

A DURATEX MANTÉM UM MODELO DE NEGÓCIO QUE COMBINA ASPECTOS LIGADOS À SUSTENTABILIDADE DE SUAS OPERAÇÕES COM A CRIAÇÃO DE VALOR. DESSA FORMA, ALIA A BUSCA DE RESULTADOS ECONÔMICOS A UMA ATUAÇÃO ÉTICA, QUE ENVOLVE O RESPEITO À LEGISLAÇÃO, A PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL. PRIMEIRA EMPRESA DA AMÉRICA LATINA A OBTER A CERTIFICAÇÃO FSC, DO CONSELHO DE MANEJO FLORESTAL, INVESTE EM TECNOLOGIA E INOVAÇÃO PARA FABRICAR PRODUTOS DE MADEIRA, LOUÇAS E METAIS SANITÁRIOS QUE SÃO SINÔNIMOS DE QUALIDADE E LIDERANÇA DE MERCADO.



PERFIL

A Duratex S.A. é uma empresa nacional privada de capital aberto com ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo. Atua com duas divisões de negócios: Madeira e Deca. A Divisão Madeira é líder no mercado brasileiro de produção de painéis de madeira reconstituída, com chapas de fibra, aglomerados (MDP), painéis de alta, média e superdensidades (MDF, HDF e SDF) e pisos laminados comercializados sob a marca Durafloor. A Divisão Deca produz e comercializa metais e louças sanitárias e seus respectivos acessórios. Os produtos são representados pela própria marca Deca e com a marca Hydra (para válvulas de descarga). Possui liderança no segmento local de metais sanitários e ocupa posição de destaque em louças sanitárias. Os principais consumidores de seus produtos são a indústria de móveis e da construção civil. (GRI 2.1, 2.2, 2.6 e 2.7)

A Empresa é controlada pela Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., segundo maior grupo empresarial privado do País, que possui operações de destaque também nas áreas financeira, de informática, seguros e química. Fundada em 1951 como companhia aberta, desde 2005 a Duratex faz parte do Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Ibovespa). Integra o Ibovespa, índice que reúne os principais papéis negociados, e o IBRX 50, formado por uma carteira composta por 50 ações selecionadas entre as de maior liquidez no mercado.

Com 6.785 funcionários ao final de 2007, possui oito unidades industriais no Brasil, sete no Estado de São Paulo e uma no Rio Grande do Sul. Sua sede administrativa está localizada na capital paulista, de onde administra uma carteira de aproximadamente 11 mil clientes ativos (que realizaram alguma compra no último ano). No exterior, opera uma pequena fábrica de metais sanitários na Argentina, a Deca Piazza, além de subsidiárias comerciais nos Estados Unidos (Duratex North America) e na Europa (Duratex Europe). Louças e metais sanitários são exportados para 35 países, onde são comercializados em cerca de 1,4 mil pontos-de-venda. (GRI 2.3, 2.4, 2.5 e 2.8)

Em 2007, o bom momento econômico permitiu a utilização de praticamente toda a capacidade industrial instalada da Duratex, sendo 1,5 milhão de metros cúbicos de painéis de madeira, 14,4 milhões de peças de metais sanitários e 3,8 milhões de peças de louças sanitárias. Dentro de seu plano de expansão a ser concluído em 2009, foram realizados alguns desengargalamentos de processos, principalmente em metais e louças sanitárias, que passaram a contar com capacidade adicional de 8% e 5%, respectivamente. Além dessas expansões, foram adquiridos mais 9,4 mil hectares de terra para fazer frente à expansão de capacidade em painéis de MDF que será concluída em 2009. (GRI 2.9)

Com aproximadamente 110 mil hectares de florestas próprias, a Duratex é atualmente auto-suficiente em madeira. No interior do Estado de São Paulo, as reservas de Lençóis Paulista, Botucatu, Itapetininga e Agudos são certificadas com o selo verde da Forest Stewardship Council (FSC), organização internacional que atesta o correto manejo florestal do ponto de vista da sustentabilidade. A gestão das áreas florestais de Botucatu e o viveiro de mudas detêm ainda a certificação ISO 14.001, de gestão ambiental.

Em 2007, a receita líquida somou R\$ 1.670,6 milhões, o lucro líquido atingiu R\$ 318,9 milhões, o EBITDA foi de R\$ 558,1 milhões, equivalente a uma margem EBITDA de 33%. No encerramento do ano, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 5,6 bilhões. (GRI 2.8)

MISSÃO (GRI 4.8)

Oferecer produtos e serviços de alta performance, de forma segura e rentável, desenvolvendo a capacitação e parcerias com clientes, fornecedores, comunidades e colaboradores, gerando valor em toda a sua cadeia produtiva.

VISÃO (GRI 4.8)

Ser empresa líder de classe mundial, atuando com responsabilidade social e ambiental, nos segmentos de produtos de madeira reconstituída e de acabamento para construção civil, gerando retorno significativo e permanente aos acionistas e proporcionando aos colaboradores, clientes, consumidores, fornecedores e comunidades o sentimento de bem-estar, satisfação e realização.

VALORES (GRI 4.8)

- Integridade: ter comportamento ético, justo, transparente e coerente com o que se pensa, fala e faz.
- Valorização humana: promover condições para o desenvolvimento das competências individuais e coletivas e formação de sucessores.
- Participação: compartilhar valores, experiências e idéias, incentivando a cooperação, o trabalho em equipe e o respeito à diversidade.
- Comprometimento: agir com permanente entusiasmo, refletindo o sentimento de orgulho pela marca e em tudo que se faz.
- Responsabilidade social e ambiental: interagir com a comunidade e o meio ambiente de forma equilibrada, apoiando, estimulando e promovendo programas sociais, o reaproveitamento de recursos e o desenvolvimento sustentável.

CÓDIGO DE CONDUTA

Publicado em 2007, como parte de um processo comum para as empresas Itaúsa Industrial, o Código de Ética e Conduta reúne os princípios que devem orientar as práticas do dia-a-dia e a sustentabilidade dos negócios. Define as formas de relacionamento com os públicos interessados, como acionistas, clientes, fornecedores, poder público e mídia, entre outros, a partir de parâmetros éticos, transparentes e de acordo com as leis vigentes. O documento estabelece uma conduta baseada nos valores da Companhia.

PRINCIPAIS INDICADORES (GRI 2.8)

