



ALPARGATAS

Press Release
1T12

havaianas[®]



Topper

dupé[®]


RAINHA


MIZUNO[®]

Timberland 



SETE LÉGUAS[®]

MEGGASHOP



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

1. Mercado de Capitais

Cotações: (04/05/2012)

- ALPA3 – R\$ 16,00
- ALPA4 – R\$ 15,31
- Valor de Mercado:
R\$ 6 bilhões

2. Teleconferência

- Data: 07/05/2012 às 16h00
- Telefone:
(55 11) 4688-6361
- Senha: Alpargatas
- Slides:
<http://ri.alpargatas.com.br>
- Palestrantes:
 - Márcio Utsch
Diretor-Presidente
 - José Roberto Lettiere
CFO

3. Relações com Investidores

lettieri@alpargatas.com.br
jsalvio@alpargatas.com.br
mweger@alpargatas.com.br

4. Site de RI:

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

A Receita líquida consolidada cresceu 17% atingindo R\$ 649 milhões. Em comparação com o 4T11, as margens bruta e EBITDA sobem 2,3 p.p. e 4 p.p., respectivamente.

INTRODUÇÃO

No primeiro trimestre de 2012, a Alpargatas obteve resultado acima do previsto em seu plano operacional. O avanço nas margens EBITDA das operações nacionais e internacionais sinalizam o início de um ano de progresso em ambiente de negócios mais desafiador que o de 2011, quando os consumidores estavam mais propensos ao consumo e os custos e as despesas operacionais eram menores – fatores que contribuíram para o bom resultado do 1T11.

A Alpargatas continua a crescer de forma sustentável, com controle de custos e despesas e avanço nos projetos estruturantes, cujas principais realizações no trimestre foram:

- **Inovação**

Expressa nos lançamentos de sandálias e artigos esportivos, o que, com a comunicação e o marketing esportivo, contribuiu para o incremento das vendas. No trimestre, Havaianas lançou a edição especial Copa, desenhada pela artista Adriana Degreas, e Topper se destacou nos pontos de venda com a linha Instinct, inovação em chuteiras de futebol lançada em 2011. Além disso, colocou no mercado mais dois modelos de chuteiras: a Provoke e a Rapina. Foram comercializados os primeiros modelos *running* da nova coleção de Rainha. Mizuno lançou o Wave Creation 13, a chuteira Wave Supersonic 2, e a primeira linha de tênis para voleibol. A nova coleção Timberland outono/inverno 2012 chegou às lojas em fevereiro com destaque para os lançamentos da linha Adventure.



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

- **Varejo**

O varejo Alpargatas continuou a se expandir. As franquias Havaianas somaram 219 lojas em 31/03/2012, com a abertura de 77 unidades em um ano. A loja virtual Havaianas foi visitada por 749 mil pessoas, ante 434 mil no 1T11.

- **Mercados internacionais**

Nos Estados Unidos, teve início o atendimento direto a varejistas independentes, antes atendidos via distribuidor local. Dupé começou a exportar para a Arábia Saudita, Ucrânia e o Marrocos.

- **Operações**

Na cadeia de suprimentos, houve avanço na execução do Projeto Lógica com a normalização das principais mudanças introduzidas na cadeia de suprimentos das fábricas de sandálias, resultando no crescimento de volume. A construção da nova unidade industrial de sandálias em Montes Claros caminhou de acordo com o cronograma. Foram concluídos os serviços de terraplenagem do platô principal, que já está liberado para obras civis.

Comunicação mais transparente com o mercado de capitais, *road shows* com investidores nacionais e internacionais, cobertura de analistas *sell side* com recomendação de compra das ações e o trabalho do formador de mercado, contribuem para que as ações da Alpargatas apresentem desempenho superior ao do Ibovespa. De janeiro a março, as ações preferenciais valorizaram 31%, ante alta de 12% no Ibovespa.

Os principais indicadores do desempenho consolidado da Alpargatas no 1T11 e 1T12 estão relacionados na tabela a seguir. Eles incluem as mudanças contábeis que visam adequar o reconhecimento da receita de vendas à norma internacional IAS 18, (CPC 30 no Brasil).



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Desempenho Consolidado (R\$ milhões, exceto margens)	1T11	4T11	1T12	Variação 1T12 x 1T11
Receita líquida	554,6	703,7	648,9	+ 17%
Lucro bruto	259,1	295,4	287,7	+ 11%
<i>Margem bruta</i>	46,7%	42%	44,3%	- 2,4 p.p.
EBITDA	105,8	87,6	106,5	+ 0,7%
<i>Margem EBITDA</i>	19,1%	12,4%	16,4%	- 2,7 p.p.
Lucro líquido	87,3	58,8	78,2	- 10,4%
<i>Margem líquida</i>	15,7%	8,4%	12%	- 3,7 p.p.
Caixa	660,2	671,0	680,7	+ 3,1%
Posição financeira líquida	373,8	435,1	439,2	+ 17,5%
Volume de Vendas (milhões de unidades)	1T11	4T11	1T12	Variação 1T12 x 1T11
Consolidado	61,2	65,1	65,9	+ 7,7%



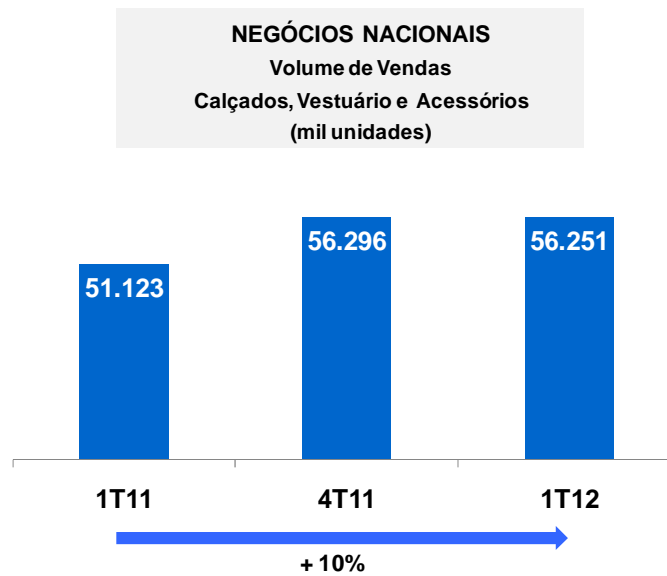
ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

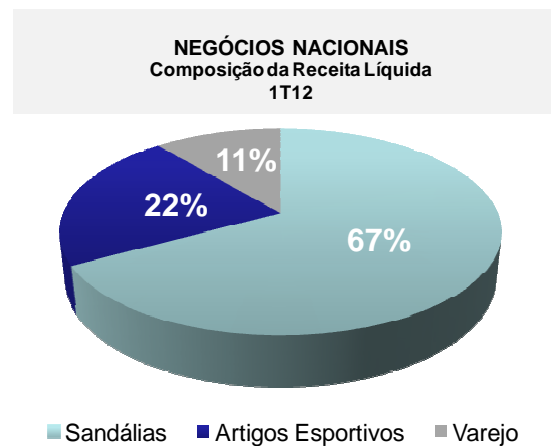
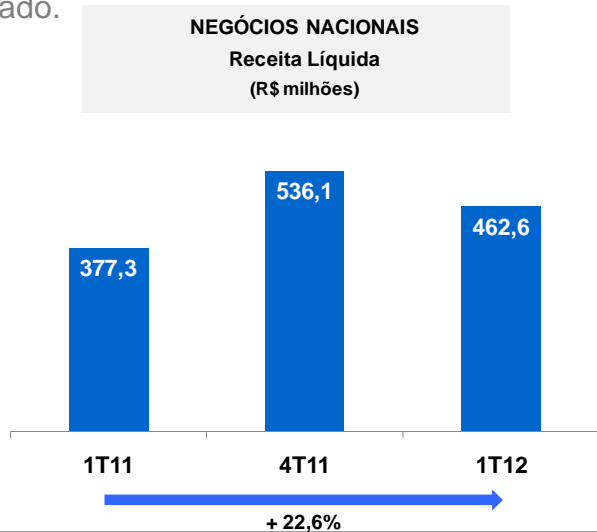
1.0. DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS NACIONAIS

1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

Foram vendidas 56.251 mil unidades de calçados, vestuário e acessórios no Brasil, quantidade 10% maior que a do 1T11. Investimentos em inovação, comunicação, marketing esportivo e ampla distribuição no País, com aumento de pontos de venda, têm permitido elevação do volume contribuído para assegurar a liderança/dominância das marcas em seus mercados de atuação.



Volume mais elevado, combinado aos aumentos nas receitas de sandálias, artigos esportivos e varejo, proporcionou incremento de 22,6% na receita do 1T12, na comparação com o 1T11, que acumulou R\$ 462,6 milhões. Esse percentual é atribuído à força das marcas e à eficácia na administração da política comercial e gestão das vendas, com foco em produtos de maior valor agregado.



