

TELECONFERÊNCIA

Data: 12/05/2014 às 17h00

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

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



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T14

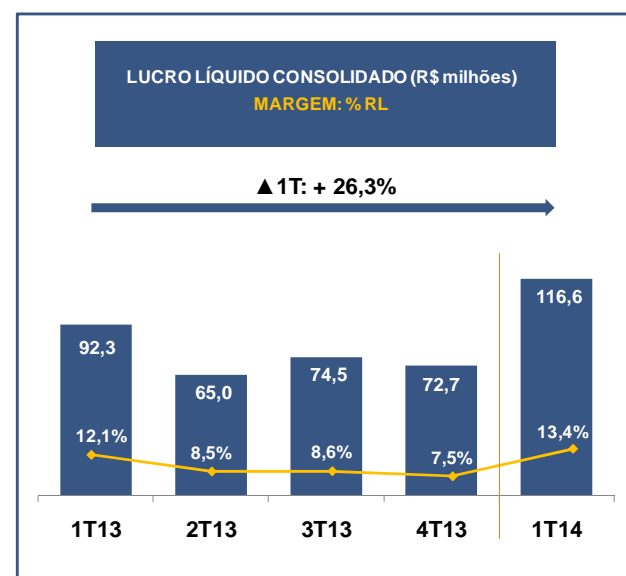
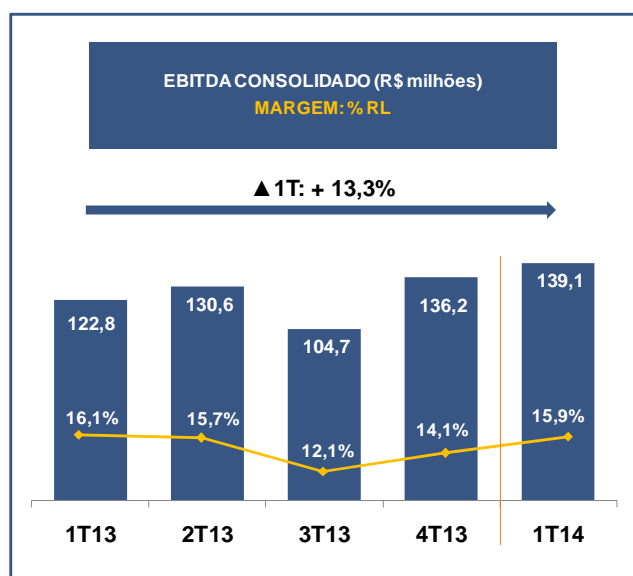
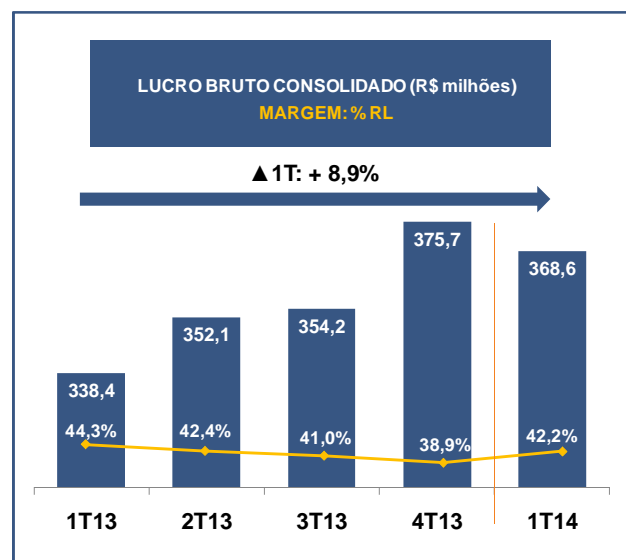
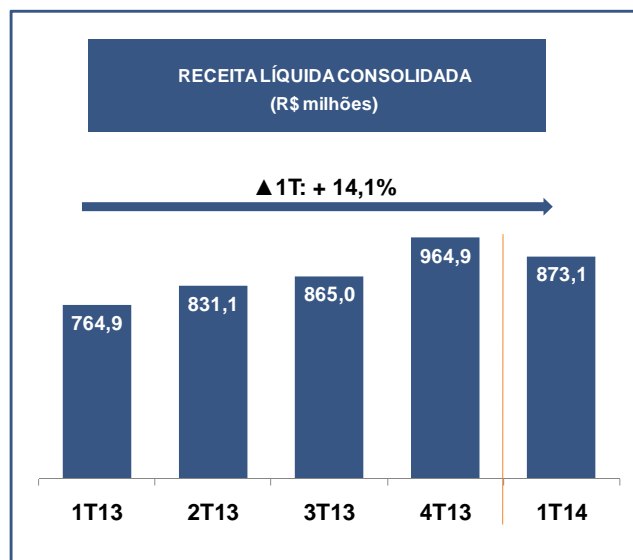
Forte crescimento da
receita líquida e maior
produtividade fazem o
lucro líquido crescer
26,3%

INDICADORES

Indicadores de Resultado Consolidado (R\$ milhões, exceto margens)			
	1T13	1T14	Variação
Receita Líquida	764,9	873,1	+14,1%
Brasil	522,6	569,4	9,0%
Argentina	109,6	142,5	30,0%
USA, Europa e Exportações	132,7	161,2	21,5%
Lucro Bruto	338,4	368,6	+8,9%
Brasil	236,8	228,7	-3,4%
Argentina	20,7	34,9	68,6%
USA, Europa e Exportações	80,9	104,9	29,7%
Margem Bruta	44,3%	42,2%	-2,1 p.p.
Brasil	45,3%	40,2%	-5,1 p.p.
Argentina	18,9%	24,5%	5,6 p.p.
USA, Europa e Exportações	61,0%	65,1%	4,1 p.p.
EBITDA	122,8	139,1	+13,3%
Brasil	87,5	71,1	-18,7%
Argentina	-3,0	13,0	na
USA, Europa e Exportações	38,3	55,0	43,6%
Margem EBITDA	16,1%	15,9%	-0,2 p.p.
Brasil	16,7%	12,5%	-4,2 p.p.
Argentina	-2,7%	9,1%	11,8 p.p.
USA, Europa e Exportações	28,9%	34,1%	5,2 p.p.
Lucro Líquido	92,3	116,6	+26,3%

1. INTRODUÇÃO

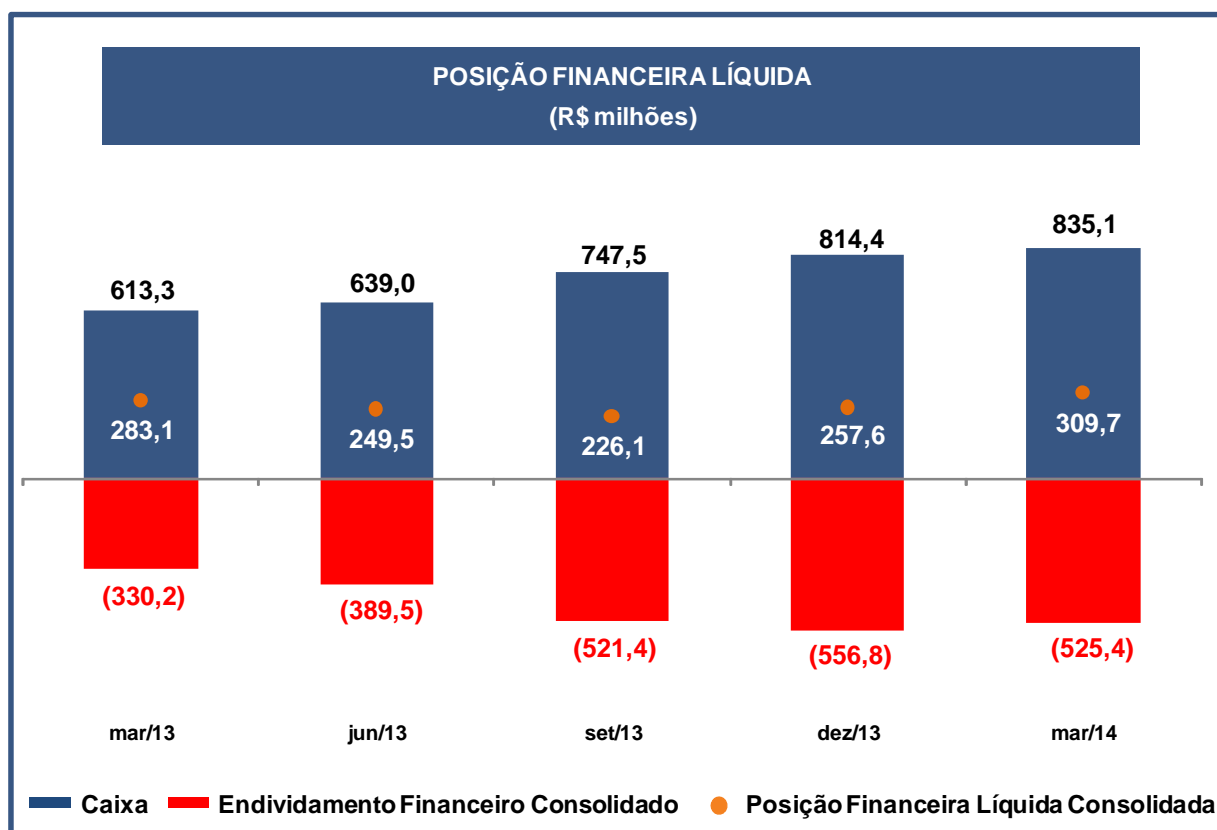
No primeiro trimestre de 2014, o ambiente de negócios no Brasil foi mais desafiador que o do mesmo período do ano passado, com inflação e juros em alta e câmbio mais volátil. Esse cenário, aliado ao sentimento de maior incerteza quanto à renda e ao emprego, alterou o comportamento dos consumidores brasileiros, que foram mais cautelosos e seletivos em suas compras, o que impactou as vendas do comércio de calçados. O desempenho da Alpargatas, nessa conjuntura, foi bem superior ao das empresas que atuam na fabricação e comercialização de calçados, comprovando que o foco em gestão de marcas vencedoras, a competência em inovação e no desenvolvimento de produtos, a eficácia na distribuição e comunicação e a estratégia comercial são elementos fundamentais para o crescimento sustentável de receita e lucratividade. Na comparação com os indicadores consolidados do primeiro trimestre de 2013 (1T13), a receita líquida evoluiu 14,1%, proporcionando salto de 8,9% no lucro bruto. O EBITDA refletiu essa evolução e totalizou R\$ 139,1 milhões no trimestre, montante 13,3% maior, com margem de 15,9%, praticamente a mesma obtida no 1T13. O lucro líquido espelhou o bom desempenho do período, e os R\$ 116,6 milhões gerados representaram avanço de 26,3%. A margem líquida, de 13,4%, foi 1,3 ponto percentual mais alta que a do 1T13.



