Farroupilha/RS | Carlos Barbosa/RS | Fortaleza/CE | Crato/CE | Sobral/CE

Grendene®

BTG PACTUAL

BTG Pactual XIII CEO Conference
São Paulo, 14, 15 e 16 de Fevereiro de 2012

melissa rider grendha CARTAGO IPANEMA Grendene kids Grendene baby zaxy M:ZERO

Grendene®

Aviso

Essa apresentação contém declarações que podem representar expectativas sobre eventos ou resultados futuros. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela Companhia de acordo com sua experiência, com o ambiente econômico e nas condições de mercado e nos desenvolvimentos futuros esperados, muitos dos quais estão além do controle da Companhia. Fatores importantes que podem levar a diferenças significativas entre os resultados reais e as declarações de expectativas sobre eventos ou resultados futuros, incluindo a estratégia de negócios da Companhia, condições econômicas brasileira e internacional, tecnologia, estratégia financeira, desenvolvimento da indústria de calçados, condições do mercado financeiro, incerteza a respeito dos resultados de suas operações futuras, planos, objetivos, expectativas e intenções, e outros fatores. Como resultado desses fatores, os resultados reais da Companhia podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos nas Declarações de Expectativas sobre Eventos ou Resultados Futuros.

2

Grendene

Agenda

Histórico
Destaques
Setor de calçados
Estratégia
Resultados
Perspectivas

3

Grendene

Histórico

1971	Embalagens plásticas para vinho (palha de garrafão).
1978	Lançamento da primeira sandália (*"Nuar"*).
1990	Instalação em Fortaleza da primeira unidade Fabril, no Ceará.
1993	Inauguração da fábrica em Sobral, Ceará.
1997	Inauguração da fábrica em Crato, Ceará.
2002	Grendene assume a liderança na Exportação de calçados brasileiros.
2004	Abertura de capital – *BM&FBOVESPA.*
2007	Inauguração da fábrica em Teixeira de Freitas, Bahia.
2009	Comemoração dos 30 anos da marca Melissa.
2010	Comemoração dos 40 anos da Grendene.

4

Grendene

Destaques

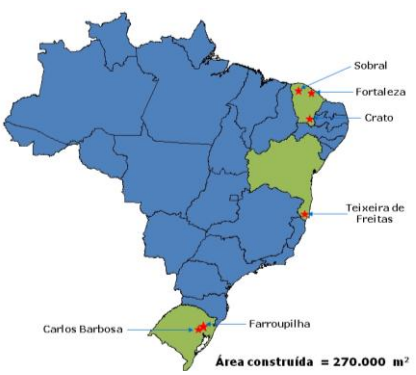
Grendene é uma das maiores empresas produtoras de calçados no mundo.
200 mm de pares/ano de capacidade instalada.
Produção média de 500.000 pares por dia.
24 mil funcionários.
1.002 lançamentos em 2011.
Presente em mais de 90 países.
Marcas com forte personalidade.
Inovação em produto, distribuição e mídia.
Listada no Novo Mercado: Free Float 25%.
Sólida estrutura de capital e forte geração de caixa.

5

Grendene

Localização das plantas industriais e Processo de produção

Brasil



Verticalização = Agilidade

- Formulação do PVC
- Design
- Matriz (moldes)
- P&D

6

Grendene

Setor de calçados

Dados gerais da indústria
8,2 mil **empresas produtoras de calçados** em 2010
Geração de mais de **348.000 empregos diretos**
Produção de 894 milhões de pares em 2010 (814 milhões de pares em 2009)
Brasil é o 3º maior **Produtor Mundial**
Consumo aparente no mercado interno: 780 milhões e 4,1 pares per capita/ano em 2010 (717 milhões e 3,7 pares em 2009)
Exportação: 143 milhões de pares para mais de 140 países em 2010 (+12,9% vs. 2009)
Fonte: IEMI/TEM/MDIC-SECEX/ABICALÇADOS

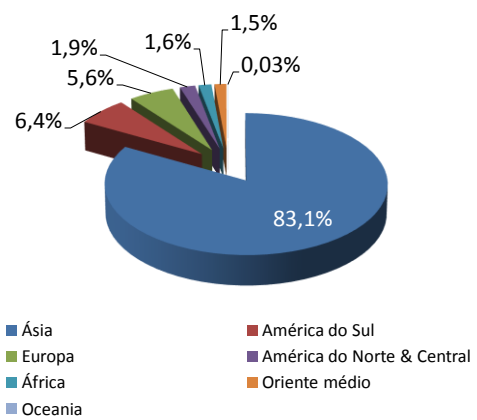
Setor com mais de 150 anos no Brasil – caracterizado por empresas pequenas, intensivas em mão de obra e sem barreiras à entrada ou saída.