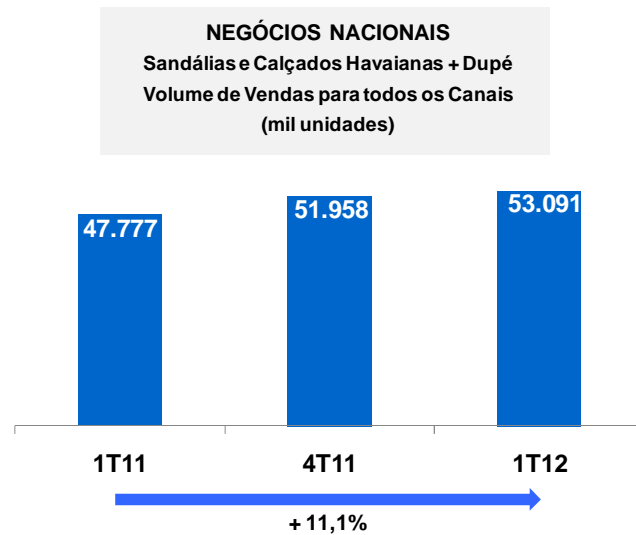


ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

1.1.1. Havaianas e Dupé

A comercialização de sandálias e calçados Havaianas e de produtos de extensão da marca, somada às vendas de Dupé, totalizou 53.091 mil unidades no Brasil, quantidade 11,1% superior a do 1T11. Houve avanço nos ajustes dos novos processos introduzidos na cadeia de suprimentos das fábricas de sandálias pelo Projeto Lógica, o que possibilitou melhoria do nível de entregas no trimestre. A receita de sandálias cresceu em decorrência do incremento do volume, combinado com preço mais elevado, devido ao aumento médio de 9,5% ocorrido no lançamento da coleção 2011/2012.



No trimestre, os principais destaques que contribuíram para o bom desempenho das vendas de Havaianas e Dupé no Brasil foram:

- Montagem de espaços exclusivos, como o Espaço Havaianas Veja SP, na Riviera de São Lourenço, no litoral paulista, e o camarote e *lounge* Havaianas no carnaval de Salvador.
- Edição especial Havaianas Copa, desenhada pela estilista Adriana Degreas, inspirada nos bailes da década de 1920 do hotel Copacabana Palace, no Rio de Janeiro.
- Anúncio da parceria com a Pantone, cujas cores da marca serão usadas em modelos exclusivos de Havaianas comercializados pelas lojas Farm.
- Espetáculo de imagens e sons projetados na fachada do Museu de Arte de São Paulo (MASP), na Avenida Paulista, em comemoração ao aniversário da cidade, retratando os principais marcos da história da arte moderna brasileira.
- Bom volume de vendas dos modelos Dupé estampados com personagens Pica-Pau, Penélope Chamosa e Turma da Mônica e do filme A Era do Gelo.
- Crescimento das vendas de sandálias Dupé nas regiões Norte e Nordeste, consolidando sua liderança nesses mercados, impulsionado por parcerias com novos distribuidores.

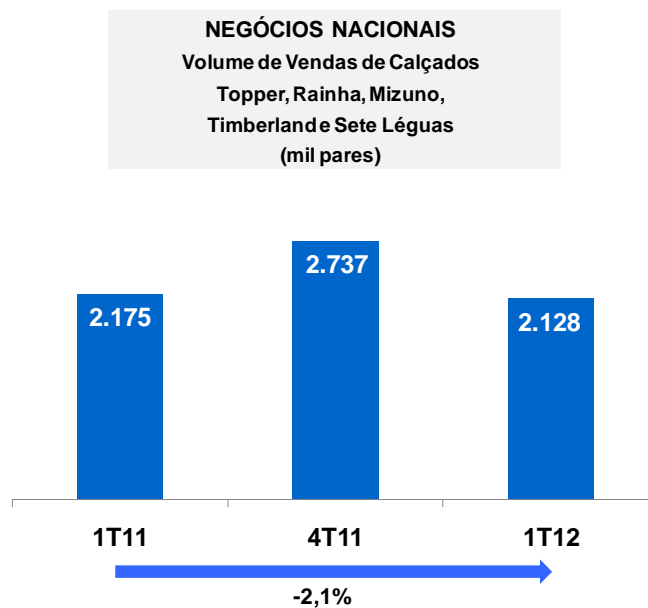


ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

1.1.2. Topper, Rainha, Mizuno, Timberland e Sete Léguas

O volume comercializado de calçados esportivos e de Timberland, somado ao das botas Sete Léguas, alcançou 2.128 mil pares, quantidade em linha com a do 1T11. A venda de vestuário e acessórios totalizou 1.032 mil unidades no 1T12.



A seguir são comentadas as principais ações das marcas esportivas no trimestre:

Topper

Continuou a ganhar participação no mercado de artigos para futebol com o bom desempenho de vendas obtido pela linha Instinct, lançada em 2011, e com os novos modelos de chuteiras Provoke e Rapina, que chegaram ao mercado nesse trimestre. Também destacou-se a linha Urban, de calçados casuais, com ótima aceitação de todos os modelos por clientes e consumidores. A partir de janeiro, Topper aumentou sua exposição na mídia, veiculando, em rede nacional, um comercial por jogo de futebol transmitido pela Rede Globo. Durante 2012, Topper aparecerá em cerca de 100 jogos televisionados. Como patrocinadora da Federação Paulista de Futebol (FPF), da Federação Estadual do Rio de Janeiro (FERJ), do Grêmio Portalegrense e do Atlético Mineiro, sua marca estará estampada em vários materiais que incluem bolas, uniformes, coletes de imprensa e placas de campo. Topper continua patrocinando também a Confederação Brasileira de Rugby. O Campeonato Sulamericano, principal competição anual desse esporte, ocorreu em março, no Rio de Janeiro, consagrando novamente a seleção feminina da categoria Sevens.



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Rainha

No trimestre foram comercializados os primeiros modelos *running* da nova coleção de Rainha, resultante da renovação promovida na marca em 2011, com ótima aceitação pelos consumidores. Como resultado, houve a superação do plano de vendas do trimestre com ganho de participação de mercado para Rainha. A linha casual retrô, que relançou ícones clássicos como o late e o MontCar, obteve excelente nível de vendas, aumentando a penetração da marca no segmento de moda jovem.

Mizuno

O sucesso de Mizuno pode ser atribuído às constantes novidades apresentadas em seus produtos e às frequentes ações de marketing. A nova coleção traz a repaginação dos modelos, com destaque para o Wave Creation 13, que, além das principais tecnologias da marca, possui *design* mais moderno, cores mais arrojadas e peso inferior em relação à versão anterior. Sua campanha, denominada “Evolução”, está sendo veiculada nas principais revistas do País. Na internet, Mizuno lançou o *site* <http://doeumcreation.com.br> por meio do qual o consumidor pode doar virtualmente seu tênis Creation, anterior ao modelo 13. A cada dez doações um tênis novo será entregue a um atleta carente, no âmbito do projeto “Seu tênis não pode parar”, promovido pela Corpore, entidade sem fins lucrativos. A Mizuno patrocinou os circuitos WRun e Athenas e criou a Mizuno Challenge, continuação da Websérie. Ela consiste em um *reality show* em que nove participantes de diferentes níveis passarão por provas e treinamentos e somente seis finalistas participarão da Maratona de Amsterdam. As inscrições foram encerradas em março e somaram mais de 3 mil candidatos. Com o intuito de explorar outras fortalezas da marca a Mizuno lançou a primeira linha de tênis para voleibol no Brasil. No futebol, a novidade do trimestre foi o anúncio do patrocínio ao Jonas, atacante da Seleção Brasileira, que será embaixador mundial da Wave Supersonic 2, a nova chuteira Mizuno.

Timberland

A coleção outono/inverno 2012 de Timberland chegou às lojas em fevereiro e marcou o trimestre com os lançamentos da linha Adventure de calçados. Foi iniciada a comercialização, em todo o País, da nova linha de calçados casuais Earthkeepers que possuem uma série de particularidades, como o uso de fornecedores de matérias-primas e cortumes certificados, a fim de garantir sua essência sustentável. Na linha importada, os destaques de venda foram a bota adventure Radler Trail, mais colorida e jovem, com tecnologia de impermeabilidade “ion-mask”. Também foram lançadas botas femininas que utilizam nova tecnologia, com molas no interior do salto. Em vestuário, Timberland estendeu sua linha de jaquetas para malhas e calças.



ALPARGATAS

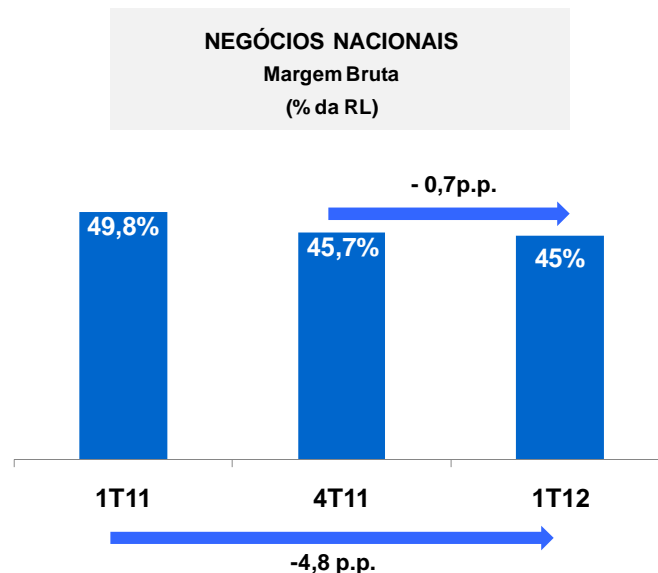
DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

1.1.3. Varejo Havaianas, Timberland e Meggashop

A expansão da rede de franquias Havaianas prosseguiu no início desse ano. No período de um ano completado em 31/03/2012 foram abertas 77 lojas, das quais 8 no 1T12. No encerramento do primeiro trimestre, o varejo Havaianas contemplava 221 lojas. O varejo Timberland encerrou março com 17 lojas, sendo 11 próprias e seis franquias. Foram adotadas ações como nova comunicação visual e vitrines das lojas, assim como o treinamento dos vendedores. A loja virtual Havaianas foi visitada por 749 mil pessoas, ante 434 mil no 1T11. As campanhas de Meggashop foram destaque e contribuíram para o aumento no volume de vendas da rede de lojas, com destaque para a “Megaliquidação”.

