Grendene®

apimec | SUL
ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS
E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTO
DO MERCADO DE CAPITAIS

Agosto 2012

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 da Companhia
Destaques
Instalações
Processos de produção
Sustentabilidade
Setor de calçados
Produtos
Resultados
Estratégia
Perspectivas

3

Grendene

Missão

- Fazer moda democrática, respondendo rapidamente às necessidades do mercado e gerando retorno atrativo para a empresa e seus parceiros.

Valores

- Lucro, Inovação e Agilidade, Competitividade, Ética.

4

Histórico

Grendene

O início

1971

Iniciou suas atividades com duas injetoras, 15 empregados e a novidade: produzir embalagens plásticas para vinho.

1975

Com a diversificação, foi a empresa pioneira a produzir calçados com o nylon como matéria-prima.

5

Histórico

Grendene

1978

O lançamento da sandália Nuar tornou realidade um sonho antigo.

1979

A coleção de sandálias com a marca Melissa conquista o mundo.

Melissa inova, sendo a primeira marca de calçados a fazer merchandising na televisão brasileira na novela "Dancin' Days".

6

Grendene

Histórico

1983

Parcerias de sucesso da Melissa com grandes designers: Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler, Jacqueline Jacobson e Elisabeth De Seneville.

1986

O lançamento das sandálias Rider direcionadas para o público masculino.

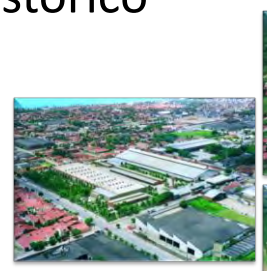
7

Grendene

Histórico

1990/93/97

Instalação das unidades de Fortaleza, Sobral e Crato, no Ceará.



1994

O lançamento da marca Grendha voltada ao público feminino.

8

Grendene

Histórico

2001

Lançamento marca Ipanema e parceria com a top model Gisele Bündchen.

Foto: A. Carreiro – Out/2004

2004

Abertura do capital Grendene, que passou a ter ações ordinárias negociadas ("GRND3") no Novo Mercado da BM&FBovespa.

9

Grendene

Histórico

2005

Inauguração da galeria Melissa em São Paulo.

10

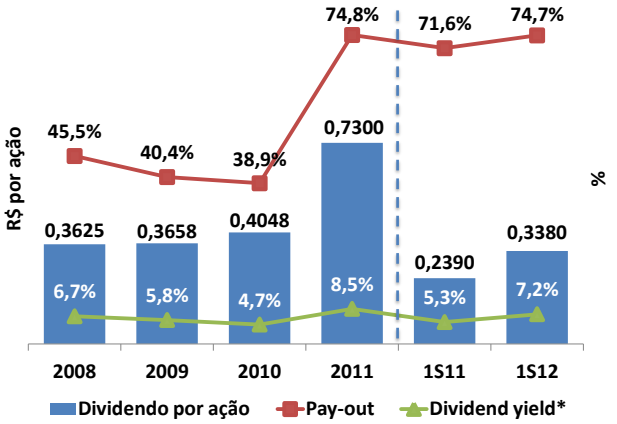
Grendene

Histórico

2011

Nova Política de Dividendos – Pagamentos trimestrais e payout de aproximadamente 75% do lucro líquido após a constituição das reservas legais.

Distribuição de Dividendos



(*) Dividend yield: Dividendo por ação no período dividido pelo preço médio da ação no período anualizado.

11

Grendene

Histórico

2012

Inauguração da galeria Melissa em New York.

12

Grendene

Histórico

2012

Memorando de entendimentos entre Grendene & Jelly.

13

Grendene

Destaques

Grendene é uma das maiores produtoras de calçados no mundo.
200 mm de pares/ano de capacidade instalada.
Produção média de 500.000 pares por dia.
23 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.

