

Jundiaí, 14 de maio de 2014 – Vulcabras|azaleia S.A. (BOVESPA: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2014 (**1T14**). As informações operacionais e financeiras da Vulcabras|azaleia S.A. são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de Reais, elaboradas de acordo com os padrões contábeis internacionais (IFRS). As informações deste relatório referem-se ao desempenho do primeiro trimestre de 2014, comparados ao primeiro trimestre de 2013, exceto quando especificado de forma diversa.

Contatos:www.vulcabrasazaleiari.com.brEmail: dri@vulcabras.com.br

Tel: (85) 3336-1733 Ramal 212

Mensagem da Presidência

Analisando-se os números da empresa, podemos ver que a Receita ficou abaixo do que era esperado, tanto no Mercado interno quanto no Mercado Externo.

O primeiro trimestre de 2014 foi difícil para o mercado interno (Brasil), muito mais desafiador que o esperado no final de 2013 para se atingir os volumes de vendas.

Com relação ao mercado externo, a desvalorização cambial da Argentina foi a principal responsável pela queda de ROB em reais.

Apesar disso das dificuldades no primeiro trimestre, o mercado interno mostra uma reação no 2º Trimestre, demonstrando boas expectativas, muito mais alinhadas ao que a Vulcabras|azaleia persegue em 2014.

No mercado externo, persistem dúvidas em relação ao câmbio e ao consumo, principalmente na Argentina.

Com relação ao resultado final (EBITDA e Lucro Líquido), a empresa continua com suas despesas administrativas, despesas variáveis de venda e financeiras dentro do esperado. A melhora da Margem Bruta, tanto pela maior Receita quanto pelo menor custo, permanece como o grande desafio a ser perseguido. Com todas as iniciativas em andamento para melhorar eficiência e custos, a Vulcabras|azaleia tem a expectativa de atingir suas metas de EBITDA e Lucro Líquido para o 2º semestre. Acreditamos que, com o firme comprometimento, dedicação e perseverança de todos, a Vulcabras|azaleia atingirá todas as suas metas para 2014, superando o ano de 2013.

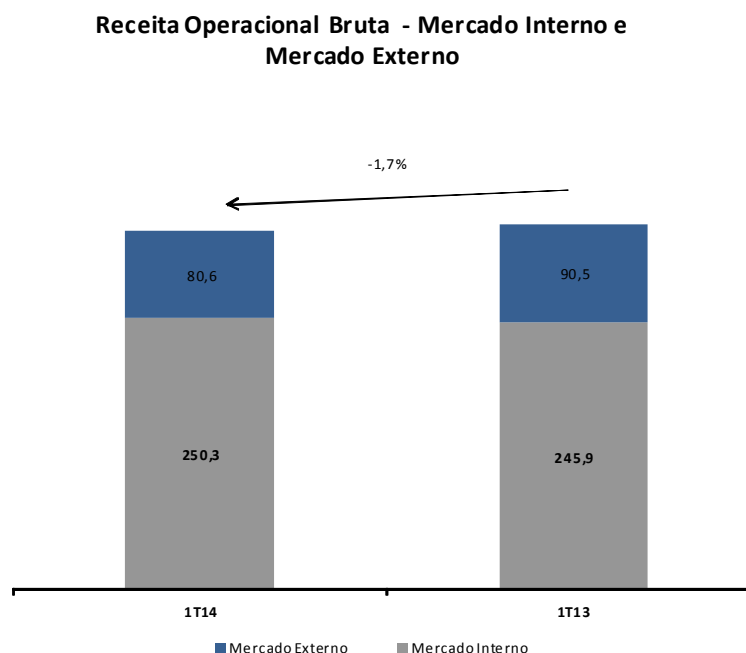
Destaques Operacionais e Financeiros

Os principais destaques no 1T14 foram os seguintes:

