

	Cimento	Concessões de Energia	Concessões de Transportes	Engenharia e Construção	Vestuário e Calçados	Incorporação	Naval
--	---------	-----------------------	---------------------------	-------------------------	----------------------	--------------	-------



Loja Havaianas,
São Paulo (SP)

Vestuário e Calçados

Cimento

Concessões
de EnergiaConcessões
de TransportesEngenharia e
ConstruçãoVestuário e
Calçados

Incorporação

Naval

O Grupo Camargo Corrêa atua no segmento de vestuário, calçados e acessórios por intermédio da Alpargatas S.A., que gere marcas líderes associadas à inovação, *design*, tecnologia e comunicação: Havaianas, Dupé, Topper, Rainha, Mizuno, Timberland e Sete Léguas.

A valorização superior a 15% das ações e o retorno sobre o capital de 23% são sinais inequívocos do sucesso da Alpargatas em 2011. Esses ganhos são o resultado de uma estratégia empresarial consistente, executada de forma sistemática por uma equipe que atua com excelência e se beneficia plenamente do momento favorável propiciado pelo crescimento do consumo interno no Brasil.

A estratégia da Alpargatas de se estabelecer como uma gestora de marcas líderes tem se materializado por meio da consolidação de sua liderança no mercado calçadista brasileiro, da expansão internacional e da ampliação de oferta de produtos, tanto em vestuário como em calçados. A visão da empresa é tornar-se uma companhia global nos setores de vestuário e de calçados, contando com uma sólida rede de varejo própria.

Para sustentar essa estratégia, a Alpargatas investe anualmente de 2% a 3% de sua receita em pesquisa, *design* e desenvolvimento. Também destina recursos expressivos à elaboração de materiais de pontos de venda e à veiculação de peças publicitárias que destacam os atributos das marcas.



Shirleide Azevedo da Silva, fábrica da Alpargatas em Campina Grande (PB)

A Alpargatas conta com todos os elementos necessários para alcançar sua visão. Conta com um efetivo de 17,6 mil trabalhadores qualificados e motivados, já estabeleceu um histórico de sucesso no desenvolvimento e na gestão de marcas e consolidou seus processos internos, tendo conduzido em 2011 vários projetos estruturantes que sustentaram seu ritmo de crescimento, entre eles novos processos de *sourcing* – logísticos e industriais –, uma plataforma global de gestão e o Planejamento Financeiro Global (Prophyx). Finalmente, conta com um sólido balanço financeiro que lhe permite prospectar oportunidades de aquisição de novas marcas líderes no Brasil e no exterior.

Cimento

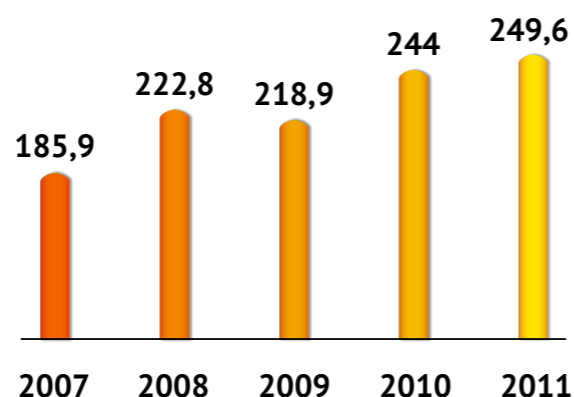
Concessões
de EnergiaConcessões
de TransportesEngenharia e
ConstruçãoVestuário e
Calçados

Incorporação

Naval

Vendas Consolidadas

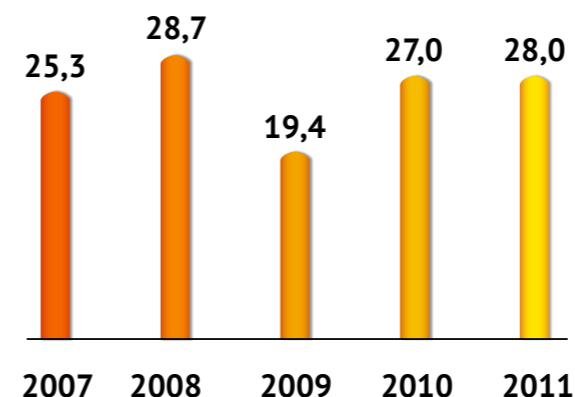
(milhões de unidades)*



*Calçados, vestuário e acessórios

Exportação

(milhões de pares)



O cenário dos negócios em 2011 combinou manutenção de demanda aquecida e desafios, expressos pelo aumento de 40% no preço de sua principal matéria-prima, a borracha, e pelos dissídios em suas categorias de trabalhadores que resultaram em reajuste médio de 16%, muito superior à inflação do período.