1.2. Lucro e Margem Bruta

O lucro bruto dos negócios nacionais acumulou R\$ 208,2 milhões, avanço de 10,8% em relação ao 1T11. A margem bruta, de 45% (em linha com a obtida no 4T11) continua impactada pelo aumento nos custos de produção, em especial o da borracha (29,3% de variação média de 03/11 a 03/12) e o da mão de obra fabril. Por essa razão, ela foi 4,8 pontos percentuais menor que a do 1T11. Para reduzir o efeito da alta do custo da borracha no resultado, a Alpargatas tem otimizado a utilização das matérias-primas, de 1ª e 2ª geração, em seus processos de fabricação de sandálias e calçados.



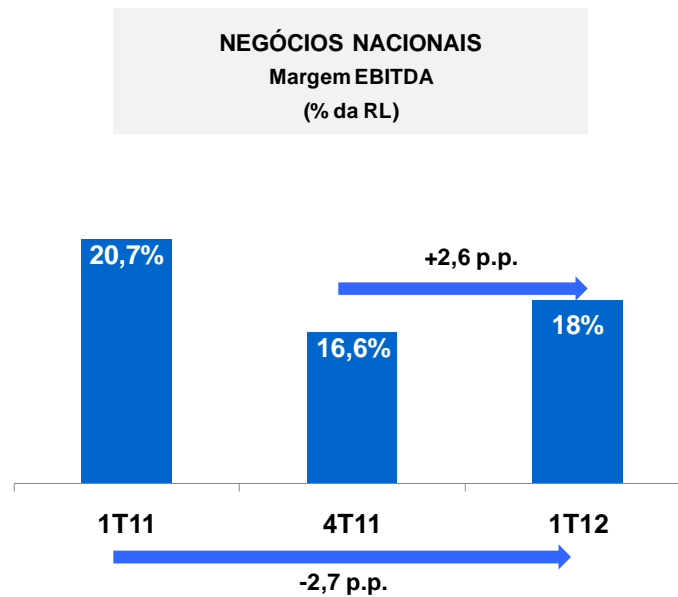


ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

1.3. EBITDA

O EBITDA dos negócios nacionais somou R\$ 83,3 milhões, valor 6,5% maior que o do 1T11, e a margem, de 18%, recuou 2,7 pontos percentuais. Se comparada com a do 4T11, a margem EBITDA do 1T12 salta 2,6 pontos percentuais.



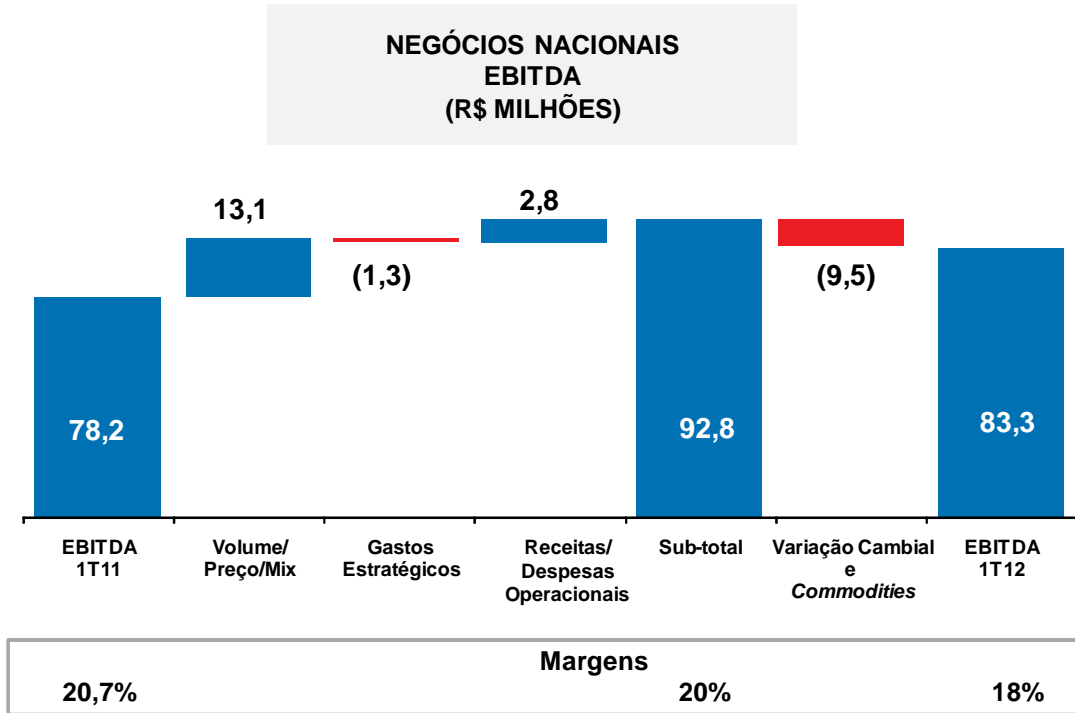
Isolando-se os R\$ 9,5 milhões referentes, em sua maioria, aos custos mais altos das *commodities*, o EBITDA acumula R\$ 92,8 milhões, cresce 18,7% e a margem sobe para 20%.

Maior volume e preço mais alto das sandálias e dos calçados esportivos contribuíram com R\$ 13,1 milhões para o aumento do EBITDA. Foram gastos R\$ 1,3 milhão mais com a comunicação das marcas, cujo retorno foi o crescimento do volume de vendas. O resultado entre as variações das receitas e despesas operacionais foi positivo e contribuiu com R\$ 2,8 milhões. O início do controle de gastos por meio do processo OMD – Orçamento Matricial de Despesas já trouxe benefícios para a gestão orçamentária.



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12



2.0. DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Os números consolidados dos negócios internacionais referem-se aos da Alpargatas Argentina, Alpargatas USA, Alpargatas Europa e das exportações. No 1T12, a receita dos negócios internacionais cresceu 5%, atingindo R\$ 186,4 milhões, com a comercialização de 9.634 mil unidades.





ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

O crescimento da receita internacional deveu-se ao incremento das vendas em moedas estrangeiras, com exceção da Alpargatas Europa que registrou volume menor de vendas, conforme explicado a seguir.

Operações Internacionais Variação das Receitas Líquidas em Moedas Estrangeiras	1T12 X 1T11
Alpargatas Argentina (Peso argentino)	+ 4,4%
Alpargatas USA (Dólar)	+ 38,9%
Alpargatas Europa (Euro)	- 14,4%
Exportações (Dólar)	+ 24,2%

2.1. Alpargatas Argentina

No trimestre, as principais realizações da Alpargatas Argentina foram:

- Campanha *Back to School*: focada em clientes selecionados, teve como objetivo aumentar as vendas de Topper por ocasião da volta às aulas.
- Projeto Rumbo 38: capacitação em gestão de projetos com foco em rentabilidade para o negócio de calçados.
- Novo formato de exibição dos produtos Topper (Planograma) nos clientes-chave e capacitação dos vendedores.
- *Startup* da nova máquina injetora de EVA, que proporcionará redução do custo de produção dos calçados para *running* e tênis.
- Patrocínio do jogador de tênis David Nalbandian com produtos Topper.



ALPARGATAS

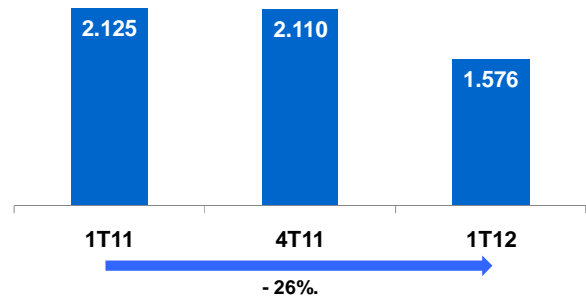
DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

2.1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

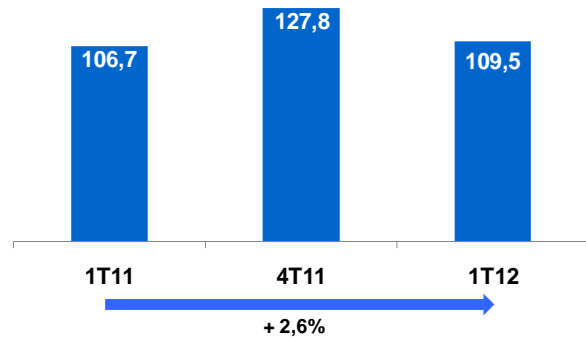
No 1T12, o volume de vendas de calçados esportivos na Argentina somou 1.576 mil pares, quantidade 74% da obtida no 1T11, e o de vestuário e acessórios, 366 mil unidades. As vendas no período foram impactadas pela retração do consumo, decorrente da incerteza por parte dos clientes quanto à demanda futura.