- **Receita Operacional Bruta:** A receita Operacional Bruta do mercado interno aumentou de 1,8% em relação ao 1T13.
- **Despesas com vendas:** Redução de 10,1% em comparação ao 1T13, demonstrando esforço da Companhia na busca por melhores margens de contribuição e despesas nos patamares adequados para o volume de receita. Os destaques da redução de despesas continuam sendo principalmente na queda de despesas variáveis como royalties e propaganda.
- **EBITDA:** O EBITDA do 1T14 foi de R\$ 11,6 milhões, uma melhora de 1,7% em relação ao EBITDA de 1T13 que foi de R\$ 11,4 milhões.
- **EBITDA Recorrente:** O EBITDA Recorrente do 1T14 foi de R\$ 16,1 milhões, 6,9% menor em relação ao EBITDA Recorrente de 1T13 que foi de R\$ 17,3 milhões.

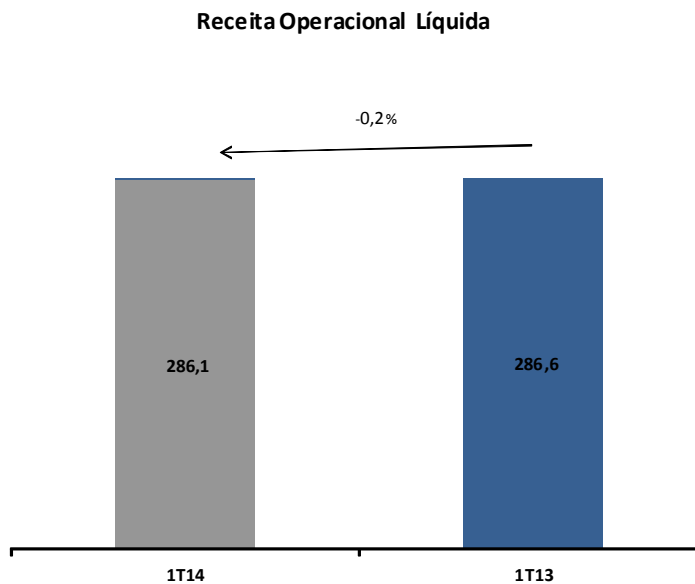
Receita Operacional Bruta

A Receita Operacional Bruta consolidada foi de R\$ 330,9 milhões no 1T14, 1,7% abaixo do 1T13. O mercado interno contribuiu com 75,7% deste total.



Receita Operacional Líquida

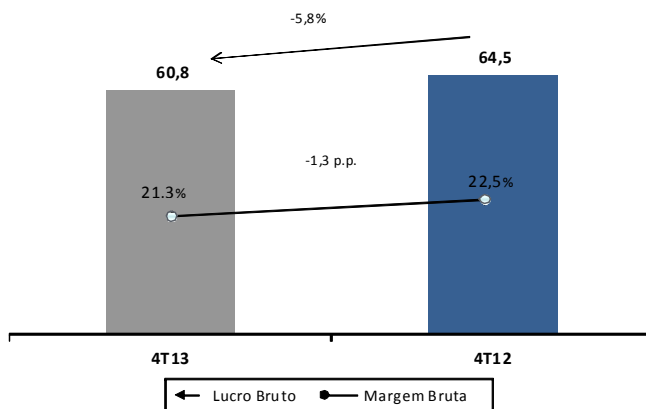
A Receita Operacional Líquida do 1T14 somou R\$ 286,1 milhões, 0,2% abaixo dos R\$ 286,6 milhões apurados no 1T13.



Custos dos Produtos Vendidos, Lucro e Margem Bruta - Consolidado

Os Custos dos Produtos Vendidos (CPV) somaram R\$ 225,3 milhões no 1T14, 1,4% acima do 1T13 (R\$ 222,1 milhões).

