhões para o aumento do EBITDA. Além das *commodities*, houve acréscimo de R\$ 32,9 milhões nas despesas operacionais estratégicas, devido:

- Ao acréscimo nos gastos com a comunicação das marcas, no Brasil e no exterior, que proporcionou incremento da receita;
- Ao aumento das estruturas comercial e administrativa no Brasil e na Europa, necessárias para suportar a expansão dos negócios; e
- À majoração dos custos dos serviços de terceiros e dos salários em razão da inflação mais elevada, de uma forma mais acentuada na Argentina.



Para o cálculo do EBITDA ajustado, a Companhia exclui o resultado operacional da equivalência patrimonial da Tavex (empresa coligada), as provisões não-operacionais e os gastos com investimentos estratégicos não-recorrentes, porque são itens cuja natureza não interferem na geração potencial de caixa das suas operações.

A seguir está demonstrado o cálculo do EBITDA conforme Instrução CVM 527:

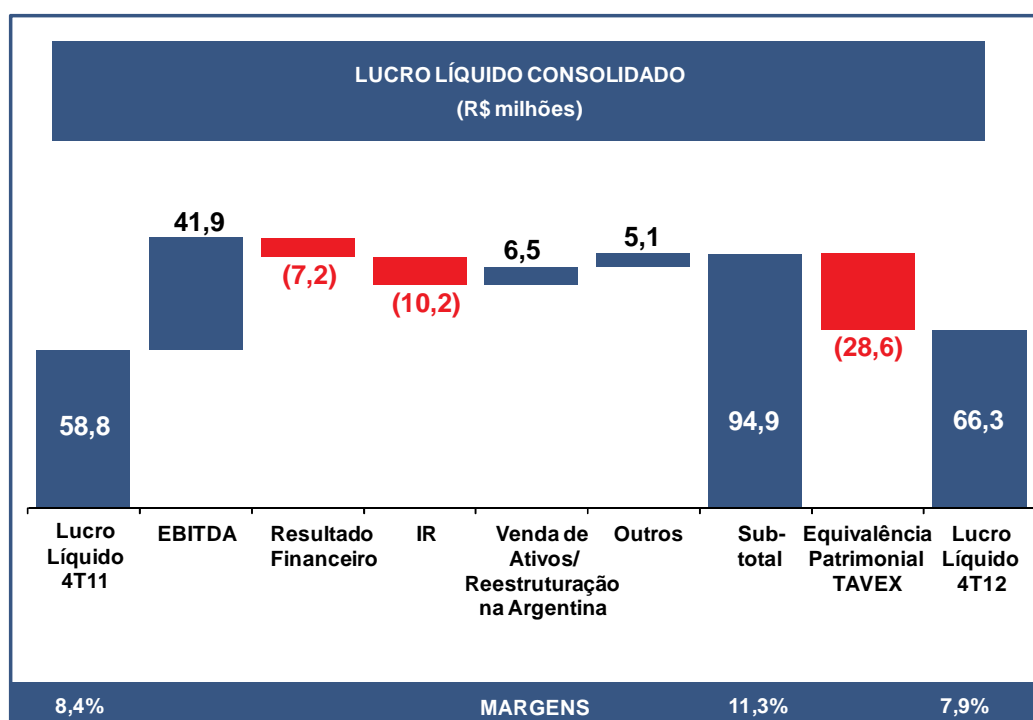
	2012	2011	4T12	4T11
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	280,0	307,4	66,3	58,8
(+) I.R. e contribuição social	19,3	31,8	10,5	0,4
(-) Resultado financeiro	(8,1)	(29,0)	(2,0)	(9,2)
(+) Depreciação e amortização	60,2	54,0	15,6	15,0
(+) Resultado financeiro, impostos e depreciações da coligada Tavex	48,6	28,6	30,8	6,9
EBITDA CONFORME INSTRUÇÃO CVM 527	400,0	392,8	121,2	71,9
(+/-) Resultado operacional da coligada Tavex	(5,7)	(22,9)	2,3	(2,5)
(+) Provisões não-operacionais	15,6	19,2	4,8	11,9
(+) Outros itens não-recorrentes – investimentos estratégicos	3,8	15,4	1,2	6,3
EBITDA AJUSTADO	413,7	404,5	129,5	87,6

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 realizado por 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.