Embora tenha havido redução do volume de calçados, a combinação *mix* de vendas com preços reajustados em linha com a inflação, somada ao melhor desempenho do negócio têxtil, proporcionou aumento de 2,6% na receita líquida, que acumulou R\$ 109,5 milhões, no 1T12. Do total da receita líquida em reais da Alpargatas Argentina no 1T12, 60% foram gerados pelo negócio de calçados, 32% por têxteis e 8% pelo varejo.

ALPARGATAS ARGENTINA
Volume de Vendas
Calçados Esportivos
(mil pares)



ALPARGATAS ARGENTINA
Receita Líquida
(R\$ milhões)



2.1.2. Lucro e Margem Bruta

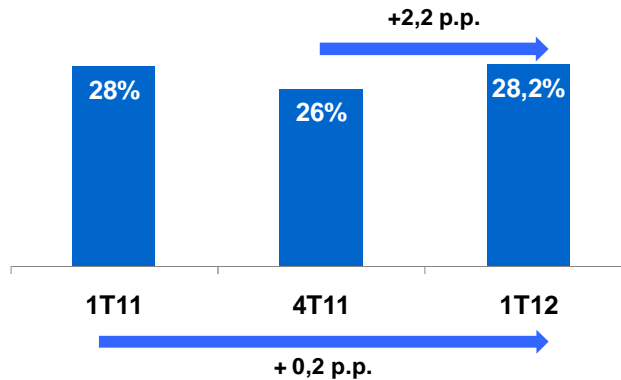
O incremento nos principais custos de produção de calçados (MOD e insumos) foi compensado pelo reajuste de preços em linha com a inflação. A queda no preço do algodão beneficiou a rentabilidade do negócio têxtil. Por esses motivos o lucro bruto acumulou R\$ 30,9 milhões, aumento de 3,3% em relação ao 1T11, e a margem bruta ficou estável em relação à do 1T11. Em comparação ao 4T11, verifica-se uma recuperação de 2,2 pontos percentuais na margem bruta.



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

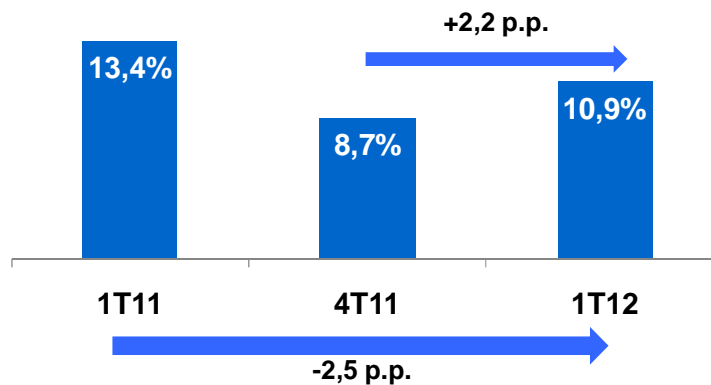
ALPARGATAS ARGENTINA Margem Bruta (% da RL)



2.1.3. EBITDA

O EBITDA da Alpargatas Argentina acumulou R\$ 11,9 milhões, valor 83% do registrado no 1T11, e a margem, de 10,9%, recuou 2,5 pontos percentuais, porém com tendência de recuperação. Quando comparada à do 4T11, a margem EBITDA do 1T12 salta 2,2 pontos percentuais. Essa melhora já é decorrente do impacto da queda no preço do algodão e do forte controle orçamentário.

ALPARGATAS ARGENTINA Margem EBITDA (% da RL)

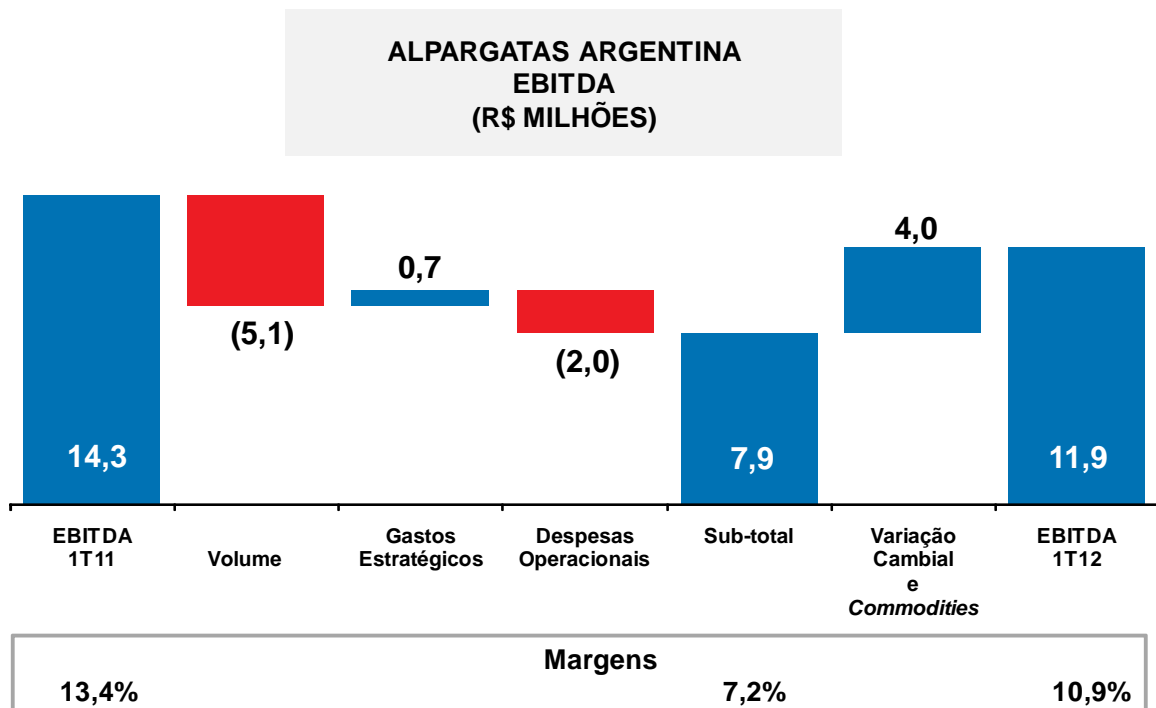




ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Menor volume de vendas de calçados levou à redução do EBITDA em R\$ 5,1 milhões. Os gastos inferiores com a comunicação de Topper contribuíram com R\$ 0,7 milhão mais na formação do EBITDA. Foram desembolsados R\$ 2 milhões mais com despesas operacionais, em especial com armazenagem, que demandou maior ocupação física decorrente dos estoques mais elevados pela retração da demanda. A queda do custo do algodão proporcionou ganho de R\$ 4 milhões.



2.2. Alpargatas USA, Alpargatas Europa e Exportações

Tornar Havaianas uma sandália tão consumida no mundo quanto no Brasil tem sido um projeto estratégico desafiante que a Alpargatas tem progredido a cada ano. Especialmente na Europa e nos Estados Unidos, importantes regiões consumidoras e formadoras de marcas relevantes no mundo da moda, o desempenho da marca tem evoluído conforme o planejado. Havaianas tem crescido nesses mercados porque cada vez mais os consumidores conhecem a marca, graças ao marketing no ponto de venda, à propaganda em revistas especializadas em moda, aos eventos como o MYOH – Faça a sua própria Havaianas e à mídia digital. Nos Estados Unidos, foi iniciada, no trimestre, a nova campanha de Havaianas, inovadora em relação às realizadas no Brasil. Em vez de ilustrações são fotos que retratam pessoas usando as sandálias, transmitindo alegria, descontração e calor humano. As fotos foram produzidas por dois profissionais renomados, David LaChapelle e Miles Aldridge. A campanha será veiculada no país inteiro em revistas de moda como Elle e Vogue. As fotos também serão expostas em *outdoors*, em Nova York e Los Angeles.



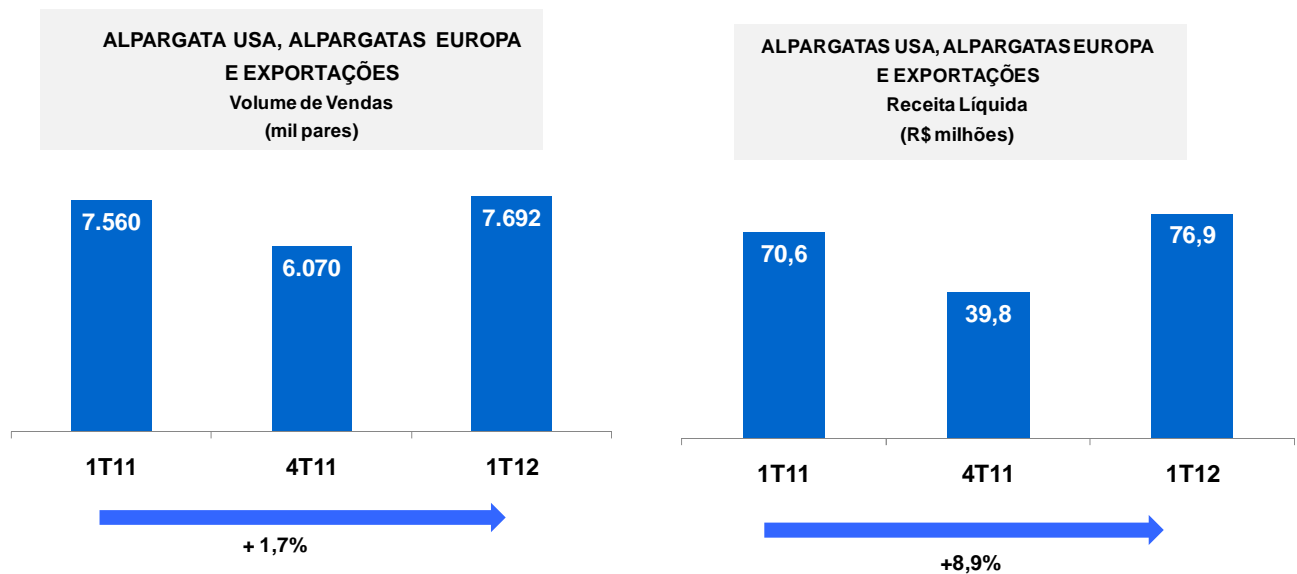
ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Conforme anunciado, a Alpargatas USA agora é responsável pela venda direta de Havaianas a todos os clientes americanos. No 1T12, o volume de vendas dessa subsidiária cresceu 6,2%, ante o 1T11. Nas exportações, a novidade foi o início das vendas de Dupé para a Arábia Saudita, Ucrânia e o Marrocos.