7

Grendene

Setor de Calçados

Distribuição da produção de calçados por continente em 2009



País	Produção 2009 (milhões de pares)
China	9.500
Índia	2.100
Brasil	814
Vietnã	661
Indonésia	578
Outros	2.958
Total	**16.611**

Os 5 principais países produziram 13.653 milhões de pares, equivalente a 82% da produção mundial.

Fonte: World Shoe Review 2010 / ABICALÇADOS

8

Grendene

Setor de calçados no Brasil

Milhões de pares	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Produção	830	808	816	814	894	n/d
Importação	19	29	39	30	29	34
Exportação	180	177	166	127	143	113
Consumo aparente	669	660	689	717	780	n/d
Consumo per capita (pares)	3,6	3,5	3,6	3,7	4,1	n/d

Fonte: IEMI / SECEX / ABICALÇADOS (Cartilha Estatística 2011)
n/d: Informações não disponíveis

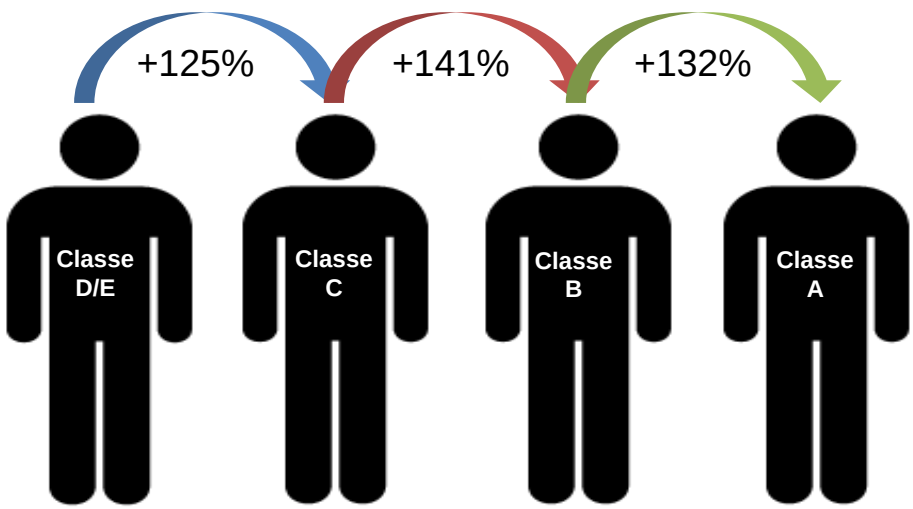
Consumo – 2009	Total	Per capita
Reino Unido	410	6,6
Estados Unidos	1.987	6,4
França	364	5,8
Japão	689	5,4
Itália	316	5,3

Fonte: World Shoe Review 2010 / ABICALÇADOS

9

Grendene

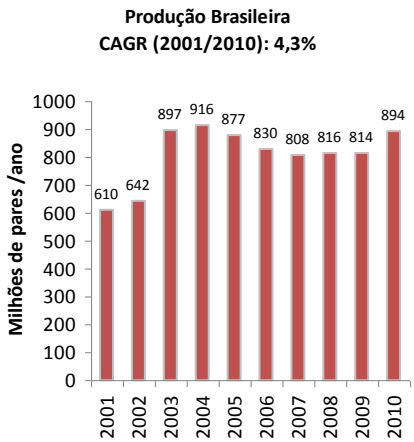
Brasil – aumento de gastos conforme a mudança de Classe Social (Roupas e Sapatos)