14

Grendene

Instalações

15

Grendene

Localização das plantas industriais e Processo de produção

Brasil

Verticalização = Agilidade

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

16

Grendene

Plantas Industriais

Carlos Barbosa / RS

Sobral / CE

Capacidade instalada: 200.000.000 de pares / ano

Fortaleza / CE

Farroupilha / RS

Teixeira de Freitas/BA

Crato / CE

17

Grendene

Processo de produção

18

Grendene

Sustentabilidade

19

Grendene

Nossa resposta

20

Grendene®

Responsabilidade social

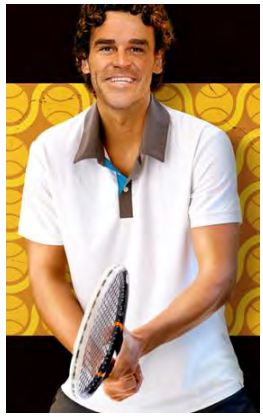
Geração de empregos e renda, alimentação saudável, Treinamento / capacitação profissional e saúde.

21

Grendene®

Responsabilidade social

Ao longo dos anos, a Grendene tem ajudado a calçar as pessoas.



22

Grendene

Responsabilidade socioambiental

O PVC não utilizado ou danificado no processo, as sobras e retalhos são totalmente reutilizados.

Tintas não utilizadas são removidas da água para a reutilização da tinta e da água.

23

Grendene

Responsabilidade socioambiental

A água é tratada em uma lagoa de estabilização e reutilizada para a conservação da vegetação.

A água utilizada para regar as plantas provém do reuso da água das fábricas.

24

Grendene

Setor de Calçados

Grendene

Setor de calçados

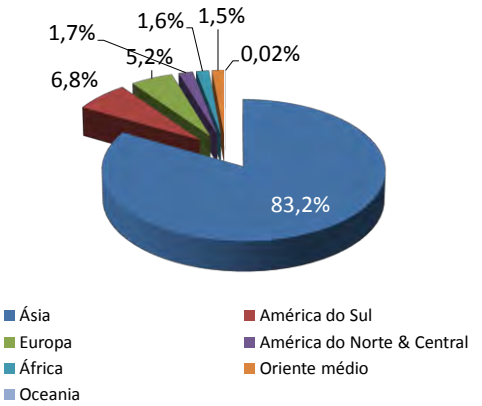
Dados gerais da indústria
8,2 mil **empresas produtoras de calçados** em 2011
Geração de mais de **337.500 empregos diretos**
Produção de 819,1 milhões de pares em 2011 (894 milhões de pares em 2010)
Brasil é o 3º maior **Produtor Mundial**
Consumo aparente no mercado interno: 740 milhões de pares e 3,8 pares per capita / ano em 2011 (780 milhões e 4,0 pares em 2010)
Exportação: 113 milhões de pares para mais de 140 países em 2011 (-21,0% vs. 2010)
Fonte: IEMI/RAIS/ABICALÇADOS/SECEX

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

Grendene

Setor de Calçados

Distribuição da produção de calçados por continente em 2010



País	Produção 2010 (milhões de pares)
China	10.210
Índia	2.180
Brasil	894
Vietnã	682
Indonésia	604
Outros	3.022
Total	**17.592**

Os 5 principais países produziram 14.570 milhões de pares, equivalente a 82,8% da produção mundial.

Fonte: World Shoe Review 2011 / ABICALÇADOS

27

Grendene

Setor de calçados no Brasil

Milhões de pares	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Produção	830	808	816	814	894	819
Importação	19	29	39	30	29	34
Exportação	180	177	166	127	143	113
Consumo aparente	669	660	689	717	780	740
Consumo per capita (pares)	3,6	3,5	3,6	3,7	4,0	3,8

Fonte: IEMI / Secex / Abicalçados

Consumo – 2010	Total	Per capita
Estados Unidos	2.263	7,3
Reino Unido	419	6,7
França	412	6,4
Itália	336	5,5
Japão	680	5,3

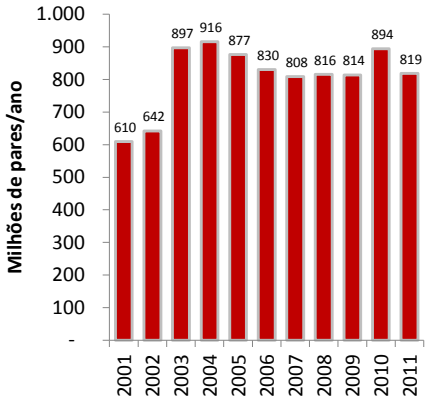
Fonte: World Shoe Review 2011 / Abicalçados / US Census Bureau / Office for National Statistics (UK) / Institut national de la statistique et des études économiques / istituto Nazionale di Statistica / Statistics Bureau (Japan)