	2003	2004	2005	2006	2007	CAGR
Expedições						
Madeira (em mil m ³)	905,6	1.050,8	1.040,4	1.218,5	1.307,6	9,6%
Deca (em milhares de peças)	13.318	13.747	12.825	13.981	15.489	3,9%
Resultados (R\$ milhão)						
Receita líquida	989,6	1.188,2	1.270,6	1.489,2	1.670,6	14,0%
Mercado interno	799,4	950,6	1.065,7	1.265,6	1.478,0	16,6%
Mercado externo	190,2	237,6	204,9	223,6	192,6	0,3%
EBITDA	232,2	320,6	362,6	458,1	558,1	24,5%
Lucro líquido	64,0	125,3	137,1	226,0	318,9	49,4%
Lucro por ação (R\$)	0,54	1,06	1,16	1,78	2,46	45,4%
Valor Adicionado	658,3	761,1	865,3	1.001,5	1.136,6	14,6%
Rentabilidade						
Margem bruta	36,4%	39,1%	41,5%	43,2%	45,0%	-
Margem EBITDA	23,5%	27,0%	28,5%	30,8%	33,4%	-
Margem líquida	6,5%	10,5%	10,8%	15,2%	19,1%	-
Retorno sobre o PL (ROE)	7,0%	13,1%	13,5%	18,3%	21,8%	-
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC)	8,1%	10,6%	12,3%	15,9%	18,6%	-
Financeiro						
Ativos totais (R\$ milhão)	1.664,2	1.806,9	1.941,7	2.375,2	2.630,5	12,1%
Patrimônio líquido (R\$ milhão)	936,6	990,4	1.050,9	1.395,8	1.535,8	13,2%
Endividamento (R\$ milhão)	452,2	517,7	591,0	618,2	670,7	10,4%
Dívida líquida/PL (%)	37,0%	40,9%	33,6%	3,1%	0,5%	-
Dívida líquida/EBITDA (vezes)	1,51	1,28	0,98	0,10	0,01	-
Investimentos (R\$ milhão)	172,8	136,8	108,4	105,4	222,3	-
Dividendos						
Dividendos brutos na competência (R\$ milhão)	25,7	58,1	46,4	76,9	154,6	56,6%
Dividendos brutos (caixa) (R\$ milhão)	24,4	29,1	52,7	51,8	149,1	20,7%
Dividendo/lucro líquido (<i>pay-out</i>)	40,0%	46,4%	33,8%	34,0%	48,5%	-
<i>Dividend-yield</i> (caixa)	4,0%	4,6%	3,6%	2,8%	3,5%	-
Mercado de Capitais						
Quantidade de ações emitidas (milhares)	117.827,2	117.827,2	117.827,2	128.125,8	129.695,4	-
Negociação média diária (R\$ milhão)	1,1	1,5	1,3	8,2	27,2	223%
Preço da ação ao final do período (R\$)	8,30	12,40	14,85	33,20	43,50	51,3%
Valor de mercado (R\$ milhão)	978,1	1.461,0	1.749,7	4.253,2	5.641,7	55,0%
Valor patrimonial da ação ao final do período (R\$)	8,01	8,41	8,95	10,9	11,90	10,4%
Operacionais						
Número de empregados diretos	5.829	5.951	5.890	6.076	6.785	
Número de terceiros	144	132	149	161	114	
Produtividade* (R\$ mil/func.) Deca	124,8	142,5	154,7	160,7	162,4	
Produtividade* (R\$ mil/func.) Madeira	239,5	283,6	306,3	382,6	384,7	
Sociais						
Investimento de cunho social (R\$ milhão)	2,4	1,4	1,8	2,0	2,6	
Colaboradores treinados	38.808	42.945	33.894	44.356	61.121	
Ambientais						
Investimento de cunho ambiental (R\$ milhão)	7,3	6,1	9,4	10,2	13,6	
Consumo de água – Madeira (m ³ /m ³)	4,2	3,6	3,6	3,0	3,2	
Consumo de água – Deca (l/peça)	61,6	55,6	54,6	55,6	54,1	

SOBRE O RELATÓRIO

A partir deste relatório, a Duratex passa a adequar o seu reporte às diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), modelo que exige um grau mínimo de informações a serem prestadas de forma padronizada levando-se em conta aspectos relacionados à sustentabilidade das operações. O documento apresenta indicadores que fazem parte da versão G3, lançada em outubro de 2006 e concebida de forma a fortalecer os princípios e detalhar os protocolos técnicos para os indicadores de desempenho. A iniciativa faz parte da estratégia da Empresa, que visa à geração de valor em toda a cadeia produtiva de maneira socialmente justa, economicamente viável e ambientalmente correta.

As informações referem-se ao ano de 2007. O ciclo dos relatórios é anual, e o mais recente foi publicado em maio de 2007. A definição do conteúdo foi realizada em processo exclusivamente interno, levando-se em conta a percepção da Empresa sobre a importância dos temas para os públicos com os quais se relaciona. **(GRI 3.1, 3.2, 3.3 e 3.5)**

Os indicadores sociais e ambientais se referem exclusivamente às operações no Brasil. As práticas contábeis e as demonstrações financeiras seguem as normas adotadas no Brasil (BRGaap) e são auditadas, ação que não se estende aos indicadores de natureza social e ambiental. Dados do Balanço Social – Ibase de 2006 foram revisados e estão indicados nas páginas 64 e 65. **(GRI 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.10 e 3.13)**

O escopo, os limites e os métodos de medição dos indicadores não sofreram alterações significativas em relação aos anos anteriores. O processo de levantamento de dados teve a duração de aproximadamente três meses e envolveu profissionais de várias áreas da Empresa, que possui um canal de relações com investidores em seu site (www.duratex.com.br). **(GRI 3.11)**

Contatos para esclarecimentos sobre o conteúdo desta publicação podem ser feitos com a Diretoria de Relações com Investidores (telefone 11-3179-7279 e e-mail vpfinanceira.corporativa@duratex.com.br) ou com a Gerência da área (telefone 11-3179-7259 e e-mail investidores@duratex.com.br). **(GRI 3.4).**

MAPEAMENTO DE STAKEHOLDERS

A Empresa possuía, ao final de 2007, 11.025 acionistas, 10.927 clientes ativos, 5.461 fornecedores, 6.785 colaboradores diretos, além de 114 empregados de terceiros e temporários. Os colaboradores são representados por dez sindicatos. Os municípios de São Paulo, Agudos, Botucatu, Itapetininga, Lençóis Paulista e Jundiaí, no Estado de São Paulo, e São Leopoldo, Rio Grande do Sul, se beneficiam diretamente das atividades da Empresa, além dos governos estaduais e federal, por intermédio do recolhimento de impostos, taxas e contribuições, que totalizaram R\$ 467,4 milhões no ano. A Empresa também mantém relacionamento com agentes financeiros, destacando-se a atuação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), credor de aproximadamente 26,5% do total de obrigações, com financiamentos principalmente direcionados à expansão de atividades.

As bases para o relacionamento com esses *stakeholders* são definidas no Código de Ética e Conduta da Empresa e são pautadas pela transparência, respeito e legalidade, dentre outros preceitos. Esse Código é público, estando disponível para consulta no website da Companhia, contendo, inclusive, espaço para acolher eventuais denúncias anônimas. A gestão desse Código está a cargo do Comitê de Riscos e Ética, composto por executivos das empresas Itaúsa Industrial (Duratex S.A., Itautec S.A. e Elekeiroz S.A.). **(GRI 4.14 e 4.15)**



PREMIAÇÕES NO ANO **(GRI 2.10)**

A solidez e a posição relevante no mercado da Duratex foram reconhecidas em 2007 pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre), que conferiu à Empresa o Prêmio de Excelência Empresarial . A distinção é considerada a mais importante entre as destinadas às sociedades anônimas no País e resulta de um rigoroso trabalho de análise e avaliação realizado por economistas e analistas da Fundação Getúlio Vargas, reconhecida e respeitada por sua isenção e credibilidade. A Duratex foi campeã na categoria de produtos de madeira.

No prêmio As Melhores da Dinheiro, realizado pela revista *IstoÉ Dinheiro*, a Companhia foi destaque no setor de Material de Construção e Decoração. Todos os anos, mais de 500 companhias, com faturamento acima de R\$ 50 milhões, são analisadas pelo comitê editorial da publicação.

Outro importante prêmio recebido no ano foi o selo de qualidade iF Product Design Award 2007, considerado o Oscar do Design, na categoria Household. Realizado na Alemanha, o International Forum Design of Hanover destacou a linha de metais Contemporânea, da Divisão Deca, pelo *design* clássico e tradicional com toques de inovação.

RELATÓRIO ANUAL 2007

SUSTENTABILIDADE COM CRIAÇÃO DE VALOR



MENSAGEM DO PRESIDENTE **04.** GOVERNANÇA CORPORATIVA **06.** GESTÃO ESTRATÉGICA E INVESTIMENTOS **10.**

VANTAGENS COMPETITIVAS **12.**

DIVISÃO MADEIRA **14.**

DIVISÃO DECA **20.**

ANÁLISE DOS RESULTADOS **28.** AÇÕES COMO INVESTIMENTO **34.** GESTÃO DE RISCOS **38.** GESTÃO DE PESSOAS **42.**

ATUAÇÃO ESTRATÉGICA **50.**

GESTÃO AMBIENTAL **58.** BALANÇO SOCIAL ANUAL 2007 **64.** SUMÁRIO GRI **66.** INFORMAÇÕES CORPORATIVAS **70.** CRÉDITOS **71.**

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS **ANEXO.**

líquido evoluiu 41%, para R\$ 318,9 milhões, o que representa um retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE) de 22%, quatro pontos percentuais superior ao de 2006.

O desempenho recorde deveu-se a fatores macroeconômicos e, principalmente, a opções e estratégias adotadas pela Empresa ao longo de sua trajetória. Vivenciamos em 2007 a transição entre dois ciclos de investimento. Por um lado, consolidamos a capacidade adquirida por expansões realizadas entre 1997 e 2003, registrando níveis elevados de produtividade, com índices de ocupação industrial que beiraram os 100%. Por outro lado, o ano foi marcado pelo anúncio de uma nova fase de crescimento, com a decisão de investirmos um montante da ordem de R\$ 850 milhões em nossos principais segmentos de atuação, entre 2007 e 2009.