3.5. Lucro líquido

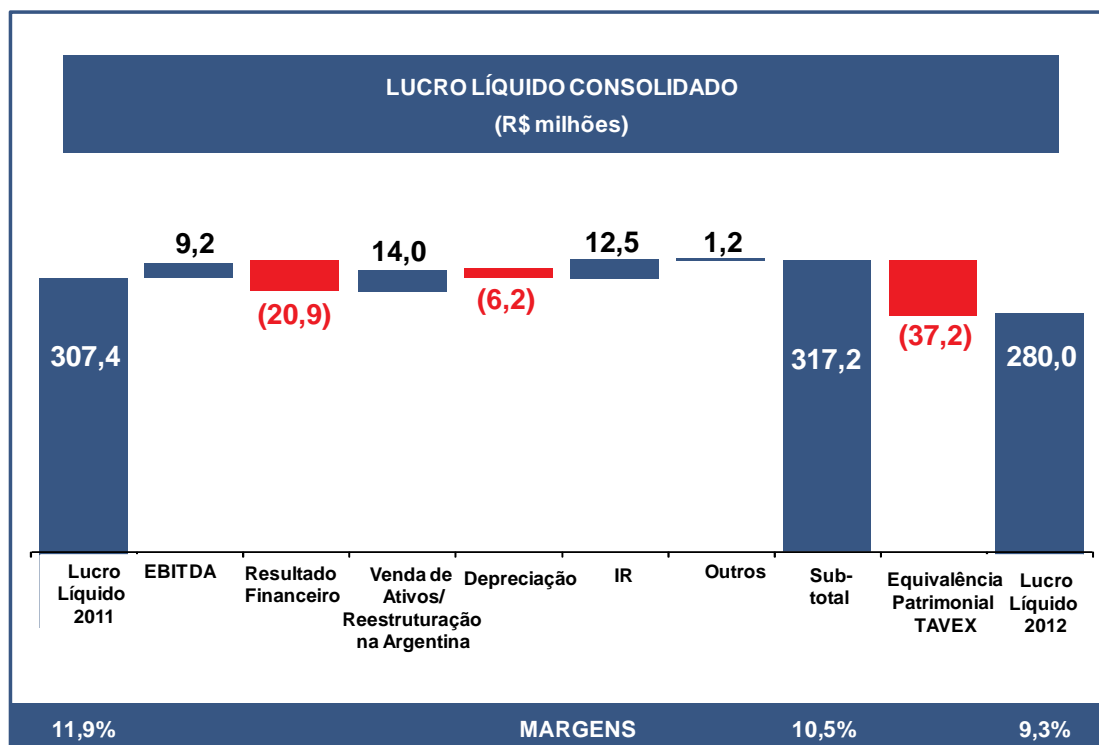
No quarto trimestre, a Alpargatas registrou lucro líquido consolidado de R\$ 66,3 milhões, com margem líquida de 7,9%. Esse valor foi 10,5% menor que o do 3T12 devido ao resultado da equivalência patrimonial da Tavex. Na comparação com o 4T11, o lucro líquido foi R\$ 12,8% melhor, em razão do incremento de 47,8% no EBITDA. Descontando-se o efeito negativo da equivalência patrimonial, o lucro líquido do 4T12 acumula R\$ 94,9 milhões, cresce 61,4% na comparação com o 4T11, e a margem líquida fica em 11,3%.

A Alpargatas detém 18,7% do capital da Tavex Corporation, maior fabricante mundial de tecidos denim, sediada na Espanha. Essa empresa vem passando por reestruturações operacionais, de forma a ganhar competitividade. Em 2012, a Administração da Tavex revisou o plano financeiro da companhia, de forma a adequá-lo a um cenário mais provável de geração de resultados. Essa revisão indicou a necessidade de ajustar-se a conta de ativos fiscais, possíveis de serem compensados com a geração futura de lucros. O ajuste ao valor recuperável do ativo fiscal, aliado a um resultado operacional negativo, resultou em uma equivalência patrimonial negativa na Alpargatas de R\$ 42,8 milhões, no exercício de 2012, sem efeito caixa.



Em 2012, o lucro líquido consolidado acumulou R\$ 280 milhões, 8,9% menos que o de 2011, e a margem líquida, de 9,3%, foi 2,6 pontos percentuais inferior. Descontando-se o efeito negativo da equivalência patrimonial, o lucro líquido de 2012 acumula R\$ 317,2 milhões, cresce 3,2% na comparação com 2011, e a margem líquida fica em 10,5%. O EBITDA maior e a venda de ativos/reestruturação na Argentina contribuíram positivamente com R\$ 23,2 milhões para melhora do lucro líquido no ano.