28

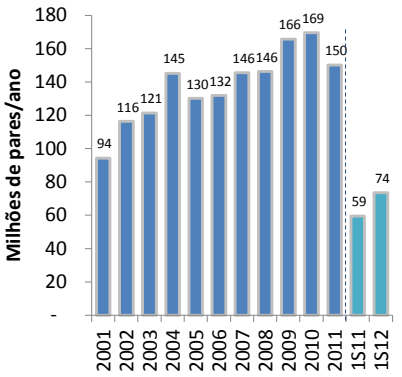
Grendene

Indústria Brasileira de Calçados x Grendene

Produção Brasileira
Cagr (2001/2011): 3,0%



Grendene
Cagr (2001/2011): 4,8%
Var. % (1S11/1S12): 23,7%



Fonte: IEMI / Abicalçados

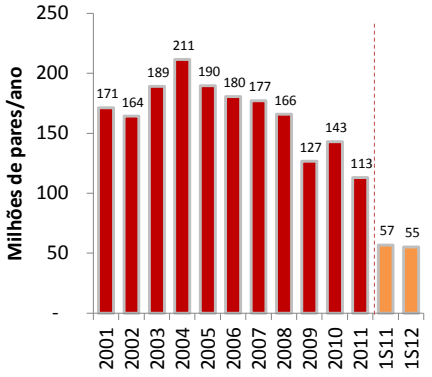
A Grendene tem crescido acima da taxa média de crescimento da indústria de calçados no Brasil.

29

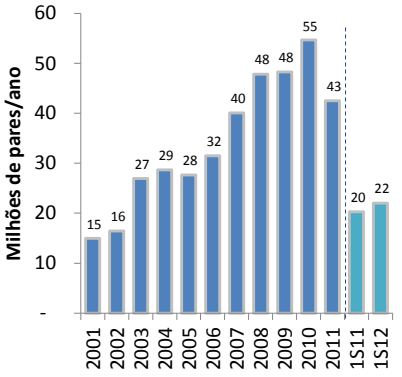
Grendene

Exportação Brasileira de Calçados x Grendene

Exportação Brasileira
Cagr (2001/2011): (4,1%)
Var. % (1S11/1S12): (2,8%)



Grendene
Cagr (2001/2011): 11,0%
Var. % (1S11/1S12): 8,5%



Fonte: DECEX / MDIC / ABICALÇADOS

A Grendene respondeu por 39,9% dos pares de calçados exportados no 1S12. (35,8% no 1S11).

30

Grendene

Produtos

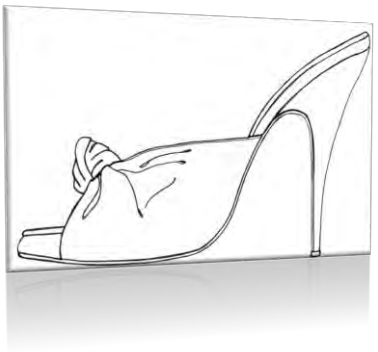
Produtos que atendem as necessidades essenciais a baixo custo.

