



Grendene

Resultado 2T06
Agosto 2006

GRND3
NOVO
MERCADO
BOVESPA BRASIL

itag

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado

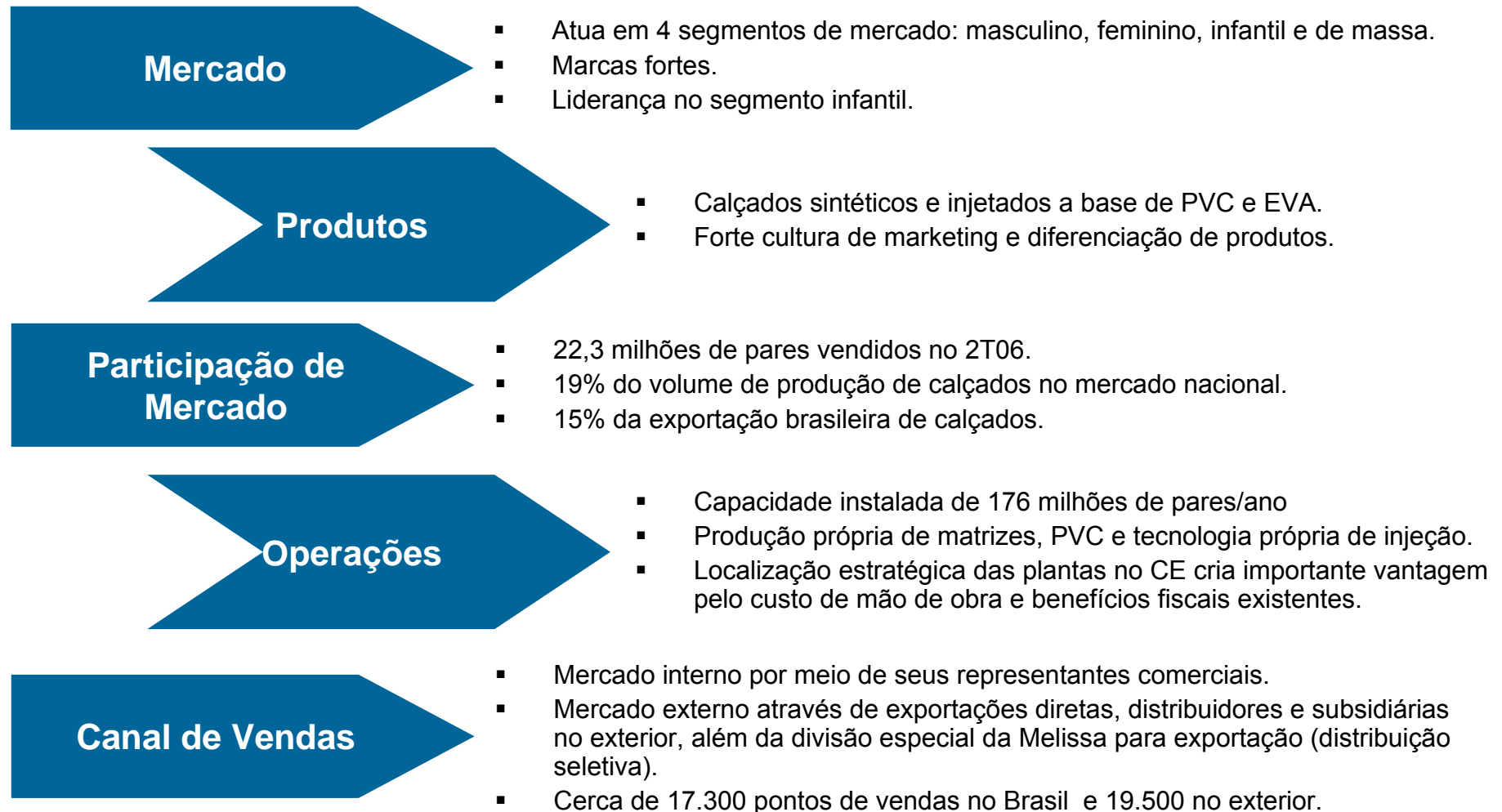


Perfil da Companhia



Perfil da Companhia

A Grendene é um dos maiores produtores de calçados sintéticos do mundo, com cerca de 18 mil funcionários em 30/jun/06, faturamento bruto de R\$535 milhões e 55,7 milhões de pares vendidos no 1S06.



Diferenciais competitivos e estratégia

Força das marcas

- Marcas fortes e reconhecidas, tornando seus produtos referência no segmento de sandálias e calçados plásticos.
- Capacidade de interpretar, traduzir, criar e lançar tendências de moda em nível global nos seus segmentos de atuação.
- Estratégia de reconhecimento e identificação nos produtos

Capacidade de inovação e marketing

- Foco mais seletivo em alguns produtos
- Maior potencial de alavancagem de volume
- Produtos de maior valor agregado
- Mídia mais concentrada, menor número de campanhas com maior impacto para alongar o ciclo do produto
- Análise de nichos de mercado, novas marcas e licenciamentos

Processo produtivo diferenciado

- Verticalização (matrizaria e PVC) e tecnologia própria
- Escala, eficiência, rapidez e versatilidade na produção
- Produtos com qualidade superior a custos altamente competitivos
- Agilidade no aumento da capacidade instalada com investimento não relevante