Evolução do Resultado Bruto e Margem Bruta Ajustados (R\$ Milhões e %ROL)



R\$ Milhões	Resultado Bruto		
	1T14	1T13	Var.%
Custo dos Produtos Vendidos	225,3	222,1	1,4%
Lucro Bruto	60,8	64,5	-5,8%
Margem Bruta	21,3%	22,5%	-1,3 p.p.

Despesas Operacionais

No 1T14, o total de despesas com vendas e administrativas representou 24,5% da Receita Operacional Líquida (ROL), perfazendo uma redução de 1,7 p.p. Incluindo as Outras Despesas/Receitas Operacionais e despesas de reestruturação, o total de despesas operacionais representou 24,3% como parcela da ROL, totalizando R\$ 69,5 milhões, uma queda de 1,4 p.p. em comparação com o 1T13.

Despesas Operacionais	1T14	% ROL	1T13	% ROL	Var. %	Var. p.p.
Vendas e Administrativas	70,1	24,5%	75,2	26,2%	-6,8%	-1,7 p.p.
Outras Receitas / Despesas Operacionais	(0,5)	-0,2%	(1,4)	-0,5%	-60,1%	0,2 p.p.
Total Despesas Operacionais	69,5	24,3%	73,9	25,8%	-5,9%	-1,4 p.p.

Despesas com Vendas e Administrativas

As despesas com vendas e administrativas representaram 24,5% da ROL no 1T14, uma diminuição de 1,7 p.p, em relação ao 1T13.

Outras Receitas/Despesas Operacionais

No 1T14 foi registrado receita de R\$ 0,5 milhão comparado a uma receita de R\$ 1,4 milhão no 1T13. Esta variação é explicada principalmente pela diminuição da receita na venda de imobilizado e aumento na provisão para contingências.

Resultado Financeiro

As despesas financeiras líquidas somaram R\$ 30,5 milhões no 1T14, 14,5% acima dos R\$ 26,7 milhões apurados no 1T13. Este aumento deve principalmente ao aumento das despesas com variações cambiais.

Resultado Líquido

O Resultado Líquido encerrou o 1T14 em R\$ 42,9 milhões negativos (R\$ 37,1 milhões negativos no 1T13).

EBITDA (Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização)

R\$ Milhões	EBITDA		
	1T14	1T13	Var.%
Resultado antes CSLL/IRPJ	(39,2)	(36,1)	-8,8%
(+) Resultado Financeiro Líquido	30,5	26,7	14,5%
(+) Depreciação e Amortização	20,3	20,8	-2,4%
EBITDA	11,6	11,4	1,7%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>4,0%</i>	<i>4,0%</i>	<i>0,1 p.p.</i>
Provisão p/ Contingências	2,8	0,0	6.902,5%
Provisão p/ Obsolescência de Estoques/ Inventários	-	1,4	-100,0%
Despesas com Reestruturação	2,2	7,2	-69,4%
Venda de Ativo Imobilizado	(0,5)	(3,4)	-84,6%
Outros	-	0,7	-
EBITDA Recorrente	16,1	17,3	-6,9%

O EBITDA do 1T14 é de R\$ 11,6 milhões, perfazendo um aumento do EBITDA de 1,7% sobre o 1T13 (R\$ 11,4 milhões). Em 1T14 o EBITDA recorrente atingiu R\$ 16,1, com redução de 6,9% comparado com os R\$ 17,3 milhões de 1T13.

Financiamento Bancário

A dívida da Vulcabras|azaleia objetiva o financiamento de investimentos em tecnologia e desenvolvimento, na construção, ampliação, capital de giro e manutenção das plantas industriais. Os recursos são provenientes de linhas de crédito tomadas, principalmente, junto aos bancos e entidades de fomento e bancos privados, com recursos destinados a programas de incentivo à produção, inovação, pesquisa e desenvolvimento e financiamento das necessidades de curto prazo.