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

31

Grendene

Processo criativo

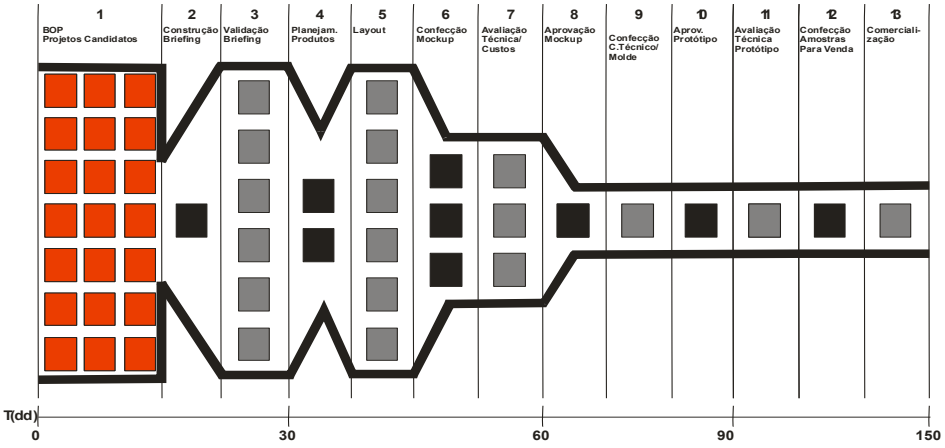


Melissa + Vivienne Westwood

32

Grendene

Fluxo do Processo de P&D

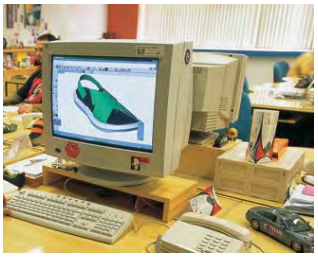


33

Grendene

Desenvolvimento de matrizes

- O modelamento dos produtos é feito via software de última geração.
- Máquinas em rede fazem a escala de toda a numeração de matrizes.
- As fresadoras CNC foram projetadas para a matrizaria da Grendene e permitem fresar quatro matrizes por vez.



34

Ipanema

Grendene

Merchandising Garotas de Ipanema

35

Grendene

Processo de Gestão

36

CARTAGO
PLAYBOY
TPM
CURTIU?
DOMINGÃO DO
FAUSTÃO
37

Grendene
MELISSA
RAINBOW
Melissa Artemis + Jason Wu
Melissa Dance Hit
Melissa Trippy
Melissa Gradient
Melissa Morning + Salinas
Melissa Nº 1 + Pedro Lourenço
38

Grendene
PROGRESSO
rider
SANDALS
rider
rider
box for insertion of logo and distributor data
facebook.com/RiderOficial
39

GUGA
HUERTEN
DOMINGÃO DO
FAUSTÃO

Grendene

grendha

grendha
Ivete Sangalo

grendha
shakira

41

Grendene

lançamentos 2012
ZAXY

42

Grendene kids

Grendene

Avengers Universe

Hello Kitty Super Fashion

Barbie Ballet

Homem Aranha Street

43

Grendene

Hot Wheels Speed Baby

Backiardigans Baby

Patati -Patatá
Alegria Baby

Hello Kitty Diva
Baby

Grendene baby

44

Grendene

Celebridades

Gisele Bündchen

Shakira

Taís Araújo

Ivete Sangalo

Tânia Khalill

Caio Castro

Di Ferrero

Mariana Rios

46

Grendene

Canais de venda no Brasil

DI SANTINNI

Varejo

CENTAURO
Seu esporte, nossa paixão.

Varejo

47

Grendene

Canais de venda no Brasil

C&A

Magazine

Carrefour

Auto-Serviço

48

Grendene

Canais de venda no Brasil

Distribuição Seletiva

Distribuição Seletiva

49

Grendene

Canais de venda no exterior

RSH Malaysia
Studio R Store – Sunway

50

Grendene

Canais de venda no exterior

Famous Footwear
Cadeia de lojas com mais de 1.200 pontos de venda nos EUA

51

Grendene

Canais de venda no exterior

Hard Rock Store
Orlando, FL

52

Grendene®

Galeria Melissa – Loja Conceitual

Rua Oscar Freire, 827, São Paulo, SP

© Todos os direitos reservados

53

Grendene®

Galeria Melissa – New York

102 Greene St, Manhattan, New York/ US

© Todos os direitos reservados

54

Grendene

Resultados (em IFRS)