O destaque é a ampliação da unidade fabril em Agudos, no interior de São Paulo, com novas linhas que terão a capacidade para produzir 800 mil metros cúbicos ao ano de painéis de MDF e revestir

MENSAGEM DO PRESIDENTE (GRI 1.1)

O ano de 2007 foi marcado por vários recordes amparados pela forte demanda de mercado, que permitiu a ocupação de quase a totalidade de nossa capacidade instalada.

Como resultado, em relação a 2006, nossa receita bruta consolidada cresceu 13%, atingindo R\$ 2.226,2 milhões, e a receita líquida aumentou 12%, chegando a R\$ 1.670,6 milhões. O EBITDA evoluiu 22% no ano, para R\$ 558,1 milhões, equivalente a uma margem EBITDA de 33% no período ante 31% no ano anterior. O lucro



PAULO SETÚBAL NETO
PRESIDENTE



8,5 milhões de metros quadrados de painéis. Outras importantes expansões serão realizadas nas fábricas da Deca na capital paulista e em Jundiá (SP). Em metais sanitários, o incremento da produção será de 33%, com o acréscimo de 400 mil peças por mês; em louças, será de 44%, com mais 140 mil peças mensais.

Esse ciclo de investimentos para ampliação operacional é acompanhado por medidas de cunho ambiental e de aprimoramento das práticas de governança corporativa, das relações com os diversos públicos e dos processos de desenvolvimento de produtos de maior valor agregado.

Em 2007, criamos o Comitê de Sustentabilidade Social, Ambiental e Cultural e o Comitê de Negociação e Divulgação de Ato e Fato Relevante. Estabelecemos ainda um Código de Ética e Conduta, cujo processo de disseminação encontra-se em andamento entre todos os colaboradores, e adotamos duas novas políticas: Ambiental e de Negociação de Valores Mobiliários.

Nosso empenho em proteger o meio ambiente resultou na criação da Reserva Natural Olavo Egydio Setúbal, uma área de 600 hectares em Lençóis Paulista (SP). Sua rica biodiversidade, com várias espécies nativas de Mata Atlântica e outros ecossistemas e diversos tipos de animais, passa a fazer parte do patrimônio natural que deixaremos para as próximas gerações. Demos início, em 2007, ao processo de adesão à Chicago Climate Exchange, bolsa de comercialização de créditos por seqüestro de carbono. O fato atesta que, além de neutralizarmos todas as nossas emissões, o que nos confere o *status* de *Carbon Free*, ainda contamos com um excedente que poderá ser negociado nessa bolsa.

Na Bolsa de Valores de São Paulo, nosso desempenho foi reconhecido pela inclusão de nossas ações no Ibovespa, índice que reúne as principais ações negociadas no mercado. A Duratex chegou a integrar a carteira original do índice, estabelecida em 1968, do qual estávamos afastados desde agosto de 2000. Ainda em

2007, tivemos nossas ações incluídas em outro importante índice de mercado, o IBrX50, cuja carteira compreende as 50 ações mais líquidas negociadas em bolsa de valores.

Comemoramos no período os 60 anos de existência da Deca, 75 anos de Hydra e 50 anos da Área Florestal, momentos em que reavivamos nossa memória para aperfeiçoar o presente e planejar melhor o futuro. A válvula Hydra, renovada, alia estética à economia de água; a Divisão Deca aprimora de modo contínuo sua atuação para lançar produtos inovadores e cada vez mais alinhados às demandas dos clientes; e a Área Florestal atingiu o índice de 100% de plantio de mudas clonais.

Nossa confiança no futuro do País, em nossos parceiros e no sucesso de nossos negócios nos leva a fazer projeções otimistas e a agradecer a nossos colaboradores, clientes, fornecedores, acionistas e à sociedade pelo apoio e pela parceria nessa empreitada rumo à criação de valor com sustentabilidade.



VIVENCIAMOS EM 2007 UM ANO DE RECORDE EM RESULTADOS E A TRANSIÇÃO ENTRE DOIS CICLOS DE INVESTIMENTO. OCUPAMOS PRATICAMENTE 100% DA CAPACIDADE ADQUIRIDA POR EXPANSÕES REALIZADAS ENTRE 1997 E 2003 E ANUNCIAMOS UMA NOVA FASE DE CRESCIMENTO. ATÉ 2009, INVESTIREMOS CERCA DE R\$ 850 MILHÕES NA AMPLIAÇÃO DE LINHAS DE MADEIRA, METAIS E LOUÇAS SANITÁRIAS, NOS CAPACITANDO PARA ATENDER À FORTE DEMANDA DE MERCADO COM PRODUTOS INOVADORES E DE MAIOR VALOR AGREGADO.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

O aperfeiçoamento das práticas de governança corporativa é recorrente na trajetória da Duratex. O ano de 2007 teve como marca um forte avanço na área, com iniciativas em várias instâncias.

Dois comitês foram criados, o de Sustentabilidade Social, Ambiental e Cultural e o de Negociação e Divulgação de Ato e Fato Relevante. Os colaboradores, diretores e executivos ganharam três novos instrumentos destinados a balizar e orientar sua atuação: o Código de Ética e Conduta, a Política Ambiental e a Política de Negociação de Valores Mobiliários. A Empresa aderiu ao Manual Abrasca de Controle e Divulgação de Informações Relevantes, da Associação Brasileira de Companhias Abertas, que define vários quesitos com a finalidade de preservar o sigilo de informações privilegiadas.

Listada no Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), a Duratex supera algumas exigências desse mercado, como a manutenção de pelo menos 25% de ações em circulação (atualmente, o percentual da Duratex é de aproximadamente 50%). O *tag along* é estendido aos acionistas preferenciais, o que garante aos minoritários o recebimento de 80% do valor da ação pago aos controladores no caso de alienação da Companhia. A política de distribuição de dividendos também é diferenciada, atingindo 30% do lucro líquido ajustado. Um indicativo da ampla divulgação de informações, foi a realização da 21ª apresentação anual para os membros da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec).

VÁRIAS INICIATIVAS FORAM ADOTADAS DURANTE O ANO PARA O APRIMORAMENTO DAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. INCLUEM A CRIAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA; DE DOIS COMITÊS – DE SUSTENTABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CULTURAL E DE NEGOCIAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE ATO E FATO RELEVANTE –; E DAS POLÍTICAS AMBIENTAL E DE NEGOCIAÇÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. A EMPRESA TAMBÉM ADERIU AO MANUAL ABRASCA DE CONTROLE E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELEVANTES.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração é responsável pela definição das políticas gerais de negócio e pela supervisão da gestão dos executivos. Os conselheiros foram reeleitos por unanimidade na Assembléia Geral Ordinária em 2007 com mandato de um ano até a realização da próxima assembléia, em 2008. Com nove integrantes, sendo um membro independente, que também representa os acionistas minoritários, o Conselho reúne-se ordinariamente pelo menos uma vez a cada trimestre. Não é adotado um processo formal de qualificação dos conselheiros, que são indicados, e o presidente do Conselho não exerce função executiva na Companhia. **(GRI 4.1 e 4.2)**

A condição de conselheiro independente segue a seguinte definição: não ter qualquer vínculo com a sociedade, exceto eventual participação de capital; não ser acionista controlador, membro do grupo de controle, cônjuge ou parente até segundo grau destes, ou ser vinculado a organizações relacionadas ao acionista controlador; não ter sido empregado ou diretor da sociedade ou de alguma de suas subsidiárias; não ser cônjuge ou parente até segundo grau de algum diretor ou gerente da sociedade. **(GRI 4.3)**

Os mecanismos para recomendação ao Conselho de Administração contam com o apoio da atuação de comitês de excelência, de um representante de minoritários integrante do Conselho e da área de Relações com Investidores, que também atua como um canal para manifestações de acionistas. **(GRI 4.4)**

→

A supervisão da gestão e identificação do desempenho econômico, social e ambiental, incluindo riscos e oportunidades, é feita pelo Conselho, sendo a remuneração variável dos administradores e a participação em programa de opções de ações atreladas a metas de desempenho econômico. **(GRI 4.5)**

INTEGRANTES DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Olavo Egydio Setúbal – Presidente do Conselho de Administração e membro desde 1977. Formado em Engenharia pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) em 1945. Administra as empresas: Banco Itaú Holding S.A., Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., Itautec S.A., Elekeiroz S.A. e Fundação Itaúsa Industrial. Foi ministro das Relações Exteriores, prefeito da cidade de São Paulo e membro do Conselho Monetário Nacional, do Conselho Nacional de Seguros Privados e do Instituto de Pesquisas Tecnológicas.