Alto nível de Governança Corporativa

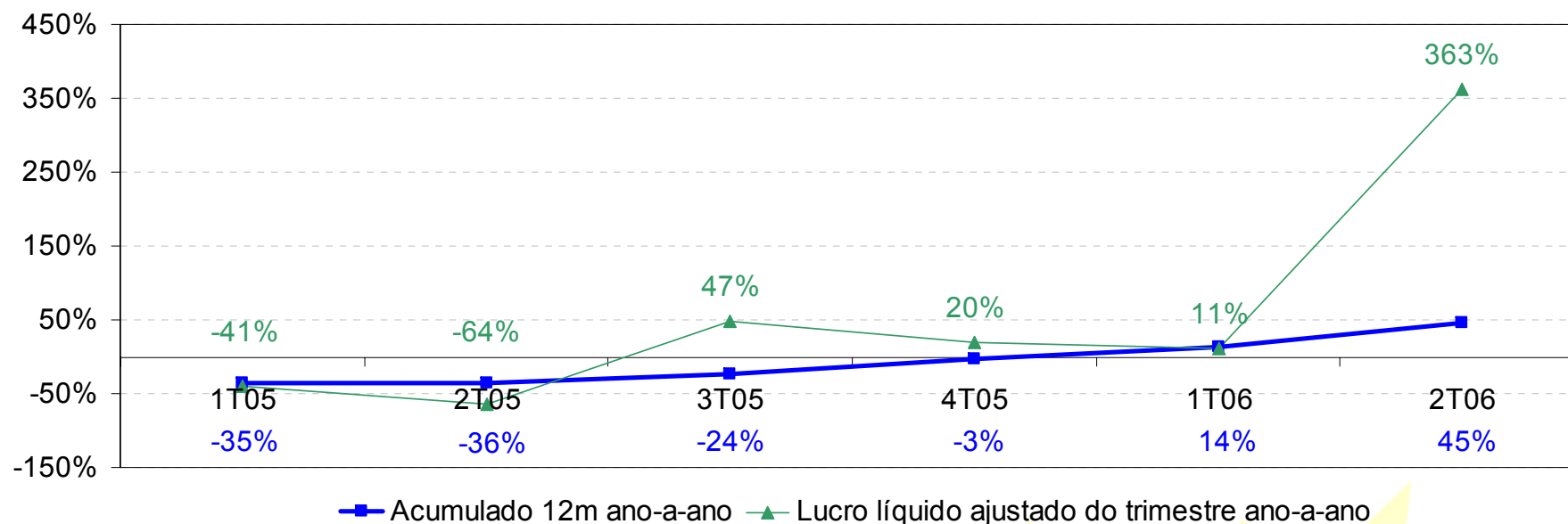
- Compromisso com os mais altos padrões de Governança e Corporativa e sustentabilidade (*Novo Mercado*)
- Política de dividendos intermediários e buscando a distribuição de até 100% do Lucro Líquido distribuível
- Ações com 100% de Tag along e somente ações ordinárias emitidas.
- Membros independentes no Conselho de Administração.

Sólida situação financeira e lucratividade

- Receita Bruta de R\$249,7 mm em 2T06 (R\$261,2 mm em 2T05).
- EBITDA Ajustado de R\$38 mm em 2T06 (R\$17,1 mm em 2T05).
- Lucro Líquido Ajustado de R\$41,8 mm em 2T06 (R\$9 mm em 2T05).
- Caixa Líquido de R\$473,8 mm em 30 de junho de 2006.
- Disponibilidades Líquidas geradas pelas atividades operacionais R\$189,3 mm em 30/jun/06.

Resultado do 2T06 & estimativas

variação ano-a-ano do lucro líquido ajustado trimestral e acumulado 12m



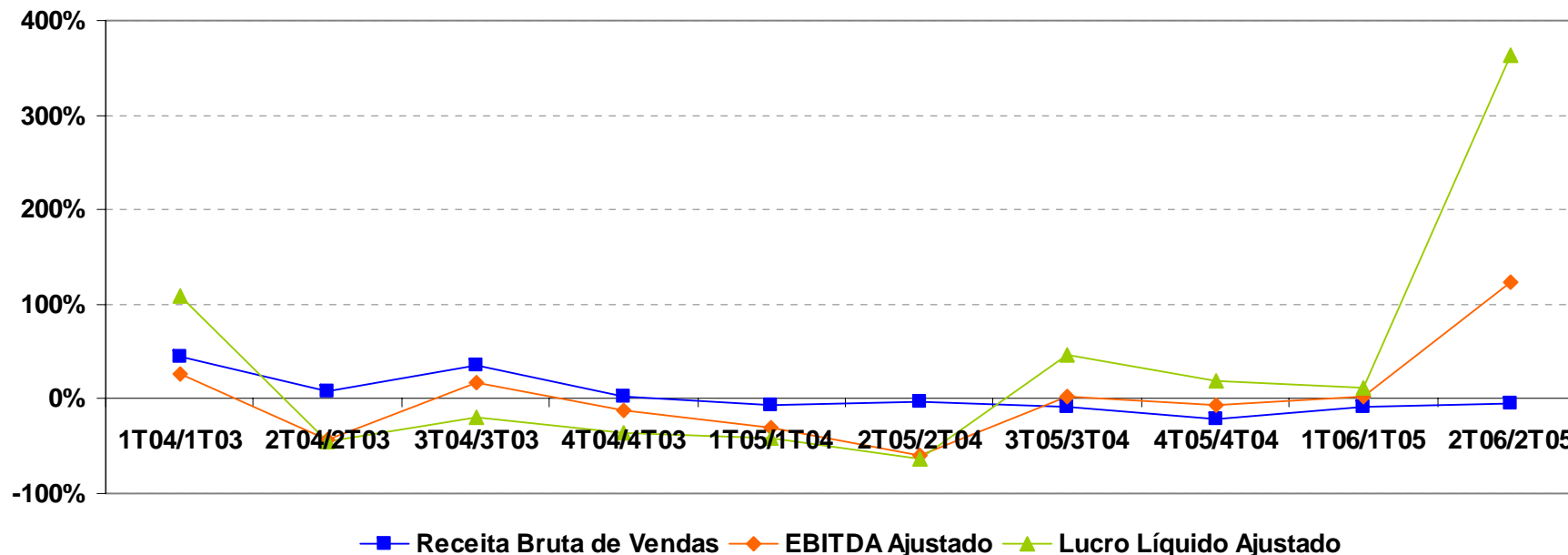
Lucro líquido ajustado aumenta 29% a.a. no acumulado em 12M até o 2T06