Grendene

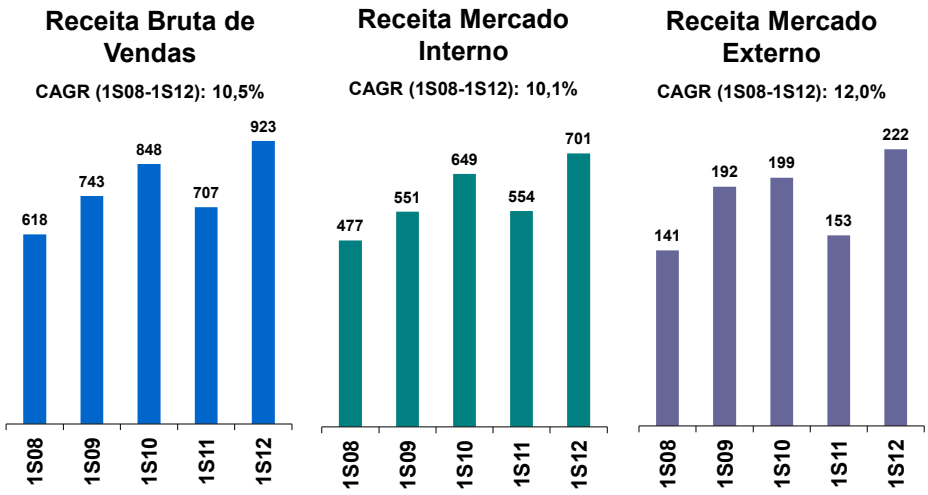
Principais indicadores econômico-financeiros

R$ milhões	1S11	1S12	Var. % 1S11-1S12
Receita líquida	561,1	726,2	29,4%
Lucro líquido	100,4	141,5	41,0%

Margens %	1S11	1S12	Var. p.p.
Bruta	36,6%	42,2%	5,6
EBIT	7,0%	12,0%	5,0
EBITDA	9,6%	14,1%	4,5
Líquida	17,9%	19,5%	1,6

