



Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

1. Mercado de Capitais

Cotações: (13/05/2011)

- ALPA3 – R\$ 10,86
- ALPA4 – R\$ 11,19
- Valor de Mercado: R\$ 3,8 bilhões

2. Teleconferência

- Data: 16/05/2011 às 16h00
- Telefone: (55 11) 4688-6361
- Senha: Alpargatas
- Slides: <http://ri.alpargatas.com.br>
- Palestrantes:
Márcio Utsch
Diretor Presidente
José Roberto Lettiere
DRI

3. Relações com Investidores

- José Roberto Lettiere
Diretor de RI
lettiere@alpargatas.com.br
 - José Sálvio Moraes
Gerente de RI
jsalvio@alpargatas.com.br
 - Eduardo Randich
Analista de RI
randich@alpargatas.com.br
- <http://ri.alpargatas.com.br>

A Alpargatas encerrou o 1T11 com lucro líquido de R\$ 87,3 milhões, 30,5% superior ao do mesmo período de 2010

INTRODUÇÃO

No 1º trimestre de 2011 (1T11) a Alpargatas superou os resultados do mesmo período do ano passado, quando as vendas foram bastante fortes, e evoluiu em relação ao 4º trimestre de 2010 (4T10). O maior volume de vendas com um *mix* de elevado valor agregado contribuiu para o crescimento das receitas dos negócios nacionais e internacionais. A otimização da gestão orçamentária, com foco em medidas visando à redução de custos e despesas, foi essencial para aumentar a lucratividade em um período de elevação dos preços das *commodities*. A Companhia termina o 1T11 mais sólida e preparada para capturar as oportunidades que continuam a surgir nos seus mercados de atuação, com consistência na execução de sua estratégia de crescimento e na geração de valor para os acionistas. Em comparação com o 1º trimestre de 2010 (1T10), a receita líquida consolidada subiu 17,4% e somou R\$ 586,7 milhões. A comercialização de 61,2 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios, no Brasil e no exterior, foi 5% maior. O lucro bruto consolidado aumentou 12,7% e somou R\$ 272,1 milhões, com margem de 46,4%. O EBITDA consolidado acumulou 105,8 milhões, cresceu 3,4% e a margem de 18% foi igual a registrada em 2010. Com alta de 30,5%, o lucro líquido de R\$ 87,3 milhões e a margem de 15%, reflete a excelência na gestão dos negócios. Com a geração operacional de caixa de R\$ 234,1 milhões o saldo desta conta, em 31/03/2011, foi de R\$ 660,2 milhões, montante 62,7% maior que o da mesma data de 2010. A posição financeira líquida foi positiva em R\$ 373,8 milhões, assegurando a solidez financeira da Companhia.



Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

Resultados Operacionais

Volume de Vendas (milhões de unidades)
Negócios Nacionais
Sandálias
Artigos Esportivos
Negócios Internacionais
Sandálias
Artigos Esportivos
Consolidado
Sandálias
Artigos Esportivos

1T11	1T10	▲
51,1	49,2	+ 3,9%
47,8	45,9	+ 4,1%
3,3	3,3	-
10,1	9,2	+ 9,8%
7,6	6,7	+ 13,4%
2,5	2,5	-
61,2	58,4	+ 4,8%
55,4	52,6	+ 5,3%
5,8	5,8	-

Resultados Financeiros Consolidados (R\$ milhões)

Receita Bruta
Receita Líquida
Negócios Nacionais
Negócios Internacionais
Margem Bruta
Negócios Nacionais
Negócios Internacionais
Margem EBITDA
Negócios Nacionais
Negócios Internacionais
Lucro Líquido⁽¹⁾
Saldo de Caixa
Endividamento
Posição Financeira Líquida

1T11	1T10	▲
681,9	578,8	+ 17,8%
586,7	499,6	+ 17,4%
409,4	351,8	+ 16,4%
177,3	147,8	+ 20,0%
46,4%	48,3%	- 1,9 p.p
49,1%	50,8%	- 1,7 p.p
40,1%	42,5%	- 2,4 p.p
18,0%	20,5%	- 2,5 p.p
19,1%	22,3%	- 3,2 p.p
15,6%	16,2%	- 0,6 p.p
87,3	66,9	+ 30,5%
660,2	405,8	+ 62,7%
286,4	175,9	+ 62,8%
373,8	229,9	+ 62,6%

(1) Equivalente ao lucro das operações continuadas excluindo-se o lucro atribuído aos acionistas não controladores



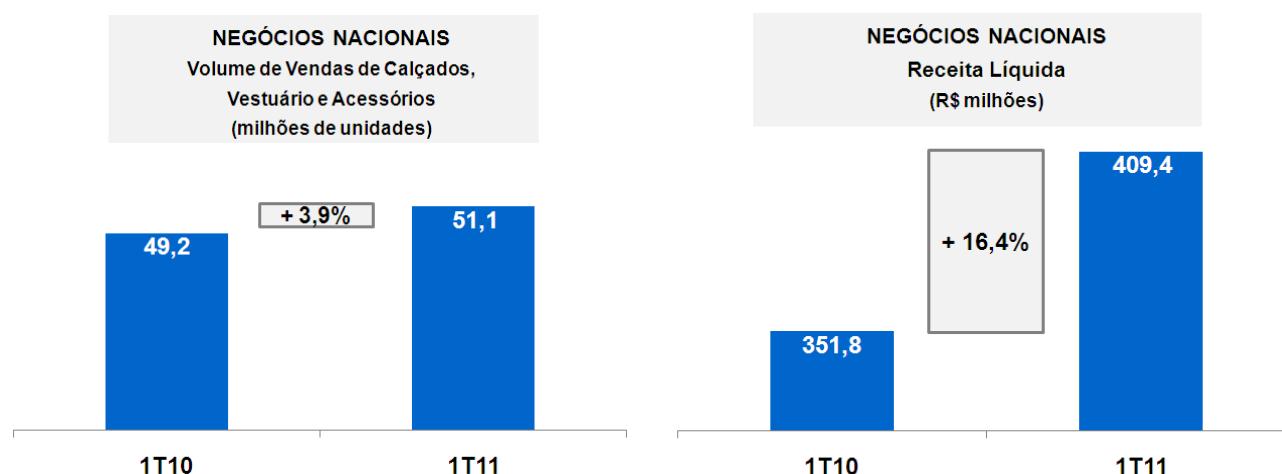
Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

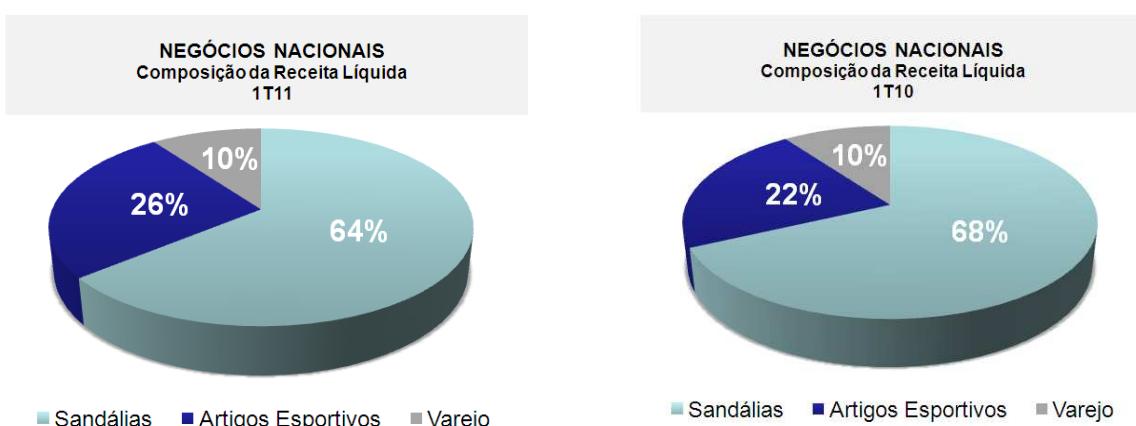
1.0. DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS NACIONAIS

1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

Foram comercializadas 51,1 milhões de unidades de calçados, vestuário e acessórios no Brasil, quantidade 3,9% maior que a do 1T10. Marcas desejadas, produtos inovadores, ampla distribuição e comunicação são os elementos que vêm garantindo o aumento das vendas a cada trimestre. O incremento do volume, combinado com um *mix* mais rico e com o aumento médio de 12% no preço dos calçados, gerou uma receita de R\$ 409,4 milhões, valor 16,4% superior ao do 1T10.



Da receita líquida do 1T11, 64% foram geradas por sandálias, 26% por artigos esportivos e 10% pelo varejo. No 1T10, esses porcentuais foram de 68%, 22% e 10%, respectivamente.