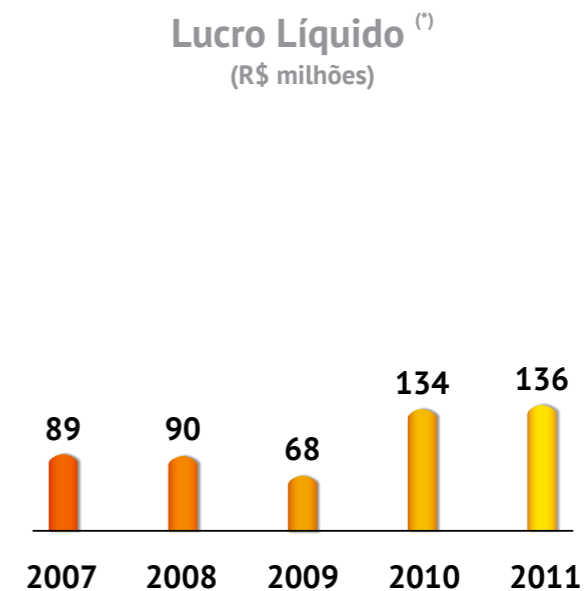
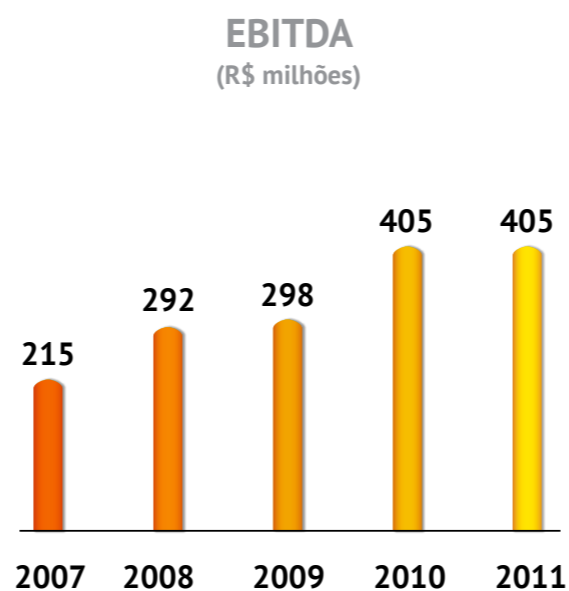
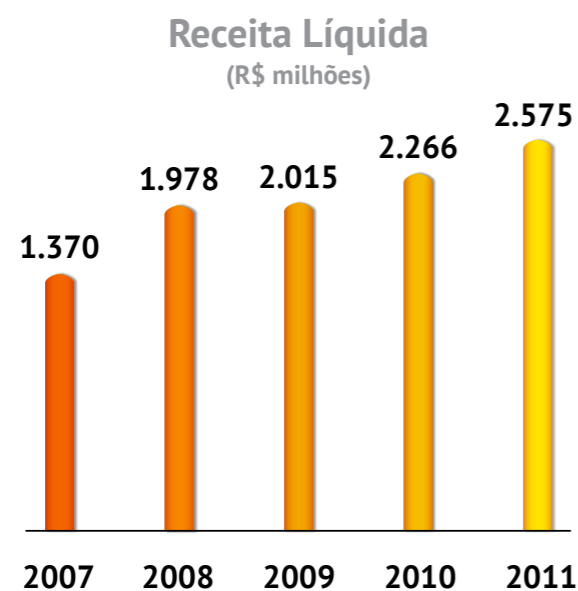
Em 2011, foram dados importantes passos alinhados à estratégia de internacionalização da Alpargatas: a companhia passou a exportar para os mercados da Índia, do Paquistão, da China e da Indonésia; inaugurou lojas Topper nos principais shopping centers de Buenos Aires e encerrou o período com seis lojas Havaianas, em Londres, Paris, Nova York, Roma, Barcelona e Valência. Para dar suporte a essa universalização, alterou sua identidade visual, o que resultou na modernização

do logotipo e na eliminação da inscrição “São Paulo” de seu nome – agora Alpargatas S.A.

Como resultado dessas ações, a companhia comercializou no ano 222,6 milhões de pares de calçados, e 16,8 milhões de peças de artigos esportivos. As exportações totalizaram 28,0 milhões de pares, em comparação a 27,0 milhões no ano anterior.

Com esse desempenho, a Alpargatas proporcionou receita líquida R\$ 2.575 milhões, acréscimo de 13,6% na comparação com 2010. A geração de caixa, expressa pelo EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações), foi de R\$ 405 milhões (margem de 15,7%), estável relativamente ao ano anterior (2010), e o lucro líquido ficou em R\$ 136 milhões.

	Cimento	Concessões de Energia	Concessões de Transportes	Engenharia e Construção	Vestuário e Calçados	Incorporação	Naval
--	---------	-----------------------	---------------------------	-------------------------	----------------------	--------------	-------



(*) Valores proporcionais à participação do Grupo Camargo Corrêa na Alpargatas

Perspectivas

Apesar da expectativa de um cenário macroeconômico mais difícil em 2012, principalmente nos mercados maduros, a Alpargatas manterá o foco na sustentação de suas marcas e poderá vir a agregar outras por meio de aquisições. No Brasil, a estratégia de crescimento envolve ações direcionadas a cada marca. As iniciativas para o segmento de sandálias – consolidar Havaianas como marca dominante e ampliar a presença de Dupé em segmentos onde Havaianas não está presente – serão respaldadas pela inauguração, no segundo semestre de 2012, de uma fábrica em Montes Claros (MG). A empresa ampliará em 30% a 40% a capacidade de produção de sandálias, hoje em 252 milhões de pares/ano. Nos mercados internacionais, a companhia seguirá fortalecendo suas operações para buscar, por meio da expansão geográfica, resultados cada vez mais importantes no conjunto de vendas.