2.2.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

No 1T12, a quantidade de sandálias comercializadas pela Alpargatas USA e Alpargatas Europa, somada à exportada diretamente do Brasil, totalizou 7.692 mil pares, 1,7% superior a do mesmo período do ano passado. Nos Estados Unidos, o volume foi 6,2% superior ao do 1T11 e, nas exportações, 12,1%. Na Europa, o volume foi menor devido ao atraso nas remessas do Brasil que deverão se normalizar no 2T12. A receita líquida acumulou R\$ 76,9 milhões, valor 8,9% maior que o do 1T11.



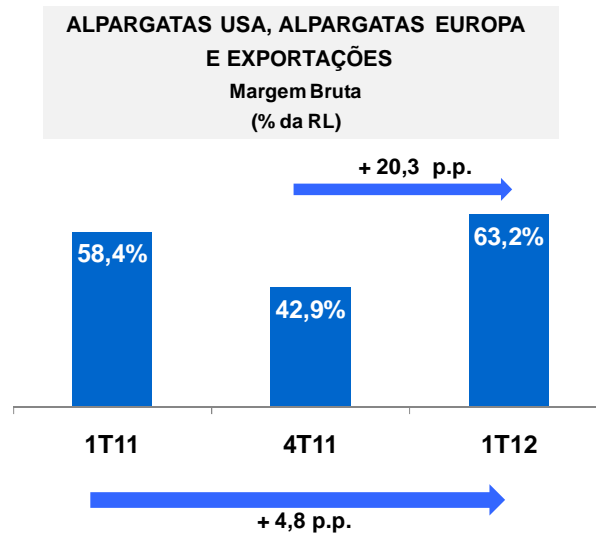
2.2.2. Lucro e Margem Bruta

O lucro bruto totalizou R\$ 48,5 milhões, valor 17,6% superior ao do 1T11. O crescimento da receita líquida impulsionou a margem bruta, que teve alta de 4,8 pontos percentuais em relação a do 1T11. Essa variação já reflete a expansão da operação americana. O aumento de margem é maior em relação ao 4T11 porque o último trimestre do ano é impactado pela sazonalidade decorrente do outono/inverno no Hemisfério Norte.



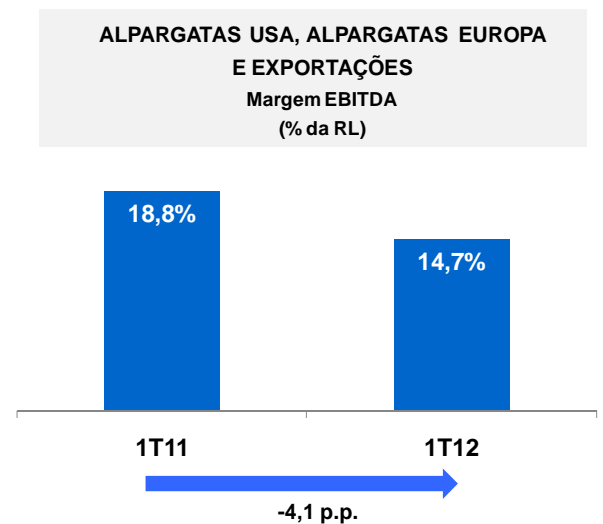
ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12



2.2.3. EBITDA

O EBITDA da Alpargatas USA, Alpargatas Europa e das exportações acumulou R\$ 11,3 milhões, valor 85% do registrado no 1T11, e a margem, de 14,7%, recuou 4,1 pontos percentuais. O composto volume, preço e *mix* contribuiu com R\$ 2 milhões para o aumento do EBITDA. A principal causa da redução da margem foi os R\$ 4,3 milhões mais, gastos em ações estratégicas, como os eventos que aumentaram a exposição de Havaianas na Europa e nos Estados Unidos e com a abertura de lojas na Europa. Praticamente não houve variação nas despesas operacionais. A variação cambial resultou em ganho de R\$ 500 mil decorrente da valorização do dólar no 1T12, em relação ao 1T11. A margem EBITDA, que foi negativa no 4T11, volta a ser positiva no 1T12, com a retomada das vendas para a estação primavera/verão no Hemisfério Norte.

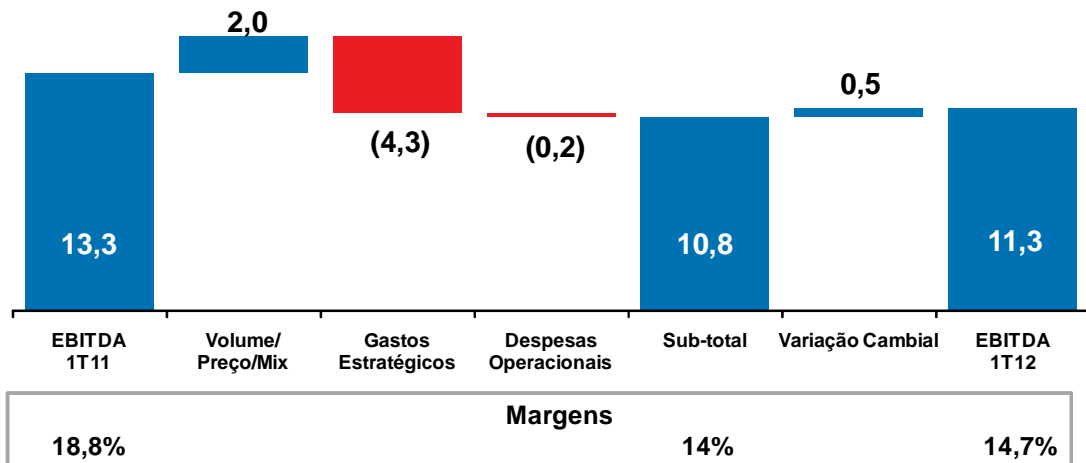




ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

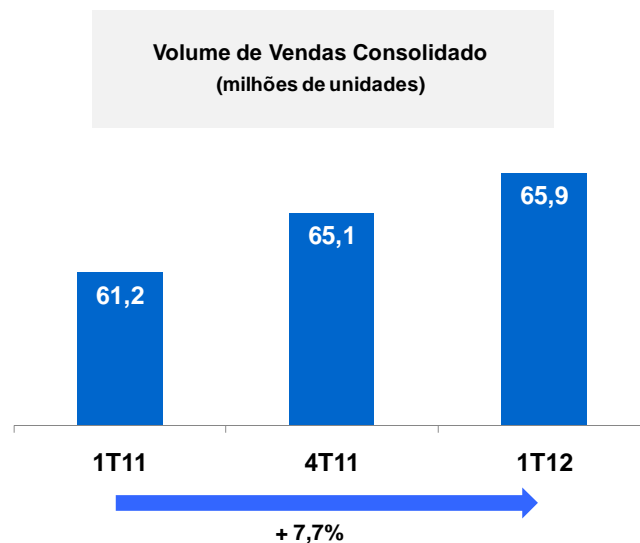
ALPARGATAS USA, ALPARGATAS EUROPA E EXPORTAÇÕES EBITDA (R\$ MILHÕES)



3.0. DESEMPENHO CONSOLIDADO

3.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

O volume consolidado somou 65,9 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios, quantidade 7,7% superior à do 1T11, decorrente do bom desempenho das vendas de sandálias Havaianas no Brasil e no exterior.



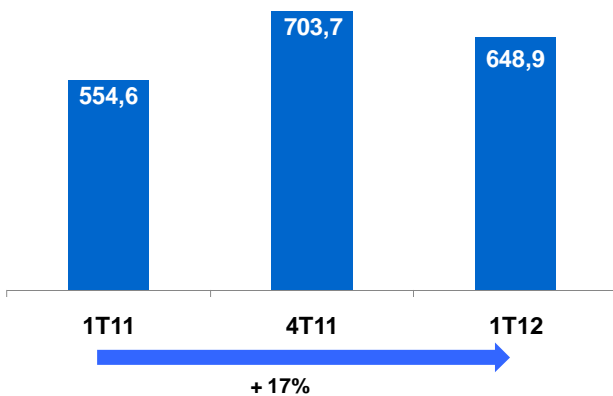


ALPARGATAS

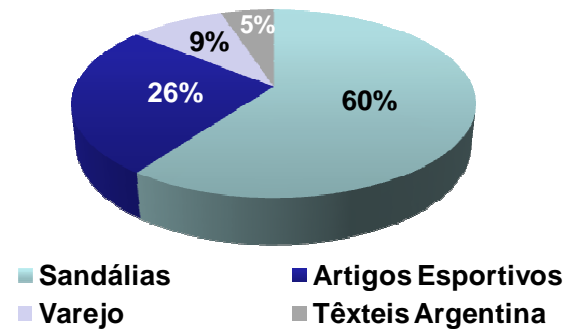
DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Com faturamento de R\$ 648,9 milhões a Alpargatas registrou aumento de 17% na receita líquida consolidada, em relação ao 1T11. O resultado foi decorrente do crescimento de 22,6% na receita dos negócios nacionais e de 5% na dos negócios internacionais.