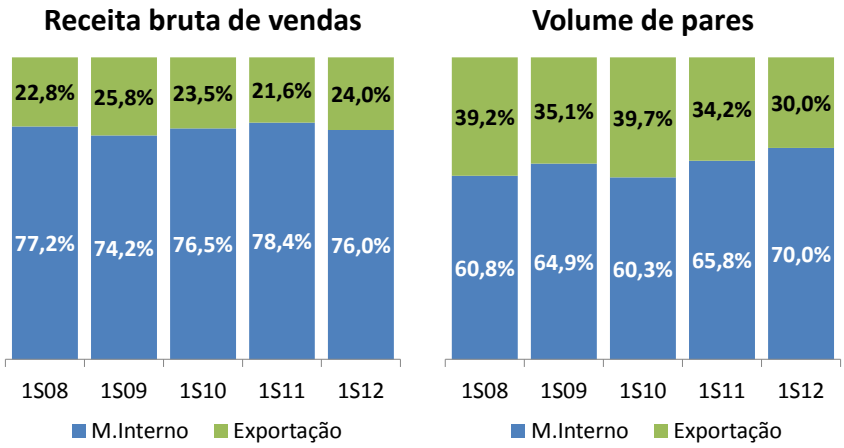
Ipanema

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



57

Participação % por mercado



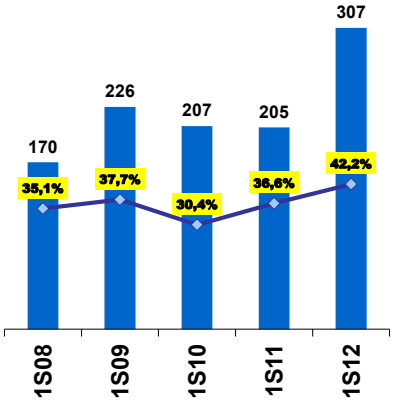
58

Grendene

Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

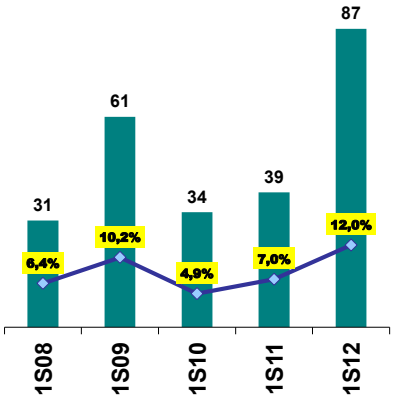
Lucro Bruto / Margem bruta

CAGR (1S08-1S12): 15,9%



EBIT / Margem EBIT

CAGR (1S08-1S12): 29,4%



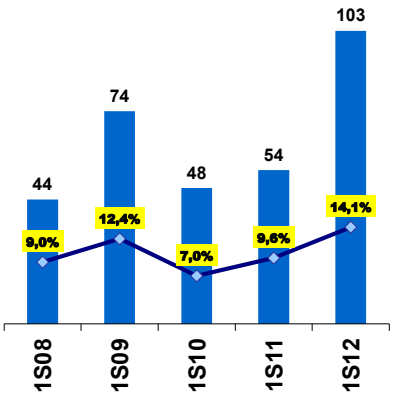
59

Grendene

Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

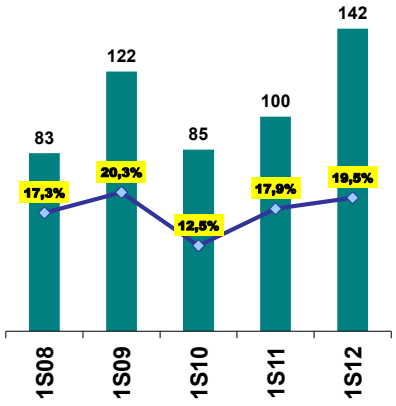
EBITDA / Margem EBITDA

CAGR (1S08-1S12): 23,9%



Lucro líquido / Margem líquida

CAGR (1S08-1S12): 14,1%



60

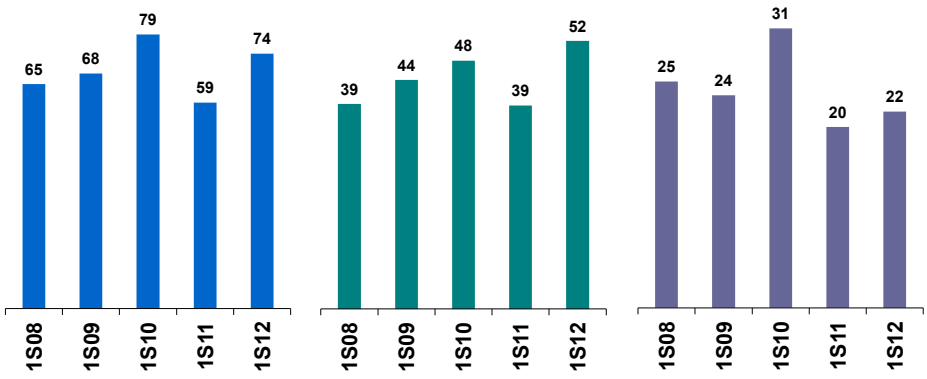
Grendene

Produção
(Milhões de pares)

Volume de Vendas
CAGR (1S08-1S12): 3,2%

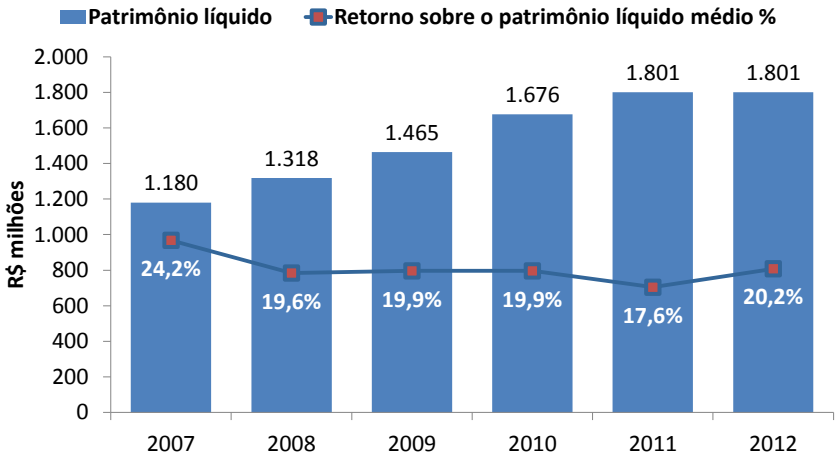
Volume – M. Interno
CAGR (1S08-1S12): 6,9%

Volume – Exportação
CAGR (1S08-1S12): (3,5%)



Grendene

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



Resultado Operacional (IFRS) (R$ milhares)