Além da equivalência na Tavex, que não tem efeito no caixa, outro fator que reduziu o lucro líquido em 2012 foi a diminuição do resultado financeiro, por causa da queda nas taxas que remuneraram a aplicação do caixa.

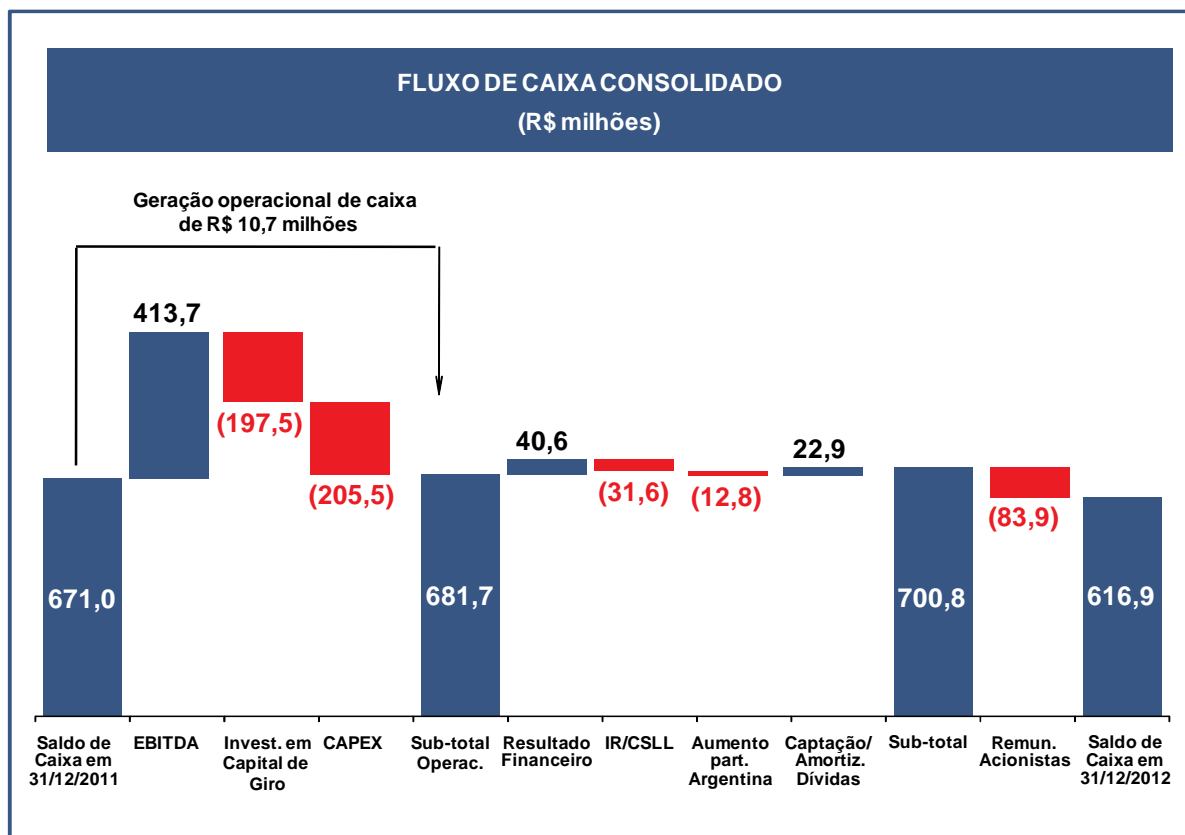


3.6. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

No período de um ano, compreendido entre 31/12/2011 e 31/12/2012, o CCC foi reduzido em 2 dias, passando de 53 para 51 dias. A Empresa deu continuidade aos fortes controles gerenciais e evoluiu nos processos financeiros integrados, otimizando as contas circulantes. Os estoques e as contas de clientes aumentaram 1 e 2 dias, respectivamente, em razão, principalmente, da operação na Argentina. O prazo com fornecedores melhorou 5 dias.

3.7. Fluxo de caixa

Em 31 de dezembro de 2012, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 616,9 milhões, ante R\$ 671 milhões em 31 de dezembro de 2011. A geração operacional totalizou R\$ 10,7 milhões. O maior ingresso de caixa nos 12 meses encerrados em 31/12/2012 deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 413,7 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 197,5 milhões em capital de giro, para apoiar o crescimento dos negócios; (ii) R\$ 205,5 milhões em Capex, que inclui os investimentos na nova fábrica em Montes Claros; e (iii) R\$ 83,9 milhões com a remuneração dos acionistas (pagamento de JCP).