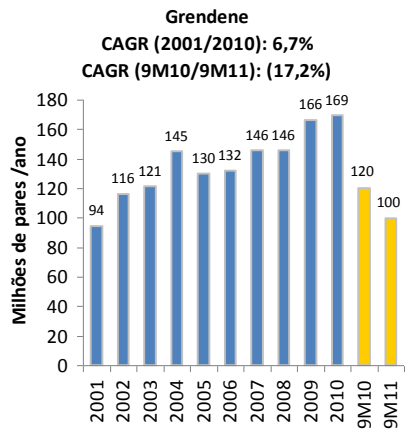


Fonte: Revista Exame / Site de Relações com Investidores das Lojas Renner

10

Indústria Brasileira de Calçados x Grendene



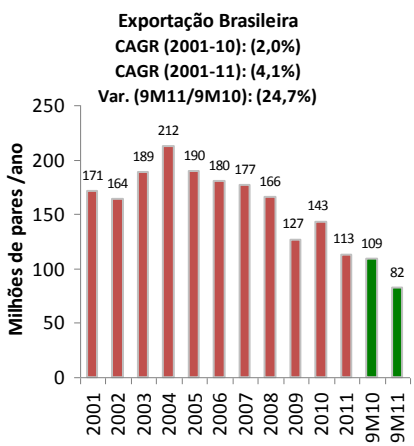


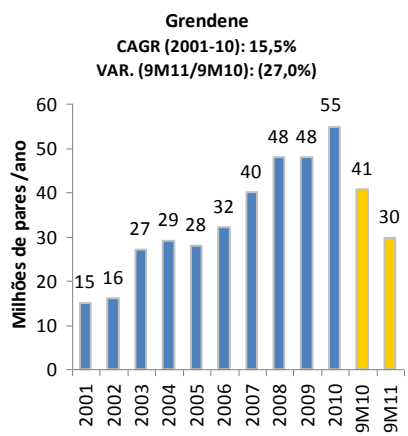
Fonte: IEMI / Abicalçados

A Grendene tem crescido acima da taxa média de crescimento da indústria de calçados no Brasil.

11

Exportação Brasileira de Calçados x Grendene





Fonte: DECEX / MDIC / ABICALÇADOS

A Grendene respondeu por 36,1% dos pares de calçados exportados no 9M11. (37,2% no 9M10).

12

Grendene

Menos intensiva em mão de obra

Mais intensiva em capital

Estratégia: Quebra de Paradigmas

Maior barreira a entrada

Muito intensiva em marketing

A expertise de 40 anos produzindo calçados inovadores e gerindo marcas desejadas, demonstra o acerto de nossa visão do mercado, nossa estratégia e modelo de negócios e a capacidade de criar valor para nossos acionistas.

13

Grendene

Proposta de Valor

Marcas

Produtos	Marketing	Gestão
▪ Criação constante de produtos ▪ Design inovador ▪ Tecnologia de fabricação ▪ Poucos produtos em larga escala	▪ Marketing agressivo ▪ Licenças com celebridades ▪ Segmentação ▪ Investimento em mídia / Eventos ▪ Forte relacionamento com o trade	▪ Ganhos de escala e escopo ▪ Rentabilidade ▪ Melhoria contínua ▪ Solidez financeira ▪ Crescimento sustentável

Valor para Stakeholders

14

Grendene

Produtos

Produtos que atendem as necessidades essenciais a baixo custo.

Produtos para todas as classes sociais: A, B, C, D e E – com custo x benefício muito bom.