Financiamentos e Empréstimos por Indexador (R\$ Milhões)					
	1T14		2013		Var. %
Taxas Fixas (média 6,74% a.a.)	166,6	21%	181,8	22%	-8,4%
TJLP + Juros Médios 4,0% a.a.	184,7	23%	196,8	24%	-6,1%
CDI	339,6	43%	329,9	40%	2,9%
Moeda Estrangeira (US\$ e Pesos)	95,2	12%	112,1	14%	-15,1%
Financiamentos e Empréstimos	786,1	100%	820,7	100%	-4,2%
(-) Disponibilidades e Aplicações	(57,8)		(58,9)		-1,9%
Endividamento Líquido	728,3		761,7		-4,4%
Curto Prazo	312,9		318,5		-1,7%
Longo Prazo	415,4		443,3		-6,3%
Total Líquido	728,3		761,7		-4,4%
Custo Médio Ponderado	11,8%		11,4%		
Prazo Médio (anos)	2		2		
End. Líquido/Patrimônio Líquido	8,9		5,5		
End. Líquido/Ativo Total	0,6		0,6		

Encerramos o período de 1T14 com queda de 4,4% no endividamento líquido em relação a 2013. Os financiamentos em taxa fixa, destinados à exportação, inovação, pesquisa e desenvolvimento, aquisição de máquinas e equipamentos, e ampliação da capacidade produtiva, representaram 21,2% da dívida bruta total. Os financiamentos atrelados a TJLP, destinados a projetos de ampliação e modernização de nossas operações, inovação, pesquisa e desenvolvimento, representaram 23,5% do endividamento total.

Os financiamentos em moeda estrangeira somaram R\$ 95,2 milhões em 1T13, sendo a maior parte (72%) em Pesos Argentinos, seguindo o objetivo de conferir maior equilíbrio entre os ativos e passivos em moeda estrangeira e nossas fontes de receita naquele país. Os vencimentos dos empréstimos da Vulcabras|azaleia estendem-se até o ano de 2019.

Vencimentos dos Financiamentos e Empréstimos (R\$ Milhões)			
Posição em 31/03/2014			
Vencimentos	Empréstimos	Disponibilidades e Aplicações	Amortização Líquida
2014	320,4	(55,7)	264,7
2015	122,3	(2,1)	120,1
2016	258,5	0,0	258,5
2017	55,4	0,0	55,4
2018	20,9	0,0	20,9
2019	8,7	0,0	8,7
TOTAL	786,1	(57,8)	728,3

A Companhia vem trabalhando em renovações e captações junto aos nossos principais parceiros financeiros no sentido de liquidar as linhas de curto prazo com captações de prazos mais longos e taxas menores.

Investimentos

Os investimentos realizados durante o 1T14 somaram R\$ 5,6 milhões (R\$ 5,6 milhões em 1T13) e foram destinados principalmente aos moldes, matrizes e ferramentais utilizados na fabricação de calçados para atender aos lançamentos e novas coleções.

Investimentos - Imobilizado/ intangível		
R\$ Milhões		
	1T14	1T13
Moldes e outros	5,6	5,6
Total	5,6	5,6