3.8. Endividamento

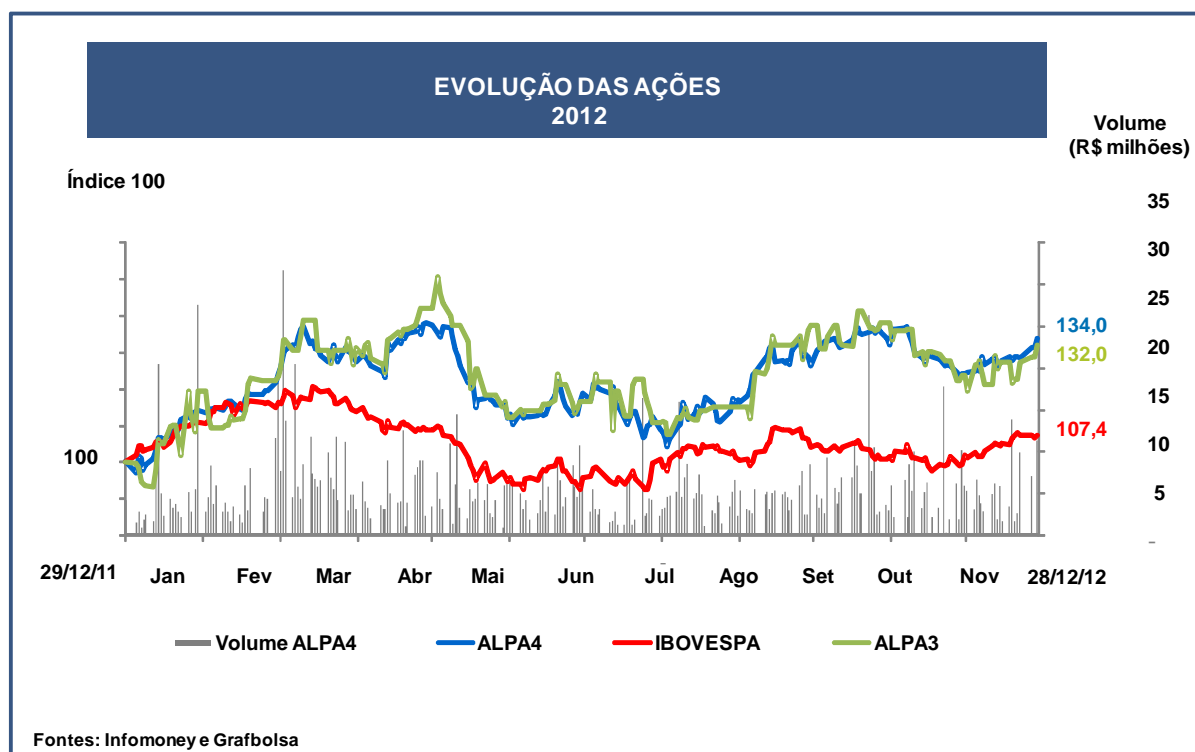
Em 31 de dezembro de 2012, o endividamento financeiro consolidado da Companhia totalizava R\$ 298,7 milhões, sendo R\$ 134,2 milhões denominados em reais e R\$ 164,5 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 188,4 milhões (63% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 69,6 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 118,8 milhões e financia os projetos de crescimento das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 110,3 milhões (37% do total) com vencimento em longo prazo, sendo R\$ 64,6 milhões em moeda nacional (cerca de 50% desse valor refere-se a linha de financiamento para exportação – EXIM – com taxas competitivas) e R\$ 45,7 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
 - 2014: R\$ 86,9 milhões
 - 2015: R\$ 19,5 milhões
 - 2016: R\$ 2,4 milhões
 - 2017 a 2019: R\$ 1,5 milhões

A fábrica de sandálias que está sendo construída em Montes Claros (MG) é um empreendimento estratégico relevante que suportará o crescimento mundial das vendas de Havaianas. No ano, foram contratados empréstimos e financiamentos, junto ao Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e ao BNDES linha Finame, que somam R\$ 187,3 milhões para serem usados no projeto. As taxas de juros são pré-fixadas em 2,5% ao ano, custo muito competitivo que otimiza a estrutura de capital da Companhia. O prazo de pagamento é de 10 anos, com carência de 2 anos. A liberação dos R\$ 187,3 milhões, pelos agentes financiadores, ocorrerá em sua totalidade ao longo de 2013.