Para o ano de 2006 as estimativas são as seguintes:

- Faturamento bruto em 2006 deverá ser em linha com 2005 com possibilidade de leve crescimento; e
- O volume de vendas em 2006 deverá ser em linha com 2005 com possibilidade de leve decréscimo.

2T06 : queda proporcionalmente menor de vendas e maior recuperação de margens

Receita bruta, Ebitda ajustado e lucro líquido ajustado - variação ano-ano



- ▲ **Continuidade dos ganhos de lucratividade:** melhora nas margens, por contínua redução de custos industriais e de despesas, faturamento bruto ainda não reverte.
- ▼ **Receita bruta no 2T06** queda de 4,4% ano-a-ano, em **volume** 10,8% e aumento de 7,2% no **preço médio** pelo mix de produtos de maior valor agregado.
- ▲ **Ebitda ajustado** cresceu 123%, R\$ 38 milhões, margem de 19,3%, pela melhora no lucro bruto e nas despesas GA&V.
- ▲ **Lucro líquido** passando de 4,4% (R\$9 mm) para 21% (R\$42mm) da receita líquida
- ▲ **Receita não recorrente** de PIS/COFINS de R\$ 10 mm(líquido de impostos e custos legais).

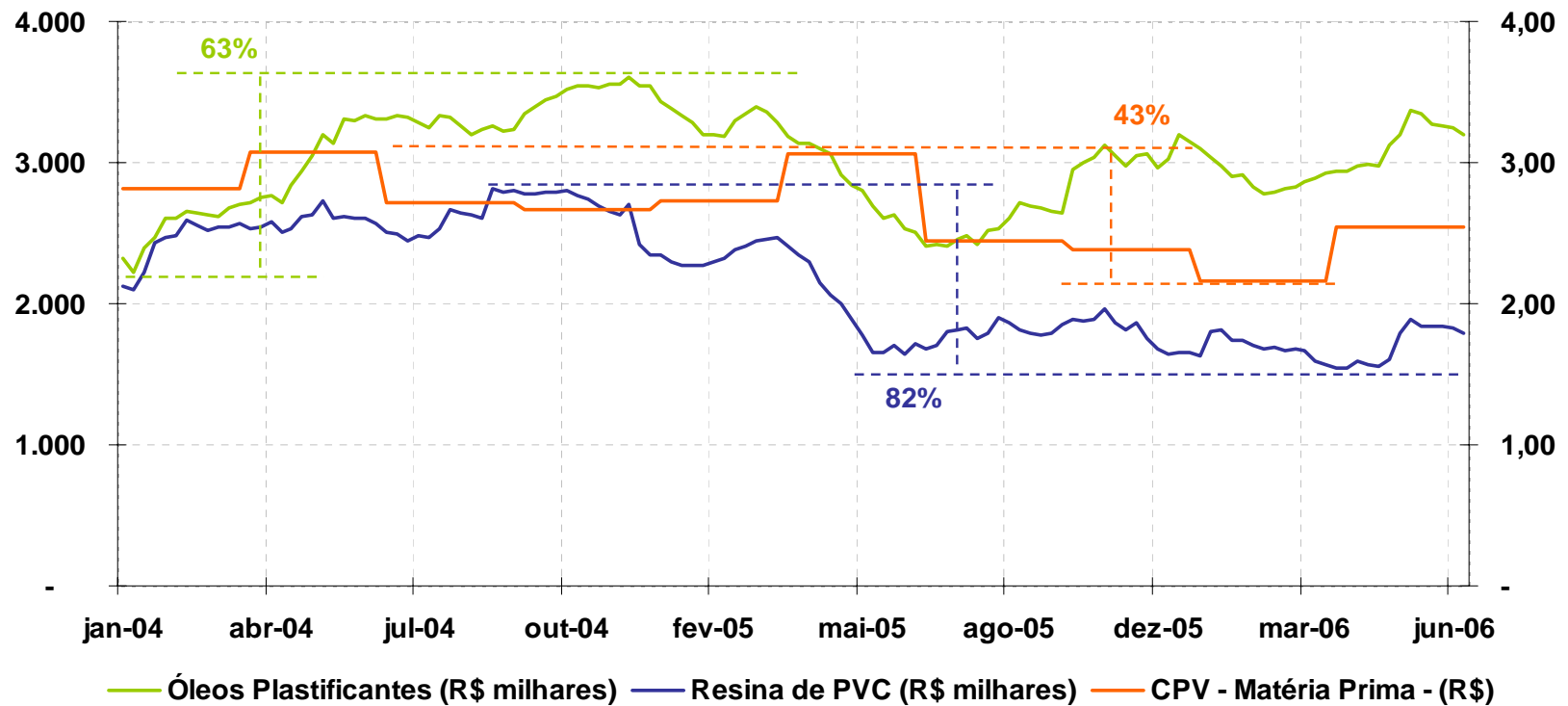
Resultado 2T06 – Lucro líquido ajustado aumenta 363% no 2T06 ...