Laerte Setúbal Filho – Conselheiro desde 1980, atualmente ocupa o cargo de vice-presidente do Conselho. Formado em Engenharia civil pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), em 1949. Foi administrador da Associação de Comércio Exterior Brasil (AEB), da Sociedade Brasileira de Silvicultura (SBS), do Instituto de Racionalização do Trabalho (Idort), do Instituto de Pesquisas e Estudos Florestais (Ipef), da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), Scânia do Brasil S.A., Vidraria Santa Marina, Siemens S.A., Lion Empreendimentos, Samba S.A., Caterpillar do Brasil e Eternit S.A.

Maria de Lourdes Egydio Villela – Vice-presidente

→

do Conselho desde 2001. Psicóloga, formada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC SP), em 1971. Atualmente também é vice-presidente do Conselho de Administração da Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., presidente do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) e do Instituto Itaú Cultural e embaixadora da Boa Vontade da Unesco. Fundadora e presidente da Associação Comunitária Despertar e Faça Parte – Instituto Brasil Voluntário e do Centro do Voluntariado de São Paulo.

Paulo Setúbal Neto – Conselheiro desde 1990. É Vice-presidente do Conselho de Administração e presidente da Duratex S.A., Itautec S.A., Elekeiroz S.A. e Fundação Itaúsa Industrial e administrador da Itaúsa – Investimentos Itaú S.A. É vice-presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e da Associação Brasileira das Companhias de Capital Aberto (Abrasca). Atua como conselheiro do World Childhood Foundation, do Instituto de Engenharia e do Museu de Arte Moderna (MAM). Engenheiro, formado pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), em 1971, com mestrado em Finanças pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1974.

Alfredo Egydio Arruda Villela Filho – Conselheiro desde 1996. Engenheiro mecânico, formado pelo Instituto Mauá de Tecnologia, em 1992, com pós-graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas. Atualmente, também é administrador das empresas: Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., Banco Itaú Holding Financeira S.A. e Itautec S.A.

Jair Ribeiro da Silva Neto – Conselheiro desde 2006. Advogado, formado em Direito pela Universidade de São Paulo, em Economia pela Faap e com



mestrado em Direito pela Universidade da Califórnia – Berkeley. Empresário, presidente da CPM Bráxis e fundador do Banco Patrimônio, além de possuir atividades no ramo de comércio exterior, TI, cultura e educação. Exerceu atividade executiva no Banco Chase Manhattan, no Brasil e em Nova York.

Jairo Cupertino – Conselheiro desde 1980. Engenheiro, formado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP). Foi presidente da Itautec até 1995. Atualmente, também é administrador das empresas: Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., Itautec S.A. e Elekeiroz S.A.

José Carlos Moraes Abreu – Conselheiro desde 1980. Advogado, formado pela Universidade de São Paulo (USP), em 1944. Atualmente, também é administrador das empresas: Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., Banco Itaú Holding Financeira S.A., Itautec S.A. e Elekeiroz S.A. Foi membro do Conselho Monetário Nacional, da Associação dos Bancos no Estado de São Paulo, da Federação Brasileira de Bancos, da Associação Brasileira das Empresas de Leasing e integrou o Conselho do Libra Bank Ltd. (Londres).

Olavo Egydio Setúbal Jr. – Conselheiro desde 1993. Administrador de empresas, formado pela Fundação Armando Álvares Penteado (Faap). Atualmente, também é administrador das empresas: Itaú Seguros, Banerj Seguros, Cia. de Seguros Gralha Azul, Bemge Seguradora, Paraná Cia. de Seguros e Gralha Azul S.A.

CONSELHO FISCAL

Órgão de funcionamento não-permanente, fiscaliza a atuação dos administradores e avalia a veracidade das informações prestadas à Assembléia Geral da Companhia. Em 2007, foram eleitos três membros e três suplentes, sendo que um titular e um suplente representam os acionistas minoritários.

DIRETORIA

Responsável pela gestão dos negócios e execução das deliberações do Conselho de Administração, era integrada em 2007 por um presidente, três vice-presidentes, dois diretores-executivos e seis diretores-gerentes. A diretoria reúne-se uma vez por semana e, extraordinariamente, sempre que necessário.

INTEGRANTES DA DIRETORIA

Paulo Setúbal Neto – Conselheiro desde 1990. É vice-presidente do Conselho de Administração e presidente da Duratex S.A., Itautec S.A., Elekeiroz S.A. e Fundação Itaúsa Industrial e administrador da Itaúsa – Investimentos Itaú S.A. É vice-presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e da Associação Brasileira das Companhias de Capital Aberto (Abrasca). Atua como Conselheiro do World Childhood Foundation, Instituto de Engenharia e Museu de Arte Moderna (MAM). Engenheiro, formado pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), em 1971, com mestrado em Finanças pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1974.

Guilherme Archer de Castilho – Vice-presidente executivo. Administrador de empresas, formado pela Universidade Mackenzie. Atualmente, também é administrador da Itautec S.A. e da Itaúsa Empreendimentos.

Plínio do Amaral Pinheiro – Vice-presidente executivo. Administrador de empresas, formado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 1975. Atualmente, também é administrador da Fundação Itaúsa Industrial e da Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca) e diretor de Relações com Investidores da Duratex S.A.

Raul Penteado – Vice-presidente executivo. Advogado, formado pela Universidade Mackenzie. Atualmente, também é administrador da Itautec S. A. e da Fundação Itaúsa Industrial.

Enrique Judas Manubens – Diretor-executivo. Engenheiro mecânico de produção, formado pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), em 1972, e administrador de empresas formado pela Universidade Mackenzie. Atualmente, também é administrador da Associação Brasileira da Indústria de Painéis de Madeira (Abipa) e da Associação Brasileira da Indústria de Pisos Laminados de Alta Resistência (Abiplar).

Mário Colombelli Filho – Diretor-executivo. Engenheiro agrônomo, formado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ/USP) em 1972. Também é bacharel em Administração de Empresas pela Faculdade Anchieta.

Alexandre Coelho N. Nascimento – Diretor. Formado em Ciências Contábeis e Administração de Empresas pela Faculdade Machado Sobrinho,

→

→

→

Participação acionária	Dezembro de 2007	
	PN (%)	ON+PN (%)
ITAÚSA	8,0%	41,3%
FUNDOS DE PENSÃO	10,1%	5,8%
INVESTIDORES ESTRANGEIROS	43,9%	28,7%
OUTROS	37,2%	23,8%
TESOURARIA	0,8%	0,4%
TOTAL	100,0%	100,0%

pós-graduado em Engenharia Econômica pela mesma instituição. Atualmente, também é diretor da Associação Brasileira das Indústrias de Painéis de Madeira (Abipa).

Antonio Joaquim de Oliveira – Diretor. Engenheiro florestal, formado pela Universidade de Viçosa, em 1984, com mestrado em Economia e Planejamento Florestal pela mesma instituição, em 1986. Especializado em Gestão Estratégica de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas, em 1994.

Antonio Massinelli – Diretor. Advogado, formado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC SP), em 1982, com especialização em Processo Civil pelo Centro de Extensão Universitária (CEU), em 1994. Atualmente, também é diretor da Associação dos Fundos de Pensão de Empresas Privadas (Apep).

Elcidir Elcio Bernussi – Diretor. Engenheiro mecânico pela Escola de Engenharia Industrial de São José dos Campos e Engenharia de Segurança pela Unicamp, com pós-graduação em Administração Industrial pela Fundação Vanzolini/USP.

Flávio Dias Soares – Diretor. Administrador de empresas, formado pela Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), com pós-graduação em Finanças pela Universidade de São Paulo (USP).