Receita Líquida Consolidada
(R\$ milhões)



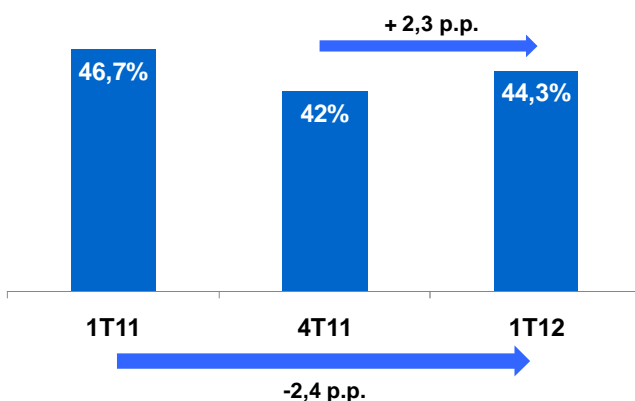
Composição da Receita Líquida Consolidada
1T12



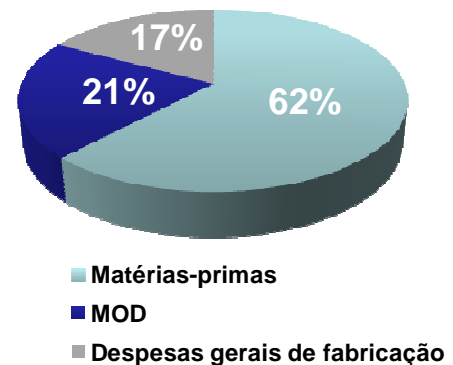
3.2. Lucro e Margem Bruta

O lucro bruto consolidado acumulou R\$ 287,7 milhões, valor 11% superior ao do 1T11. Além do incremento da receita, o aumento do lucro bruto foi decorrente do foco na gestão dos custos e das despesas fabris com a introdução do OMD – Orçamento Matricial de Despesas. A margem bruta consolidada de 44,3% no 1T12 (46,7% no 1T11) apresenta tendência de recuperação em relação à do 4T11, com crescimento de 2,3 pontos percentuais, em razão da alta das margens das operações internacionais.

Margem Bruta Consolidada
(% da RL)



Composição do Custo dos Produtos Vendidos
1T12



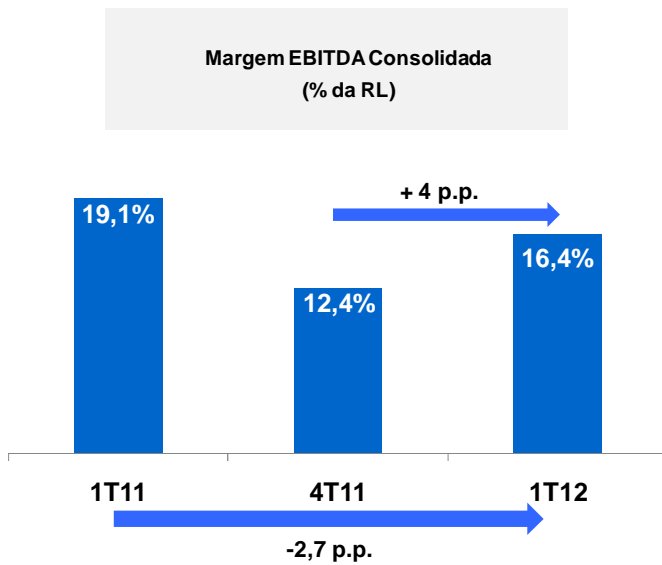


ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

3.3. EBITDA

O EBITDA consolidado acumulou R\$ 106,5 milhões, ante R\$ 105,8 milhões no 1T11. A margem, de 16,4%, recuou 2,7 pontos percentuais. Se comparada à do 4T11, a margem do 1T12 sobe 4 pontos percentuais pelas razões expostas nas variações dos EBITDAs dos negócios nacionais e internacionais.



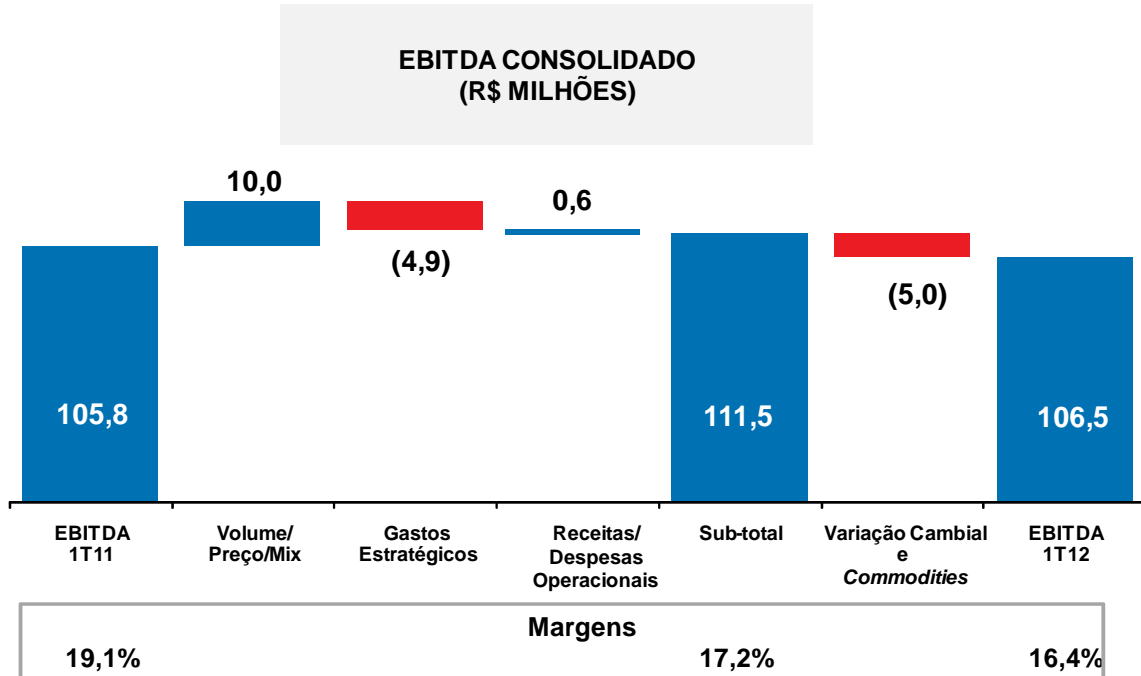
Cálculo do EBITDA Consolidado (R\$ milhões)	1T12	1T11
Lucro operacional antes do resultado financeiro e da equivalência patrimonial	86,5	89,7
(+) Depreciação e amortização	14,4	12,5
(+/-) Itens não caixa/e ou não recorrentes	5,6	3,6
EBITDA	106,5	105,8

Maior volume, preço mais alto das sandálias e dos calçados esportivos e *mix* contribuíram com R\$ 10 milhões para o aumento do EBITDA. Foram gastos R\$ 4,9 milhões mais com a comunicação das marcas, cujo retorno foi o crescimento do volume de vendas. O resultado entre as variações das receitas e despesas operacionais foi positivo e contribuiu com R\$ 0,6 milhão. O aumento do custo da borracha foi a principal causa da redução de R\$ 5 milhões no EBITDA consolidado.



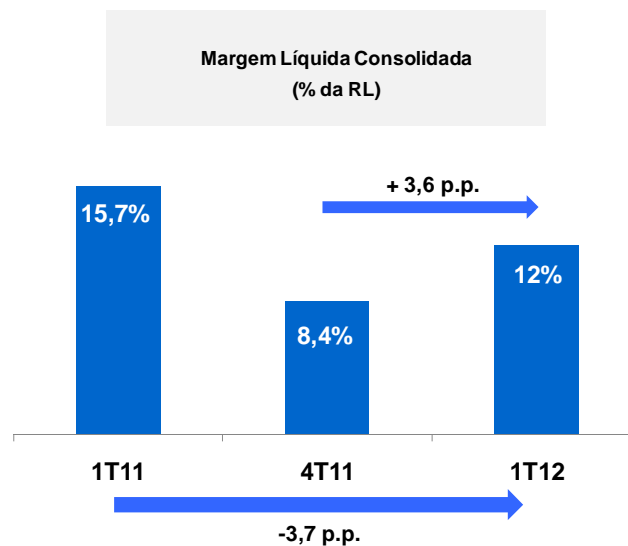
ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12



3.4. Lucro Líquido

No primeiro trimestre, a Alpargatas registrou lucro líquido de R\$ 78,2 milhões (R\$ 87,2 milhões no 1T11). A margem líquida foi de 12% no 1T12, ante 15,7% no 1T11, e representa um crescimento de 3,6 pontos percentuais em relação à margem do 4T11.