Principais Indicadores Econômico-Financeiros

(R\$ milhões)	2T05		2T06		Var.%	1S05		1S06		Var.%
Receita Bruta	261,2		249,7		(4,4%)	575,2		535,2		(7,0%)
Doméstico	226,0		217,3		(3,8%)	483,7		446,4		(7,7%)
Exportações	35,2		32,4		(8,0%)	91,5		88,8		(3,0%)
Receita Líquida	203,2		197,1		(3,0%)	452,2		425,3		(5,9%)
Lucro Bruto	62,3	30,7%	72,9	37,0%	17,0%	154,9	34,3%	158,6	37,3%	2,4%
EBITDA Ajustado	17,1	8,4%	38,0	19,3%	122,6%	67,0	14,8%	89,4	21,0%	33,4%
Resultado Financeiro Líquido	(2,7)		14,8		n.s.	(3,2)		21,8		n.s.
Lucro Líquido Ajustado	9,0	4,4%	41,8	21,2%	363,2%	46,3	10,2%	83,3	19,6%	79,9%
LPA (R\$ por ação)	0,09		0,42		364,0%	0,46		0,83		80,0%
Volume Vendas (milhões de pares)	25,1		22,3		(10,8%)	56,4		55,7		(1,3%)
Preço Médio (R\$)	10,42		11,17		7,2%	10,20		9,62		(5,7%)

- ▲ **Lucro Bruto:** recuperação da margem bruta de 31% para 37% pela queda de 12% no CPV, (produtos de maior agregado - preço médio maior - custando menos – custo estável por par).
- ▲ **Gestão financeira contribuiu para o lucro:** passa de despesa de R\$2,6 mm para receita financeira líquida de R\$14,8 mm pela eliminação da exposição cambial.
- ▲ **Dividendos antecipados:** pagamento a c/ de 30/Ago/06, R\$39 milhões (R\$0,39 por ação ordinária), cerca de 100% do lucro distribuível do 1º semestre de 2006. Fazem jus aos dividendos os acionistas em 14/Ago/06. Ex-dividendos em 15/Ago/06.

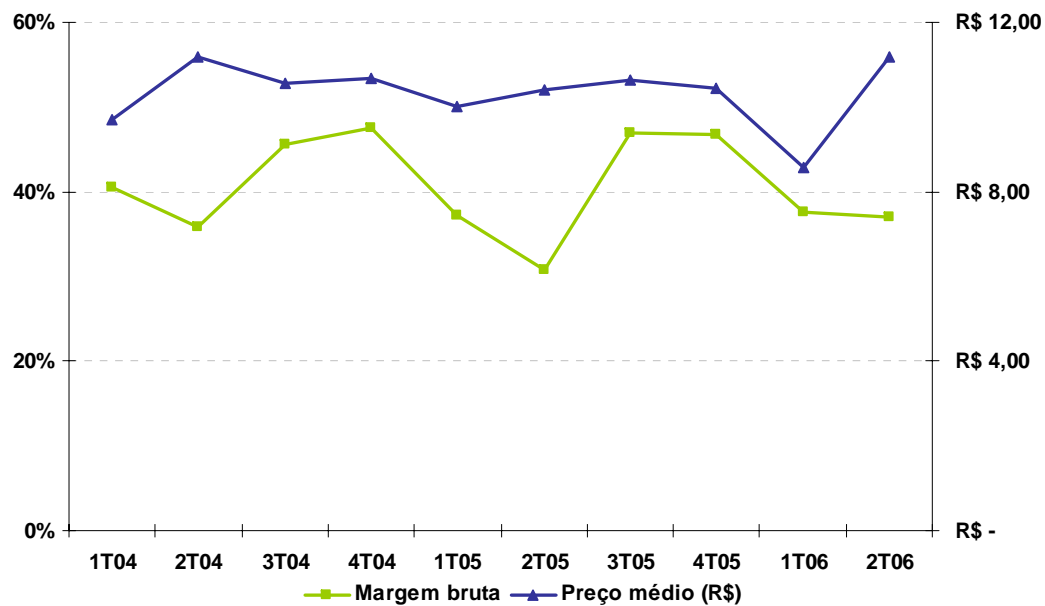
Custo de matérias-primas: baixa correlação do custo de insumos por par com preços dos petroquímicos