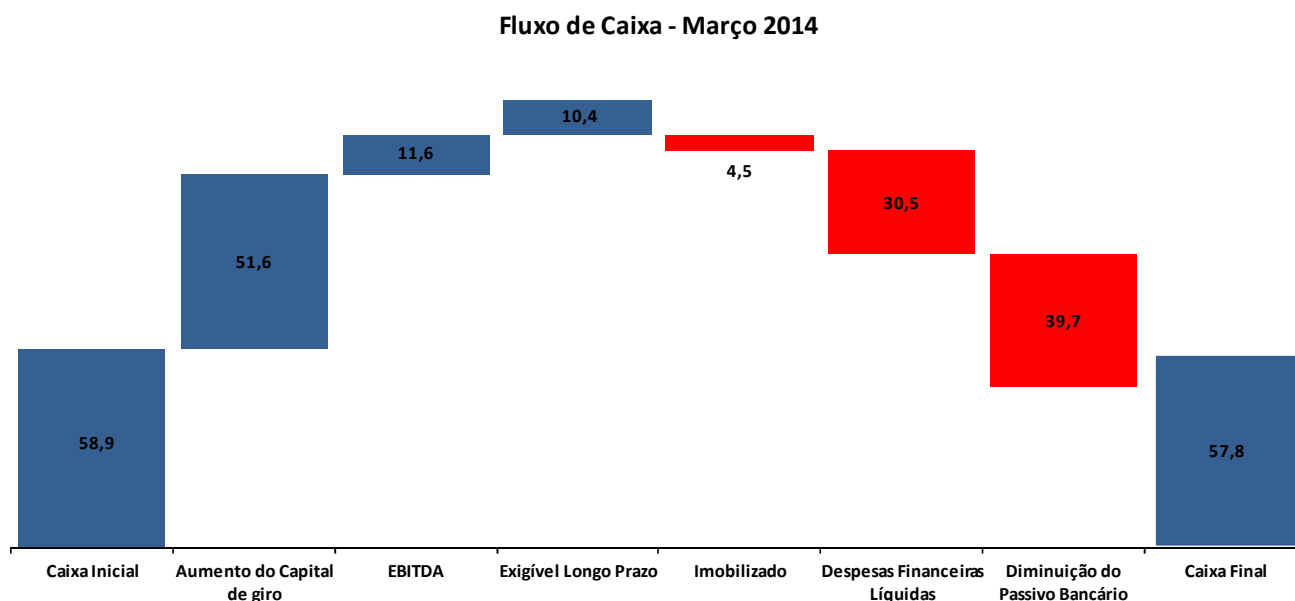
Capital Circulante Líquido

Entre o encerramento de 1T14 e o fim de 2013, houve redução nas necessidades de capital de giro de R\$ 51,6 milhões.

Capital Circulante Líquido Consolidado - R\$ milhões			
	31/03/14	31/12/13	Varição CCL
ATIVO CIRCULANTE			
Contas a receber	326,3	354,9	(28,6)
Estoques	200,5	207,8	(7,3)
Impostos a recuperar	27,0	29,0	(2,0)
Despesas antecipadas	2,5	2,0	0,5
Outros	11,3	17,2	(5,9)
	567,6	610,9	(43,3)
PASSIVO CIRCULANTE			
Fornecedores de Bens e Serviços	75,9	80,6	4,7
Impostos e contribuições a recolher	16,2	12,1	(4,1)
Salários e férias a pagar	42,4	38,6	(3,8)
Provisão para contingências	46,4	50,5	4,1
Dividendos	0,8	0,8	-
Outros	60,6	51,4	(9,2)
	242,3	234,0	(8,3)
CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO - Aumento (Diminuição)	325,3	376,9	(51,6)

Fluxo de Caixa

A Companhia encerrou o período de 1T14 com R\$ 57,8 milhões em caixa.



Auditoria Independente e Aprovação pelo Conselho de Administração

Informamos que a Ernst & Young Terco Auditores Independentes foi nomeada em 01/01/2012 para prestar serviços de auditoria independente e que até a data de 31/03/2014 não havia prestado nenhum outro serviço além deste para a Companhia.

As informações trimestrais consolidadas referentes ao 1T14, notas explicativas e o relatório da administração foram revisadas e aprovadas pelo Conselho de Administração da Companhia em reunião realizada em 14 de maio de 2014.