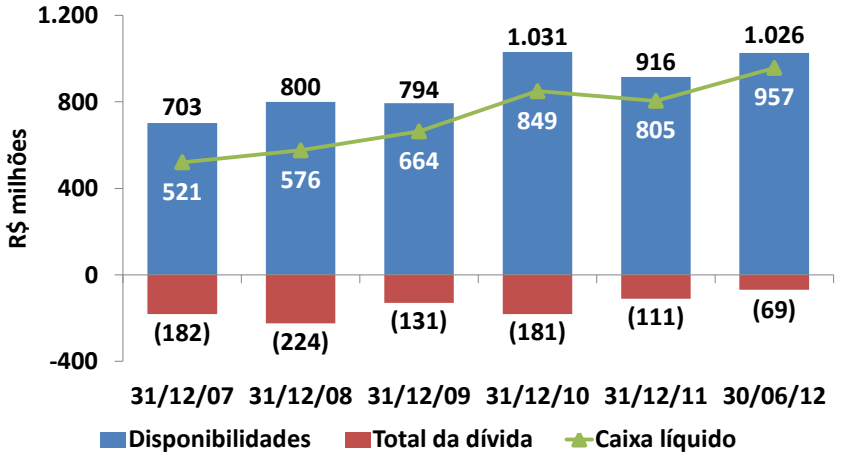
Grendene

	1S11	% V	1S12	%V	%H
Mercado interno	553.699	98,7%	700.723	96,5%	26,6%
Exportação	152.894	27,2%	221.867	30,6%	45,1%
Receita bruta de vendas	**706.593**	**125,9%**	**922.590**	**127,0%**	**30,6%**
Deduções das vendas	(145.489)	(25,9%)	(196.374)	(27,0%)	35,0%
Receita líquida de vendas	**561.104**	**100,0%**	**726.216**	**100,0%**	**29,4%**
Custo dos produtos vendidos	(355.738)	(63,4%)	(419.554)	(57,8%)	17,9%
Lucro bruto	**205.366**	**36,6%**	**306.662**	**42,2%**	**49,3%**
Receita (despesas) operacionais					
Com vendas	(137.106)	(24,4%)	(185.012)	(25,5%)	34,9%
Gerais e administrativas	(28.830)	(5,1%)	(34.466)	(4,7%)	19,5%
EBIT	**39.430**	**7,0%**	**87.184**	**12,0%**	**121,1%**
Outras Receitas Operacionais	3.808	0,7%	2.334	0,3%	(38,7%)
Outras Despesas Operacionais	1.622	(0,3%)	(1.769)	(0,2%)	91%
Result. Oper. antes do resultado financeiro	**41.616**	**7,4%**	**87.749**	**12,1%**	**110,9%**
Despesas financeiras	(19.876)	(3,5%)	(39.705)	(5,5%)	99,8%
Receitas financeiras	91.396	16,3%	115.978	16,0%	26,9%
Resultado financeiro	**71.520**	**12,7%**	**76.273**	**10,5%**	**6,6%**
Lucro antes da tributação	**113.136**	**20,2%**	**164.022**	**22,6%**	**45,0%**
Imposto de renda e Contr. Social:					
Corrente	(11.599)	(2,1%)	(16.643)	(2,3%)	43,5%
Diferido	(1.285)	(0,2%)	(5.623)	(0,8%)	337,6%
Particip. acionistas não controladores	138	0,0%	(207)	(0,0%)	(250,0%)
Lucro líquido do período	**100.390**	**17,9%**	**141.549**	**19,5%**	**41,0%**