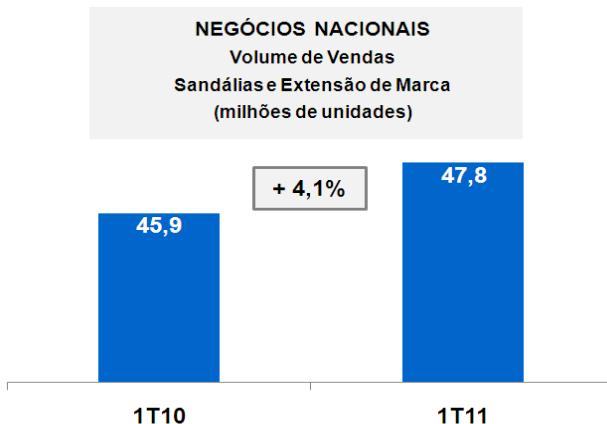


Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

1.1.1. Havaianas e Dupé

A comercialização de sandálias Havaianas e Dupé, somada aos produtos de extensão de marca, totalizou 47,8 milhões de unidades no Brasil, quantidade 4,1% maior que a do 1T10. Como o preço médio no 1T11 foi em média 3% maior que o do 1T10, devido ao aumento ocorrido no lançamento da coleção 2010/2011, e o mix de vendas foi mais rico, a receita líquida cresceu 12%. Enquanto no 1T10 as sandálias de maior valor representaram 30% das vendas, no 1T11 esse porcentual foi igual a 34%.



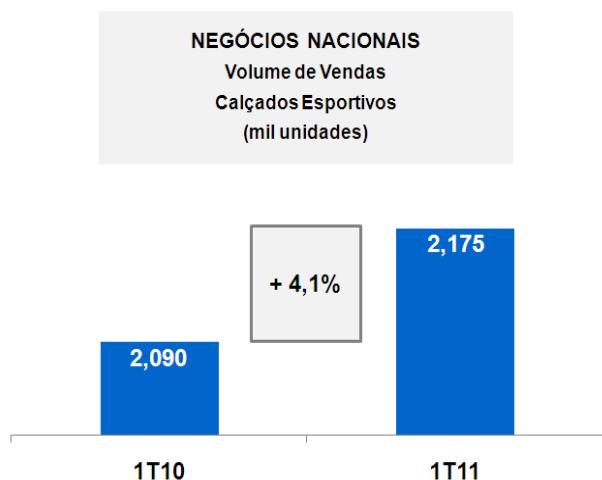
No trimestre, os principais fatos relacionados à Havaianas e Dupé no Brasil foram:

- Início das vendas de calçados Soul Collection na rede de franquias Havaianas.
- Veiculação do filme de Havaianas “Patrulheiros”, com mensagem sobre o respeito às leis de trânsito.
- Na pesquisa do jornal O Globo sobre “Marcas Cariocas”, Havaianas é mencionada nas categorias “A cara do fim de semana” e “A cara do Rio”.
- Vitrine especial na loja Farm, em Ipanema (RJ), decorada com mais de 500 pares de sandálias Havaianas.
- Assinatura do contrato com o artista Francisco Brennand para o novo modelo Arte Brasileira, da Dupé.
- Acordo de licenciamento “Turma da Mônica” para os modelos infantil e baby da Dupé.

O varejo Havaianas continuou a expandir. Em 31 de março de 2011 havia 138 franquias em funcionamento, ante 83 na mesma data de 2010. Por essa razão, o volume de vendas da rede de franquias foi 115% maior que o do 1T10. A Concept Store, em São Paulo, e o e-commerce de Havaianas também apresentaram bom crescimento de volume em comparação com o 1T10: 29% e 90%, respectivamente.

1.1.2. Topper, Rainha e Mizuno

O volume comercializado de calçados esportivos, somado ao de Sete Léguas, alcançou 2,175 mil pares, quantidade 4,1% superior à do 1T10. O volume de vestuário e acessórios totalizou 1,170 mil peças no 1T11. A receita líquida foi 31,4% maior que a do 1T10. Esse resultado é explicado pelo sucesso da estratégia de atuar no mercado de artigos esportivos com três marcas. Cada uma se destaca em seus mercados-alvo, com produtos inovadores em tecnologia e design que atendem às necessidades dos consumidores em diferentes modalidades esportivas, bem como em ocasiões de lazer.





Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

Topper

A venda de calçados aumentou 13%, e a receita, 15%, em comparação com o 1T10 em decorrência dos lançamentos e dos investimentos em marketing esportivo que contribuíram para a maior exposição da marca a milhões de consumidores. Topper patrocina o Atlético Mineiro, a Federação Paulista de Futebol, o Campeonato Paulista e, desde janeiro, o Grêmio, time gaúcho com o maior número de torcedores. A camisa do Grêmio, que traz o logo de Topper e será usada pelos jogadores até 2014, foi eleita a mais bonita dos times brasileiros em pesquisa realizada via internet. A marca também patrocina a Confederação Brasileira de Futsal, esporte que conta com vários modelos de calçados, e a Seleção Brasileira de Rugby, modalidade para a qual Topper está desenvolvendo produtos para atender à demanda crescente. Os investimentos em produtos e marketing esportivo fazem parte da estratégia de tornar Topper uma das grandes marcas poliesportivas da América Latina, posição já conquistada na Argentina.

Mizuno

A marca líder em *running performance*, preferida por atletas profissionais e amadores, cresceu 74% no volume de calçados e 63% em receita, na comparação com o 1T10. Mizuno é forte no segmento de calçados esportivos *premium*. Porém, com a ampliação do consumo pelas novas classes sociais, tem crescido as vendas de calçados de preços intermediários, dotados das mesmas tecnologias de amortecimento que fazem o diferencial da marca no mercado. O volume de vendas desses modelos foi 79% maior que o do 1T10. O lançamento do Creation 12, Nirvana 7, Prorunner 14 e Prime 7 também contribuiu para o bom desempenho de Mizuno no trimestre. O Creation 12 e o Nirvana 7 inovaram ao incorporar a tecnologia SmoothRide, que evita que os tênis sejam flexionados além da posição ideal, minimizando a perda de energia. Mizuno é a maior patrocinadora de circuitos de corrida no Brasil e exterior. No 1T11, realizou a 1ª etapa do circuito Athenas, no Rio de Janeiro.

Rainha

O destaque do trimestre foi o aumento da oferta de calçados para o segmento *running active* com a tecnologia System, para uso em academias, no lazer e nas práticas esportivas. Na linha feminina foram lançados os modelos Scape, Foxy, Twist e Flexy, e na masculina o Limit, o Illusion e o Light. Para aumentar sua exposição, Rainha marcou presença em mais uma edição da São Paulo Fashion Week, em parceria com a grife VRom. Todos os tênis usados no desfile foram desenvolvidos especialmente para a semana da moda.

1.1.3. Timberland

Cresceu 16% em volume de vendas e 30% a receita, em comparação com o 1T10, devido a demanda mais aquecida e as vendas de produtos diferenciados, como as botas Nordic e Traildust e os calçados casuais da linha Jardins. Foram três lançamentos de botas no período e um de tênis. A nova coleção outono-inverno chegou às lojas Timberland em março.

1.2. Lucro Bruto

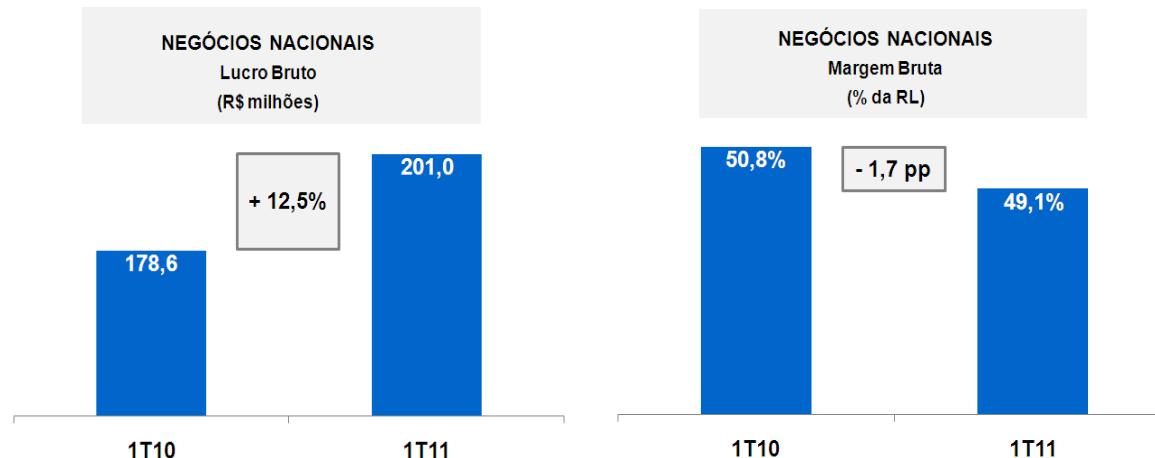
O lucro bruto dos negócios nacionais acumulou R\$ 201,0 milhões, avanço de 12,5% em relação ao 1T10. A margem bruta de 49,1% foi impactada pelo aumento de 13,3% no preço médio da borracha e elevação dos salários da mão de obra fabril. Mesmo assim, foi 2 pontos porcentuais maior que a do 4T10 devido ao forte controle orçamentário.