Dos negócios no Brasil e exterior, destacam-se os seguintes fatos:

- **Negócios nacionais:** O varejo Havaianas apresentou forte crescimento de 30,4% no volume de vendas, no conceito mesmas lojas. A marca registrou venda recorde em março, com aumento de 7,0% em relação ao mesmo mês de 2013, e se prepara para sua estreia no vestuário, em maio, com a abertura de lojas próprias em São Paulo e no Rio de Janeiro. Em Artigos Esportivos, o volume de vendas cresceu 3,5%, impulsionado pelos produtos Mizuno, Timberland e Topper.
- **Negócios internacionais:** O desempenho da Alpargatas Argentina no trimestre foi excelente. Com crescimento de 30,8% no volume de vendas de artigos esportivos, Topper contribuiu para a evolução de 30,0% na receita. Como resultado dos trabalhos que visam alcançar maior eficiência de custos e economia de despesas, o lucro bruto expandiu 68,6%, e o EBITDA, que somou R\$ 3,0 milhões negativos no 1T13, saltou para R\$ 13,0 milhões positivos, no 1T14. As vendas externas de sandálias foram impulsionadas na Europa e nos Estados Unidos, com crescimentos expressivos de 21,5% na receita, 29,7% no lucro bruto e 43,6% no EBITDA. A ampliação do varejo teve continuidade com a abertura de lojas na Europa e nos Estados Unidos.

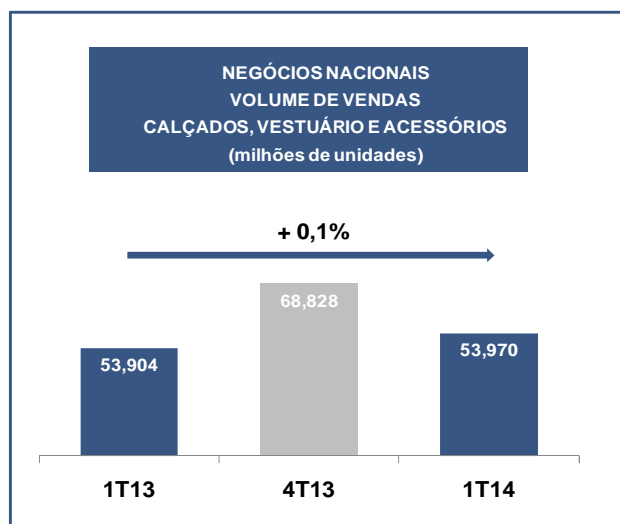
Seu modelo de negócios, com foco na criação e gestão de marcas desejadas, tem proporcionado a geração consistente de caixa, tornando a Alpargatas cada vez mais sólida financeiramente. A geração operacional de caixa, de R\$ 217,2 milhões, nos dos 12 meses encerrados em 31/03/2014, resultou em posição financeira líquida positiva de R\$ 309,7 milhões.



2. NEGÓCIOS NACIONAIS

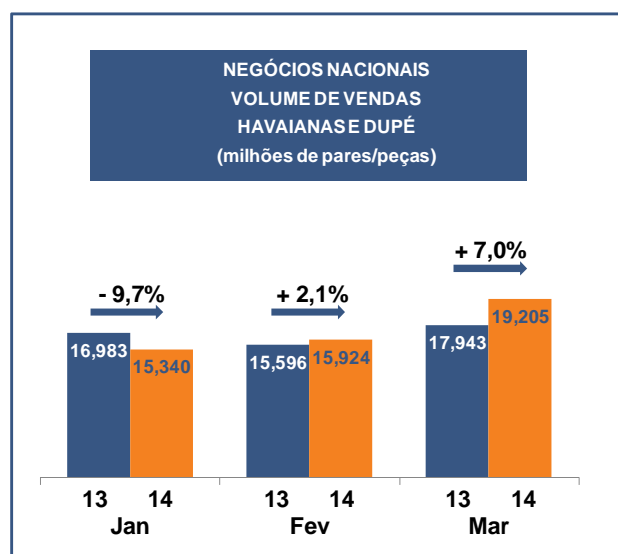
2.1. Volume de vendas

No 1T14, foram comercializadas 53,970 milhões de unidades de sandálias, calçados, vestuário e acessórios no mercado interno, quantidade praticamente similar à do mesmo período de 2013.



2.1.1. Sandálias

Em março de 2014, Havaianas e Dupé registraram recorde de vendas no Brasil, com a comercialização de 19,205 milhões de pares/peças, alta de 7,0% na comparação com o mesmo período de 2013. Mesmo com o crescimento dos volumes em fevereiro e março, o trimestre foi impactado por produção menor que a planejada, em janeiro, na fábrica de Campina Grande, devido a problemas operacionais em alguns equipamentos nas fases de mistura e prensas. O fato comprometeu o pleno atendimento dos pedidos dos clientes (principalmente dos modelos básicos) e, conseqüentemente, o faturamento do mês.



O volume de vendas de sandálias, somado ao de calçados Soul Collection e acessórios, atingiu 50,469 milhões de pares/peças no mercado interno no 1T14, quantidade em linha com a do 1T13.

As ações que contribuíram para as vendas de sandálias no primeiro trimestre do ano foram:

- Performance excepcional do varejo Havaianas, com vendas base mesmas lojas 30,4% acima das do 1T13.
- Excelente aceitação dos novos modelos Flat (rasteirinha da Havaianas) e das alpargatas Origine.
- Sucesso do modelo masculino Havaianas Power.
- Eventos de verão de Havaianas no litoral de São Paulo e na Praia de Copacabana.
- Presença nas celebração do ano novo em Trancoso, (BA), e em São Miguel dos Milagres, (RN).
- Aumento das vendas de Dupé no Nordeste com a coleção 2013/14.

2.1.2. Artigos Esportivos e Botas Profissionais

No 1T14, foram comercializadas 3,501 milhões de unidades de artigos esportivos, quantidade 3,5% superior à do 1T13, decorrente do crescimento de 10,8%, 8,6% e 1,4% de artigos esportivos de Timberland, Mizuno e Topper, respectivamente.

No agregado, foram vendidos 2,109 milhões de pares de calçados, desempenho alinhado ao do 1T13, e 356 mil pares de botas Sete Léguas.



Mizuno

Na comparação com o 1T13, o crescimento do volume de Mizuno foi de 8,6%, e reflete o forte posicionamento da marca no mercado brasileiro de calçados esportivos. Contribuíram para esse incremento os seguintes fatores:

- Lançamento da coleção de calçados 2014, com destaque para os modelos Creation 15 e Prorunner 17, reconhecidos por tecnologia, *design* e materiais superiores.
- Ampliação dos circuitos de corridas patrocinados pela marca, com a realização das provas Mizuno Half Marathon e Circuito das Estações, em algumas capitais brasileiras.
- Comunicação ativa com os consumidores e liderança de vendas nas principais lojas especializadas em artigos esportivos, o que contribui para a ampliação da distribuição de produtos e o aumento da exposição e visibilidade da marca.

Rainha

No 1T14, o volume de Rainha ficou em linha com o comercializado no 1T13. Os destaques da marca no período foram:

- Crescimento expressivo de 114,7% na receita líquida de vestuário, resultado das inovações e ampliação da linha fitness e do lançamento da linha inverno leve, com maior entrada nos canais esportivos.
- Lançamentos da linha de calçados para *running*, com o modelo StreetRun, indicado aos iniciantes em corrida, e da casual, cujos modelos com *design* inovador e moderno permitiram aumentar a presença da marca no varejo especializado em calçados casuais.

Topper

O volume de vendas de Topper no 1T14 teve incremento de 1,4% em relação ao registrado no 1T13. A linha de calçados casuais Urban e as inovações de grafismo e *design* nas camisas e bolas da nova coleção de vestuário e acessórios foram as principais responsáveis pela expansão. No futebol, o destaque foi o novo modelo Slick de chuteira indoor e society.

Timberland

A Timberland apresentou expansão de 10,8% no volume de vendas de calçados e vestuário na comparação com o 1T13. A estratégia de ampliação da linha casual e a integração do time comercial ajudaram a ampliar a base de clientes da marca e, conseqüentemente, aumentar a comercialização.

2.1.3. Varejo

Ao final de março de 2014, a rede de lojas da Alpargatas somava 454 unidades no Brasil, 69 mais do que as 385 do mesmo período de 2013. A tabela abaixo mostra a divisão de lojas por marca:

Marca	Lojas Próprias	Franquias	Total de Lojas
Havaianas	2	342	344
Timberland	9	7	16
Meggashop	21	-	21
Osklen	51	22	73
Total lojas no Brasil	83	371	454

Havaianas

No 1T14, o varejo Havaianas apresentou excepcional crescimento de 30,4% no volume de vendas base mesmas lojas, na comparação com o 1T13. Esse desempenho é resultado: (i) da preferência pela marca e por seus produtos, com destaque para o modelo Havaianas Flat; (ii) do ano-calendário mais favorável ao varejo no 1T14; e (iii) do verão mais forte, que beneficiou a compra de Havaianas. No encerramento de março, a marca contava com 344 lojas no Brasil; no mesmo período do ano anterior, eram 283.

Timberland

Timberland terminou o trimestre com 16 lojas, das quais nove próprias. Em razão das fortes vendas no final de 2013, os pontos de venda da marca iniciaram o ano com menos produtos, o que impactou o volume comercializado no conceito mesmas lojas do trimestre, que foi 7% inferior ao do 1T13. A partir de março, com o lançamento da coleção, o abastecimento se normalizou, e as vendas voltaram a crescer.

Meggashop

Ao final do 1T14, Meggashop reunia 21 unidades no País. As campanhas promocionais, reforçadas pela comemorativa do aniversário de 20 anos do outlet, ajudaram a aumentar o ticket médio das vendas no período – destacaram-se as jaquetas Timberland e os tênis Mizuno, que possuem preços médios mais elevados. Como resultado, a receita líquida do trimestre, na base mesmas lojas, aumentou 2%, porém, o volume ficou 4% abaixo do registrado no 1T13.