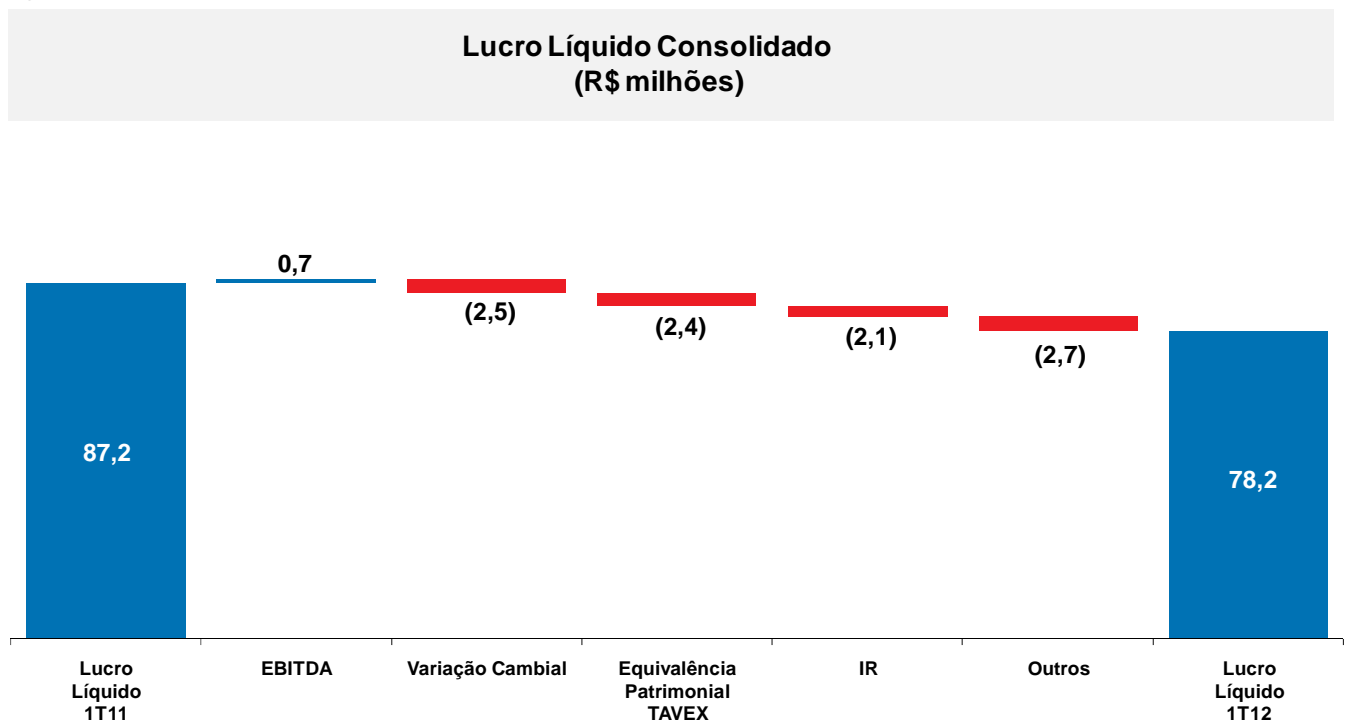




ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Os fatores mais relevantes que explicam a variação do lucro líquido consolidado foram: **(i)** EBITDA R\$ 0,7 milhão maior; **(ii)** resultado financeiro negativo de R\$ 2,5 milhões, em razão, principalmente, do impacto da variação cambial derivada da apreciação do dólar ante o real, no 1T12; **(iii)** R\$ 2,4 milhões com o resultado negativo da equivalência patrimonial da Tavex Corporation; e **(iv)** pagamento maior, de R\$ 2,1 milhões, de Imposto de Renda devido à taxa efetiva mais elevada das operações internacionais.



3.5. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

No encerramento do trimestre, o CCC consolidado foi de 54 dias, ante 62 ao final do 1T11. Contribuíram para agilizar o ciclo de conversão o alongamento de 16 dias no prazo de pagamento aos fornecedores e a redução de dois dias no prazo de recebimento de clientes, que suportaram o incremento de dez dias nos estoques, devido aos seguintes fatores:

- Crescimento das operações internacionais, cujo giro dos estoques é mais longo que o das nacionais.
- Formação de estoques estratégicos de sandálias para atender integralmente à forte demanda.
- Aumento dos estoques na Argentina, em decorrência da redução das vendas.



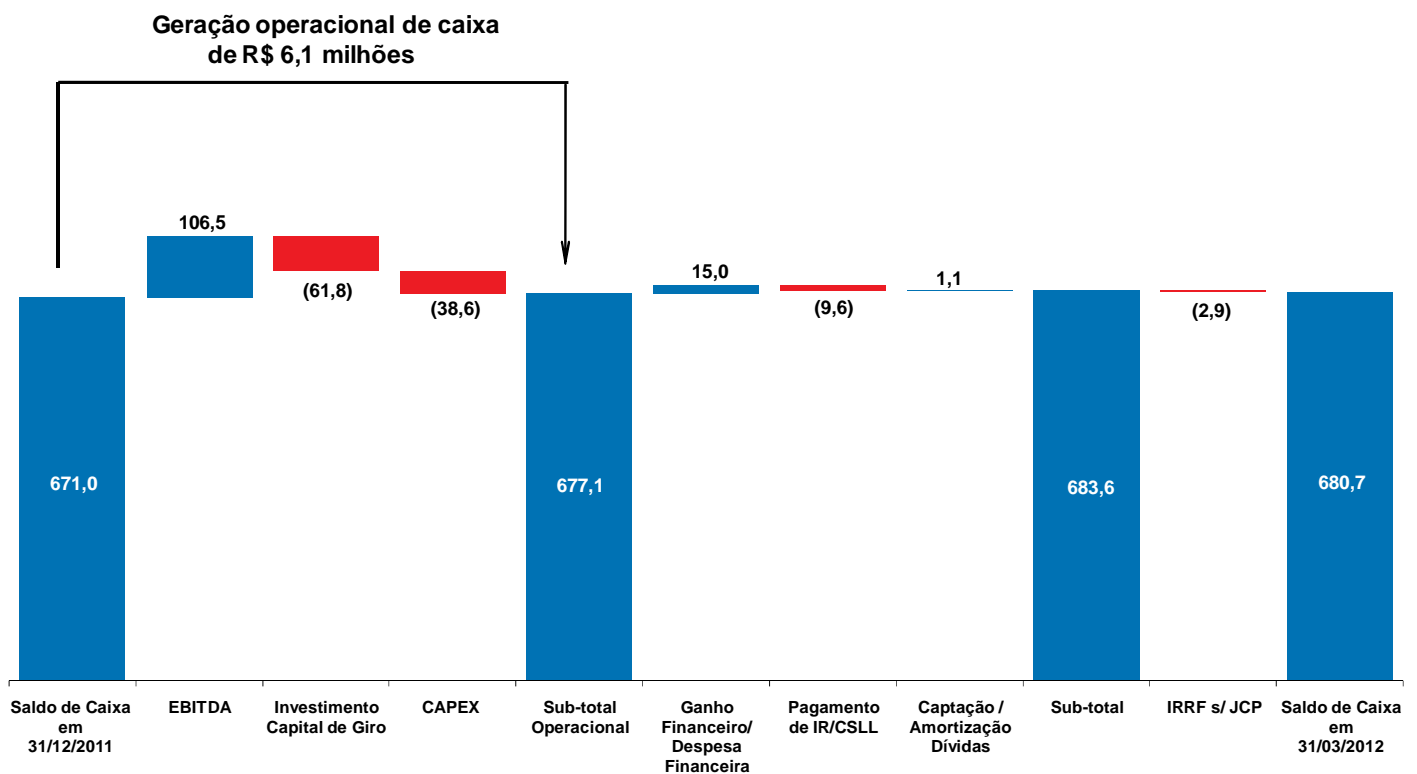
ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

3.6. Fluxo de Caixa

Em 31 de março de 2012, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 680,7 milhões, montante R\$ 9,7 milhões maior que em 31 de dezembro de 2011. A geração operacional totalizou R\$ 6,1 milhões no trimestre. O ritmo de geração foi menor devido aos investimentos mais elevados em capital de giro (R\$ 61,8 milhões) e em CAPEX (R\$ 38,6 milhões), explicados pela expansão dos negócios, no Brasil e no exterior, incluindo a construção da fábrica de sandálias. O maior ingresso de caixa deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 106,5 milhões.