4. MERCADO DE CAPITAIS

As ações preferenciais (ALPA4) encerraram o ano cotadas a R\$ 15,10, valor 34% maior que o de 31 de dezembro de 2011. As ordinárias (ALPA3), ao preço de R\$ 14,70, valiam 32% mais, na mesma comparação. Em 2012, o Ibovespa valorizou-se 7,4%. A comunicação mais ativa com o mercado de capitais e a maior proximidade com investidores contribuíram para o bom desempenho das ações da Alpargatas na bolsa de valores em um ano de forte volatilidade no mercado acionário mundial. Em 31 de dezembro de 2012, o valor da Companhia na BM&FBovespa era de R\$ 5,7 bilhões, ante R\$ 4,3 bilhões na mesma data em 2011. O volume médio diário de negociação foi de R\$ 5,5 milhões em 2012, aumento de 48,6% em relação a 2011.



5. REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

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 Tavex. Em 2012 foram pagos R\$ 85 milhões na forma de JCP e, em 17/04/2013, serão pagos dividendos complementares de R\$ 25,3 milhões, totalizando R\$ 110,3 milhões, referentes ao exercício. O valor representa 82,5% do lucro líquido distribuível (sem a reserva para incentivos fiscais) ou 39,4% do lucro total.

Adicionalmente ao pagamento de JCP e dividendos, a Administração da Companhia irá propor a distribuição de bonificação de ações. Desse modo, o Conselho de Administração autorizou a inclusão, nas matérias a serem votadas na Assembleia Geral Extraordinária de acionistas que se realizará em 24 de abril, do aumento do capital social da Companhia mediante a utilização de R\$ 62,4 milhões provenientes da Reserva de Investimentos de 2007, com a emissão de 38.880.147 ações, sendo 19.967.649 ordinárias e 18.912.498 preferenciais. Se aprovada a matéria, 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. VALOR ADICIONADO

Em 2012, a Alpargatas gerou um valor adicionado de R\$ 1,5 bilhão, distribuído da seguinte forma:



7. PERSPECTIVA

A Alpargatas inicia um novo exercício confiante de possuir bases sólidas para continuar sua trajetória de sucesso. Em 2013, acredita na continuidade do ritmo do consumo, motor da expansão econômica dos últimos anos. Com marcas que cada vez mais dominam seus mercados de atuação por meio de produtos inovadores, continuará a capturar a demanda e, conseqüentemente, incrementar o volume e a receita e ganhar participação de mercado.

Prosseguirá investindo nos projetos que têm suportado a estratégia de crescimento de suas marcas. A expansão da capacidade de produção, com a inauguração da fábrica de sandálias em Montes Claros, permitirá à Empresa atender mais rapidamente a crescente demanda por Havaianas no Brasil e no exterior, principalmente na Ásia. A otimização do footprint fabril e a revisão do modelo logístico tornarão mais competitivas as operações e melhorarão ainda mais a produtividade, traduzindo-se em maior rentabilidade. Em Artigos Esportivos, o plano é intensificar as ações de diferenciação, baseadas na ampliação da oferta de produtos para novas categorias visando conquistar mais participação de mercado, especialmente na Copa do Mundo, em 2014, e nas Olimpíadas, em 2016. Assim, Topper ampliará seu nome no futebol e crescerá no running e no rugby, no Brasil, e na linha de calçados casuais, na Argentina. Rainha ganhará escala com novas tecnologias, fortalecendo-se no mercado brasileiro de artigos esportivos de médio valor. Mizuno continuará a liderar o segmento running performance com novos tênis para corrida, e avançará no futebol e no vôlei. A Companhia vai ainda acelerar a expansão do varejo, com abertura de lojas exclusivas no Brasil e exterior, principalmente de Havaianas. Iniciará a integração com a Osklen, o que resultará na troca de competências necessárias para se fortalecer no negócio de moda de luxo. As aquisições de marcas não se limitarão à Osklen. A ideia é buscar outras oportunidades nos segmentos de vestuário e calçados que possam impulsionar ainda mais o crescimento.

O custo das matérias-primas commodities, em especial a borracha, deverá apresentar volatilidade menor em 2013, situando-se em nível mais baixo que a média de 2012. Esse fato, associado (i) ao foco na gestão de custos, com economias em todas as etapas dos processos de fabricação, e nas despesas gerais de fabricação; (ii) ao rígido controle das despesas operacionais e; (iii) a melhoria de margens na Argentina, deverá resultar em geração de valor mais acelerada em 2013.