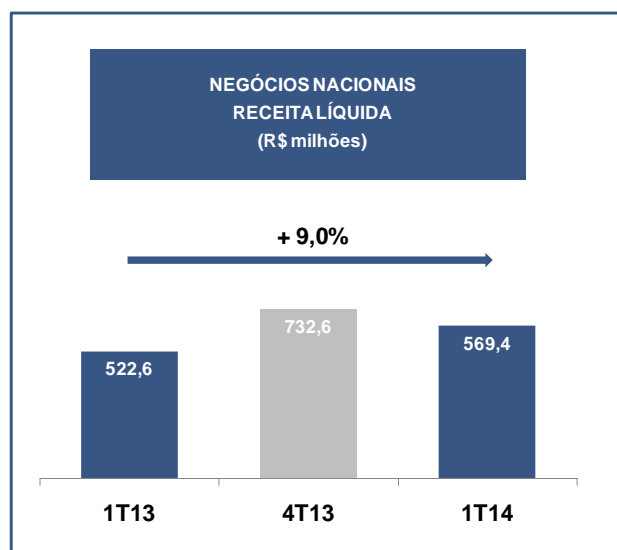
2.1.4. Osklen

Os destaques da marca nos três primeiros meses do ano foram:

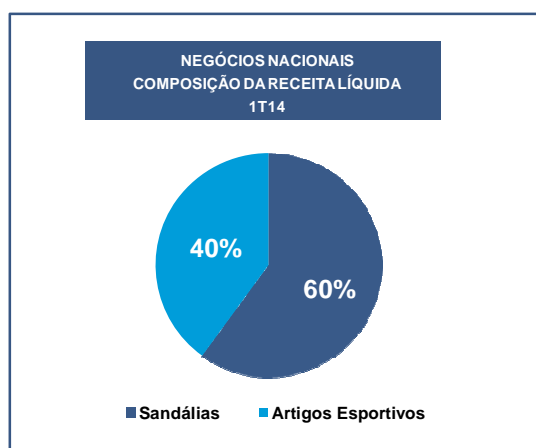
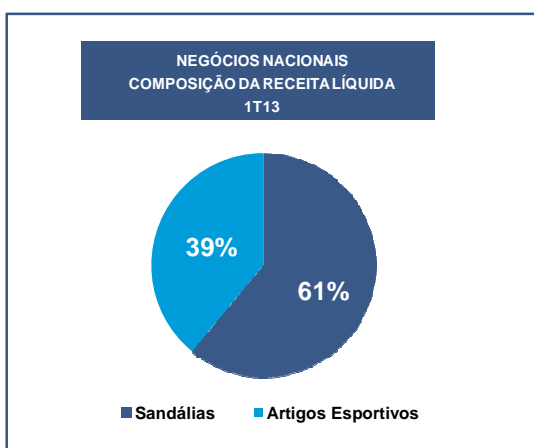
- Exposição de fotos na Quintenz Gallery, em Aspen, no Estado do Colorado, Estados Unidos, produzidas por Oskar Metsavaht para a coleção Into the Mountains.
- Instalação Osklen no Museu Inhotim, em Brumadinho, Minas Gerais, como preparação da Coleção Inhotim.
- Lançamento da coleção Osklen Samba Series. Trata-se de parceria inédita da marca com quatro grandes escolas de samba do Rio de Janeiro – Portela, Salgueiro, Mangueira e Beija Flor, que foi sucesso de vendas nas lojas do Rio de Janeiro e online.
- Lançamento da coleção inverno 2014 denominada Football Series, resultante da parceria Oskar Metsavaht & Topper. A coleção de bolas e chuteiras foi apresentada ao time da Osklen e franquizados no estádio do Maracanã e será comercializada nas principais lojas Collection da rede.
- Lançamento do tênis Soho feminino, integrante da coleção Football Series.

2.2. Receita líquida

Preços médios mais altos em sandálias e artigos esportivos, mix de sandálias mais rico e incremento nos volumes, principalmente de calçados esportivos Mizuno e Timberland, que têm maior valor, foram os principais fatores responsáveis pelo aumento de 9,0% na receita líquida dos negócios nacionais no 1T14, que acumulou R\$ 569,4 milhões. O negócio Sandálias contribuiu com acréscimo de 9,1% na receita, e Artigos Esportivos, com 10,5%.



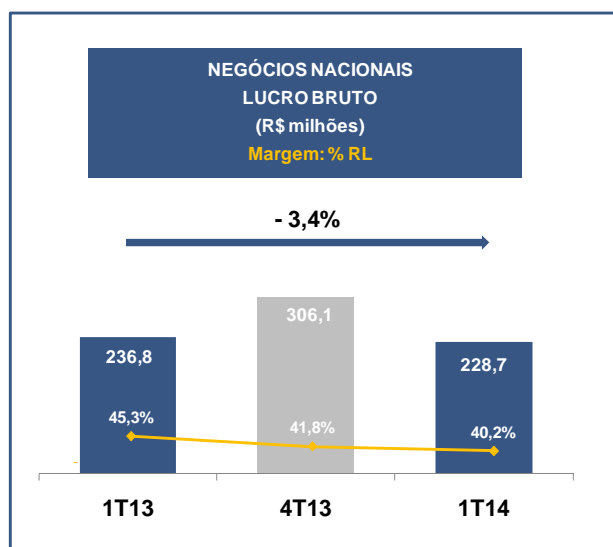
O bom desempenho das vendas de calçados, vestuário e acessórios esportivos proporcionou crescimento da participação do negócio de Artigos Esportivos na receita do mercado interno: de 39%, no 1T13, para 40%, no 1T14.



2.3. Lucro e margem bruta

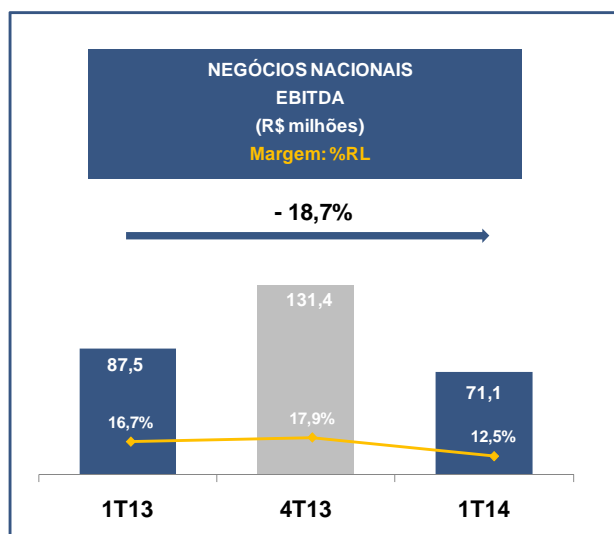
No 1T14, o lucro bruto dos negócios nacionais alcançou R\$ 228,7 milhões, 3,4% inferior ao do 1T13. A margem bruta, de 40,2%, foi 5,1 pontos percentuais menor que a do primeiro trimestre de 2013 devido, principalmente:

- Ao impacto da variação cambial (dólar mais forte que o real) no custo dos produtos acabados importados e no custo médio da borracha em reais, que foi 7% superior ao 1T13.
- A entrada em operação da fábrica de Montes Claros, que, durante a fase de *ramp up*, dilui menos seus custos fixos.



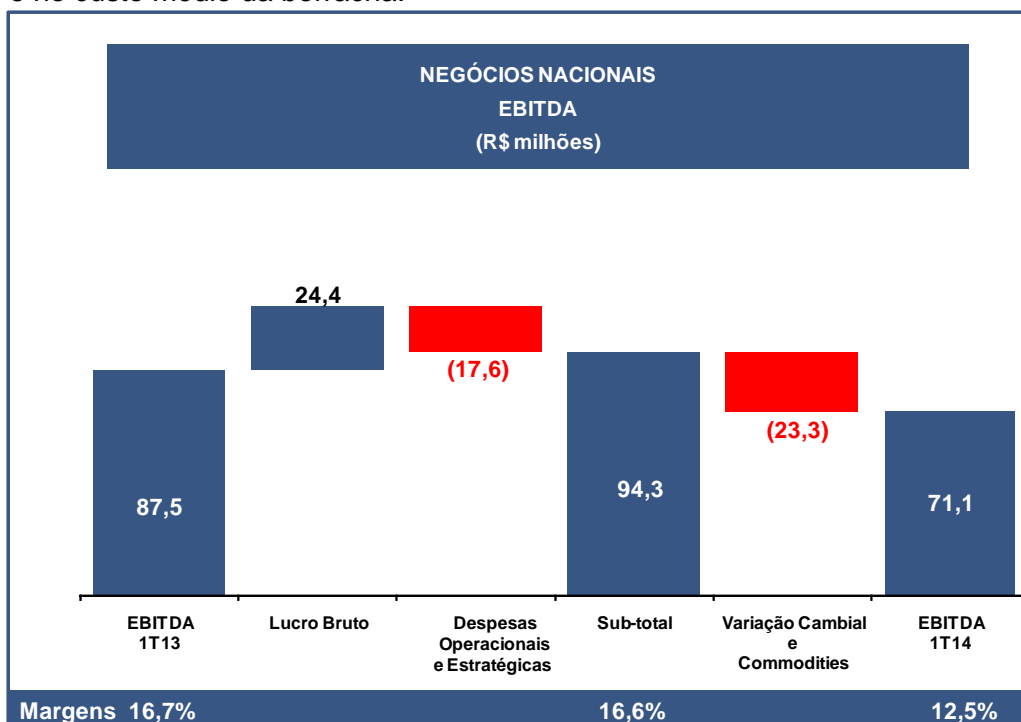
2.4. EBITDA

No 1T14, o EBITDA dos negócios nacionais somou R\$ 71,1 milhões, 18,7% menor que o do 1T13, e a margem alcançou 12,5%, diminuição de 4,2 pontos percentuais na mesma comparação. Isolando-se os efeitos da variação cambial, o EBITDA soma R\$ 94,3 milhões, crescimento de 7,8% ante o 1T13.



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

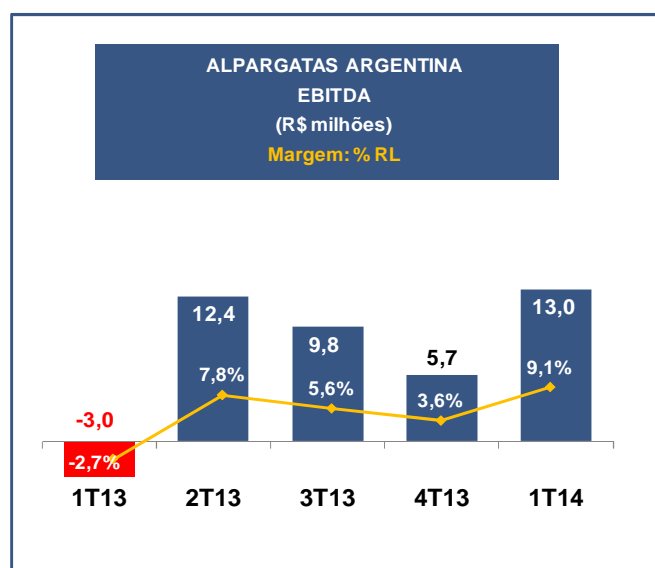
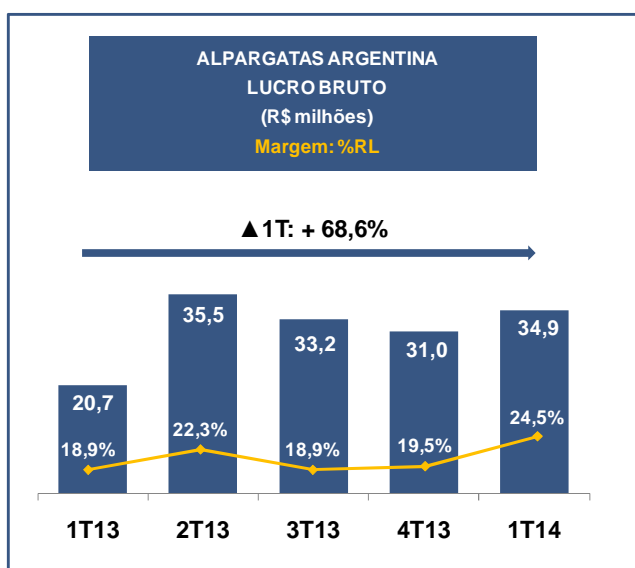
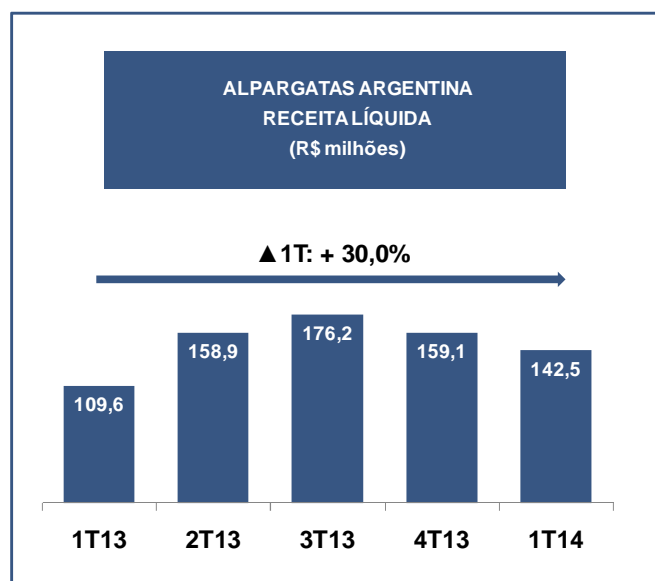
- ↑ Mais R\$ 24,4 milhões de lucro bruto, isolando-se o efeito do câmbio, das commodities e do resultado do hedge.
- ↓ R\$ 17,6 milhões mais com: (i) despesas com vendas: propaganda, fretes, *royalties* e comissões de vendedores foram maiores que as do 1T13; e (ii) despesas gerais e administrativas, cujos gastos mais elevados estão relacionados a diversos fatores, desde externos, relativos à alta da inflação, como internos, a exemplo da ampliação do *headcount* para suportar o crescimento dos negócios em áreas como o vestuário Havaianas, Supply Chain e Inovação.
- ↓ R\$ 23,3 milhões resultantes do efeito negativo da variação cambial no custo dos produtos acabados importados e no custo médio da borracha.



3. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

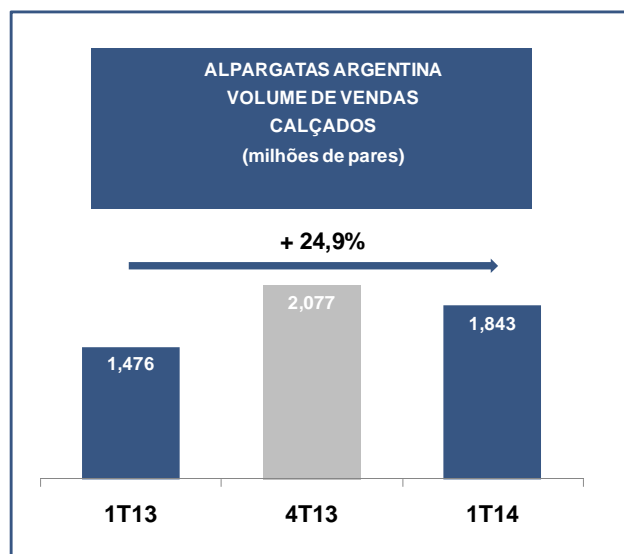
3.1. Alpargatas Argentina

O desempenho da Alpargatas Argentina nos primeiros meses de 2014 foi marcado por recuperação das vendas, forte crescimento da receita e significativos avanços de rentabilidade em todos os negócios. Esse resultado reflete o sucesso do plano de reestruturação executado a partir do segundo semestre de 2013 em diversas frentes, como produtos, comunicação, produção e canais de venda. Além disso, a melhor eficiência de custos, em um ambiente de alta inflação, e a continuidade do controle de despesas contribuíram para o resultado, cuja evolução tem sido consistente, ainda que a conjuntura do mercado argentino continue incerta e desafiadora, como mostram os gráficos abaixo.



3.1.1. Volume de vendas

O volume de vendas de calçados esportivos cresceu significativos 24,9% no 1T14, somando 1,843 milhões de pares, em razão: (i) da forte conexão da marca Topper com os consumidores argentinos; (ii) de produtos e coleções que atenderam mais às expectativas dos consumidores; (iii) da boa performance do varejo, impulsionada pelo lançamento das camisas dos times de futebol patrocinados pela marca; e (iv) do período de volta às aulas, quando as vendas de Topper são historicamente muito fortes.



Somando-se ao volume de calçados esportivos as quantidades de calçados não esportivos, de vestuários e de acessórios, foram comercializadas 2,247 milhões de unidades, acréscimo de 30,8% ante o 1T13.

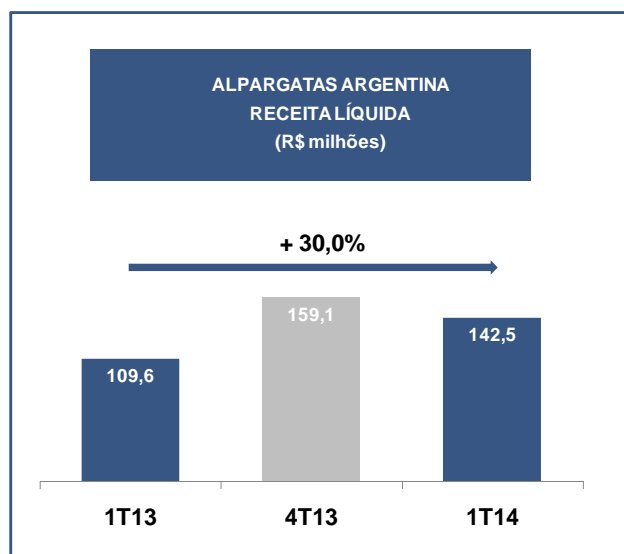
No primeiro trimestre, as principais iniciativas adotadas pela Alpargatas Argentina para fortalecer Topper foram:

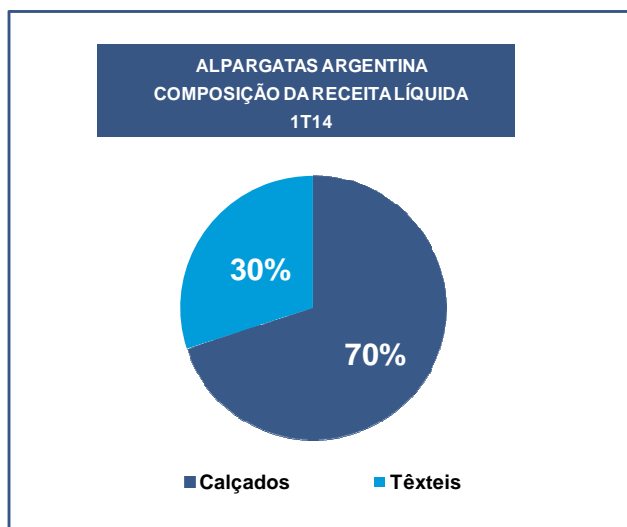
- Campanha “Volta às Aulas”, direcionada especialmente às mães.
- Lançamento das camisetas exclusivas para dois importantes times de futebol patrocinados por Topper: o Racing Club e o Newell’s Old Boys.
- Lançamento da linha de vestuário casual focada no futebol, com estampas inspiradas na Copa do Mundo.
- Sétima edição da Mizuno Run Magazine, aplicativo de *smartphone* que visa aumentar a exposição da marca.

3.1.2. Receita líquida

No 1T14, a receita líquida da Alpargatas Argentina cresceu expressivos 67,2% em pesos e alcançou AR\$ 462,7 milhões. Com a desvalorização do peso frente ao real, a receita somou R\$ 142,5 milhões, 30,0% mais que no 1T13.

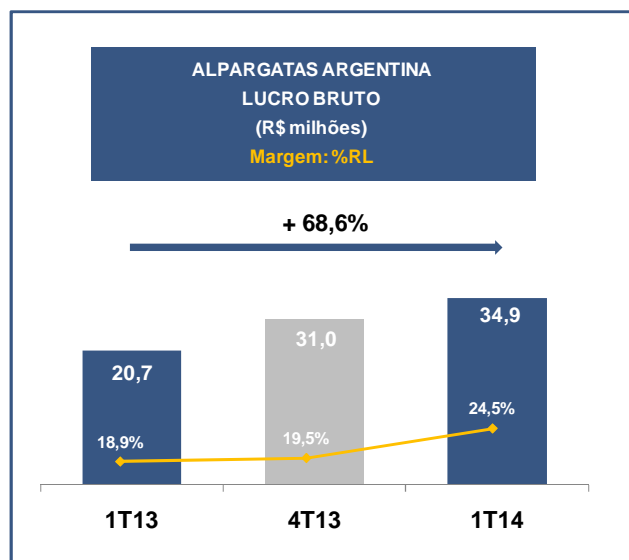
Esses crescimentos decorrem dos volumes mais altos, da recomposição dos preços de venda e do enriquecimento do mix de produtos comercializados.





3.1.3. Lucro e margem bruta

A Alpargatas Argentina acumulou lucro bruto de AR\$ 114,4 milhões no 1T14, aumento de 118,5% em relação ao 1T13. Em reais, o crescimento foi de 68,6%. Mesmo com a elevação dos custos de produção, provocada pela inflação e pelo aumento do preço do algodão em pesos (+43%), a margem bruta de 24,5% foi 5,6 pontos percentuais maior que a do 1T13. Esse resultado foi obtido devido ao forte crescimento da receita e à maior produtividade fabril, alcançada por meio de investimentos na renovação de maquinário da unidade têxtil, da maior diluição dos custos fixos, em virtude do aumento do volume de produção e de vendas, e da adequação da mão de obra à atividade produtiva.