Uma empresa de **MARCAS**

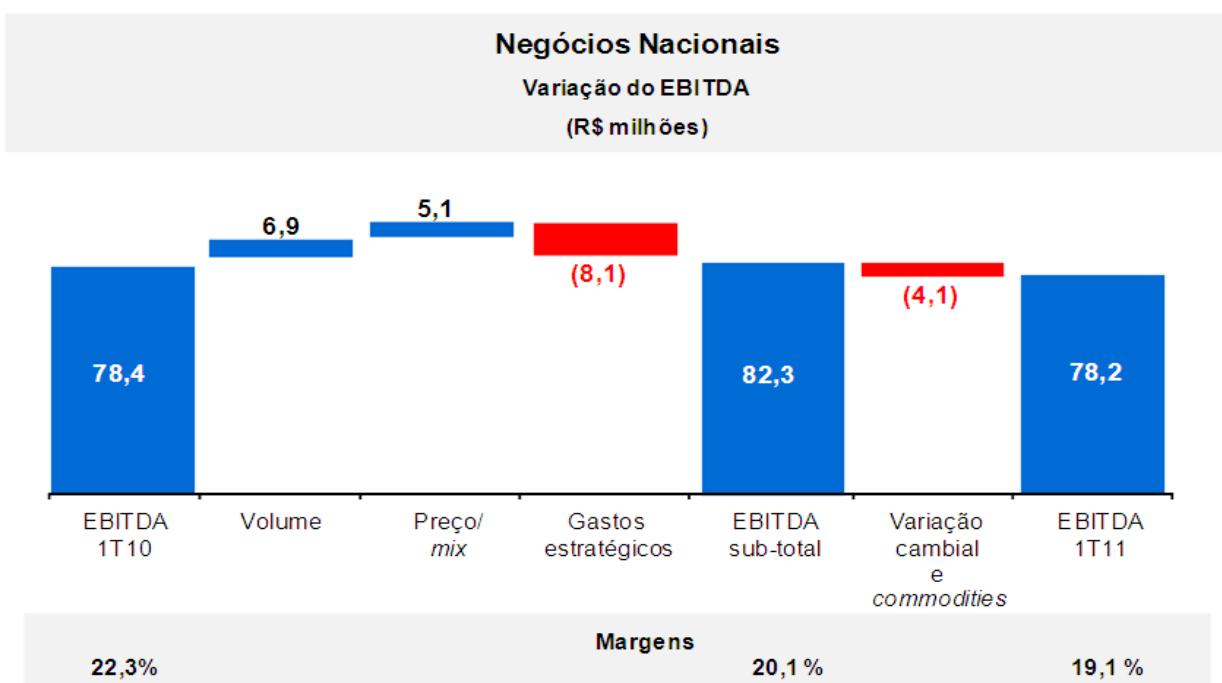
DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

Foram adotadas medidas para reduzir o efeito da alta do custo da borracha, como a incorporação de uma quantidade maior de resíduos na formulação das sandálias.



1.3. EBITDA

O EBITDA dos negócios nacionais somou R\$ 78,2 milhões, com margem de 19,1%, menor que a do 1T10, porém 0,4 ponto porcentual maior que a do 4T10. Os fatores que contribuíram para o crescimento do EBITDA foram volume, preço e mix de vendas, que somaram R\$ 12,0 milhões. Os gastos estratégicos em comunicação das marcas e processos de gestão, necessários para suportar o crescimento da Companhia, consumiram R\$ 8,1 milhões mais de recursos. O resultado líquido da variação cambial e dos gastos mais elevados com as *commodities* foi negativo em R\$ 4,1 milhões.



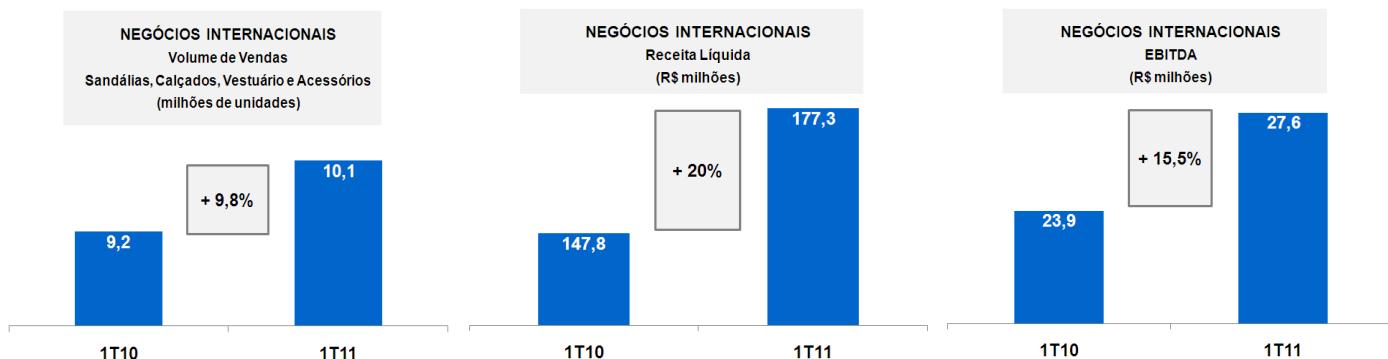


Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

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 a partir do Brasil. Avançar com Topper na Argentina, investir na comunicação de Havaianas e ampliar o número de pontos de venda fora do Brasil foram ações que contribuíram para o incremento do volume, da receita e do EBITDA dos negócios internacionais no 1T11, conforme mostram os gráficos a seguir.

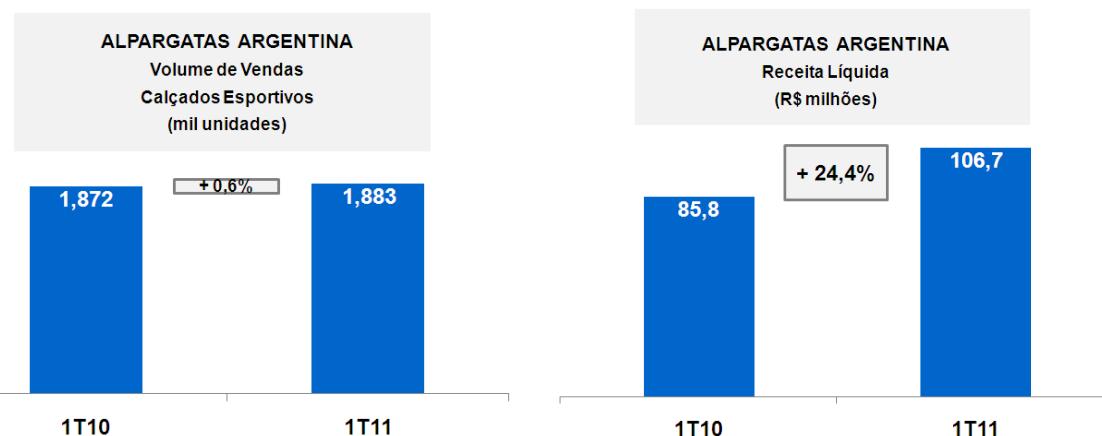


As receitas em moedas estrangeiras apresentam bons crescimentos, em razão da elevação do preço médio e do incremento do volume de vendas, com destaque para os aumentos de 45,6% na receita em euros, de 40,3% em pesos argentinos, e de 10,2% em dólar, na comparação com o 1T10.

2.1. Alpargatas Argentina

2.1.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

O volume de vendas de calçados esportivos na Argentina somou 1.883 mil unidades, quantidade 0,6% maior que a do 1T10. A receita líquida acumulou R\$ 106,7 milhões, montante 24,4% superior ao do 1T10. Esse crescimento é explicado pelo aumento dos preços (em linha com a inflação) e pela alta de 103% na venda de calçados esportivos das linhas *premium*, cujos preços são, em média, 30% maiores que os dos calçados das linhas básicas (vulcanizados). Do total da receita líquida em reais da Alpargatas Argentina no 1T11, 61% foram geradas pelo negócio de calçados, 29% por têxteis e 10% pelo varejo.