15

Grendene

Canais de venda no Brasil

Varejo – Di Santinni

Varejo – Centauro

17

Grendene

Canais de venda no Brasil

Magazine – C&A

Auto-Serviço – Carrefour

18

Grendene

Canais de venda no Brasil

Distrib. seletiva – Doc Dog

Distrib. Seletiva – Daslu

19

Grendene

Canais de venda no exterior

Monastiraki - Atenas

Footlocker - Milão

20

Grendene

Canais de venda no exterior

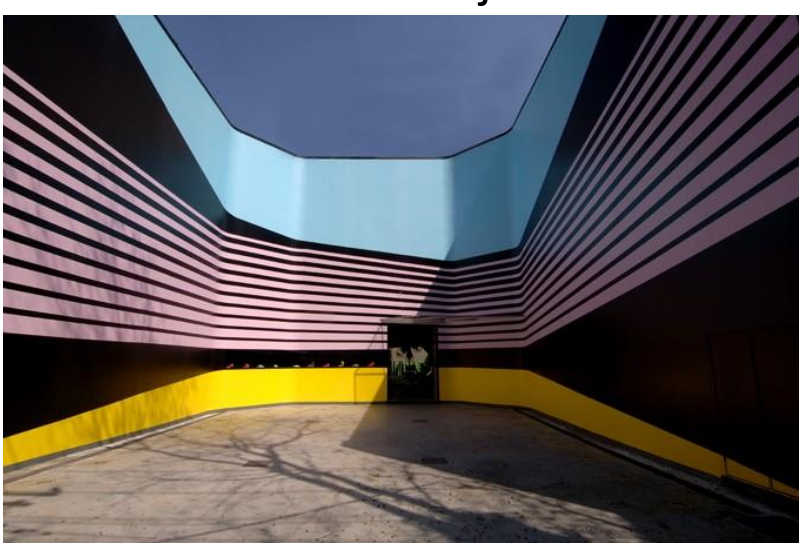
Fred Segal - Los Angeles

Jean Pierre Bua - Barcelona

21

Grendene

Galeria Melissa – Loja Conceitual



© Todos os direitos reservados

Rua Oscar Freire, 827, São Paulo, SP

22

Grendene

Resultados (em IFRS)

23

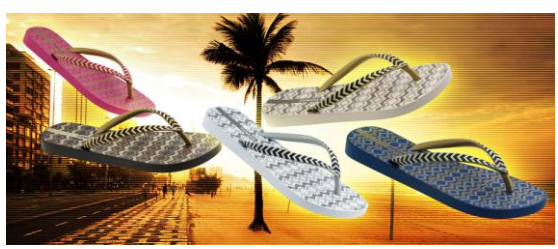
Grendene

Principais indicadores econômico-financeiros

R$ milhões	9M10	9M11	Var. % 9M10-9M11
Receita líquida	1.116,4	975,7	(12,6%)
Lucro líquido	189,7	183,9	(3,1%)

Margens %	9M10	9M11	Var. p.p.
Bruta	37,7%	40,8%	3,1
EBIT	10,2%	9,5%	(0,7)
EBITDA	12,1%	11,7%	(0,4)
Líquida	17,0%	18,8%	1,8

IPANEMA



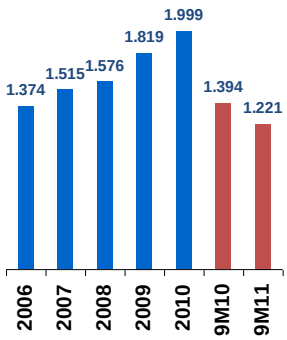
24

Grendene

Receita bruta de vendas (IFRS) (R$ milhões)

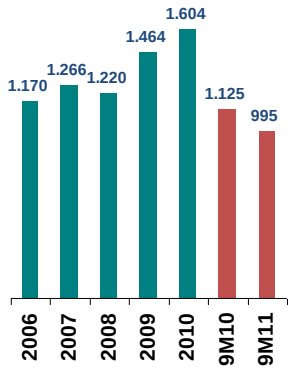
Receita Bruta de Vendas

CAGR (2006-10): 9,8%
Var. % (9M10-9M11): (12,4%)



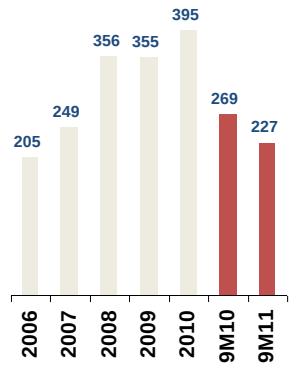
Receita Mercado Interno

CAGR (2006-10): 8,2%
Var. % (9M10-9M11): (11,6%)



Receita Mercado Externo

CAGR (2010-06): 17,9%
Var. % (9M10-9M11): (15,7%)