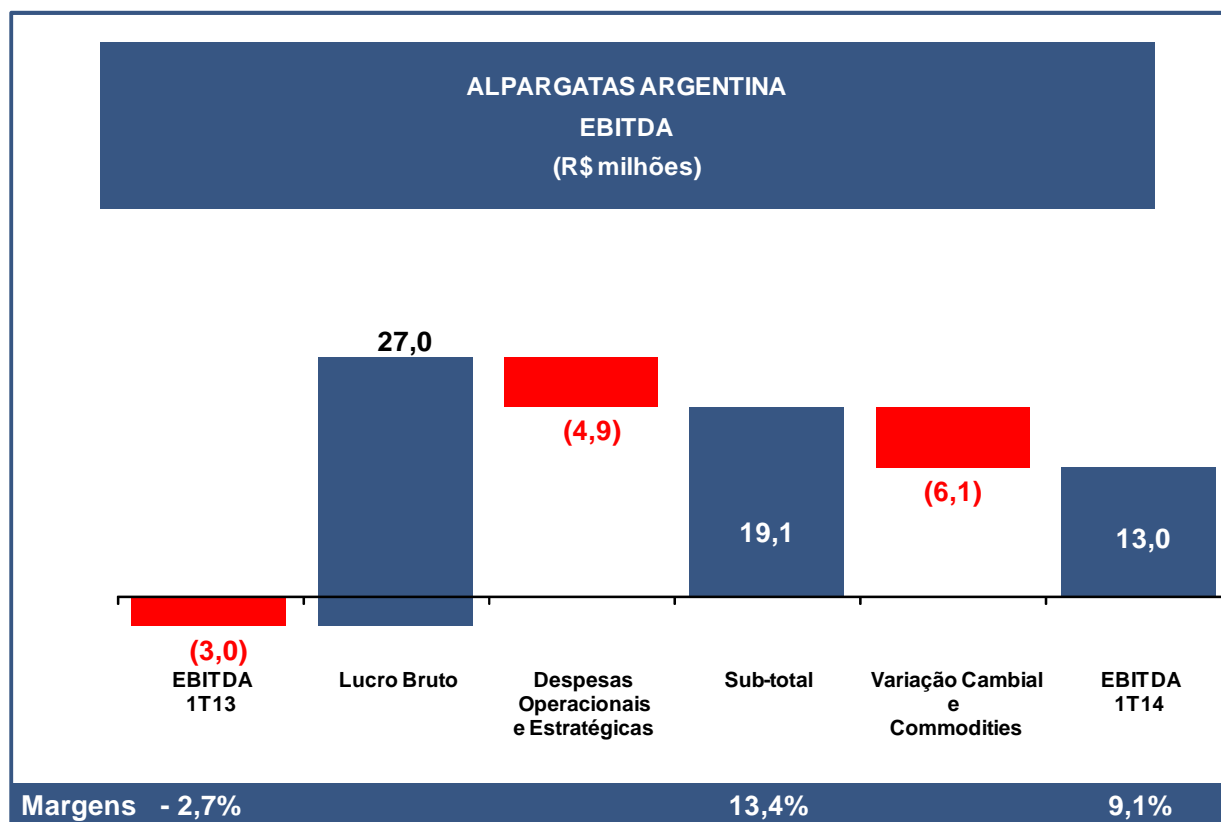
3.1.4. EBITDA

No 1T14, o EBITDA da Alpargatas Argentina somou AR\$ 44,5 milhões, ou R\$ 13,0 milhões, incremento de R\$ 16,0 milhões na comparação com o 1T13, e a margem alcançou 9,1%, aumento significativo de 11,8 pontos percentuais.



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

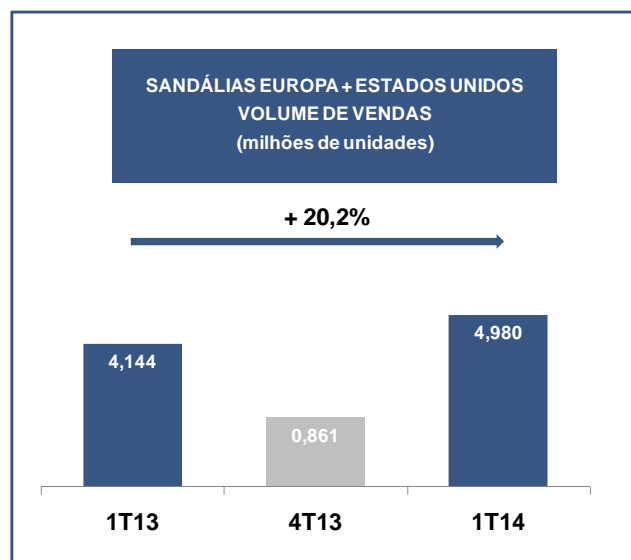
- ↑ Mais R\$ 27,0 milhões no lucro bruto (sem efeito de commodities e câmbio), em razão do forte crescimento da receita.
- ↓ R\$ 4,9 milhões mais com as despesas operacionais e estratégicas para apoiar o crescimento das vendas de Topper. Com maior austeridade no controle de gastos houve aumento da produtividade do SG&A, que representava 22,3% da receita líquida no 1T13 e passou a equivaler a 16,6%, no 1T14.
- ↓ R\$ 6,1 milhões com o aumento do custo do algodão e impacto da variação cambial (real mais forte que o peso). Sem esses efeitos, o EBITDA soma R\$ 19,1 milhões e apresenta crescimento de R\$ 22,1 milhões, e a margem salta expressivos 16,1 pontos percentuais, para 13,4%.



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

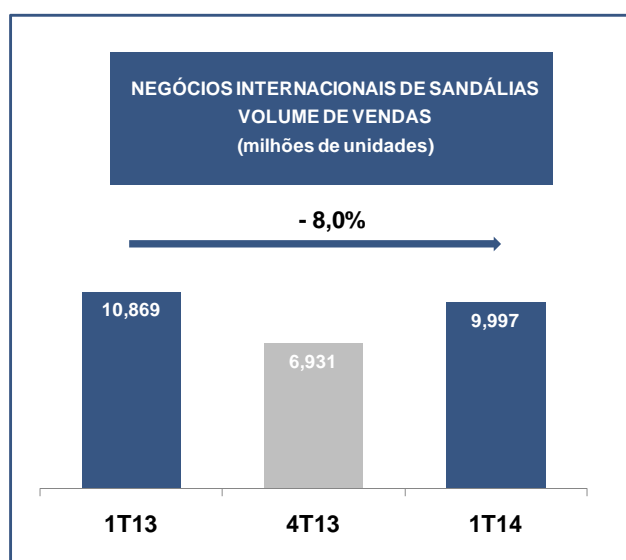
3.2.1. Volume de vendas

A quantidade de produtos comercializados pelas subsidiárias Alpargatas USA e Alpargatas Europa apresentou incremento relevante de 20,2%, na comparação com o 1T13. O resultado se deve: (i) ao aumento das vendas para os principais clientes, uma vez que o *brand awareness* de Havaianas e o consequente interesse dos consumidores pela marca têm crescido consistentemente nesses mercados; (ii) à conquista de importantes clientes, como a J.Crew nos Estados Unidos; (iii) ao crescimento dos mercados atendidos pela Alpargatas Europa, com destaque para Israel e Alemanha; (iv) à expansão do varejo, com a abertura de lojas nos Estados Unidos e na Europa; e (v) à comunicação e a parcerias de sucesso com marcas renomadas, como Mara Hoffman.



Nas exportações, destaca-se o crescimento das vendas para Angola, Cuba e República Dominicana. Todavia, o volume exportado foi 74,6% do registrado no 1T13, explicado pelo vazamento de 1,7 milhão de pares do 4T12 para o 1T13, o que tornou o primeiro trimestre de 2013 muito forte nas exportações de sandálias.

Somando-se, portanto, a quantidade comercializada pelas subsidiárias Alpargatas USA e Alpargatas Europa às exportações, o volume é 8,0% inferior ao do 1T13, totalizando 9,997 milhões de unidades.



O desempenho e 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 primeiro trimestre:

Estados Unidos

- Lançamento da campanha de 2014 “Welcome to Brazilian Territory”.
- Sucesso de vendas dos modelos exclusivos para a J.Crew, importante varejista de moda que reforça o posicionamento *premium* da marca no país.
- Lançamento das sandálias em parceria com a designer Mara Hoffman, com ampla aparição na mídia espontânea.
- Abertura de loja no Garden State Plaza, em Nova Jersey, que se junta às recém-inauguradas lojas de Topanga, na Califórnia e de Miami, na Flórida.

Europa

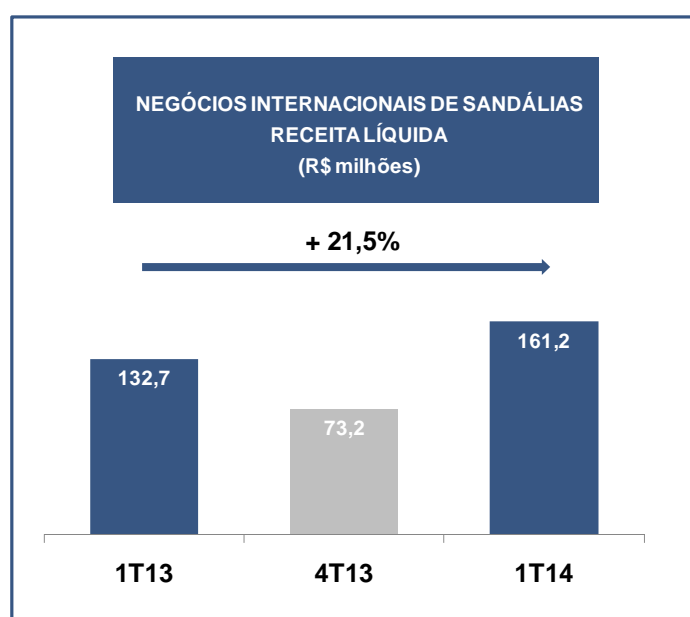
- Nova subsidiária estabelecida na Alemanha, com a ampliação da atuação direta em mais cinco países antes atendidos por distribuidores: Alemanha, Áustria, Holanda, Bélgica e Luxemburgo.
- Abertura de 38 pontos de vendas Havaianas, de um total previsto de 110, para o período de temporada de verão europeu.

Exportações

- Espaço especial de Havaianas na loja de departamentos Robins, no Vietnã.
- Ampliação da presença de Havaianas na Tailândia, com o projeto Resorts.
- Lançamento da coleção times de Havaianas para a Copa do Mundo.
- Realização da Havaianas Thong Challenge, na Austrália.
- Realização do torneio de frescobol “Havaletas” na Argentina, com raquetes em forma de Havaianas.

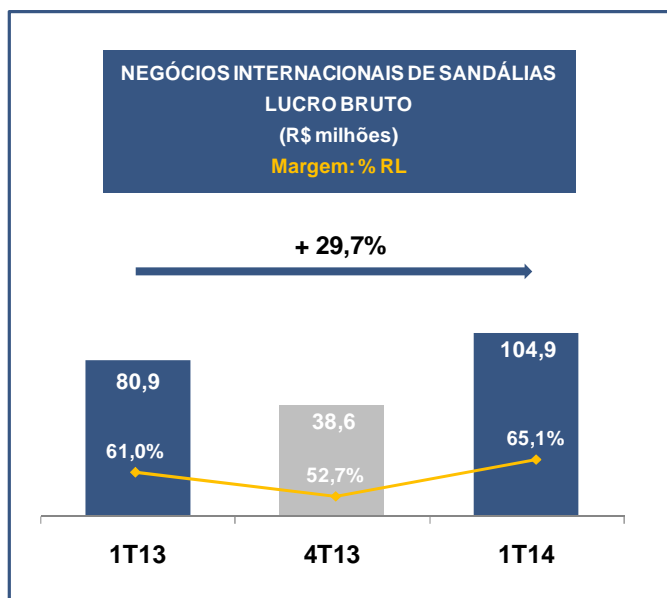
3.2.2. Receita líquida

No 1T14, a receita líquida dos negócios internacionais de sandálias cresceu 16%, em dólar e 19%, em euro resultando no valor de R\$ 161,2 milhões, montante 21,5% superior ao do 1T13.