Anexo 1 – Balanço Patrimonial Consolidado (R\$ Milhões)

Balanço Patrimonial - Vulcabras | azaleia (Consolidado)

Ativo - R\$ Milhões			Passivo - R\$ Milhões		
	1T14	2013		1T14	2013
Circulante	623,4	667,6	Circulante	613,0	609,1
Caixa e equivalentes de caixa	45,3	46,7	Fornecedores	75,9	80,6
Aplicações financeiras	10,4	10,0	Financiamentos e empréstimos	368,8	373,6
Contas a receber de clientes	326,3	354,9	Financiamentos incentivados	1,9	1,6
Estoques	200,5	207,8	Impostos e contribuições a recolher	15,8	11,8
Impostos a recuperar	27,0	29,0	Programa de recuperação fiscal - REFIS	0,4	0,3
Despesas antecipadas	2,5	2,0	Salários e férias a pagar	42,4	38,6
Outros créditos	11,3	17,2	Provisão para contingências	46,4	50,5
			Outras contas a pagar	60,6	51,4
			Dividendos propostos	0,8	0,8
Não circulante	581,8	600,0	Não circulante	510,7	524,9
Aplicações financeiras	2,1	2,2	Financiamentos e empréstimos	410,2	440,1
Impostos a recuperar	12,7	14,8	Financiamentos incentivados	5,2	5,4
Impostos diferidos	7,6	7,5	Partes relacionadas	15,0	-
Depósitos judiciais	43,0	42,9	Provisão para contingências	41,9	32,8
Partes relacionadas	16,7	16,5	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	-	6,1
Despesas antecipadas	0,0	0,2	Outras contas a pagar	38,3	40,6
Outros créditos	9,8	10,4	Patrimônio líquido (controladores)	81,2	133,3
Bens destinados a venda	6,2	0,3	Capital social	565,9	565,9
Investimentos	24,7	24,5	Reservas de reavaliação	11,5	11,8
Propriedade para investimento	4,9	5,0	Ajustes acumulados de conversão	(19,3)	(10,0)
Imobilizado	230,4	248,7	Ajustes de avaliação patrimonial	(0,4)	(0,4)
Intangível	223,7	226,8	Prejuízos acumulados	(476,5)	(434,0)
			Participações de não controladores	0,2	0,2
			Patrimônio líquido Total	81,4	133,5
Ativo Total	1.205,1	1.267,6	Passivo Total	1.205,1	1.267,6

Anexo 2 – Demonstração dos Resultados Consolidados (R\$ Milhões)

Demonstração dos Resultados	R\$ Milhões				Δ%
	1T14	%	1T13	%	
Receita operacional bruta	330,9	100,0%	336,4	100,0%	-1,7%
Deduções da Receita Bruta	(44,8)	-13,5%	(49,8)	-14,8%	-10,1%
Receita operacional líquida	286,1	100,0%	286,6	100,0%	-0,2%
Custo dos produtos vendidos	(225,3)	-78,7%	(222,1)	-77,5%	1,4%
Lucro bruto	60,8		64,5		-5,8%
<i>Margem Bruta</i>	21,3%		22,5%		
Despesas operacionais	(70,0)	-24,5%	(75,3)	-26,3%	-6,9%
Resultado Operacional	(9,2)		(10,8)		-14,0%
<i>Margem Operacional</i>	-3,2%		-3,8%		
Outras Desp./Rec. Operacionais	0,5	0,2%	1,4	0,5%	-60,1%
Resultado Operacional antes das Financeiras (EBIT)	(8,7)		(9,4)		-7,3%
<i>Margem Ebit</i>	-3,0%		-3,3%		-7,1%
Resultado Financeiro	(30,5)	-10,7%	(26,7)	-9,3%	14,5%
Resultado antes CSLL/IRPJ	(39,2)	-13,7%	(36,1)	-12,6%	8,8%
Imp. de Renda e Contr. Social	1,5	0,5%	1,3	0,5%	10,8%
Resultado antes do atingimentos de metas	(37,8)	-13,2%	(34,7)	-12,1%	8,7%
Provisão p/ atingimentos de metas	(5,1)		(2,4)		
Resultado Líquido	(42,9)		(37,1)		15,5%
<i>Margem Líquida</i>	-15,0%		-13,0%		-2 p.p.