Marco Antônio Milleo – Diretor. Engenheiro mecânico, formado pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), com pós-graduação em Administração em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

COMITÊS (GRI 4.4)

Em 2007, foram instituídos dois novos comitês: o Comitê de Sustentabilidade Social, Ambiental e Cultural, que apóia a diretoria executiva, e o Comitê de Divulgação e Negociação. No âmbito do aprimoramento de suas práticas, a Empresa criou uma Política Ambiental, desenvolvida e adotada durante 2007, e aprimorou seu Código de Ética e de Conduta, em fase de implantação em suas unidades.

Outra medida de aperfeiçoamento de práticas foi a criação e adoção de uma Política de Negociação de Valores Mobiliários, cujo cumprimento é garantido pelo novo Comitê de Divulgação e Negociação. Integrado por dois membros do Conselho de Administração e pelo diretor de Relações com Investidores, o grupo é responsável pela definição e emprego da Política de Divulgação.

Além dos dois novos comitês, outros sete continuam em ação, sendo um exclusivo da Duratex – *Stock Options* – e seis mantidos em conjunto com as demais empresas Itaúsa Industrial: Inteligência Corporativa, Riscos e Ética, Governança Corporativa, Gestão de Talentos, Excelência Operacional e Excelência Comercial. Como as equipes são formadas por executivos de outras indústrias do Grupo Itaúsa, a atuação dos comitês permite maior sinergia, disseminação de melhores práticas, redução de custos e geração de valor aos acionistas.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Em 2007, foram realizadas quatro teleconferências, *roadshows* no Brasil e exterior, além de reuniões individuais e em grupo e visitas às fábricas atingindo um público aproximado de 1,4 mil analistas e investidores. O site da Empresa, com versões em inglês e em português, teve 346 mil acessos, 25% mais que no ano anterior. Dentre o conteúdo disponível na Internet, destacam-se as atas de assembléias e de reuniões do Conselho de Administração, relatórios da administração, comunicados de fatos relevantes e arquivos contendo os materiais de divulgação dos resultados trimestrais, acompanhados pelo áudio da respectiva teleconferência.

AUDITORIA EXTERNA

A independência é a base da relação da Duratex com a auditoria externa, realizada desde 2004 pela PricewaterhouseCoopers. Princípios internacionalmente aceitos fundamentam a política de atuação da Companhia, que define que o auditor não deve avaliar seu próprio trabalho, não deve exercer funções gerenciais no cliente nem promover seus interesses. Em 2007 não foram contratados da Empresa serviços não-relacionados à auditoria externa.

ESTRUTURA ACIONÁRIA

Ao final de 2007, o capital subscrito era de R\$ 943,6 milhões, o total de ações emitidas era de 129,7 milhões, sendo 53,6 milhões ações ordinárias e 76,1 milhões preferenciais.



GESTÃO ESTRATÉGICA E INVESTIMENTOS



OS INVESTIMENTOS EM ATIVOS PERMANENTES TOTALIZARAM R\$ 222,3 MILHÕES EM 2007, MONTANTE 110% ACIMA AO DO ANO ANTERIOR, PREPARANDO A EMPRESA PARA ATENDER AO CRESCIMENTO DA DEMANDA POR SEUS PRODUTOS. ATÉ 2009, SERÁ APLICADO O TOTAL DE R\$ 850 MILHÕES NAS UNIDADES PRODUTIVAS, CONTEMPLANDO UMA NOVA LINHA DE PAINÉIS DE MDF, A AQUISIÇÃO DE TERRAS E A EXPANSÃO DE CAPACIDADE DE REVESTIMENTO EM BAIXA PRESSÃO, METAIS E LOUÇAS SANITÁRIAS.

A diretriz que norteia a atuação da Duratex é a criação de valor dentro dos mais estreitos princípios de sustentabilidade. Para isso, planeja seus passos e investimentos com base em projeções e orienta lançamentos a partir de tendências de mercado e demanda dos clientes. A Empresa prepara-se para o acirramento da competição – já que o bom momento econômico atrai investimentos por parte de concorrentes. Seus principais diferenciais são amparados em:

Inovação: Os produtos da Duratex são criados para atender a demandas do mercado, sempre a partir de pesquisas, sendo a inovação e o vanguardismo seus diferenciais. Em 2007, foram lançadas novas texturas e padrões de pisos laminados Durafloor, com características marcantes e de acordo com as principais tendências internacionais. A Divisão Deca manteve sua forte atuação nos segmentos de luxo e alto luxo e reforçou sua atuação no mercado competitivo, por meio do lançamento de produtos com preço mais acessível e *design* mais atual, como o caso da linha *Max* de metais sanitários.

Qualidade: Todos os produtos Duratex seguem elevados padrões de qualidade, o que permite à Empresa estender garantias adicionais às de fábrica. Uma ampla rede de assistência técnica, presente em todo o território nacional, reforça a credibilidade das marcas entre os clientes.

Tecnologia: O parque produtivo da Duratex conta com tecnologia atual e avançada, o que contribui na redução de custos, ampliação e agilidade das operações, resultando em produtos diferenciados



num mercado cada vez mais competitivo. A área administrativa também é foco de constantes investimentos. Em 2007 foi definida a empresa que fornecerá e aplicará o Sistema Integrado de Gestão, para conferir mais agilidade e segurança na execução de todos os processos empresariais. Trata-se do sistema SAP, cujo processo de implantação está em curso e deve ser finalizado em 2009.

Ecoeficiência: Os cuidados com o meio ambiente são preocupações centrais da Empresa, que investe em tecnologias para reduzir o consumo de energia, aprimorar o índice de reaproveitamento de materiais e produzir o máximo com o mínimo de recursos. A Área Florestal investe pelo menos R\$ 1,5 milhão ao ano em aperfeiçoamento genético, novos materiais e outras ações, que levam suas plantações a obterem um dos melhores índices de produtividade do setor. São 42 metros cúbicos de madeira por hectare ao ano, enquanto estima-se que concorrentes do setor de painéis colham 38 e empresas norte-americanas costumam atingir a média de 12.

Gestão de custos: A Empresa trabalha constantemente para reduzir os custos operacionais. A escala de produção, o sistema integrado de fornecimento de madeira, com florestas próprias renováveis localizadas próximas às fábricas, e a verticalização do processo de produção são essenciais para garantir alta produtividade com custos baixos. Ações direcionadas ao reaproveitamento de insumos nos processos produtivos e a utilização de biomassa no aquecimento de caldeiras auxiliam na redução de custos e no uso de insumos não-renováveis.



INVESTIMENTOS

A Duratex investiu R\$ 222,3 milhões na aquisição de ativos permanentes durante o ano, aumento de 110% em relação a 2006, quando foram investidos R\$ 105,4 milhões. O período marca o início de um novo ciclo de expansão da capacidade instalada, estratégia definida em razão das perspectivas de aumento de demanda de mercado, com projeções de um cenário econômico positivo nos próximos anos.

Na Divisão Madeira, as expansões em curso contemplam uma nova linha de painéis de MDF com capacidade anual de 800 mil metros cúbicos, a aquisição de 20 mil hectares de terras, para fornecimento de madeira a essa nova linha, e a expansão de 35% da capacidade de revestimento em Baixa Pressão, de forma a agregar valor aos painéis. Esses investimentos estão sendo realizados na unidade de Agudos, em São Paulo. Na Divisão Deca, investimentos permitirão expandir a capacidade produtiva de metais em 33% e a de louças sanitárias em 44%. Na área corporativa, o maior investimento foi a contratação das empresas que colocarão em prática um novo sistema integrado de gestão, o ERP (Enterprise Resource Planning). O *software* será fornecido pela SAP e o *hardware* pela IBM, sendo a CPM Bráxis responsável pela gestão do processo de implantação.

O Plano de Aplicação de Recursos prevê investimentos de R\$ 850 milhões para o período entre 2007 e 2009, quando estará concluída mais essa fase de expansão.



Somam-se a essas vantagens a auto-suficiência em produção de madeira – 2007 é o primeiro ano em que a Área Florestal forneceu toda a madeira usada pela Duratex – e a localização estratégica das florestas plantadas, próximas às fábricas. Enquanto na concorrência a distância média é de 140 quilômetros, na Empresa são 55. Essa característica permite economia na logística: o custo médio do frete da madeira com casca por metro cúbico é de US\$ 4,80; estima-se que a concorrência gaste US\$ 9,50 na mesma operação. A produtividade média florestal também é maior em comparação às outras indústrias do setor. São 42 metros cúbicos por hectare ao ano, e a média das outras empresas é de 38.