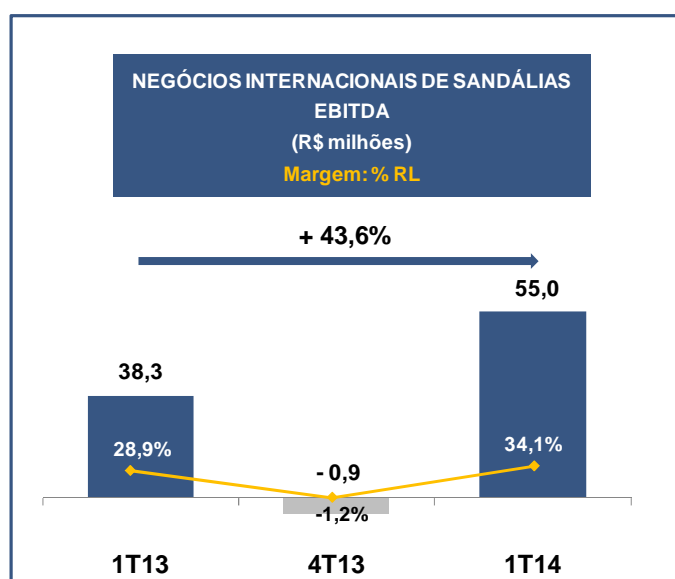
3.2.3. Lucro e margem bruta

No 1T14, o lucro bruto das vendas de sandálias no mercado externo somou R\$ 104,9 milhões, montante 29,7% maior que o do mesmo período do ano anterior. A margem evoluiu de 61,0%, no 1T13, para 65,1%, no 1T14, beneficiada pelo câmbio e pela maior participação do varejo, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, que possui margens mais elevadas.



3.2.4. EBITDA

No 1T14, o EBITDA dos negócios internacionais de sandálias somou R\$ 55,0 milhões, 43,6% mais do que o do 1T13, e a margem alcançou 34,1%, evolução de 5,2 pontos percentuais. É importante ressaltar que o desempenho do quarto trimestre sofre influência da sazonalidade nas vendas, que são menores no Outono/Inverno do hemisfério norte.

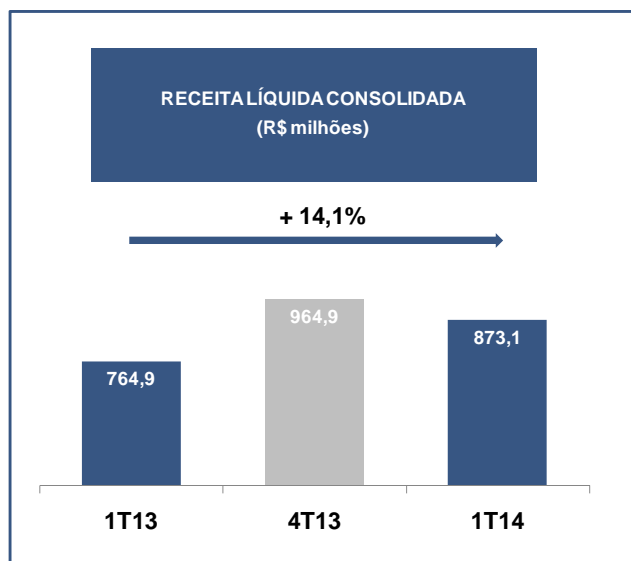


4. RESULTADO CONSOLIDADO

4.1. Receita líquida e volume de vendas

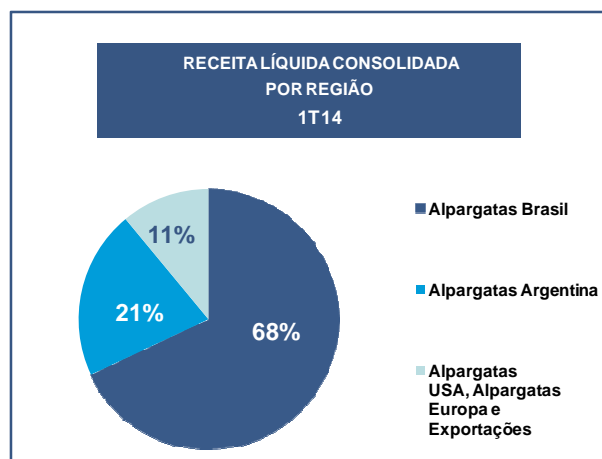
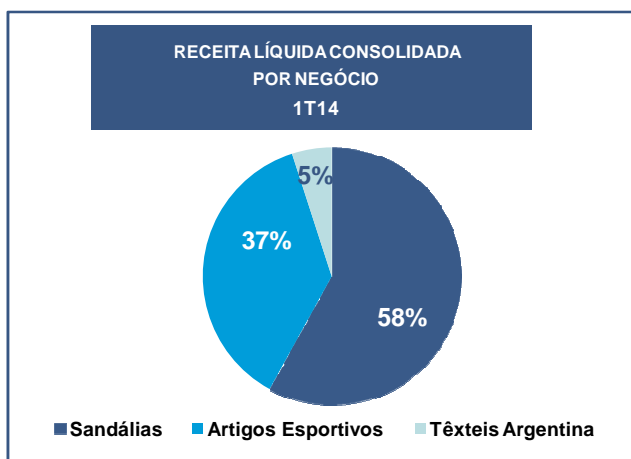
A receita líquida consolidada alcançou R\$ 873,1 milhões no 1T14, alta de 14,1% na comparação com o mesmo período de 2013. O desempenho reflete os aumentos registrados nas seguintes receitas:

- 9,0%, nos negócios nacionais.
- 30,0%, na Alpargatas Argentina (67,2% em pesos).
- 21,5%, nos negócios internacionais de sandálias.

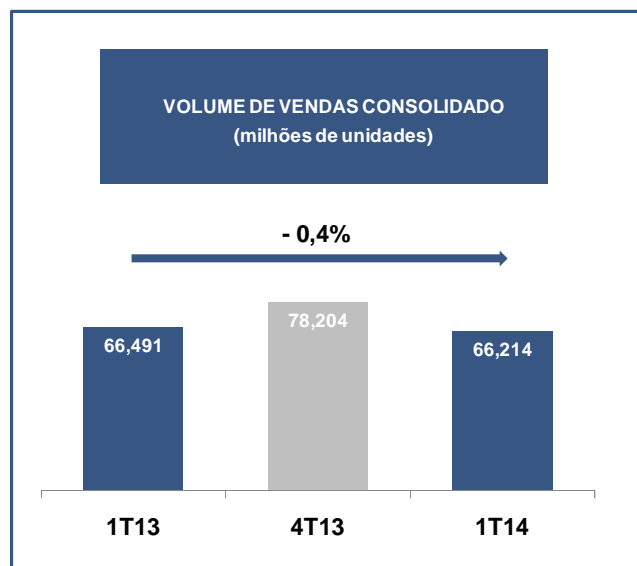


Esses resultados refletem a dominância das marcas da Alpargatas em seus mercados de atuação, a ampla distribuição e o portfólio de produtos inovadores em *design* e tecnologia a preços compatíveis com todos os níveis de renda.

A participação do negócio de Artigos Esportivos na receita consolidada evoluiu, impulsionada pela expansão das vendas na Argentina, e passou de 36%, no 1T13, para 37%, no 1T14. O mercado externo também apresentou maior representatividade na receita total devido à ampliação dos negócios na Argentina e de sandálias no exterior.



No 1T14, foram comercializadas 66,214 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios nos mercados interno e externo, quantidade em linha com a do mesmo período de 2013. Mesmo com o aumento expressivo das vendas de artigos esportivos no Brasil e na Argentina, e de sandálias na Europa e nos Estados Unidos, o volume de vendas consolidado só não foi maior devido aos problemas operacionais, ocorridos em janeiro, na fábrica de sandálias, em Campina Grande e ao volume menor de exportações.



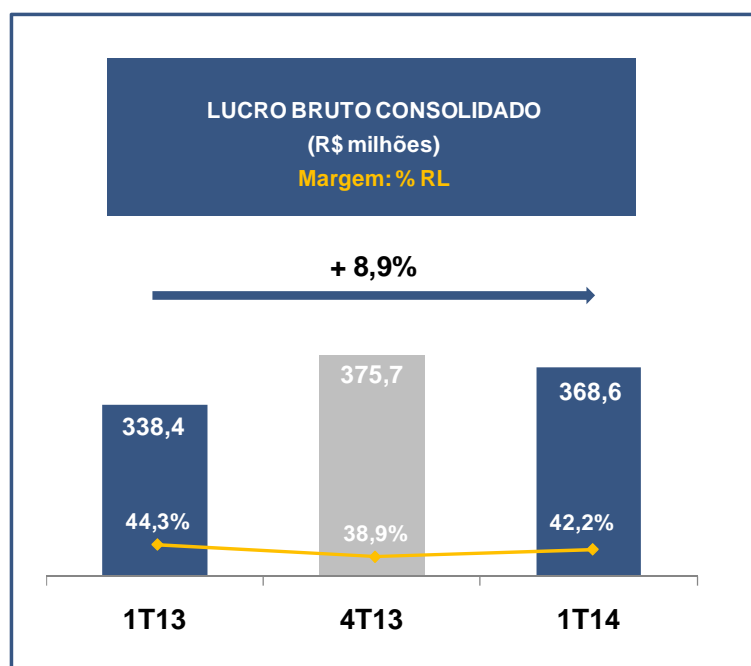
O varejo é uma importante via de crescimento e rentabilidade para a Alpargatas. As lojas exclusivas proporcionam experiência única de marca aos consumidores porque apenas nesses espaços eles encontram toda a variedade de produtos. No encerramento do ano, 613 unidades estavam em operação no Brasil e exterior.

Marca	Brasil	Exterior	Total
Havaianas	344	124	468
Osklen	73	7	80
Topper	-	12	12
Timberland	16	-	16
Meggashop	21	-	21
Outlet Alpargatas	-	16	16
Total lojas no mundo	454	151	613

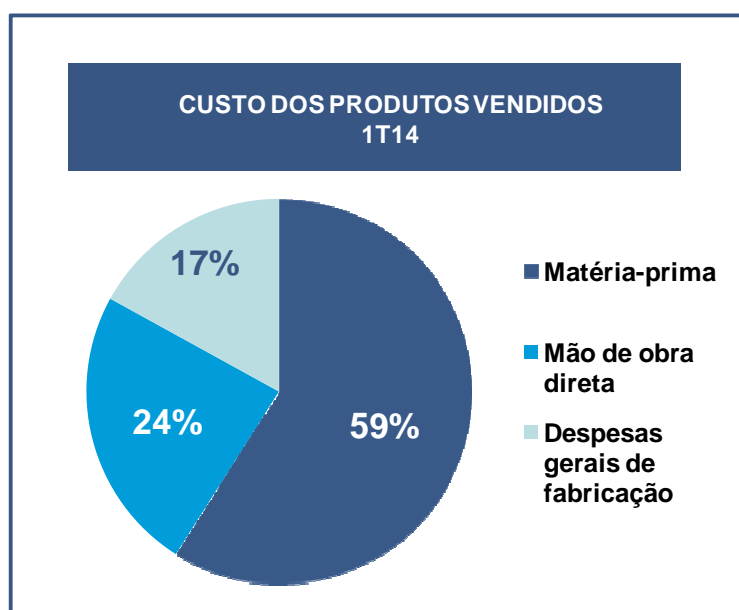
4.2. Lucro e margem bruta

O lucro bruto consolidado foi de R\$ 368,6 milhões no 1T14, 8,9% maior que o do 1T13 em decorrência dos aumentos ocorridos nos lucros da Alpargatas Argentina e dos negócios internacionais de sandálias. A margem bruta consolidada, de 42,2%, foi 2,1 pontos percentuais inferior à do primeiro trimestre de 2013. Os principais fatores que explicam essa queda são:

- Impacto da variação cambial no custo dos produtos acabados importados para o Brasil.
- Entrada em operação da fábrica de Montes Claros, que, durante a fase de *ramp up*, dilui menos seus custos fixos.
- Aumento dos custos da borracha, em reais.