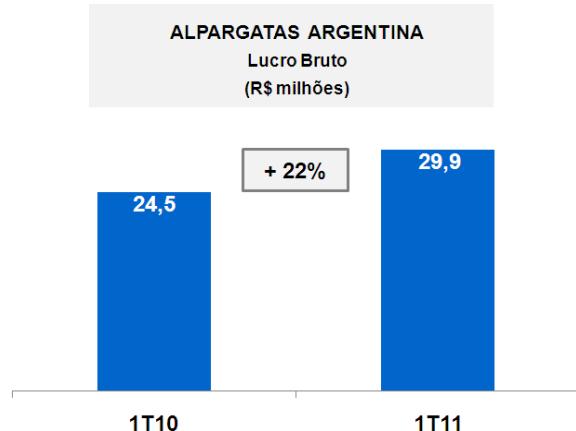


Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

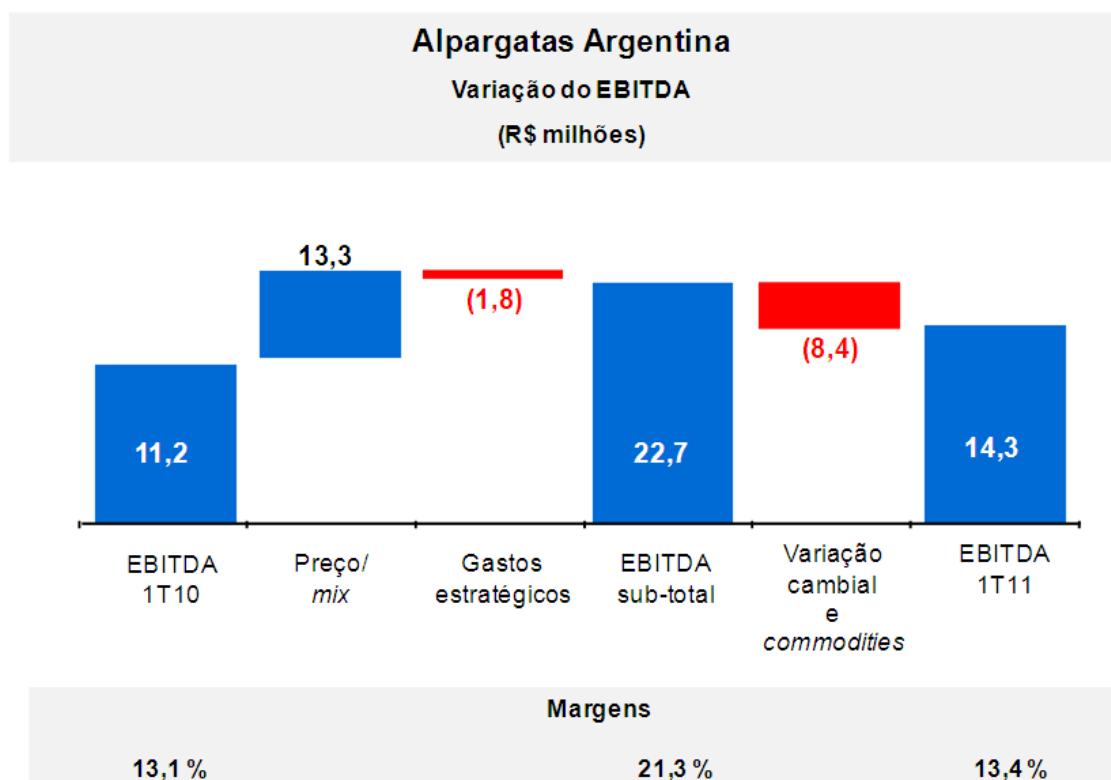
2.1.2. Lucro Bruto

O lucro bruto da Alpargatas Argentina evoluiu 22% e somou R\$ 29,9 milhões, com margem bruta de 28%, ou 0,5 ponto porcentual menor que a do 1T10, em razão do incremento no preço do algodão, principal matéria-prima do negócio têxtil, que registrou neste trimestre uma das maiores altas da sua série histórica. O maior volume de vendas de calçados *premium*, que chegam a ter 10 pontos porcentuais mais de margem em relação aos modelos básicos, minimizou o impacto do aumento do algodão na margem bruta.



2.1.3. EBITDA

O EBITDA da Alpargatas Argentina somou R\$ 14,3 milhões, 27,7% mais que no 1T10, com margem de 13,4%. Os fatores que contribuíram para o crescimento do EBITDA foram volume, preço e *mix* de vendas, que somaram R\$ 13,3 milhões. Os gastos estratégicos em comunicação, para aumentar ainda mais a participação de mercado de Topper na Argentina, consumiram R\$ 1,8 milhão mais de recursos. O impacto da valorização de 11,5% do real em relação ao peso argentino nas receitas, custos e despesas, somado ao gasto mais elevado com o algodão, foi negativo em R\$ 8,4 milhões.





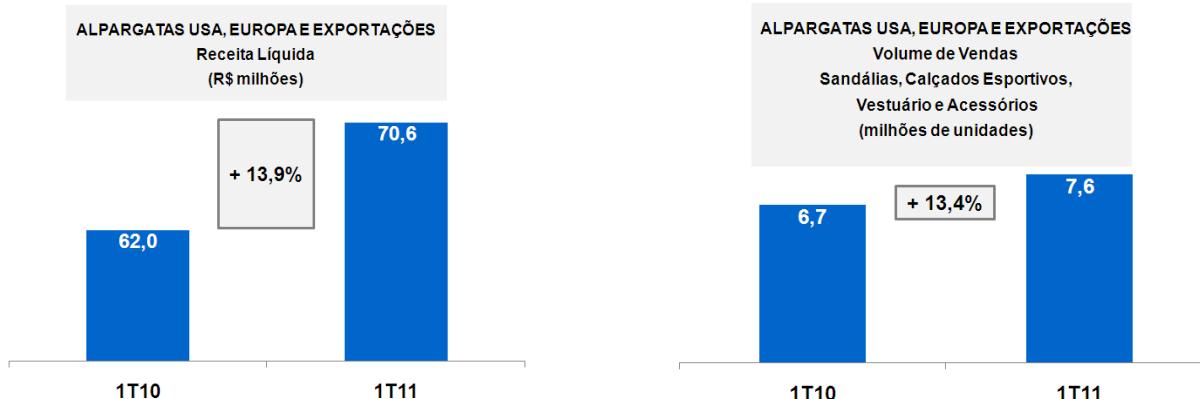
Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

2.2. Alpargatas USA, Europa e Exportações

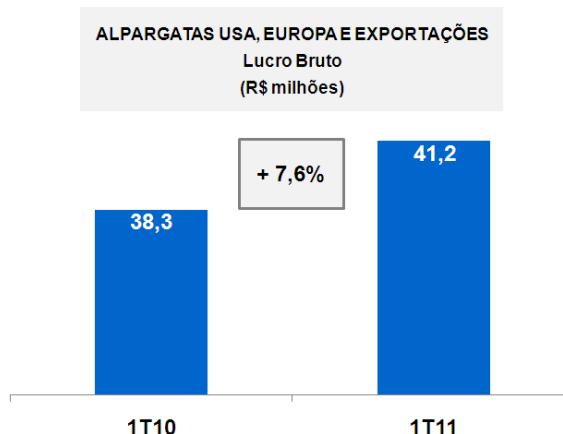
2.2.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

A quantidade de sandálias comercializadas pela Alpargatas USA e Alpargatas Europa, somada à de calçados, vestuário e acessórios exportados diretamente do Brasil, totalizou 7,6 milhões de unidades, crescimento de 13,4% em relação ao 1T10, explicado, principalmente, pelo aumento de 36% no volume de vendas da Europa e de 17% no das exportações. A receita líquida acumulou R\$ 70,6 milhões, valor 13,9% maior que o do 1T10. Na Europa e nos Estados Unidos, a marca está cada vez mais forte e as sandálias Havaianas já são comercializadas em cerca de 8.900 pontos de vendas, além de serem exportadas para 80 países. Na Europa, foi aberta mais uma loja própria em Valência, na Espanha, que se soma à de Barcelona e dez concessões nas lojas El Corte Inglês, em Portugal e na Espanha. As concessões são espaços de venda de Havaianas em grandes clientes, como as lojas de departamento, operadas pela Alpargatas. O modelo também existe na França e na Inglaterra. No 2T11, estão previstas novas lojas em Londres, Paris e Roma. A bota de borracha Havaianas (estilo das galochas) começou a ser testada na Selfridge's, em Londres. Nos Estados Unidos, o estilista Michael Bastian continuou a desenhar estampas para alguns modelos de Havaianas comercializadas no país. Para incrementar ainda mais as exportações, foram contratados distribuidores para a Índia e o Paquistão, mercados consumidores que estão entre os maiores do mundo. Foi intensificada a distribuição na China, e, no 2T11, será iniciada a distribuição no Vietnã, com parceiro local.



2.2.2. Lucro Bruto

Totalizou R\$ 41,2 milhões, valor 7,6% superior ao do 1T10. Como o aumento dos custos dos produtos vendidos pelas subsidiárias no exterior e exportações foi maior que o da receita, a margem bruta de 58,3% foi 3,5 pontos porcentuais inferior a do 1T10.