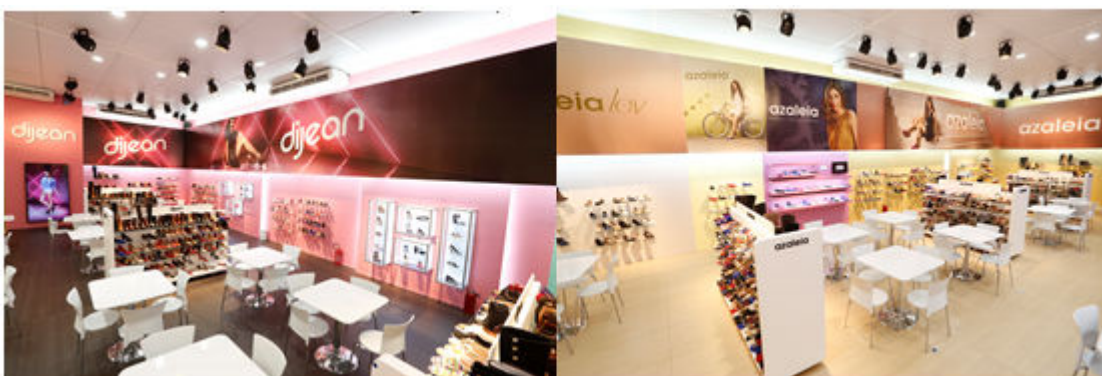
AZALEIA e DIJEAN DIVISÃO FEMININA

Para lançar as coleções Outono/Inverno 2014, Azaleia e Dijean deram continuidade à parceria com o conceituado designer Jorge Bischoff. Sob sua consultoria, as marcas apresentaram um total de mais de 500 novos modelos em uma das maiores feiras de calçados da América Latina: a Couromoda. E, para reforçar sua presença junto ao trade, também participaram das mais importantes feiras regionais espalhadas pelo país.

Inovar todos os dias sem perder a tradição. É assim que, a cada coleção, há mais de 50 anos a Azaleia conquista mulheres por todo o Brasil e em mais de 30 países. Tanto que a marca conquistou novamente o 1º lugar em lembrança na categoria Calçados Femininos pela Pesquisa Marcas de Quem Decide do Jornal do Comércio.



Entre as novidades da Azaleia para o semestre, destaca-se a linha Azaleia Grazi Massafera, desenvolvida em parceria com a atriz global. A coleção traz quatro novos modelos: chinelo, sapatilha, anabela e peep toe. Todos numa cartela bem variada de cores, com destaque para o azul e a púrpura que são a grande aposta do inverno. Para surpreender ainda mais suas consumidoras, o chinelo da linha ainda acompanha um kit de esmaltes inspirado nas principais cores da estação.



Moderna e divertida, a Dijean é como todas as jovens, sempre atenta às principais apostas do mundo da moda. Para celebrar o grande momento do país, além de sua linha de moda e de chinelos, a Dijean Trip lançou também a linha Dijean Brasil, inspirada nos principais símbolos do nosso país. Para divulgar a linha, uma grande ação de PR foi feita com kits especiais entregues a celebridades, blogueiras e imprensa.

Para reforçar ainda mais seu relacionamento com a imprensa, as duas marcas participaram do evento Mídia Date, organizado pela Ferraz Moda para cerca de 100 jornalistas e produtores de moda, onde eles puderam conhecer as novidades das coleções em primeira mão.

Novidades que chegaram para as consumidoras através dos novos sites, em todas as redes sociais das marcas e em mais de 3.000 lojas positivadas com as novas campanhas e com os novos materiais de ponto de venda.

REEBOK

A Reebok começou o ano com muitas novidades, incluindo a mudança de sua nova marca: Reebok Delta. O novo símbolo representa a transformação positiva que o exercício físico pode representar na vida das pessoas.