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

A meta a ser atingida é fazer da Alpargatas uma grande multinacional brasileira, vencedora e cheia de garra.

Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	30/12/2012	30/12/2011	PASSIVO	30/12/2012	30/12/2011
Ativo circulante	1.838.987	1.607.580	Passivo circulante	755.460	664.340
Caixa e Bancos	18.400	14.847	Fornecedores	359.079	297.150
Aplicações financeiras	598.508	656.108	Financiamentos	188.406	180.077
Clientes (líquido da PDD)	694.169	505.858	Obrigações negociadas de controlada	11.687	14.758
Estoques	443.938	351.023	Salários e encargos sociais	109.466	98.897
Demais contas a receber	22.928	42.311	Provisão para contingências	11.383	11.436
Despesas antecipadas	6.583	11.433	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	149	4.192
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	13.347	9.364
Outros ativos	-	-	JCP e dividendos a pagar	1.725	843
Impostos a recuperar	54.461	26.000	Outras contas a pagar	60.218	47.623
			Passivo exigível a longo prazo	324.373	253.972
Ativo realizável a longo prazo	129.900	120.750	Financiamentos	110.347	55.856
Impostos a recuperar	28.300	25.848	Obrigações negociadas de controlada	60.773	63.537
I.R. e contribuição social diferidos	52.554	57.127	Tributos c/ exig. susp. e outros	114.109	86.780
Depósitos judiciais e compulsórios	12.472	14.798	Parcelamento tributário	874	875
Demais contas a receber	36.574	22.977	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	-	11.883
			Provisão para contingências	25.768	26.245
Ativo permanente	771.843	679.841	Outras contas a pagar	12.502	8.796
Investimentos	33.565	74.462	Patrimônio líquido	1.660.897	1.489.859
Imobilizado	494.369	341.980	Capital social realizado	562.158	518.922
Intangível	243.909	263.399	Reserva de capital	167.856	167.101
			Ações em tesouraria	(42.828)	(40.587)
Total do ativo	2.740.730	2.408.171	Reservas de lucro	1.014.252	865.824
			Avaliação patrimonial	(45.815)	(33.572)
			Participação minoritários	5.274	12.171
			Total do passivo	2.740.730	2.408.171
			Valor patrimonial por ação (R\$)	4,33	4,28

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

	4T11	4T12	2011	2012
Receita líquida de vendas	703.715	836.566	2.574.699	3.006.983
Custo dos produtos vendidos	(408.266)	(486.846)	(1.420.772)	(1.734.176)
Lucro Bruto	295.449	349.720	1.153.927	1.272.807
<i>Margem bruta</i>	<i>42,0%</i>	<i>41,8%</i>	<i>44,8%</i>	<i>42,3%</i>
Receitas (Despesas) Operacionais	(241.000)	(241.818)	(836.455)	(938.183)
Vendas	(186.121)	(193.017)	(663.238)	(745.952)
Gerais Administrativas	(35.704)	(29.035)	(132.026)	(139.425)
Honorários dos administradores	(6.823)	(6.310)	(12.168)	(12.314)
Amortização do intangível	(5.520)	(6.270)	(20.184)	(23.944)
Outras (despesas) receitas operacionais	(6.832)	(7.186)	(8.839)	(16.548)
EBIT - Resultado Operacional	54.449	107.902	317.472	334.624
<i>Margem operacional</i>	<i>7,7%</i>	<i>12,9%</i>	<i>12,3%</i>	<i>11,1%</i>
Receitas financeiras	20.965	13.878	80.830	61.768
Despesas financeiras	(12.681)	(15.860)	(51.214)	(55.067)
Variação cambial	860	3.939	(567)	1.392
Equivalência patrimonial	(4.438)	(33.062)	(5.657)	(42.864)
Lucro Operacional	59.155	76.797	340.864	299.853
I.R. e Contribuição Social	(367)	(10.527)	(31.797)	(19.317)
Participação de Minoritários	36	50	(1.647)	(553)
Lucro líquido	58.825	66.320	307.420	279.983
EBITDA - R\$ milhões	87,6	129,5	404,5	413,7
<i>Margem EBITDA</i>	<i>12,4%</i>	<i>15,5%</i>	<i>15,7%</i>	<i>13,8%</i>