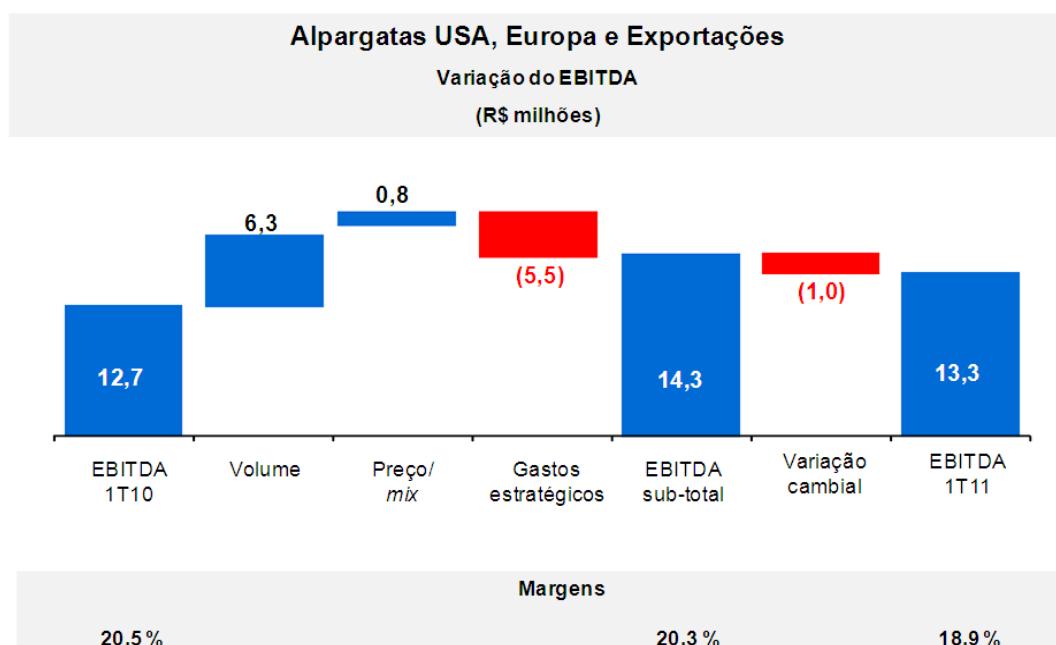


Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

2.2.3. EBITDA

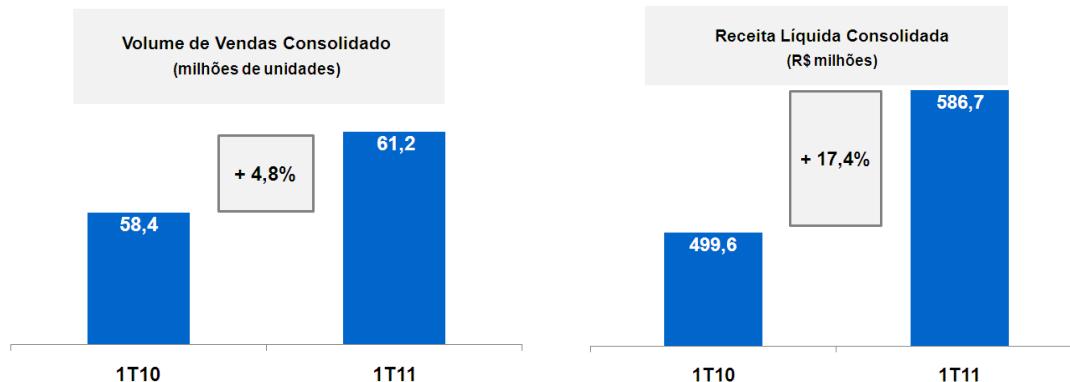
O EBITDA das subsidiárias no exterior mais as exportações acumulou R\$ 13,3 milhões, valor 4,7% maior que o do 1T10, com margem de 18,9%. Os fatores que contribuíram para a evolução do EBITDA foram volume, preço e *mix* de vendas, que somaram R\$ 7,1 milhões. Os gastos estratégicos com a comunicação de Havaianas, essenciais para a consolidação da marca no exterior, consumiram R\$ 5,5 milhões mais de recursos. O impacto da valorização do real em relação às moedas que compõem as receitas das subsidiárias e das exportações foi negativo em R\$ 1,0 milhão.



3.0. DESEMPENHO CONSOLIDADO DOS NEGÓCIOS

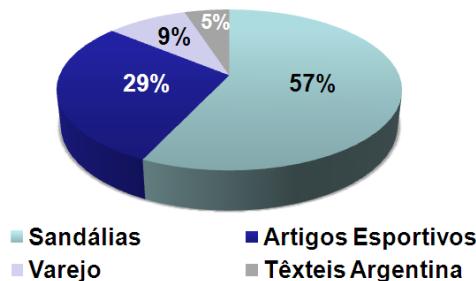
3.1. Volume de Vendas e Receita Líquida

O volume de vendas consolidado alcançou 61,2 milhões de unidades, quantidade 4,8% superior a do 1T10. O bom desempenho de vendas no mercado interno – decorrente da liderança das nossas marcas - e no mercado externo, principalmente na Europa, foram os principais vetores de crescimento do volume no 1T11. A receita líquida consolidada subiu 17,4% e alcançou R\$ 586,7 milhões. Do total da receita líquida consolidada, 70% foram geradas no Brasil, e 30%, no exterior.

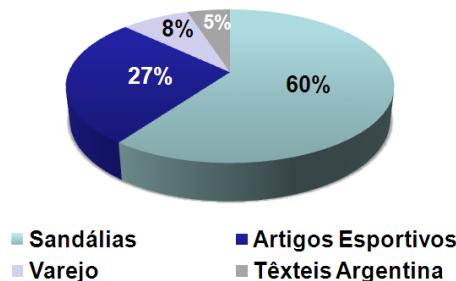


DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

Composição da Receita Líquida Consolidada
1T11

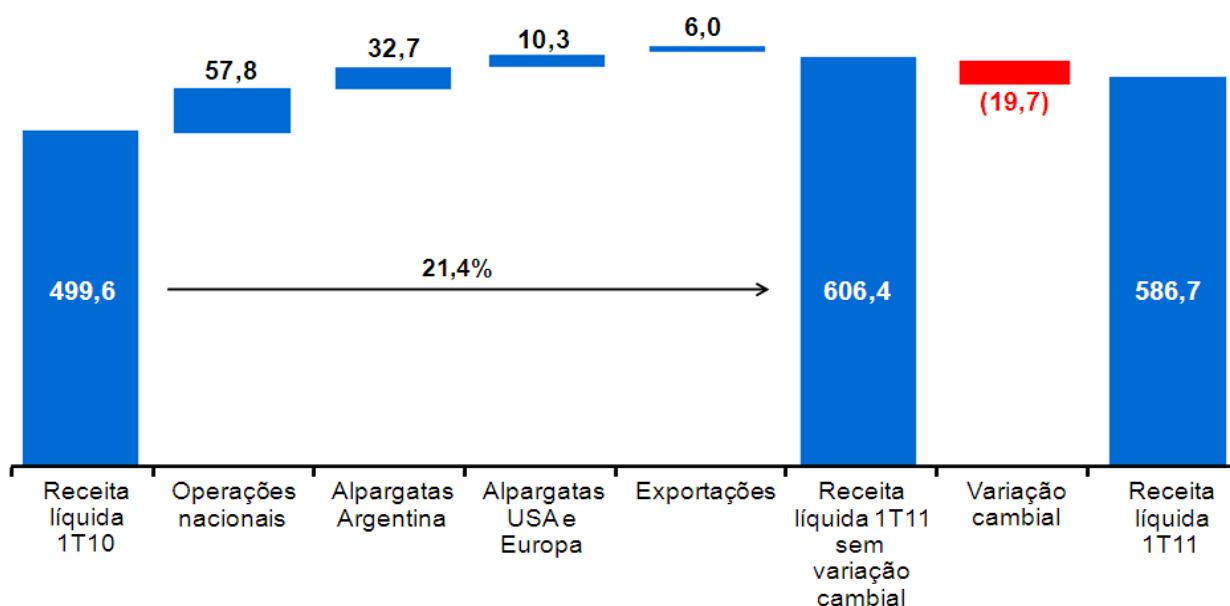


Composição da Receita Líquida Consolidada
1T10



Excluindo-se o impacto da variação cambial, decorrente da valorização do real ante as moedas estrangeiras que compõem a receita dos negócios internacionais, a receita líquida consolidada aumenta 21,4%, conforme mostra o gráfico a seguir.