O CrossFit continua sendo o principal autenticador da marca no universo do training. Por sua dinâmica rotina de exercícios, o esporte tem se popularizado muito nos últimos 2 anos. Atualmente, já conta com mais de oito mil ginásios no mundo e com mais de 120 no Brasil. Para celebrar o excelente momento do esporte, a Reebok apresentou a primeira edição do evento Verão CrossFit Brasil na praia da Enseada no Guarujá, em São Paulo. O litoral paulista teve competições e exposições a céu aberto, com grandes nomes da modalidade. E, para atender a forte demanda dos atletas, a Reebok traz de forma inédita sua linha oficial de CrossFit para o Brasil com venda na Netshoes, durante esse primeiro semestre. E já prepara sua participação em novos torneios e a abertura de mais pontos de venda para sua linha.



Para continuar incentivando as pessoas a superar seus desafios com garra, coragem e equilíbrio, a Reebok lançou também a campanha #ReebokProcura, saindo atrás dos embaixadores da marca no Brasil. Foram mais de 3 mil inscritos. Após a primeira fase, os dez finalistas foram reunidos em São Paulo para uma fase de entrevistas e treinos a fim de mostrarem suas habilidades. Após todos os desafios cumpridos com muito empenho e emoção, Fernanda Godoy, de São Paulo, e Tiago Gramiscelli, de Belo Horizonte, foram anunciados como os Embaixadores da Reebok Brasil e serão os representantes da marca nos demais eventos do ano.

Para o segundo semestre, a Reebok preparou um evento especial no Caesar Park, em São Paulo, no qual apresentou a coleção Fall-Winter 2014 aos maiores clientes do grupo. Certamente, a marca está pronta para seus próximos desafios.



OLYMPIKUS

A Olympikus tem um compromisso com o esporte. Líder absoluta de vendas no mercado brasileiro, é a marca esportiva oficial da CBV, patrocinadora da Maratona do Rio e do Campeão Brasileiro de 2013: o Cruzeiro.

Para a estreia do Cruzeiro na Libertadores, a Olympikus lançou uma camisa oficial exclusiva para a disputa do campeonato, com detalhes em dourado que fazem alusão aos principais títulos do clube. Para apresentar essa novidade, foi realizado um evento de lançamento para a imprensa na Toca da Raposa em BH, ações de PR, enviando em primeira mão a nova camisa para jornalistas e blogueiros, além de vitrines especiais em lojas oficiais. O lançamento foi um sucesso de vendas.

Os primeiros meses do ano foram destinados ao planejamento do lançamento da nova campanha e do posicionamento da marca. Para trazer ainda mais informações e descobrir novas oportunidades, em 2013 a Olympikus preparou-se e investiu muito forte em pesquisas. Através desse trabalho, a marca reestruturou seu portfólio de produtos e reorganizou seus nichos de atuação.



Com o conceito “Seu corpo não foi feito para ficar parado”, a nova campanha da Olympikus tem como destaque os modelos da linha running, com ênfase para o Decision, que traz a tecnologia Dry Action no cabedal e a tecnologia de solado TubeTech, que garante máximo amortecimento e maior flexibilidade.

Com o trabalho de reposicionamento da Olympikus, a OLK ganha destaque e reforça-se como marca com um portfólio de produtos focado no mundo casual dos sapatênis. Para se conectar com consumidores de diferentes estilos, a marca segmentou sua linha de produtos em duas categorias: a

linha OLK Enjoy, focada nas últimas tendências de moda, e a linha OLK City, que traz modelos mais tradicionais para o dia a dia.



Para apresentar seus principais lançamentos, a Olympikus também participou do evento Mídia Date, o que garantiu a presença da marca nas principais pautas relacionadas a esporte, moda e academia.

Além disso, a preparação do ponto de venda não poderia faltar, com negociações de espaços nas vitrines e no interior das lojas para receber os lançamentos da marca. Foram mais de 5.000 vendedores treinados e mais de 10 mil lojas positivas no período com a nova coleção.