COMPOSTO MERCADOLÓGICO

Os produtos da Duratex são idealizados e projetados para atender à demanda dos vários segmentos de consumo, sendo líder nos mercados superiores, principalmente com a marca Deca. Em 2007, o seu leque de produtos foi ampliado com lançamentos desenvolvidos para públicos de menor poder aquisitivo, obtendo uma receptividade surpreendente, acima das expectativas.

A Empresa detém o registro de quase 163 marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). As mais reconhecidas, como Deca, Hydra, Durafloor, Duratree, Duraplac,

MaDeFibra, Madepan, Madeplac e Acrópole, além da figura do rinoceronte (símbolo da Empresa), entre outras, são também registradas no exterior.

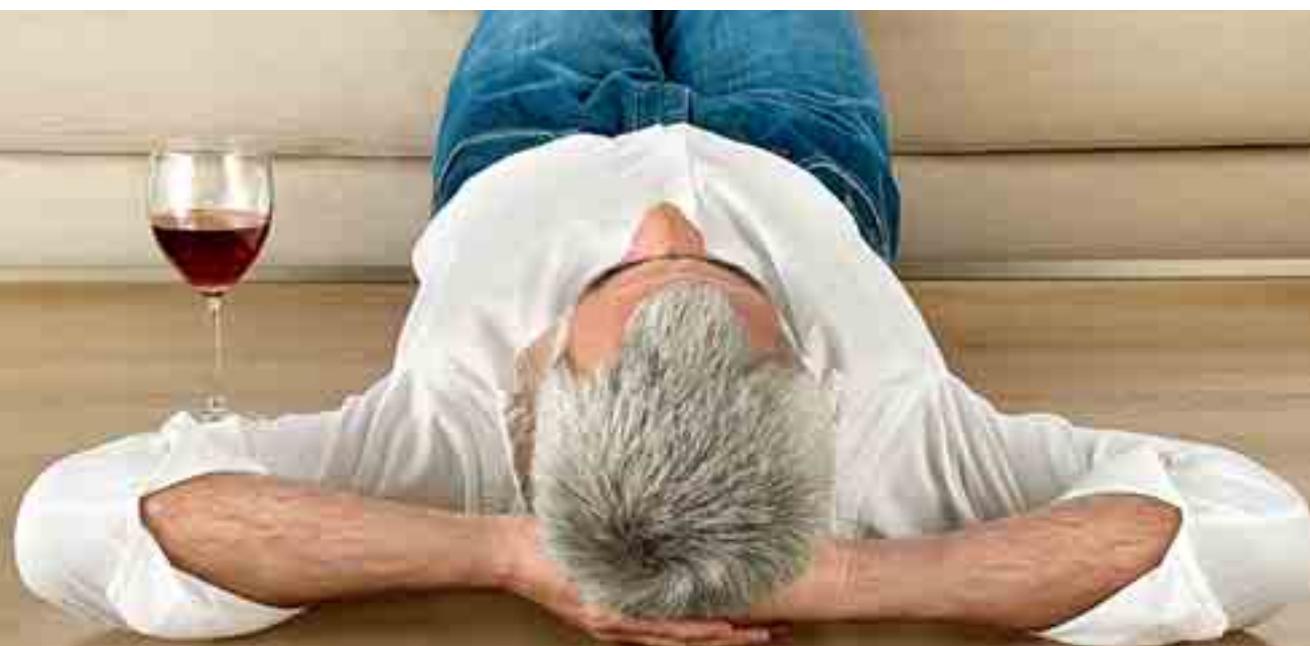
A Empresa adota uma série de ações para solidificar suas marcas. Em 2007, uma campanha veiculada em revistas e mídia especializada fortaleceu a relação entre os produtos de madeira e o rinoceronte, com *slogans* como *Duratex. Sólida, confiável e comprometida com você. O rinoceronte garante.* A fidelização dos clientes promovida pelo reforço das marcas e por outras ações com públicos específicos de formadores de opinião reflete-se na participação de mercado. Estima-se que a Divisão Madeira detenha aproximadamente um terço do segmento brasileiro de painéis de madeira reconstituída e, na Divisão Deca, os metais sanitários detenham aproximadamente 40%, e as louças, uma fatia próxima a 20%, sendo predominante nos segmentos luxo e alto luxo. Faz parte do composto mercadológico, que auxilia na diferenciação e fortalecimento das marcas, a capilaridade das vendas e dos serviços. Com produtos disponíveis em todo o território nacional, a Empresa tem uma extensa rede de assistência técnica, de mais de 400 pontos. Em 2007, 600 profissionais dessa área, que constitui um canal exclusivo de relacionamento com os consumidores finais, visitaram a sede e receberam treinamento especial.

POSICIONAMENTO COMPETITIVO

Além de contar com marcas líderes e localização geográfica que a diferenciam da concorrência, a Empresa tem uma baixa dívida líquida (R\$ 7,9 milhões no encerramento de 2007). Essa estrutura de capital permite o investimento em expansões, a exemplo do novo ciclo iniciado em 2007 e que deverá se estender até 2009. A história pontuada por bons resultados permite uma relação de confiança que favorece o acesso a uma diversificada fonte de financiamento.

GESTÃO

A idéia de continuidade que permeia grande parte das ações da Companhia se deve, em parte, à experiência de seus administradores. Seu conhecimento sobre o mercado, a baixa rotatividade nos cargos e o compromisso com o crescimento resultam em uma administração segura e eficiente. A estrutura de governança corporativa, que privilegia a transparência e é balizada pelas melhores práticas do mercado, é outro ponto a diferenciar a atuação da Duratex.



O VOLUME DE VENDAS CRESCERAM 7% EM 2007, PARA 1.307,6 MIL METROS CÚBICOS, COM A OCUPAÇÃO DE PRATICAMENTE TODA A CAPACIDADE INSTALADA DAS UNIDADES INDUSTRIAIS. O DESEMPENHO FOI IMPULSIONADO PELO LANÇAMENTO DE 80 PADRÕES E ACESSÓRIOS, PELA SEGMENTAÇÃO COMERCIAL E PELA AMPLIAÇÃO DA PRESENÇA DE PAINÉIS NAS SEÇÕES DE COZINHA E MÓVEIS DE ESCRITÓRIO.

DIVISÃO MADEIRA





O Brasil está entre os principais países produtores de painéis de madeira reconstituída. O mercado consumidor conta com aproximadamente 14,9 mil fabricantes de móveis, em sua maioria empresas familiares e de pequeno e médio porte. A indústria moveleira é de extrema relevância para a Divisão Madeira, pois consome aproximadamente 60% do volume de painéis expedidos no mercado interno. O setor da construção civil ganha relevância pela demanda crescente de móveis às novas construções erguidas. Essa situação beneficiou a Divisão Madeira, que obteve receita líquida 10% superior à de 2006, num total de R\$ 1.104,5 milhões, sendo 86% obtida no mercado interno. A divisão utilizou praticamente toda a sua capacidade instalada durante o ano, expedindo 1.307,6 mil metros cúbicos, 7% mais do que no exercício anterior. O EBITDA cresceu 16%, para R\$ 410,0 milhões, com margem de 37% contra 35% no ano anterior.

Com quatro unidades industriais no Estado de São Paulo (em Agudos, Botucatu, Itapetininga e Jundiá), produz painéis de fibra de média (MDF) e alta densidade (HDF), pisos laminados da marca Durafloor, chapas de fibra e painéis de aglomerado (MDP). Sua capacidade instalada, de 1,5 milhão de metros cúbicos anuais, corresponde a aproximadamente um terço do total brasileiro, o que lhe garante a liderança do setor.

Expedição

	(em metros cúbicos)		
	2006	2007	Variação
Standard	855.855	889.787	4%
Revestidos	362.659	417.866	15%
Total	1.218.514	1.307.653	7%

Receita líquida

	(em milhões de reais)		
	2006	2007	Variação
Mercado interno	825,6	951,9	15%
Mercado externo	178,8	152,6	-15%
Total	1.004,4	1.104,5	10%

Madeira – vendas mercado interno

REGIÃO		SEGMENTO	
Sudeste	56,7%	Indústria moveleira	59,1%
Sul	33,8%	Revenda	27,0%
Nordeste	5,8%	Construção civil	6,2%
Centro-Oeste	3,3%	Vendas técnicas	4,0%
Norte	0,4%	Outros	3,7%
	100,0%		100,0%



1,3 milhão de m³

FOI EXPEDIDO EM 2007, VOLUME 7% MAIOR QUE O DE 2006, DEVIDO AO AUMENTO DA DEMANDA INTERNA DA INDÚSTRIA MOVELEIRA.