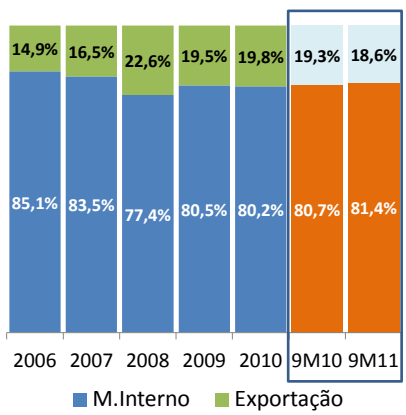


25

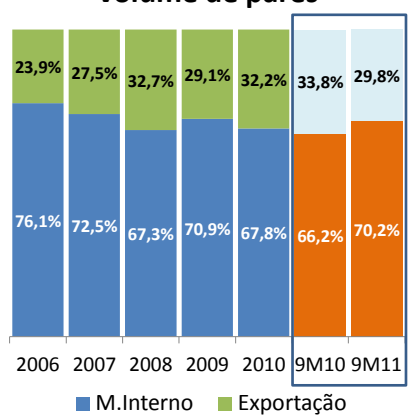
Grendene

Participação % por mercado

Receita bruta de vendas



Volume de pares



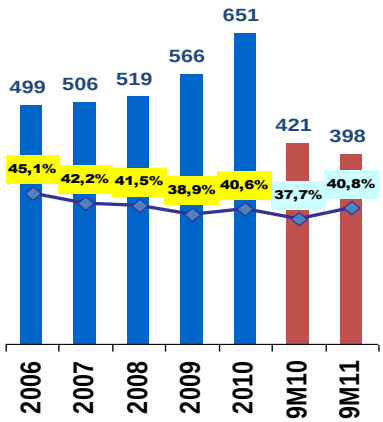
26

Grendene

Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

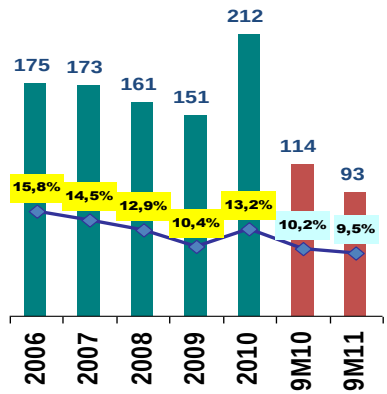
Lucro Bruto / Margem bruta

CAGR (2006-10): 6,9%
Var. % (9M10/9M11): (5,4%)



EBIT / Margem EBIT

CAGR (2006-10): 5,0%
Var. % (9M10/9M11): (18,6%)



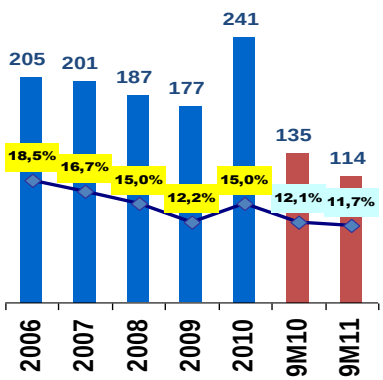
27

Grendene

Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

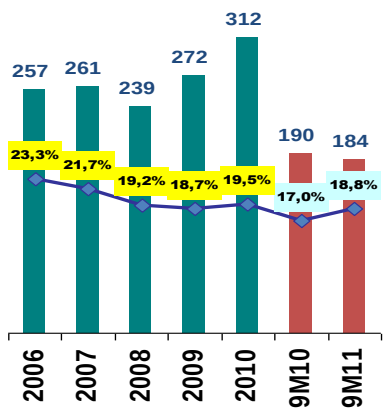
EBITDA / Margem EBITDA

CAGR (2006-10): 4,1%
Var. % (9M10-9M11): (15,4%)



Lucro líquido / Margem líquida

CAGR (2006-10): 5,0%
Var. % (9M10-9M11): (3,1%)



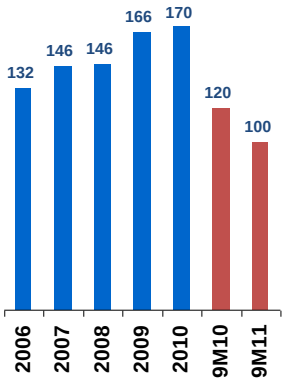
28

Grendene

Produção
(Milhões de pares)