Fonte: ICIS-LOR / Grendene

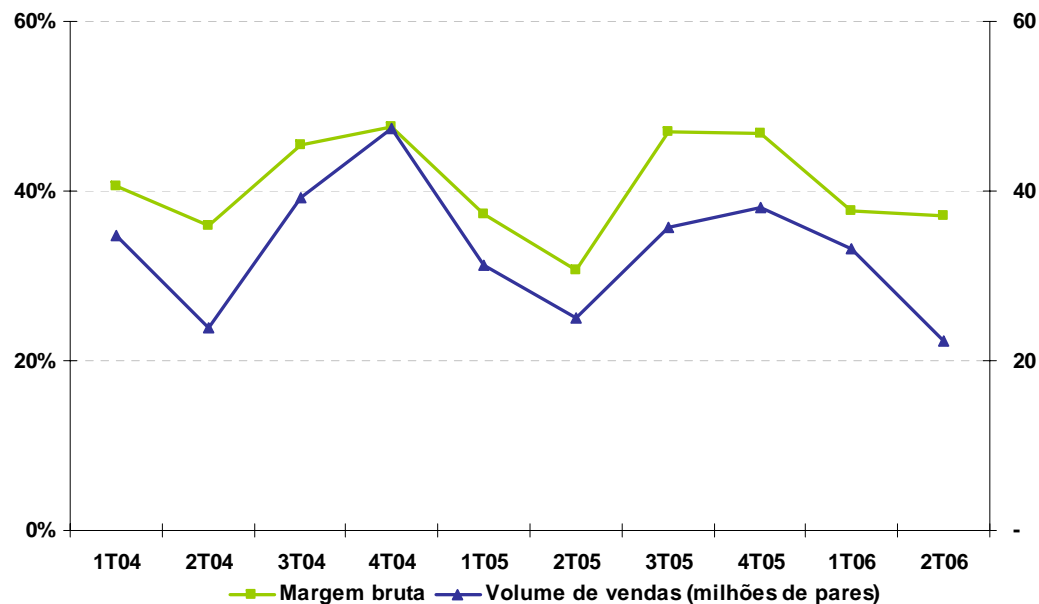
- Incluindo todas as **matérias-primas**, nos fabricamos e vendemos produtos com maior preço (maior valor agregado) custando menos (menor consumo de materiais);
- **Fabricação com custo mais baixo** (menor quantidade e menor utilização de PVC) e preço mais alto do produto final = ganho de margem
- **Fatores de influência:** preço da resina do PVC e óleos plastificantes, taxa de câmbio, design (variedade de modelos e de conteúdo de plástico) ... todos contribuindo para um custo estável por par no 2T06.

Preço médio X volume: agregação de valor pelo mix de produtos, redução do número de lançamentos e foco em produtos de maior potencial de volume



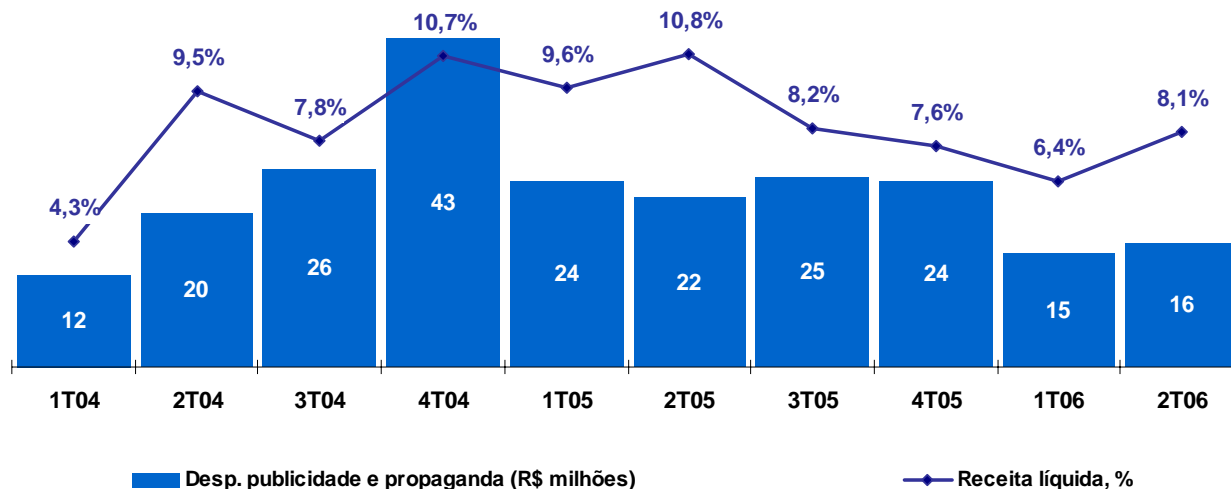
Preços médio maiores ... pelo lançamento de produtos de maior valor agregado...

*... com maior potencial de alavancagem de **volumes** de vendas, e sem afetar a margem bruta.*



Redução nas despesas com vendas, passando de 27,3% para 25,3% da receita líquida, pela queda nos gastos com publicidade no 2T06...