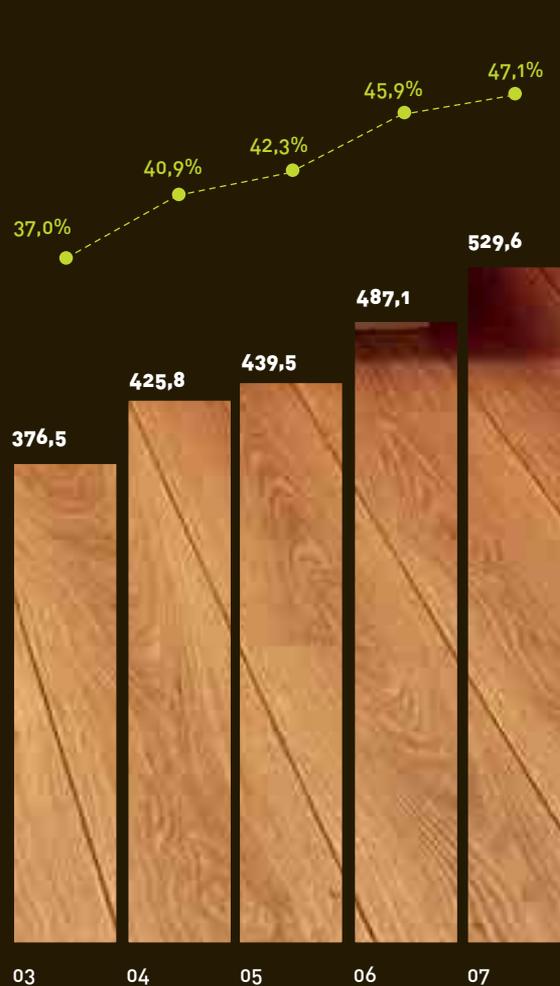
EBITDA (em R\$ milhões) e Margem EBITDA

● Margem EBITDA %



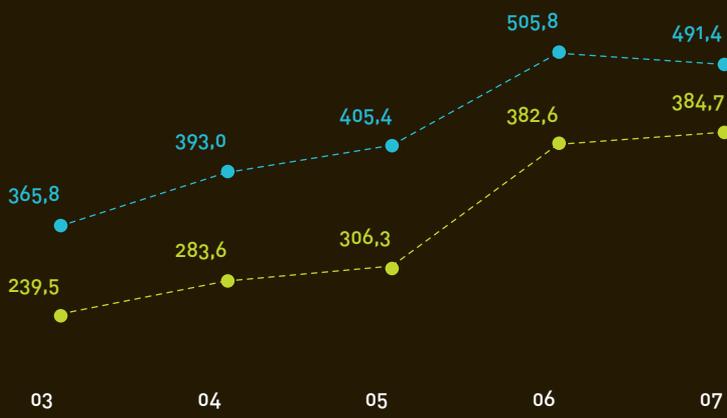
Custo (em R\$ milhões) e Margem Bruta

● Margem Bruta %

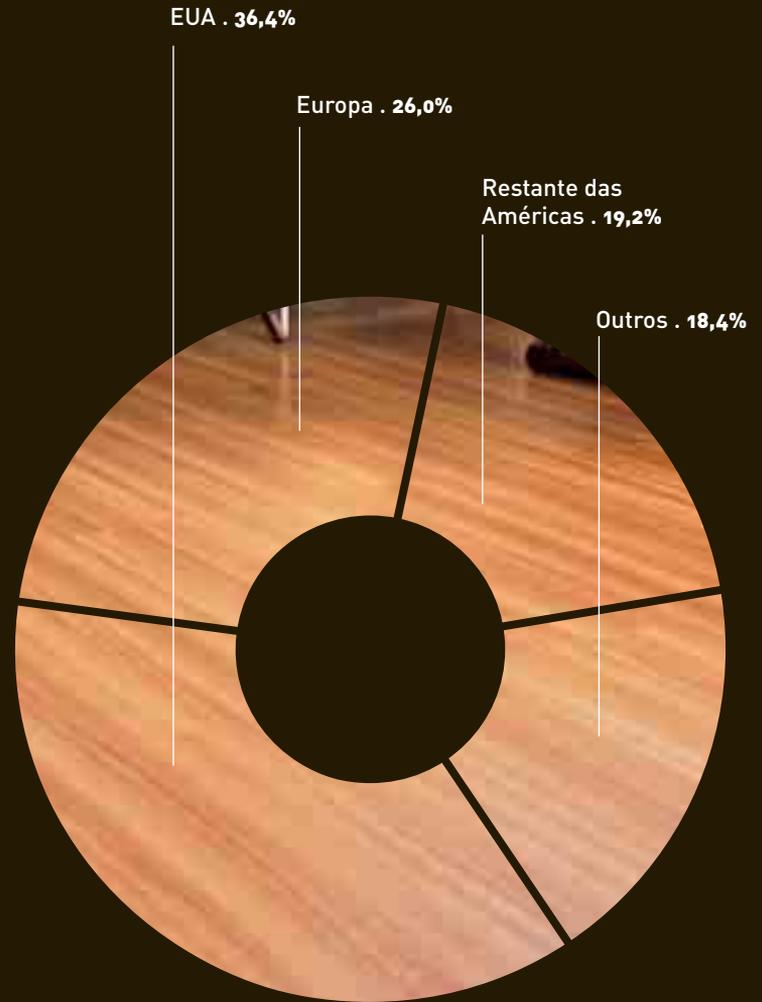


Produtividade – Divisão Madeira

- Produção (m³/colaborador)
- Receita Líquida (R\$ mil/colaborador)



Destino das Exportações (78 países)



Composição de custos Madeira

	Chapa de fibra	MDP	MDF/HDF/SDF
Mão-de-obra	23,2%	11,0%	9,1%
Madeira	28,4%	25,0%	24,0%
Matérias-primas e outros materiais	26,8%	50,4%	50,5%
Energia elétrica	9,9%	5,6%	8,4%
Combustíveis	8,7%	2,6%	1,6%
Depreciação	3,0%	5,4%	6,4%

MERCADO EXTERNO

O valor total das exportações da Divisão Madeira, no período, foi de US\$ 55,7 milhões, 7% superior ao de 2006, tendo as exportações de chapas de fibra representado 91% desse total.

VALOR AGREGADO

Um dos principais ingredientes da agregação de valor é a aposta na qualidade e a variada linha de produtos criados para agradar aos diferentes segmentos de consumo. Em 2007, uma campanha de valorização da marca foi colocada em ação, sob o slogan *Madeira não é tudo igual. Procure o Rino*, destacando a qualidade, a segurança e a garantia dos produtos.

INVESTIMENTOS

A nova fábrica de Agudos, a ser inaugurada em 2009, é o principal projeto do plano de

investimentos de R\$ 850 milhões anunciado pela Duratex para o período entre 2007 e 2009. A nova linha de MDF terá capacidade para produzir 800 mil metros cúbicos ao ano, um acréscimo de 125% em relação à atual capacidade instalada, e deverá trazer consideráveis ganhos de escala. Na área de revestimentos, o aumento será de 35%, com 8,5 milhões de metros quadrados, o que deverá proporcionar um enriquecimento do composto de venda e, conseqüentemente, dos preços unitários.

INOVAÇÃO

Dando seqüência a estratégia de enriquecimento do composto de venda, foram lançados durante o ano 80 padrões e acessórios de acabamento. No segmento de piso laminado, foi definida uma estratégia de segmentação como forma de agregar mais valor ao

produto por meio de uma remodelação geral dos padrões Durafloor. Em vez da anterior separação por categoria de uso – Home, Pro e Premium –, a partir de 2007, a segmentação passou a ser feita de acordo com a linha. Assim surgiram as linhas Home, Studio, Design, Vintage, Nature e Premium, que somam 43 padrões e três texturas.