Variação da Receita Líquida Consolidada
(R\$ milhões)



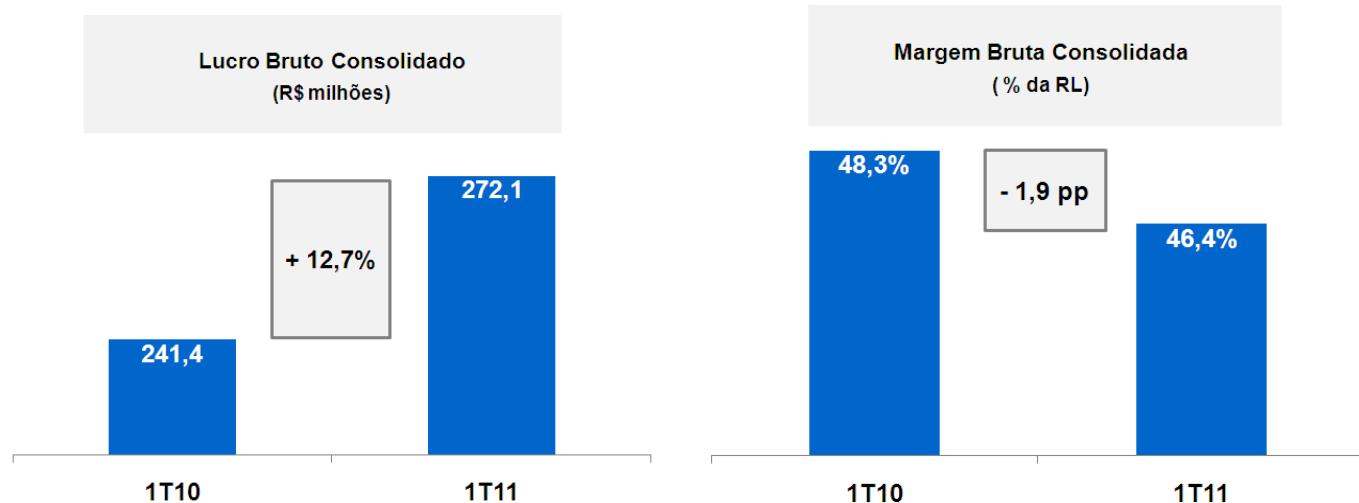
3.2. Lucro Bruto

O lucro bruto consolidado acumulou R\$ 272,1 milhões, valor 12,7% superior ao do 1T10. A margem de 46,4% foi menor que a do 1T10 devido ao aumento do preço das *commodities*, no Brasil e na Argentina, e da elevação dos salários da mão de obra fabril no Brasil. Mesmo com essas altas a margem bruta do 1T11 foi 2,1 pontos porcentuais maior que a do 4T10, devido ao forte controle de custos fabris e *mix* de vendas mais rico.



Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011



3.3. EBITDA

O EBITDA consolidado somou R\$ 105,8 milhões, valor 3,4% maior que o do 1T10. A margem de 18% foi menor que a do 1T10 e 2,5 pontos porcentuais superior a do 4T10.

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.

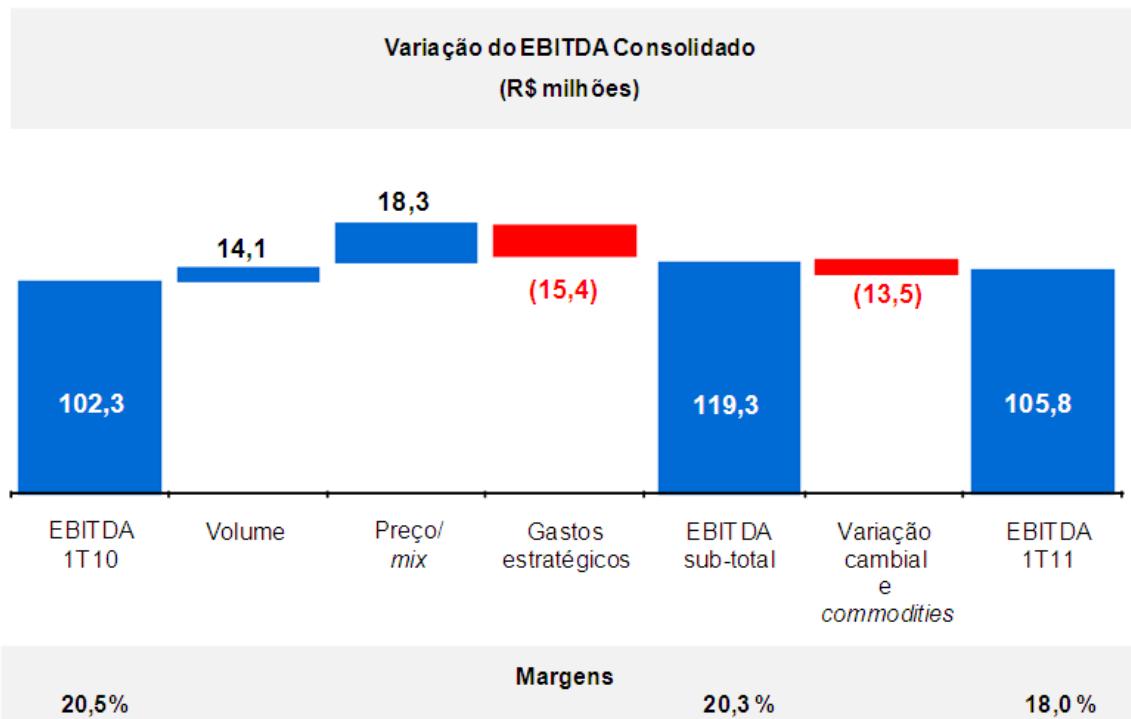
Cálculo do EBITDA Consolidado (R\$ milhões)	1T11	1T10
Lucro operacional antes do resultado financeiro e da equivalência patrimonial	89,7	81,6
(+) Depreciação e amortização	12,5	14,0
(+/-) Itens sem efeito no caixa	3,6	6,7
EBITDA	105,8	102,3

Os fatores que contribuíram para o crescimento do EBITDA foram volume, preço e *mix* de vendas, que somaram R\$ 32,4 milhões. Os gastos estratégicos em comunicação das marcas no Brasil e no exterior, em processos de gestão e na internacionalização - necessários para suportar o crescimento da Companhia - consumiram R\$ 15,4 milhões mais de recursos. O resultado líquido da variação cambial e dos gastos mais elevados com *commodities* foi negativo em R\$ 13,5 milhões.



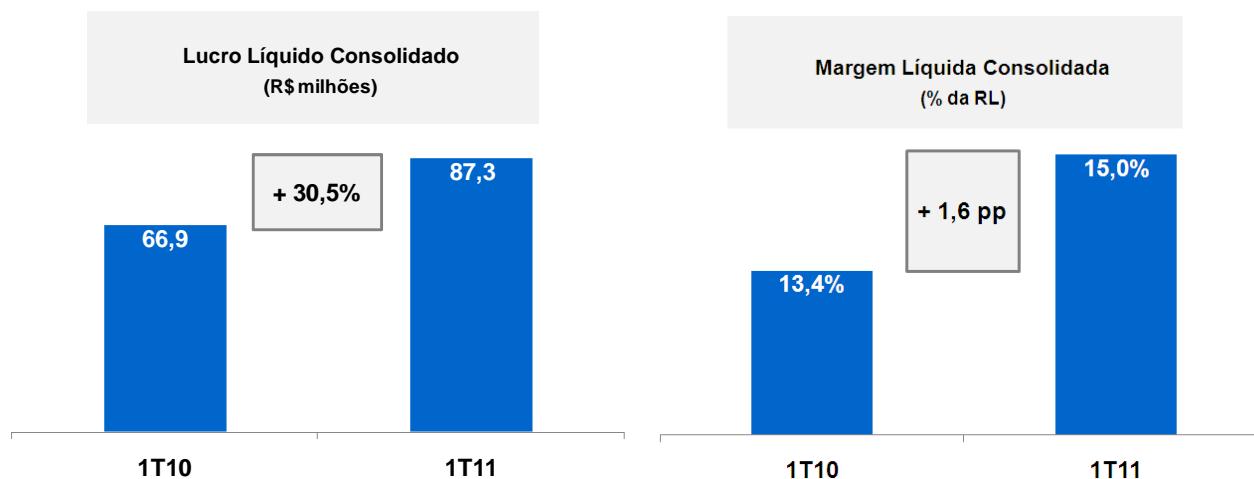
Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011