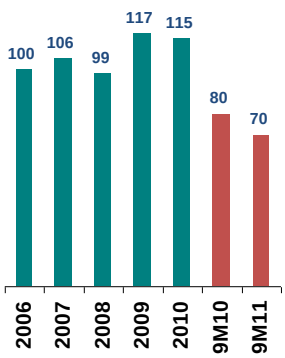
Volume de Vendas

CAGR (2006-10): 6,5%
Var. % (9M10-9M11): (17,2%)



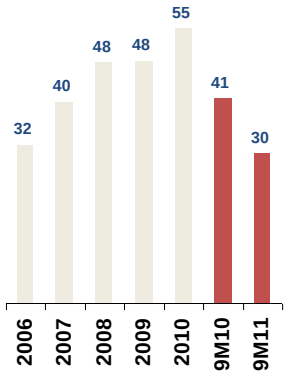
Volume – M. Interno

CAGR (2010-06): 3,4%
Var. % (9M10-9M11): (12,2%)



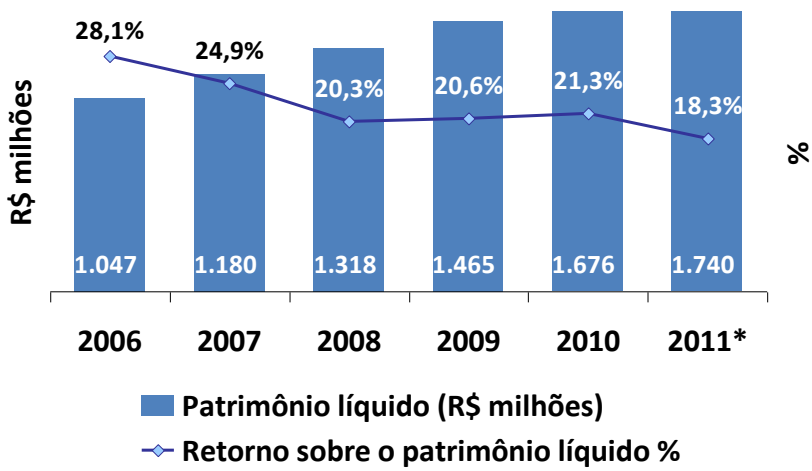
Volume – Exportação

CAGR (2010-06): 14,8%
Var. % (9M10-9M11): (27,0%)



Grendene

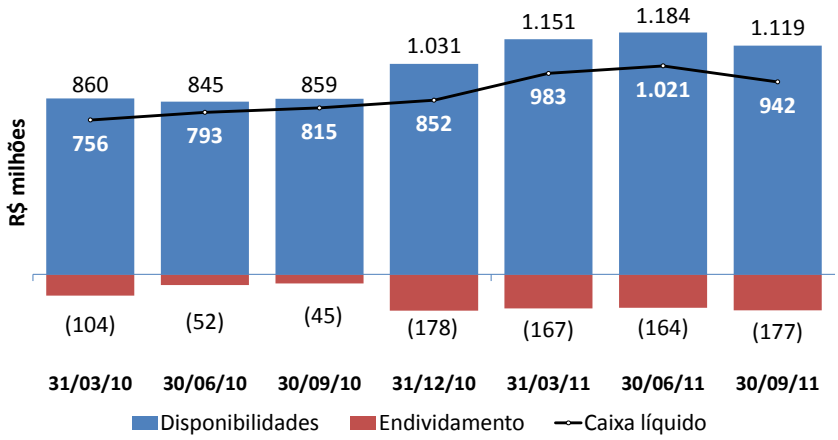
Patrimônio líquido (R$ milhões) e Retorno sobre o patrimônio líquido



* 30 de setembro de 2011.