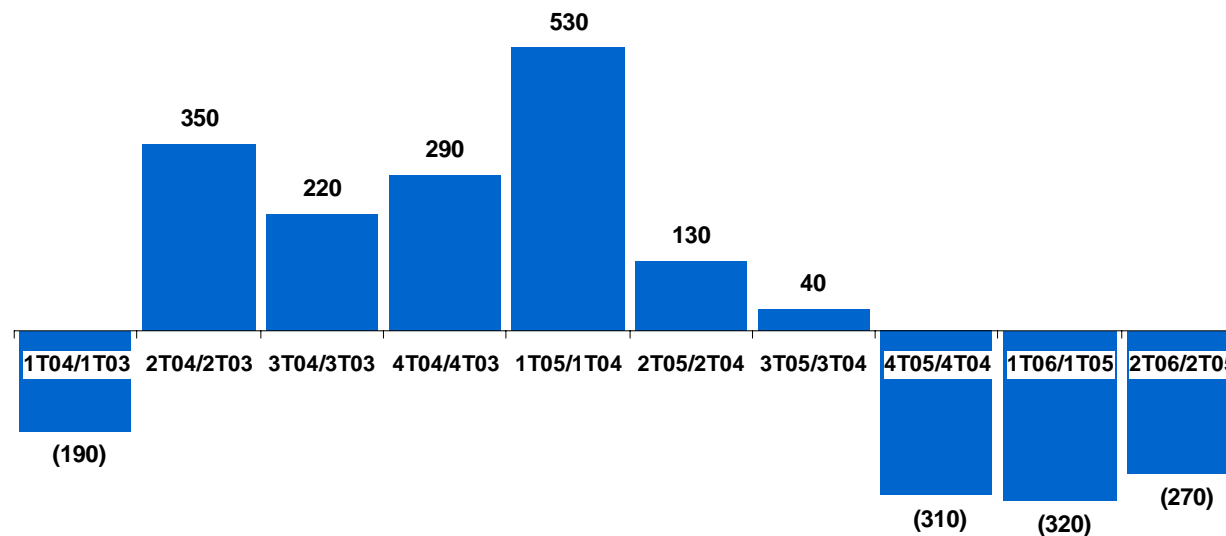
Desp. publicidade e propaganda (R\$ milhões) - Receita líquida, % - Receita bruta doméstico, %



Redução no número de lançamentos e campanhas...

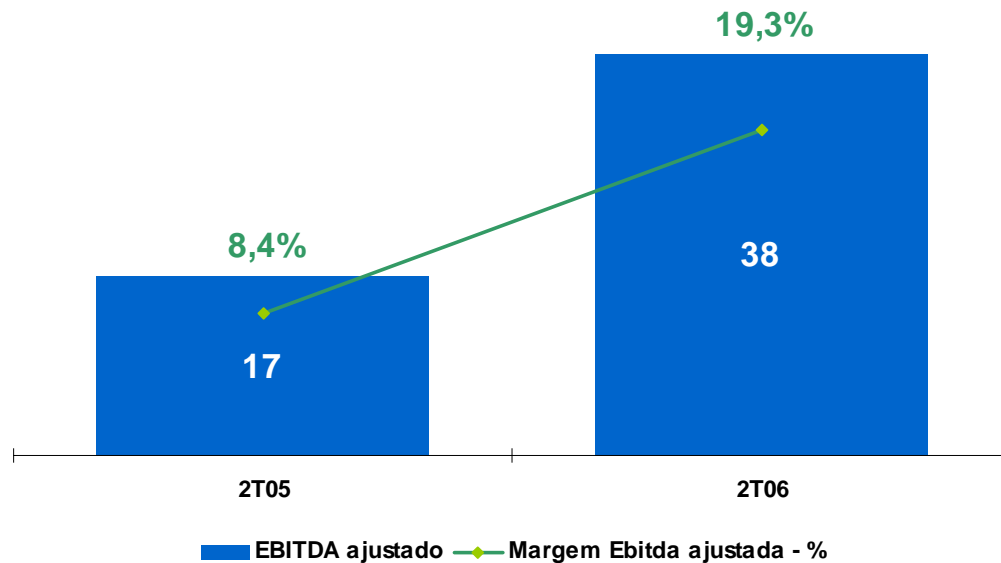
Maior seletividade nos produtos com mídia na televisão...

Publicidade e propaganda, variação ano/ano, % da receita líquida, em pontos base



EBITDA Ajustado: margem aumenta de 8,4% para 19,3% ...