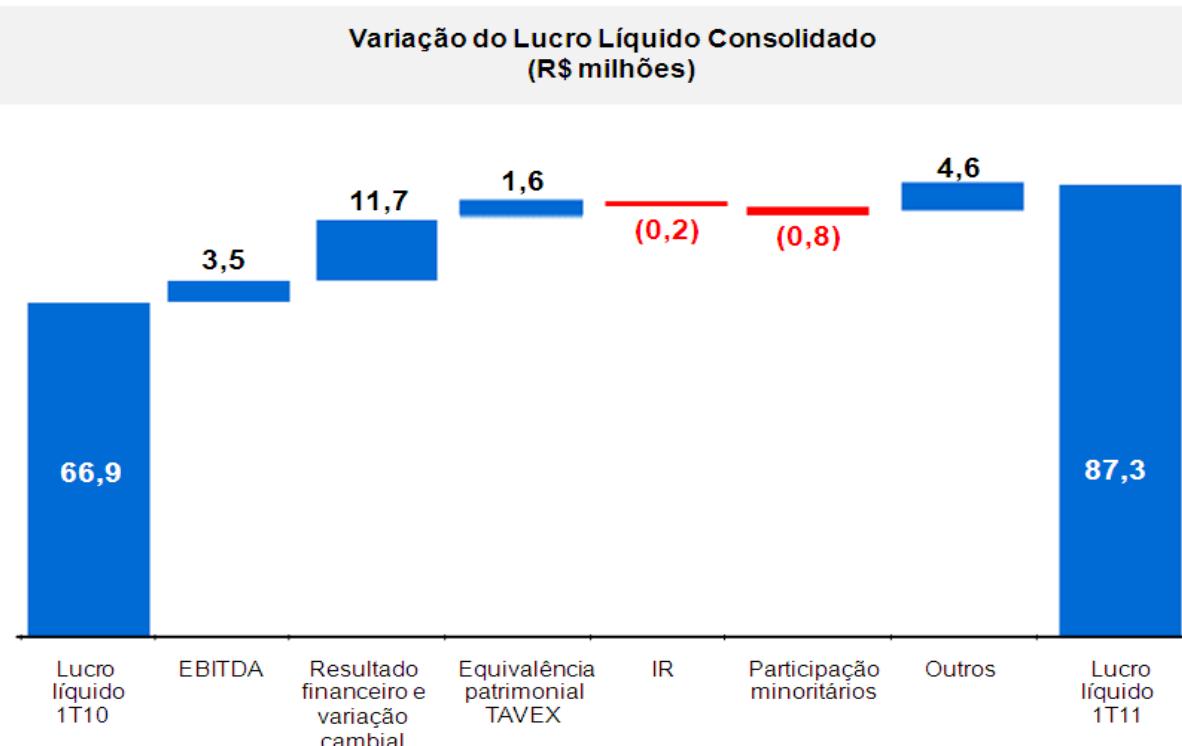
3.4. Lucro Líquido

A Alpargatas registrou lucro líquido consolidado de R\$ 87,3 milhões, crescimento de 30,5% sobre o lucro apurado no 1T10. A margem líquida de 15% foi 1,6 ponto porcentual superior à do 1T10. Em relação ao 4T10, o lucro líquido e a margem foram maiores em 25,6% e 3,8 pontos porcentuais, respectivamente.



Os fatores mais relevantes que explicam a variação do lucro líquido consolidado foram: (i) EBITDA R\$ 3,5 milhões maior; (ii) resultado financeiro R\$ 11,7 milhões mais alto, em razão do volume maior de aplicação de caixa; (iii) variação de R\$ 1,6 milhão com o resultado da equivalência patrimonial da Tavex Corporation e (iv) R\$ 4,6 milhões de variação positiva de outras contas.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011



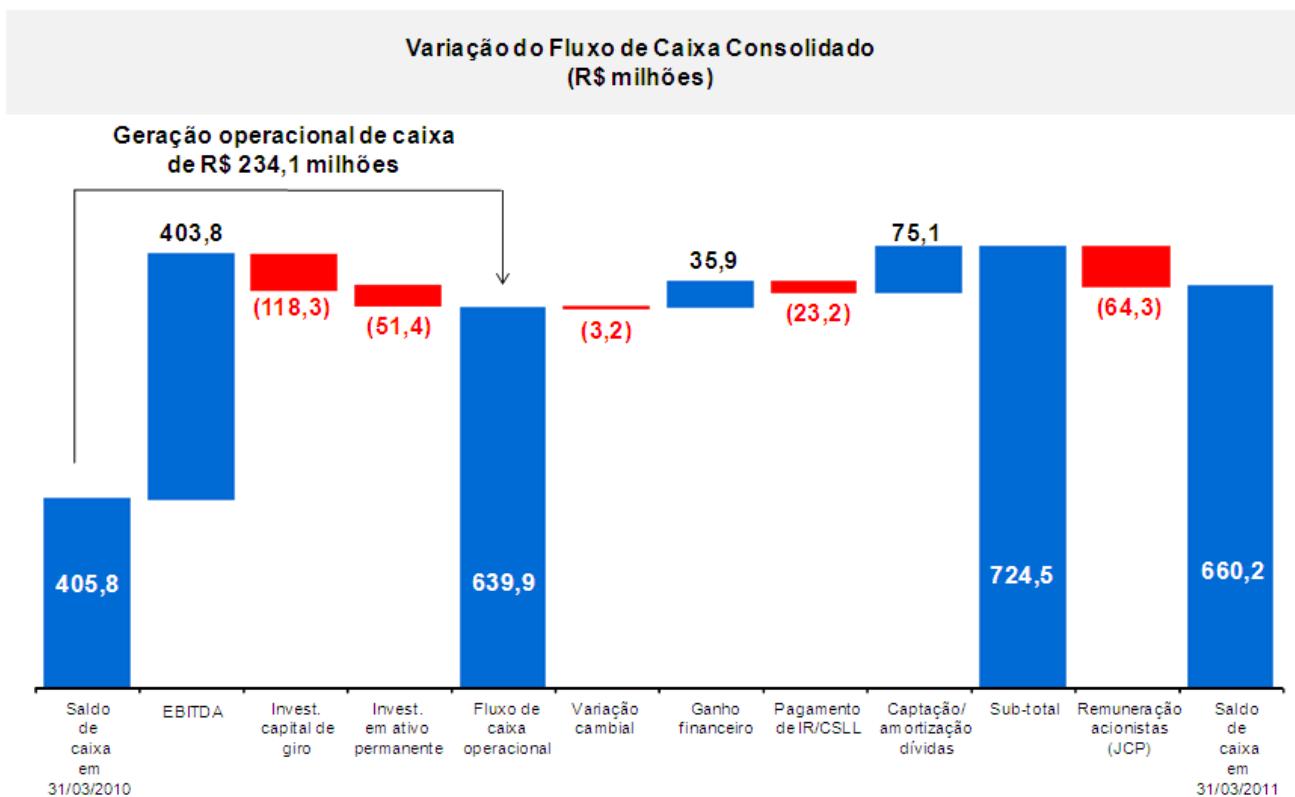
3.5. Ciclo de Conversão de Caixa (CCC)

No período de um ano, encerrado em 31 de março de 2011, o CCC foi encurtado em três dias, pelo aumento de 11 dias no prazo médio de pagamento aos fornecedores. Os estoques cresceram cinco dias devido ao aumento da compra de matérias-primas e da quantidade maior de produtos acabados para atender a forte demanda de sandálias na primavera/verão da Europa. As contas a receber tiveram dois dias a mais em razão do aumento das vendas para o canal varejo.

3.6. Fluxo de Caixa

Em 31 de março de 2011, a Alpargatas apresentava saldo de caixa de R\$ 660,2 milhões, montante R\$ 254,4 milhões maior que em 31 de março de 2010. A geração operacional totalizou R\$ 234,1 milhões. O maior ingresso de caixa nos 12 meses encerrados em 31/03/2011 deveu-se ao EBITDA, que acumulou R\$ 403,8 milhões. Os desembolsos mais significativos foram com os investimentos de R\$ 118,3 milhões em capital de giro, para apoiar o crescimento dos negócios, e de R\$ 51,4 milhões em ativo permanente. A remuneração dos acionistas somou R\$ 64,3 milhões.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011



3.7. Endividamento

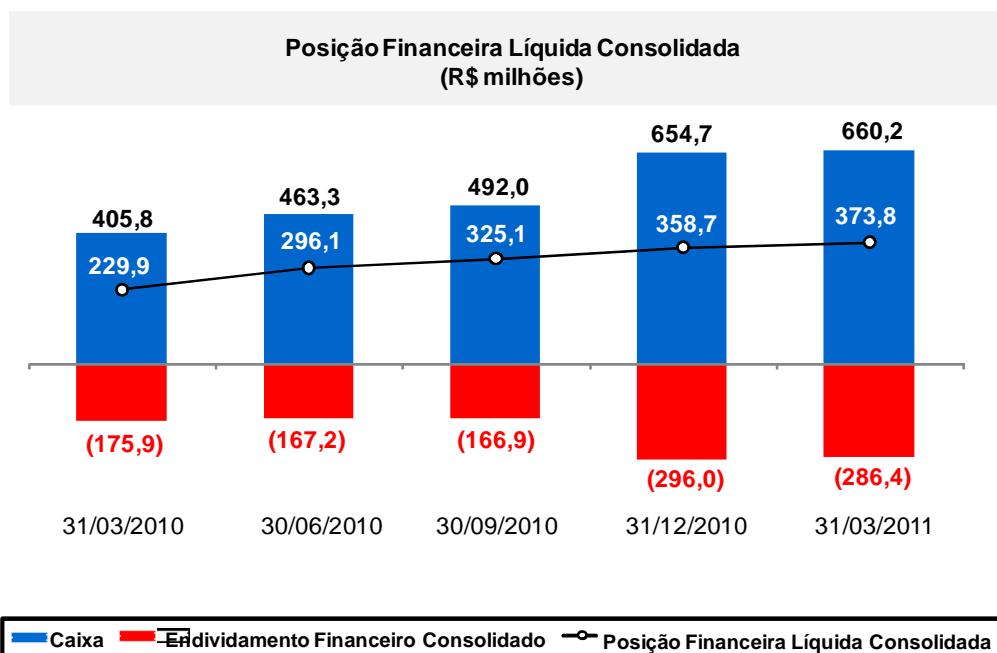
Em 31 de março de 2011, o endividamento financeiro consolidado totalizava R\$ 286,4 milhões, sendo R\$ 209,5 milhões denominados em reais e R\$ 76,9 milhões em moeda estrangeira, com o seguinte perfil:

- R\$ 220,8 milhões (77,1% do total) com vencimento em curto prazo, sendo 65% em moeda nacional. O valor mais representativo (R\$ 110,9 milhões) refere-se à linha de financiamento do BNDES-EXIM Pré-Embarque. A dívida de curto prazo em moeda estrangeira (35% do total) financia o capital de giro das subsidiárias no exterior, e pode ser renovada em seu vencimento.
- R\$ 65,6 milhões (22,9% do total) com vencimento em longo prazo, sendo 100% em moeda nacional, com o seguinte cronograma de amortização:
 - 2012: R\$ 14,9 milhões;
 - 2013: R\$ 18,7 milhões;
 - 2014: R\$ 14,7 milhões;
 - 2015: R\$ 14,7 milhões;
 - 2016 a 2019: R\$ 2,6 milhões.