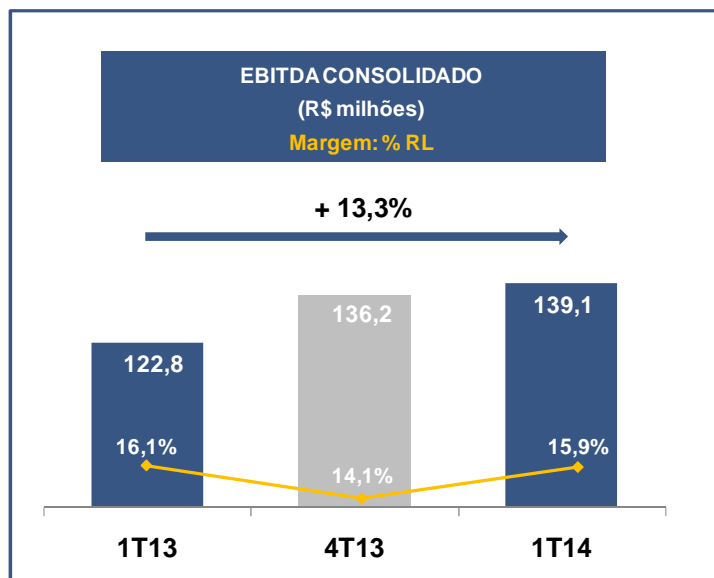


A composição do custo dos produtos vendidos no primeiro trimestre do ano foi a seguinte:



4.3. EBITDA

O EBITDA consolidado acumulou R\$ 139,1 milhões no primeiro trimestre, valor 13,3% superior ao do 1T13. A margem, de 15,9%, ficou em linha, na mesma comparação.

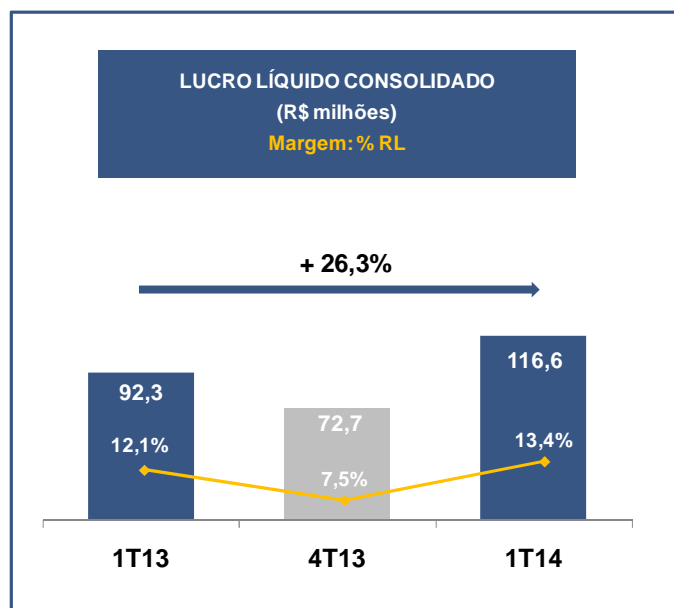


Os fatores que explicam a variação trimestral do EBITDA consolidado são:

- ▣ Mais R\$ 56,6 milhões no lucro bruto, isolando-se o efeito do câmbio e das commodities.
- ▣ R\$ 21,9 milhões mais com despesas operacionais e estratégicas decorrentes do avanço dos negócios no Brasil e exterior. São exemplos: (i) a abertura de lojas próprias nos EUA e na Europa, com consequente incremento do número de empregados; (ii) a comunicação e os eventos de divulgação das marcas, especialmente de Havaianas, no Brasil e exterior; (iii) o aumento da estrutura no Brasil em razão da entrada de Havaianas em novas categorias de produtos; e (iv) o desenvolvimento e lançamento de produtos. Mesmo com desembolsos mais elevados, as despesas operacionais têm apresentado maior produtividade, como resultado do controle mais rígido das despesas operacionais, que representavam 28,9% da receita líquida consolidada, no 1T13, e passaram a representar 28,5%, no 1T14.
- ▣ R\$ 18,4 milhões resultantes:
 - Do aumento do custo da borracha e dos produtos acabados importados para o Brasil, devido à variação cambial.
 - Da alta do custo do algodão na Argentina.

4.4. Lucro líquido

No 1T14, o lucro líquido foi destaque no desempenho da Alpargatas. Ele somou R\$ 116,6 milhões, incremento significativo de 26,3% na comparação com o mesmo período do ano anterior. A margem líquida, de 13,4%, cresceu 1,3 ponto percentual. Além da maior geração de EBITDA e do aumento da produtividade das despesas operacionais, outro fato que contribuiu para a alta do lucro líquido foi o impacto da venda, por R\$ 35,0 milhões, da fábrica de calçados esportivos de Natal (RN), cuja produção foi transferida para a unidade de Santa Rita (RN), proporcionando maior produtividade.



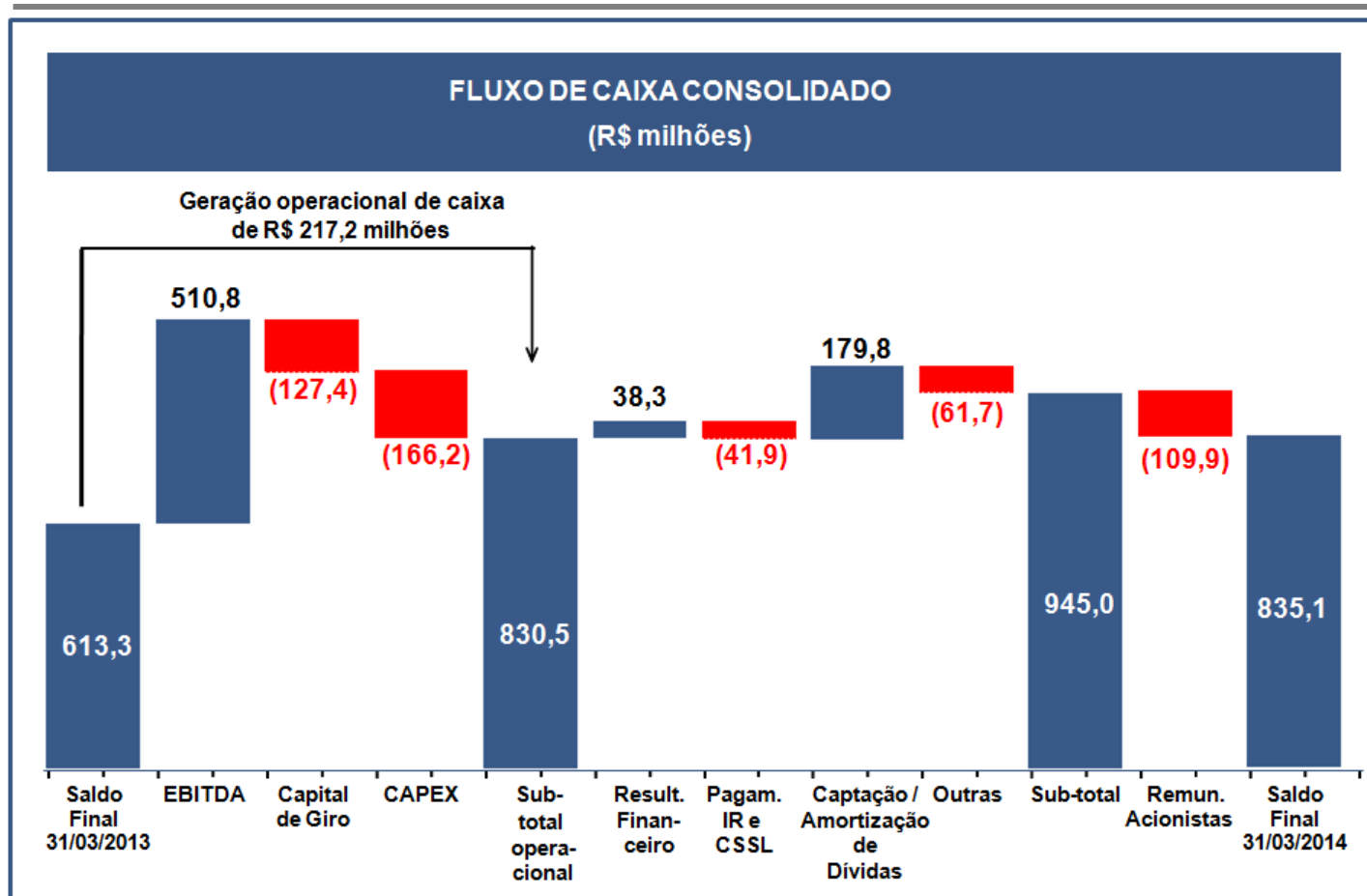
Excluindo-se o resultado da equivalência patrimonial da coligada Tavex, maior fabricante mundial de tecidos denim, da qual a Alpargatas possui 18,7% do capital, e, portanto, não participa da administração direta, o lucro líquido acumularia R\$ 122,7 milhões no 1T14.

4.5. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

O CCC encerrou o 1T14 em 59 dias, aumento de cinco dias em relação à 31/03/2013. Os estoques e as contas a receber de clientes melhoraram no período. O prazo de pagamento aos fornecedores foi reduzido na comparação ano a ano por negociações pontuais.

4.6. Fluxo de caixa

Em 31/03/2014, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 835,1 milhões, ante R\$ 613,3 milhões na mesma data do ano anterior. A geração operacional totalizou R\$ 217,2 milhões. O maior impacto positivo no caixa em 12 meses deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 510,8 milhões. Os desembolsos mais significativos foram: (i) R\$ 127,4 milhões em capital de giro para apoiar a evolução dos negócios; (ii) R\$ 166,2 milhões em Capex; e (iii) R\$ 109,9 milhões com remuneração dos acionistas.