63

Grendene

Disponibilidades, Caixa líquido e Total da dívida

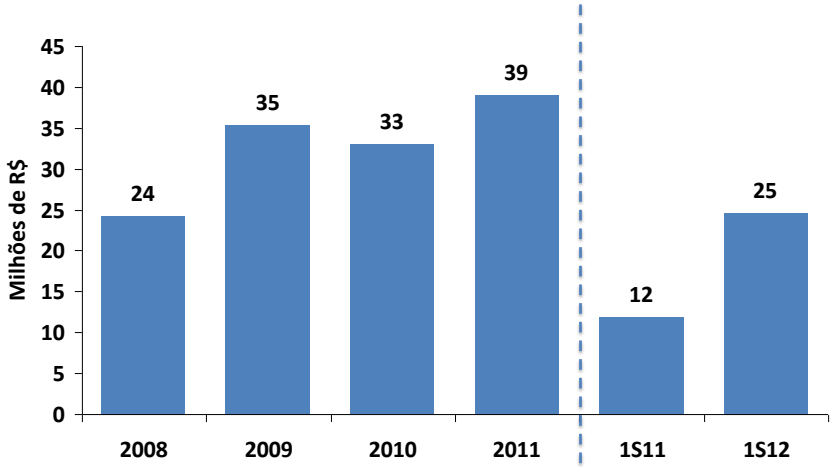


Forte Geração de caixa

64

Grendene

Investimentos (Imobilizado e intangível) = Baixa necessidade



65

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.

66

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

67

Grendene

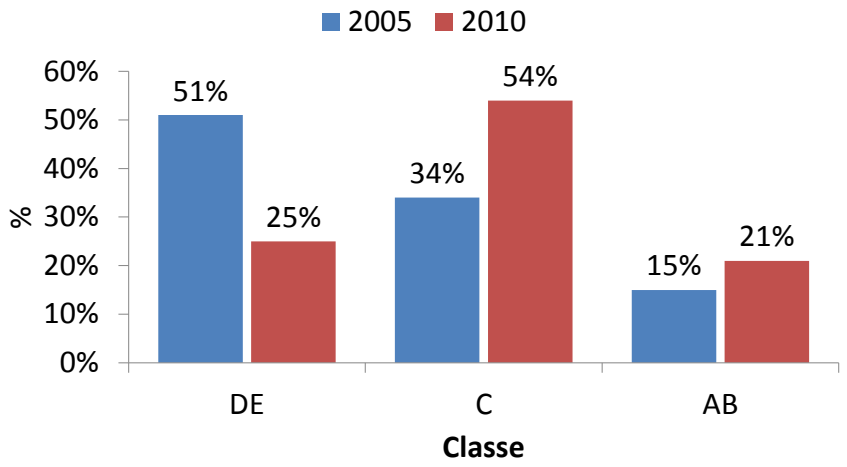
Perspectivas

Meta para o período: 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

Distribuição da população brasileira por classe de consumo

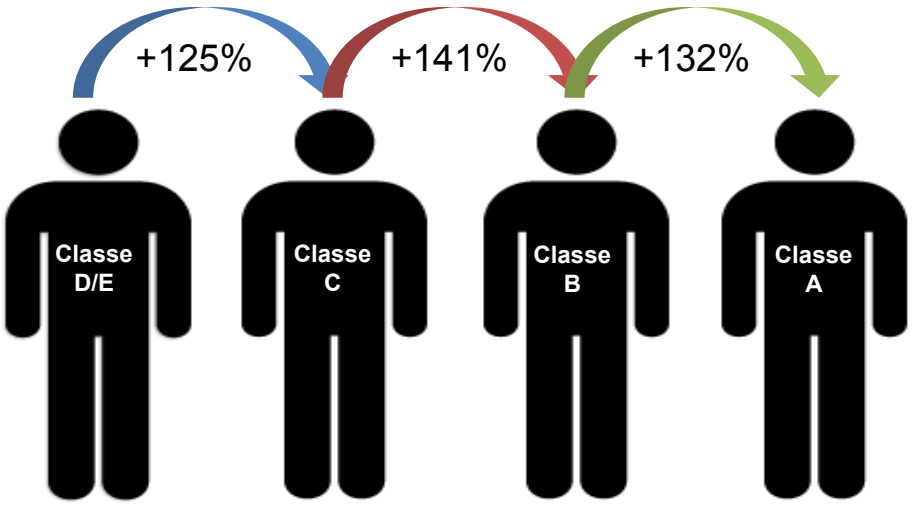


Fonte: Pesquisa Cetelem-Ipsos 2010

69

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

70

Grendene

OBRIGADO!

Time de RI da Grendene
Francisco Schmitt
Diretor de Relações com Investidores
schmitt@grendene.com.br
(55 54) 2109.9022

Secretária
Cátia Gastmann
(55 54) 2109.9011

Analistas
Alexandre Vizzotto
(55 54) 2109.9036

Lenir Baretta
(55 54) 2109.9026

Maiores informações

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

71