Fluxo de Caixa Consolidado (R\$ milhões)





ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

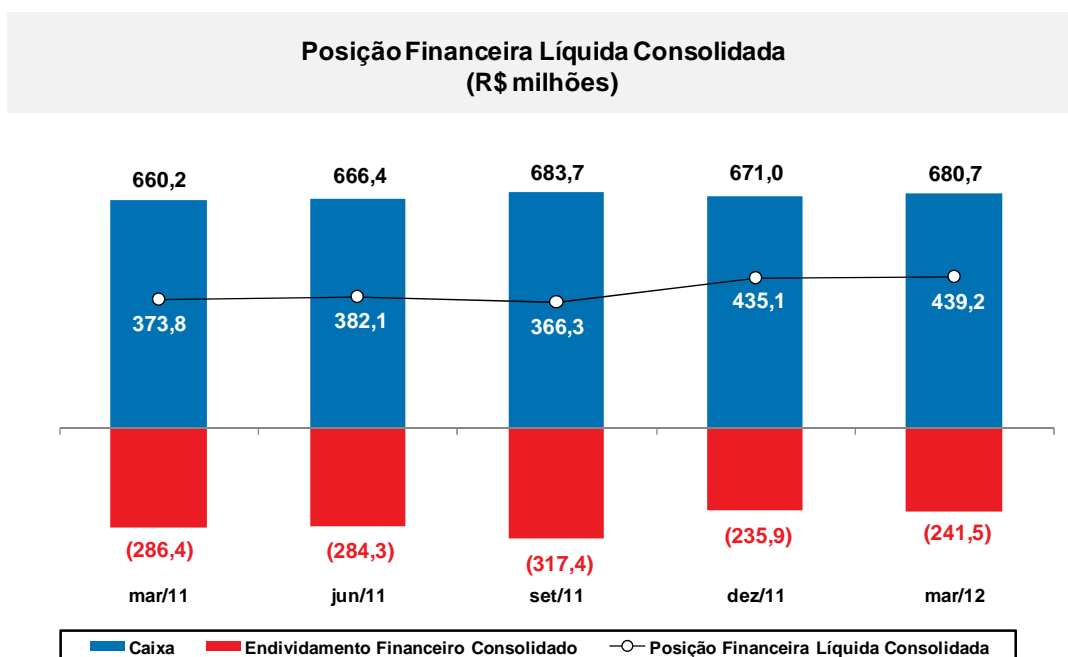
3.7. Endividamento

Em 31 de março de 2012, o endividamento financeiro consolidado totalizava R\$ 241,5 milhões, dos quais R\$ 90,0 milhões eram denominados em reais e R\$ 151,5 milhões, em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 149,9 milhões com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 41,1 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 108,8 milhões e financia importações e o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 91,6 milhões com vencimento em longo prazo, dos quais R\$ 48,9 milhões em moeda nacional e R\$ 42,7 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
 - 2013: R\$ 57,0 milhões;
 - 2014: R\$ 15,3 milhões;
 - 2015: R\$ 15,3 milhões;
 - 2016: R\$ 2,5 milhões;
 - 2017 a 2019: R\$ 1,5 milhão.

3.8. Posição Financeira Líquida

A posição financeira líquida em 31/03/2012 era positiva em R\$ 439,2 milhões, decorrente do aumento do saldo de caixa e da redução do endividamento, consolidando a solidez financeira da Alpargatas.



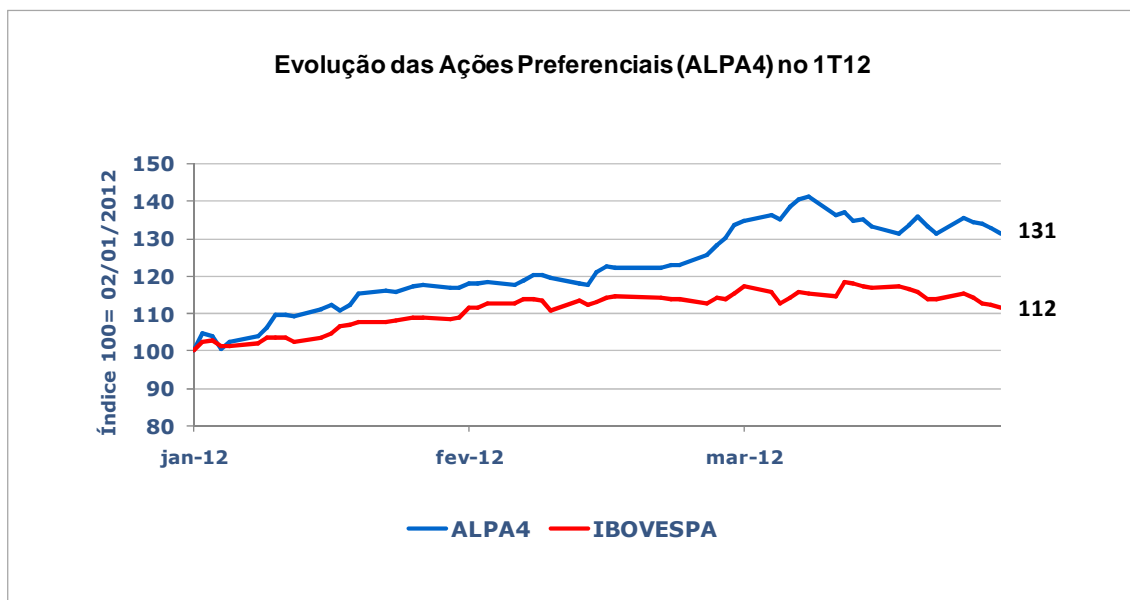


ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

4.0. MERCADO DE CAPITAIS

Em 31/03/2012, as ações preferenciais (ALPA4) eram cotadas a R\$ 15,79, valor 31% superior ao de 02/01/2012, e as ordinárias (ALPA3), a R\$ 16,10, valorização semelhante a das ações preferenciais. De janeiro a março, o Ibovespa valorizou 12%. Comunicação mais ativa com o mercado de capitais, o trabalho do formador de mercado e maior cobertura de analistas *sell side*, contribuem para o bom desempenho das ações da Alpargatas na bolsa de valores. Em março, o Raymond James iniciou sua cobertura das ações preferenciais, e em abril foi a vez da NAU Securities, de Londres. Ambas as instituições recomendam a compra das ações com preços-alvo de R\$ 21,00 e R\$ 20,00, respectivamente, para dezembro desse ano. Em 31/03/2012, o valor da Alpargatas na BM&FBovespa era de R\$ 5,6 bilhões, ante R\$ 3,9 bilhões na mesma data no ano passado. O Conselho de Administração, em reunião realizada em 04/05/2012, deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 21,8 milhões. Somados aos R\$ 21,6 milhões deliberados em março, a remuneração dos acionistas da Alpargatas já totaliza R\$ 43,4 milhões no exercício de 2012. Na Assembleia Geral Extraordinária realizada em 25 de abril, foi aprovada a bonificação de 10 ações para cada 100 ações possuídas naquela data, que foram creditadas aos acionistas em 02 de maio.





ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	31/3/2012	31/3/2011	PASSIVO	31/3/2012	31/3/2011
Ativo circulante	1.670.648	1.499.226	Passivo circulante	655.441	600.243
Caixa e Bancos	22.661	18.716	Fornecedores	283.418	202.172
Aplicações financeiras	658.019	641.474	Financiamentos	149.959	220.827
Clientes (Líquido da PDD)	511.658	395.805	Obrigações negociadas de controlada	13.818	12.855
Estoques	382.243	335.725	Salários e encargos sociais	114.228	101.861
Demais contas a receber	37.237	51.810	Provisão para contingências	12.108	8.543
Despesas antecipadas	28.778	24.856	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	5.893	8.478
Bens destinados a venda	309	-	Imposto a pagar	13.583	7.952
Outros ativos	-	-	Parcelamento tributário	-	-
Impostos a recuperar	29.743	30.840	JCP e dividendos a pagar	19.507	17.807
			Outras contas a pagar	42.927	19.748
			Passivo exigível a longo prazo	319.191	299.135
Ativo realizável a longo prazo	153.949	161.018	Financiamentos	91.564	65.606
Impostos a recuperar	25.265	18.549	Obrigações negociadas de controlada	60.092	59.655
I.R. e contribuição social diferidos	90.328	89.910	Tributos c/ exig. susp. e outros	86.625	60.243
Depósitos judiciais e compulsórios	15.002	14.245	Parcelamento tributário	874	-
Demais contas a receber	23.354	38.314	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	44.831	40.646
			Provisão para contingências	26.194	66.660
			Outras contas a pagar	9.011	6.325
			Patrimônio líquido	1.542.303	1.398.297
Ativo permanente	692.338	637.431	Capital social realizado	518.922	441.171
Investimentos	70.430	76.070	Reserva de capital	167.533	167.944
Imobilizado	364.486	298.258	Ações em tesouraria	(40.587)	(38.423)
Intangível	257.422	263.103	Reservas de lucro	922.710	825.707
			Avaliação patrimonial	(37.982)	(35.355)
			Participação minoritários	11.707	37.253
Total do ativo	2.516.935	2.297.675	Total do passivo	2.516.935	2.297.675
			Valor patrimonial por ação (R\$)	4,43	4,01



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T12

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

	1T11	1T12
Receita líquida de vendas	554.637	648.939
Custo dos produtos vendidos	(295.542)	(361.274)
Lucro Bruto	259.095	287.665
<i>Margem bruta</i>	46,7%	44,3%
Receitas (Despesas) Operacionais	(169.415)	(201.206)
Vendas	(129.933)	(159.443)
Gerais Administrativas	(30.132)	(35.549)
Honorários dos administradores	(1.374)	(1.605)
Amortização do intangível	(4.368)	(5.814)
Outras (despesas) receitas operacionais	(3.608)	1.205
EBIT - Resultado Operacional	89.680	86.459
<i>Margem operacional</i>	16,2%	13,3%
Receitas financeiras	18.817	18.746
Despesas financeiras	(11.965)	(12.294)
Variação cambial	1.716	(389)
Equivalência patrimonial	(1.297)	(3.729)
Lucro Operacional	96.951	88.793
I.R. e Contribuição Social	(8.448)	(10.550)
Participação de Minoritários	(1.252)	(78)
Lucro líquido	87.251	78.165
EBITDA - R\$ milhões	105,8	106,5
<i>Margem EBITDA</i>	19,1%	16,4%