4.7. Endividamento

Em 31 de março de 2014, o endividamento financeiro consolidado da Alpargatas era de R\$ 525,4 milhões, sendo R\$ 370,5 milhões denominados em reais e R\$ 154,9 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 244,9 milhões (47% do total) com vencimento em curto prazo, sendo R\$ 93,7 milhões em moeda nacional. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira equivale a R\$ 151,2 milhões e financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, podendo ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 280,5 milhões (53% do total) com vencimento em longo prazo, sendo R\$ 276,8 milhões em moeda nacional e R\$ 3,7 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte cronograma de amortização:
 - 2015: R\$ 93,6 milhões;
 - 2016: R\$ 59,6 milhões;
 - 2017: R\$ 22,3 milhões;
 - 2018: R\$ 21,2 milhões; e
 - 2019 em diante: R\$ 83,8 milhões.

Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e BNDES Finame

A fábrica de sandálias em Montes Claros é um empreendimento estratégico relevante que suportará a expansão mundial das vendas de Havaianas. Em 2012, foram contratados para o projeto empréstimos e financiamentos com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e o BNDES linha Finame, que somam R\$ 191,3 milhões. As taxas de juros são pré-fixadas em 2,5% ao ano, custo que otimiza a estrutura de capital da companhia. O prazo de pagamento é de dez anos, com carência de dois anos. Do total, R\$ 166,1 milhões foram liberados até março de 2014 e entraram no caixa. O saldo de R\$ 25,2 milhões deverá ser liberado durante o primeiro semestre de 2014.

BNDES EXIM Pré-embarque

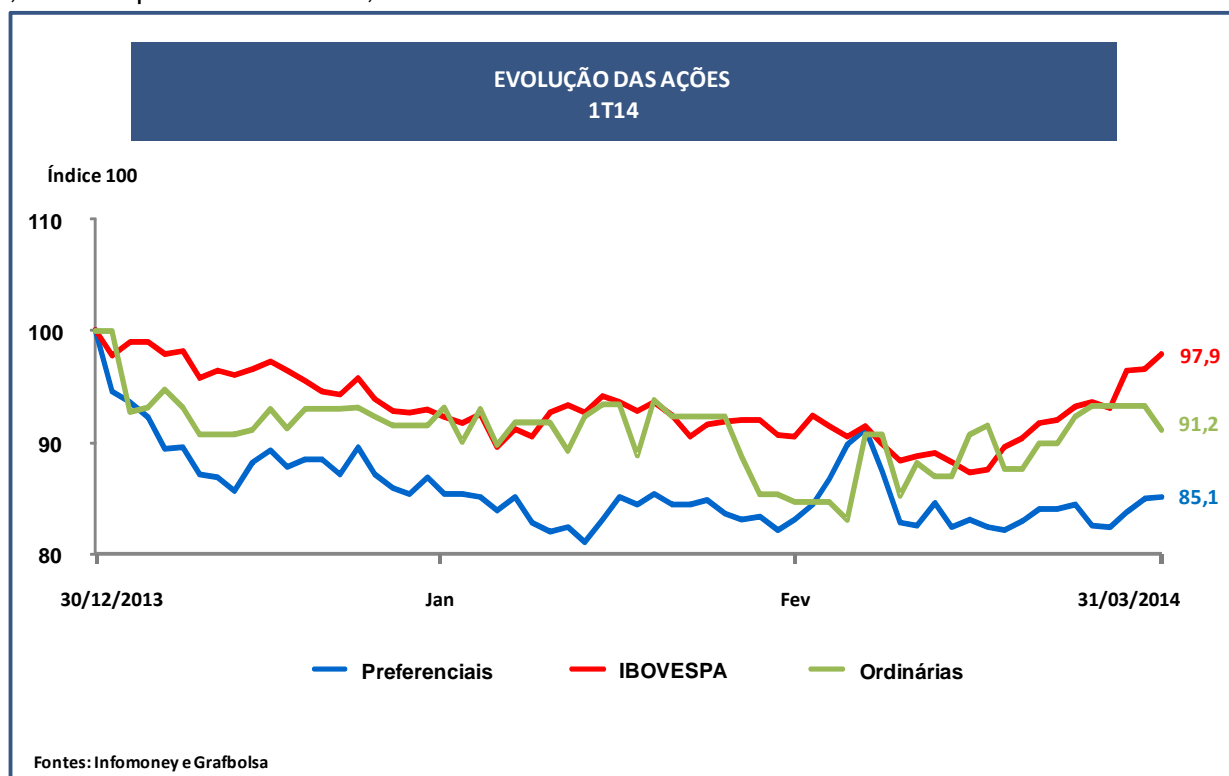
Em setembro de 2012 e agosto 2013 a companhia recebeu créditos de R\$ 30,0 milhões e R\$ 70,0 milhões, respectivamente, referentes à linha do BNDES EXIM Pré-embarque, ao custo fixo de 8% ao ano. Os recursos têm o objetivo de financiar as exportações de sandálias e serão amortizados em seis parcelas,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

Nota de Crédito à Exportação (NCE)

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

5. MERCADO DE CAPITAIS E REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

Em 31/03/2014, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$ 12,60, e as ações ordinárias (ALPA3), a R\$ 11,85, valores 14,9% e 8,8% menores que os de 31/12/2013, respectivamente. De janeiro a março, o Ibovespa desvalorizou 2,1%.



No encerramento do primeiro trimestre o valor da Alpargatas na BM&FBovespa era de R\$ 5,1 bilhões. O volume médio diário de negociação da ALPA4 no período foi de R\$ 6,6 milhões, 69% superior à média diária negociada no 1T13. O Conselho de Administração, em reunião realizada em 09/05/2014, deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio, no montante de R\$ 23,5 milhões, a serem pagos em 3 de julho. Somados aos R\$ 22,9 milhões deliberados em março, a remuneração dos acionistas da Alpargatas totaliza R\$ 46,4 milhões no exercício de 2014. Na Assembleia Geral Extraordinária realizada em 23 de abril foi aprovada a bonificação de dez ações para cada 100 ações detidas naquela data, que foram creditadas aos acionistas em 29 de abril.

6. EVENTOS E PERSPECTIVA PARA O SEGUNDO TRIMESTRE

O segundo trimestre será marcado pelo lançamento, em maio, da coleção global 2014/2015 de sandálias, e pela estreia de Havaianas em vestuário, passo importante da estratégia da marca, que caminha para se tornar *lifestyle*. Para apoiar essa novidade, lojas próprias Havaianas serão inauguradas em São Paulo e no Rio de Janeiro, e a loja-conceito, na Rua Oscar Freire, em São Paulo, será reaberta. Tudo indica que na Europa e nos Estados Unidos as vendas Primavera/Verão serão fortes a julgar pelos pedidos de compra já encaminhados pelos clientes desses mercados. No total, 110 pontos de venda exclusivos de Havaianas serão abertos na alta estação europeia e americana, contribuindo para aumentar ainda mais o *brand awareness* da marca e as vendas. Em Artigos Esportivos, assim como em Sandálias, as vendas de produtos alusivos à Copa do Mundo serão destaque. A Alpargatas Argentina, capitalizada em abril, inicia o segundo trimestre mais forte e preparada para continuar a trajetória de retomada de rentabilidade. As negociações para a renovação do contrato de licença com a Timberland avançarão, e a conclusão da aquisição de 30% do capital da Osklen ocorrerá até junho, com alta probabilidade de compra de mais 30%.

Em face desses eventos, a perspectiva da Administração da Alpargatas é de que a receita e a lucratividade da companhia sigam crescendo, em linha com o plano aprovado para o segundo trimestre de 2014, mesmo diante de uma conjuntura macroeconômica mais adversa.



ALPARGATAS

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1T14

Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	31/03/2014	31/03/2013	PASSIVO	31/03/2014	31/03/2013
Ativo circulante	2.270.561	1.876.137	Passivo circulante	1.025.290	826.087
Caixa e Bancos	31.228	21.728	Fornecedores	408.704	376.154
Aplicações financeiras	803.903	591.565	Financiamentos	244.848	204.630
Clientes (líquido da PDD)	738.398	664.461	Obrigações negociadas de controlada	9.382	10.789
Estoques	548.164	481.977	Salários e encargos sociais	143.908	125.407
Demais contas a receber	45.478	29.255	Provisão para contingências	7.019	13.771
Despesas antecipadas	50.267	32.611	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	3.408	2.231
Bens destinados a venda	-	-	Imposto a pagar	20.676	18.765
Outros ativos	-	-	JCP e dividendos a pagar	21.862	20.514
Impostos a recuperar	53.123	54.540	Outras contas a pagar	165.483	53.826
			Passivo exigível a longo prazo	502.785	440.054
Ativo realizável a longo prazo	141.687	135.237	Financiamentos	280.508	125.538
Impostos a recuperar	16.603	26.856	Obrigações negociadas de controlada	39.184	57.612
I.R. e contribuição social diferidos	63.152	58.836	Tributos c/ exig. susp. e outros	139.348	120.430
Depósitos judiciais e compulsórios	13.544	12.686	Parcelamento tributário	766	874
Demais contas a receber	48.388	36.859	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	-	-
			Provisão para contingências	27.730	25.533
			Outras contas a pagar	15.249	110.067
Ativo permanente	1.013.785	969.527	Patrimônio líquido	1.897.958	1.714.760
Investimentos	171.983	197.353	Capital social realizado	624.610	562.158
Imobilizado	593.317	533.844	Reserva de capital	169.359	168.484
Intangível	248.485	238.330	Ações em tesouraria	(54.662)	(42.828)
			Reservas de lucro	1.215.813	1.057.088
			Avaliação patrimonial	(81.798)	(55.442)
			Resultado a realizar em op. de hedge	(8.064)	-
			Dividendo adicional proposto	32.700	25.300
			Participação minoritários	-	-
Total do ativo	3.426.033	2.980.901	Total do passivo	3.426.033	2.980.901
			Valor patrimonial por ação (R\$)	4,50	4,47

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

	1T13	1T14
Receita líquida de vendas	764.924	873.103
Custo dos produtos vendidos	(426.444)	(504.506)
Lucro Bruto	338.480	368.597
<i>Margem bruta</i>	44,3%	42,2%
Receitas (Despesas) Operacionais	(237.357)	(230.585)
Vendas	(179.403)	(204.328)
Gerais Administrativas	(40.093)	(43.023)
Honorários dos administradores	(1.840)	(2.025)
Amortização do intangível	(6.112)	(5.974)
Outras (despesas) receitas operacionais	(9.909)	24.765
EBIT - Resultado Operacional	101.123	138.012
<i>Margem operacional</i>	13,2%	15,8%
Receitas financeiras	10.763	19.810
Despesas financeiras	(15.214)	(23.811)
Variação cambial	7.009	5.531
Equivalência patrimonial	(411)	(6.091)
Lucro Operacional	103.270	133.451
I.R. e Contribuição Social	(11.170)	(16.822)
Participação de Minoritários	-	-
Lucro líquido	92.100	116.629
EBITDA - R\$ milhões	122,8	139,1
<i>Margem EBITDA</i>	16,1%	16,0%