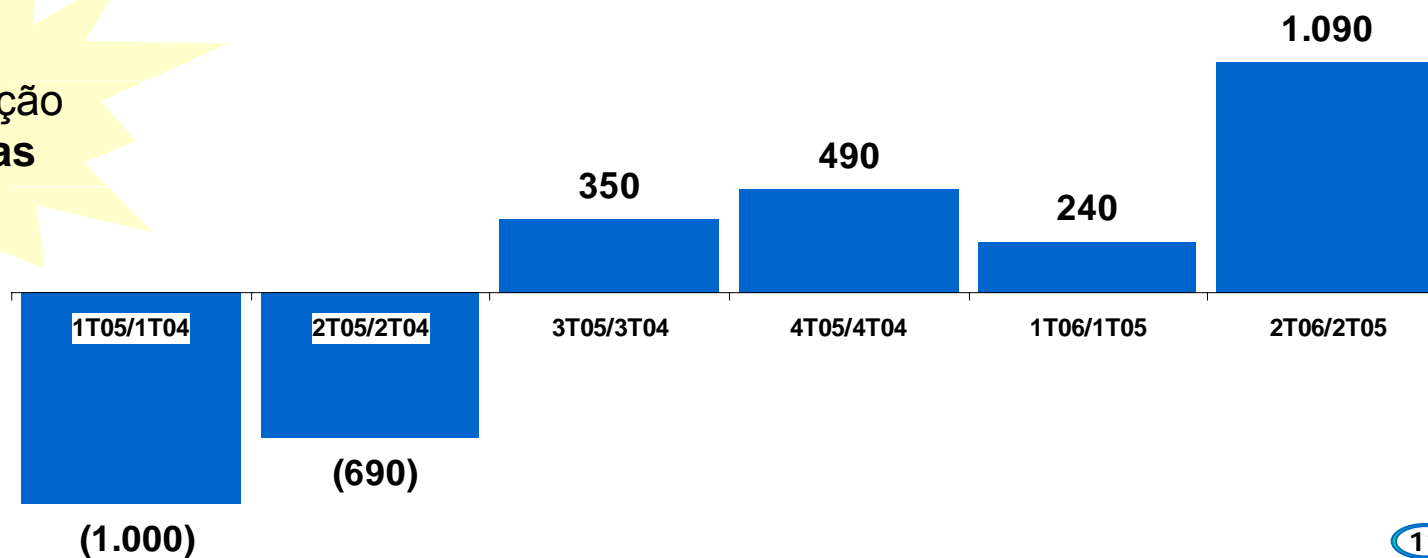
Ebitda ajustado (R\$ milhões) - Margem Ebitda ajustada - (%)



... pela melhora no lucro bruto...

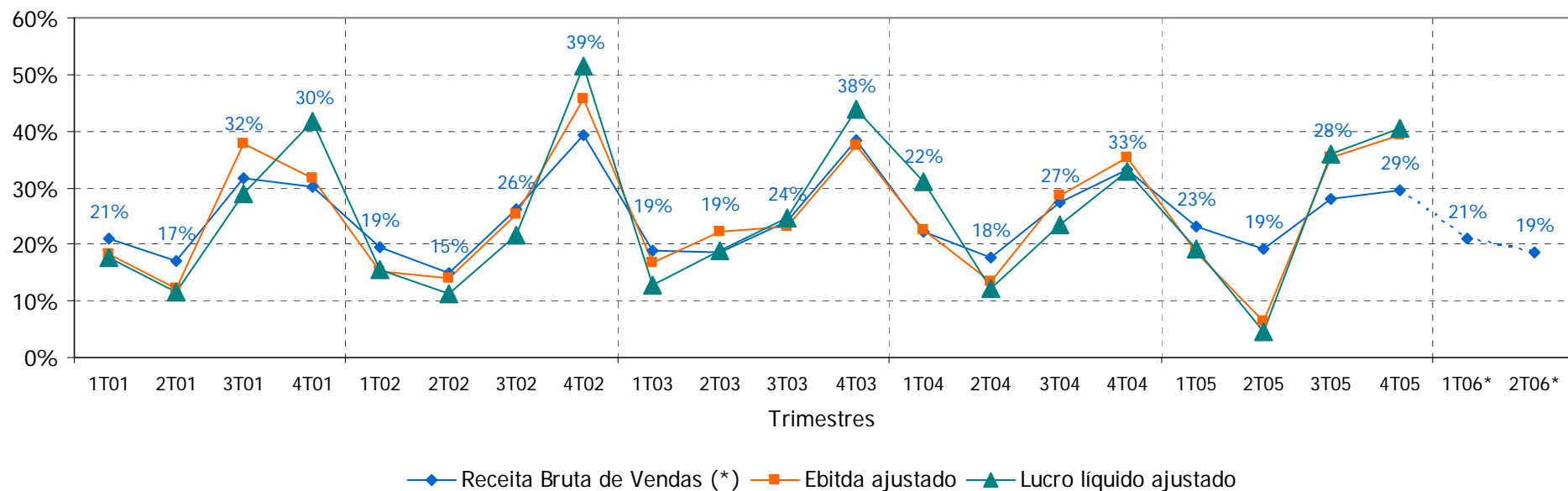
variação do Ebitda ano-a-ano, como % da receita - em pontos base