3.8. Posição Financeira Líquida

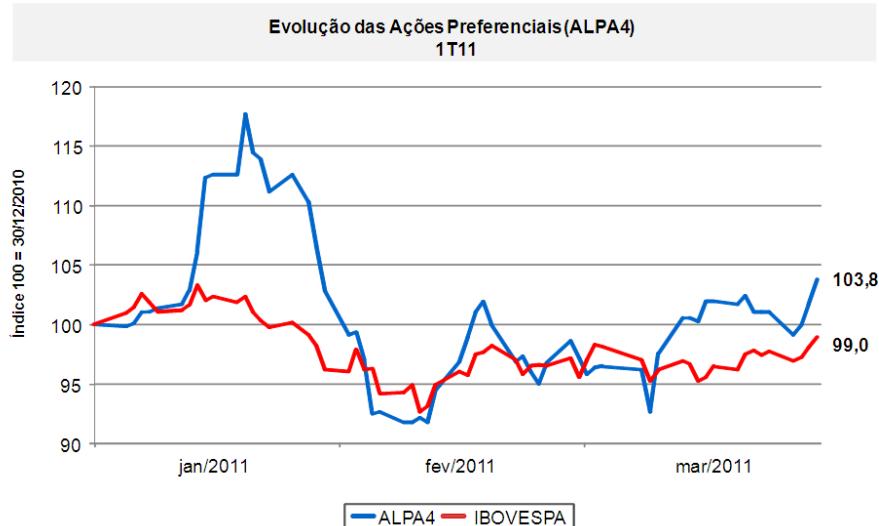
O aumento da geração de caixa resultou em posição financeira líquida positiva de R\$ 373,8 milhões em 31 de março de 2011, reforçando a solidez financeira da Alpargatas. As disponibilidades, o endividamento financeiro consolidado e a posição financeira líquida dos últimos trimestres estão demonstradas no gráfico a seguir:

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011



4.0. MERCADO DE CAPITAIS

As ações preferenciais da Alpargatas encerraram o 1T11 cotadas a R\$ 11,20, e as ordinárias, a R\$ 11,10. No período, a valorização das ações preferenciais foi de 3,8%, enquanto o Ibovespa desvalorizou 1%. No encerramento do trimestre o valor da Alpargatas na BMF&Bovespa alcançou R\$ 3,9 bilhões, ante R\$ 2,6 bilhões no final do 1T10, e, do capital total integralizado, 42% estava em circulação. O Conselho de Administração, em reunião de 13/05/2011, deliberou a antecipação de juros sobre o capital próprio no montante de R\$ 20,0 milhões, que, somados aos R\$ 19,5 milhões deliberados em março, totalizam R\$ 39,5 milhões referente ao exercício de 2011. Em 28 de março, a Bradesco Corretora iniciou as atividades de Formador de Mercado para as ações preferenciais (Alpa4). Em abril, o Banco Safra iniciou a cobertura da Alpargatas com recomendação de compra das ações preferenciais. No relatório, eles projetam para dezembro deste ano um preço alvo de R\$ 17,63 para a Alpa4.





Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

5.0. PERSPECTIVA

A perspectiva para o desempenho da Alpargatas para 2011 continua positiva com a continuidade do crescimento da receita e lucratividade. Terão continuidade os investimentos que estão contribuindo para gerar resultados cada vez maiores como inovação, comunicação das marcas, produtividade fabril, gestão da cadeia de suprimentos e expansão do varejo. No curto prazo, serão priorizadas ações que atenuarão os preços das *commodities* como gestão de preços (canais e produtos), redução de custos de produção e controle de despesas. Todas as conquistas obtidas até agora foram possíveis pela competitividade do modelo de negócio adotado e ao fato da Companhia ter:

- Marcas dominantes em seus mercados, que assinam produtos sempre inovadores e democráticos, ajustados ao poder aquisitivo de diferentes perfis de consumidores.
- Produção flexível, com agilidade para adequar-se entre o *outsourcing* e a fabricação local.
- Profissionais altamente qualificados, motivados e engajados na execução da sua estratégia.
- Solidez financeira.

A Alpargatas já é a maior empresa de calçados da América Latina e caminha para tornar-se uma empresa global de marcas desejadas.



Uma empresa de **MARCAS**

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS 1º TRIMESTRE DE 2011

Anexo I - Balanço Patrimonial (R\$ mil)

ATIVO	31/03/2011	31/03/2010	PASSIVO	31/03/2011	31/03/2010
Ativo circulante	1.532.589	1.045.701	Passivo circulante	629.717	412.597
Caixa e Bancos	18.716	29.644	Fornecedores	202.172	128.544
Aplicações financeiras	641.474	376.145	Financiamentos	220.827	94.468
Clientes (líquido da PDD)	467.283	376.124	Obrigações negociadas de controlada	12.855	14.768
Estoques	293.719	211.010	Salários e encargos sociais	101.861	79.629
Demais contas a receber	55.701	14.864	Provisão para contingências	8.543	8.832
Despesas antecipadas	24.855	12.320	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	8.478	3.872
Bens destinados a venda	-	7.346	Imposto a pagar	20.920	15.446
Outros ativos	-	-	JCP e dividendos a pagar	17.807	11.222
Impostos a recuperar	30.840	18.248	Outras contas a pagar	36.252	55.815
Ativos n/ circ. classif. c/ mantidos p/ venda	-	41.123	Passivo exigível a longo prazo	299.135	278.075
Ativo realizável a longo prazo	161.018	110.132	Financiamentos	65.606	81.383
Impostos a recuperar	18.549	16.203	Obrigações negociadas de controlada	59.655	70.802
I.R. e contribuição social diferidos	89.910	56.820	Tributos c/ exig. susp. e outros	60.243	40.347
Depósitos judiciais e compusórios	14.245	13.951	Provisão p/ IR e contr. social a pagar	76.355	48.698
Demais contas a receber	38.314	23.158	Provisão para contingências	30.951	29.626
Ativo permanente	633.541	669.887	Outras contas a pagar	6.325	7.218
Investimentos	76.069	88.964	Patrimônio líquido	1.398.297	1.176.172
Imobilizado	282.363	313.500	Capital social realizado	441.171	391.804
Intangível	275.108	267.423	Reserva de capital	167.945	174.462
Total do ativo	2.327.148	1.866.843	Ações em tesouraria	(38.423)	(28.326)
			Reservas de lucro	825.707	618.855
			Avaliação patrimonial	(35.355)	(18.585)
			Participação minoritários	37.253	37.963
			Total do passivo	2.327.148	1.866.843
			Valor patrimonial por ação (R\$)	4,01	3,38



DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS
1º TRIMESTRE DE 2011

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

	1T11	1T10
Receita bruta de vendas	681.933	578.817
Impostos sobre vendas	(95.232)	(79.239)
Receita líquida de vendas	586.701	499.577
Custo dos produtos vendidos	(314.640)	(258.176)
Lucro bruto	272.061	241.401
<i>margem bruta</i>	<i>46,4%</i>	<i>48,3%</i>
Receitas (despesas) operacionais	(182.381)	(159.817)
Com vendas	(136.999)	(117.256)
Gerais e administrativas	(30.132)	(30.812)
Honorários dos administradores	(1.374)	(1.138)
Amortização do diferido / intangível	(4.367)	(4.292)
Outras (despesas) receitas operacionais	(9.509)	(6.317)
EBIT - Resultado operacional	89.680	81.584
<i>margem operacional</i>	<i>15,3%</i>	<i>16,3%</i>
Receitas financeiras	18.817	8.137
Despesas financeiras	(11.965)	(9.884)
Variação cambial	1.716	(1.353)
Equivalência patrimonial	(1.297)	(2.886)
Lucro operacional	96.950	75.598
I.R. e contribuição social	(8.448)	(8.247)
Participação de minoritários	(1.252)	(471)
Lucro líquido⁽¹⁾	87.251	66.880
EBITDA - R\$ milhões	105,8	102,3
<i>margem EBITDA</i>	<i>18,0%</i>	<i>20,5%</i>

(1) Equivalente ao lucro das operações continuadas excluindo-se o lucro atribuído aos acionistas não controladores

O ITR completo do 1T11 foi enviado à CVM dia 13/05/2011 e pode ser obtido no site <http://ri.alpargatas.com.br>