Grendene

Disponibilidades, Caixa líquido e Total da dívida

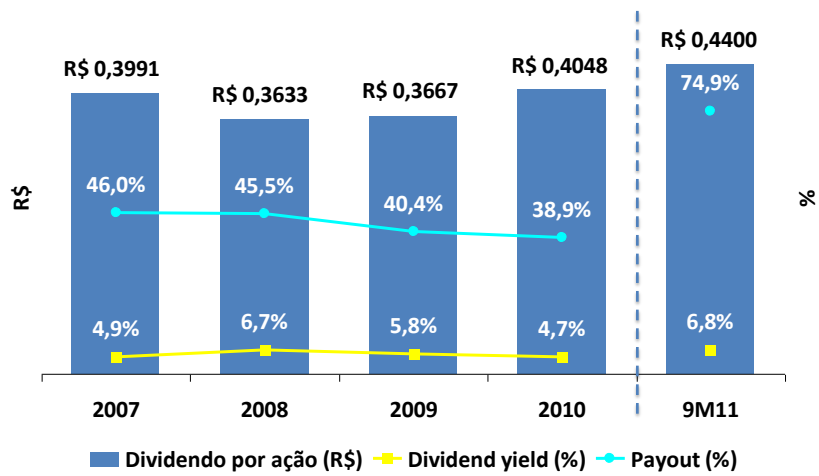


Forte Geração de caixa

31

Grendene

Distribuição de Dividendos

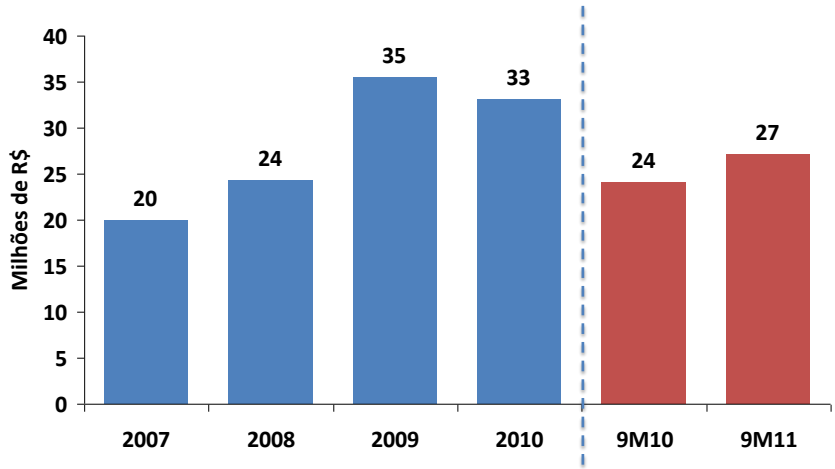


Dividend yield: Lucro por ação dividido pelo valor médio da ação no ano.

32

Grendene

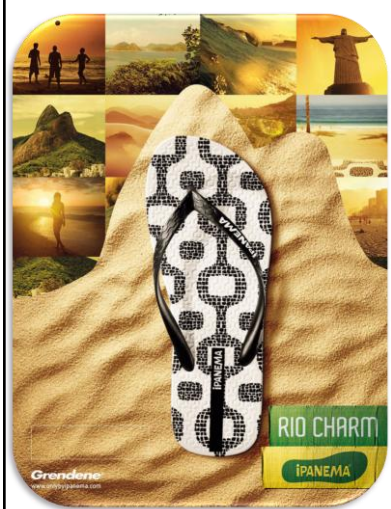
Capex: Baixa necessidade



33

Grendene

Perspectivas



Meta para o período: 2009 – 2013 / 2011-2015
Crescimento da receita bruta a uma taxa composta média (CAGR) entre 8% e 12%.
Crescimento do Lucro Líquido a uma taxa composta média (CAGR) entre 12% e 15% nos próximos 5 anos.
Despesas de propaganda e publicidade em média entre 8% e 10% da receita líquida.

Entendemos que neste período poderemos ter anos com crescimento maior que esta taxa, como foi o caso em 2009 e outros anos com crescimento menor, mas pretendemos na média atingir esta meta.

Grendene

Muito Obrigado!

Time de RI da Grendene
Francisco Schmitt
Diretor de Relações com Investidores
schmitt@grendene.com.br
(5554) 2109.9022

Secretária
Cátia Gastmann
(5554) 2109.9011

Analistas
Alexandre Vizzotto
(5554) 2109.9036

Lenir Baretta
(5554) 2109.9026

Maiores informações

Internet: http://ri.grendene.com.br / Email: dri@grendene.com.br

35