... e pela redução nas despesas GA&V



Sazonalidade ... cada trimestre contra o total do ano

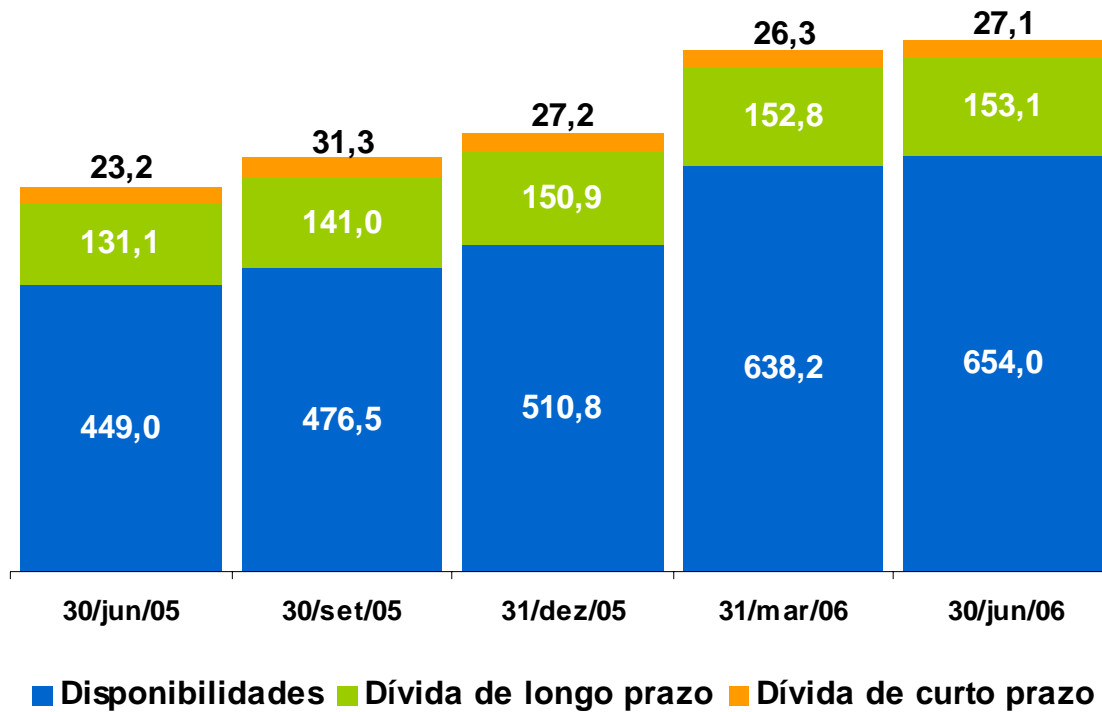
Sazonalidade



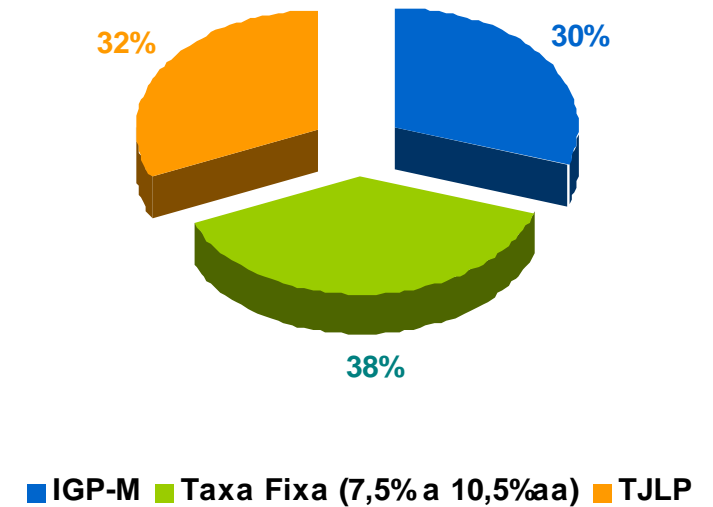
(*) Calculado com base na estimativa de faturamento bruto igual ao ano de 2005.

Endividamento

Caixa líquido de R\$ 473,8 milhões em 30/jun/2006



Custo da dívida – 30/jun/06



Perspectivas ...

Retomada do crescimento de vendas

- Retomada em especial no mercado interno no 2S06
- Coleção primavera-verão 2006/2007 bem aceita na Franca de 2006 (julho)
- Maior foco na estratégia de P&D e de marketing
- Confirmação dos lançamentos primavera-verão pelos consumidores
- Sazonalidade mais favorável

Cenário macroeconômico

- Aumento da massa salarial acima do PIB
- Menor inflação
- Taxa de juros em queda
- Maior crédito disponível
- Alongamento dos prazos na economia

Consultoria especializada na área comercial

- Contração do Instituto de Desenvolvimento Gerencial em julho de 2006 para o projeto Melhorando o Gerenciamento Comercial
- Foco no aumento do faturamento
- Diagnóstico do INDG contribuirá para futuros movimentos estratégicos

Guidance

- Faturamento = 2005 ou levemente > podem calcular o 2S06
- Volume = 2005 ou levemente < podem calcular o 2S06
- Preço médio de maior valor agregado
- Importante histórico desde o IPO facilitará as projeções do mercado
- Reportaremos mudanças significativas

Solidez Financeira

- Caixa líquido elevado permite movimentos estratégicos futuros
- Dividendos intermediários em 2006 serão três pagamentos
- Elevada lucratividade e rentabilidade geral
- Forte geração de caixa
- Na retomada do crescimento alto potencial de alavancagem

Equipe de RI da Grendene

- Alexandre Grendene Bartelle
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
dri@grendene.com.br
(5554) 2109.9022 & 9166.0407
- Doris Wilhelm
Gerente de Relações com Investidores
doris@grendene.com.br
(5554) 2109.9036
- Alexandre Vizzotto
Analista
avizzotto@grendene.com.br
(5554) 2109.9011
- Lenir Baretta
Analista
lbaretta@grendene.com.br
(5554) 2109.9026

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, desenvolvimentos da indústria de calçados, condições do mercado financeiro, incerteza a respeito dos resultados de suas operações futuras, plano, 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.