A remodelação dos produtos foi complementada por uma mudança no modelo de gestão comercial, direcionando recursos para a segmentação e ampliação da presença de painéis nas seções de cozinha e móveis de escritório. Para a marca Durafloor, foram intensificadas as ações de venda em *home centers*, lojas especializadas e construtoras.

PRÊMIOS (GRI 2.10)

Entre os reconhecimentos recebidos pela Divisão Madeira, destacam-se o Prêmio Pini, pela sexta vez consecutiva, com 52,66% dos votos, e o prêmio Top Marcas, pela terceira vez consecutiva, ambos na categoria piso laminado. Relevante também foi o Prêmio da Excelência Empresarial, promovido pelo Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), como melhor empresa do setor de produtos de madeira. Dentre os critérios de premiação está o desempenho econômico-financeiro.



R\$ 410,0 milhões

FOI O EBITDA DA DIVISÃO MADEIRA EM 2007, O QUE REPRESENTA ACRÉSCIMO DE 16% EM RELAÇÃO AO VALOR REGISTRADO NO ANO ANTERIOR.



IMPULSIONADAS PELO BOM MOMENTO DA CONSTRUÇÃO CIVIL, PELA RACIONALIZAÇÃO DA LINHA DE PRODUTOS E REESTRUTURAÇÃO COMERCIAL, AS VENDAS DE LOUÇAS E METAIS SANITÁRIOS CRESCERAM 11% NO ANO.

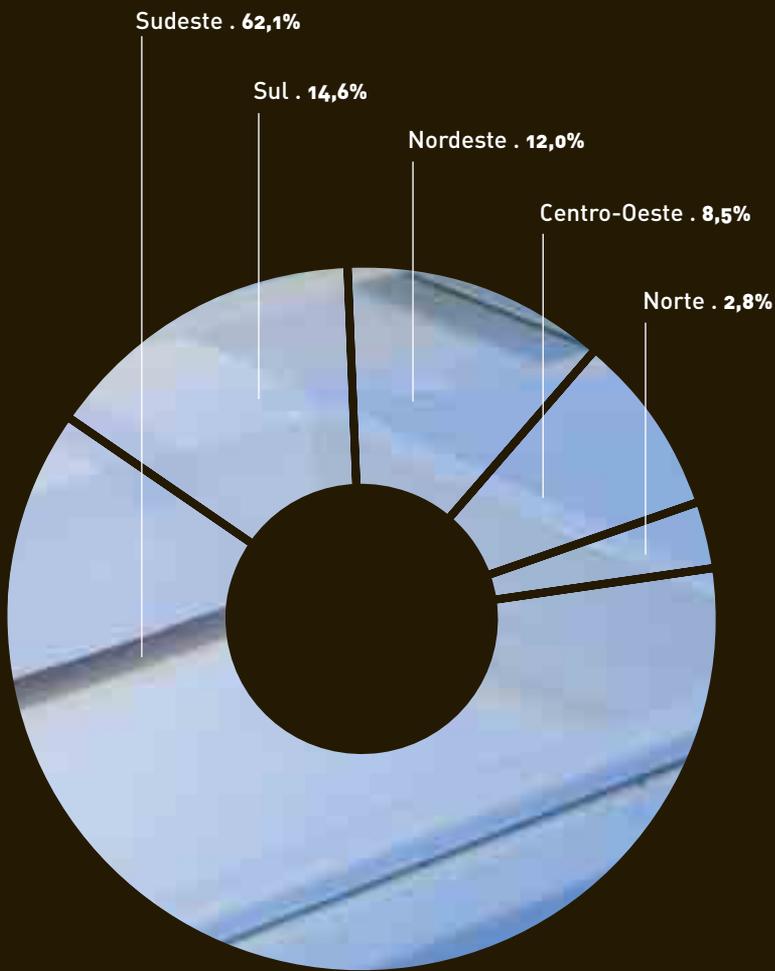
A RECEITA LÍQUIDA, DE R\$ 566 MILHÕES, FICOU 17% ACIMA DA DE 2006 E O EBITDA EVOLUIU PARA R\$ 148,1 MILHÕES, COM MELHORA NO COMPOSTO DE VENDAS.

DIVISÃO DECA

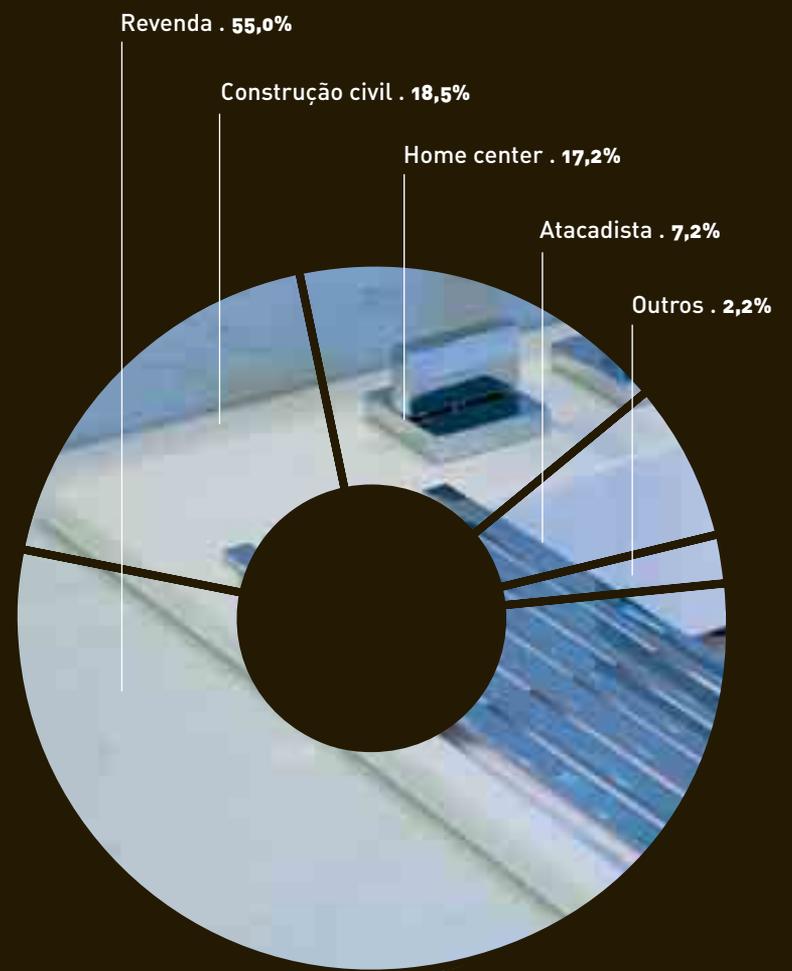




Distribuição das Vendas no Mercado Interno
(Região)



Distribuição das Vendas no Mercado Interno
(Canais)



DECA COMPLETOU 60 ANOS DE PRESENÇA NO MERCADO COM O LANÇAMENTO DE 76 PRODUTOS EM METAIS SANITÁRIOS E 10 EM LOUÇAS, PARA DIFERENTES SEGMENTOS DE CONSUMO. A MARCA HYDRA COMEMOROU OS 75 ANOS COM QUATRO NOVAS VERSÕES DA VÁLVULA QUE É LÍDER DE MERCADO, ALIANDO BELEZA ESTÉTICA E ECONOMIA DE ÁGUA.

A Divisão Deca festejou seus 60 anos, em 2007, com o melhor desempenho de sua história: expediu 15.489 mil peças, representando aumento de 11% em relação ao ano anterior. O aquecimento do mercado imobiliário, movimento iniciado em 2005, foi um dos principais indutores do crescimento, que encontra respaldo na maior disponibilidade de crédito, no aumento dos prazos de financiamento, na redução da taxa de juros e na capitalização em Bolsa de Valores de empresas do setor. Trata-se de uma conjuntura amplamente favorável reforçada pelo grande déficit habitacional existente no País.

O aumento de 17% da receita líquida, para R\$ 566,0 milhões, foi ligeiramente superior à média da indústria de material de construção, que cresceu 15,47% em comparação a 2006, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (Abramat). O EBITDA evoluiu 43%, atingindo R\$ 148,1 milhões, com margem EBITDA de 26% (21% no ano anterior).

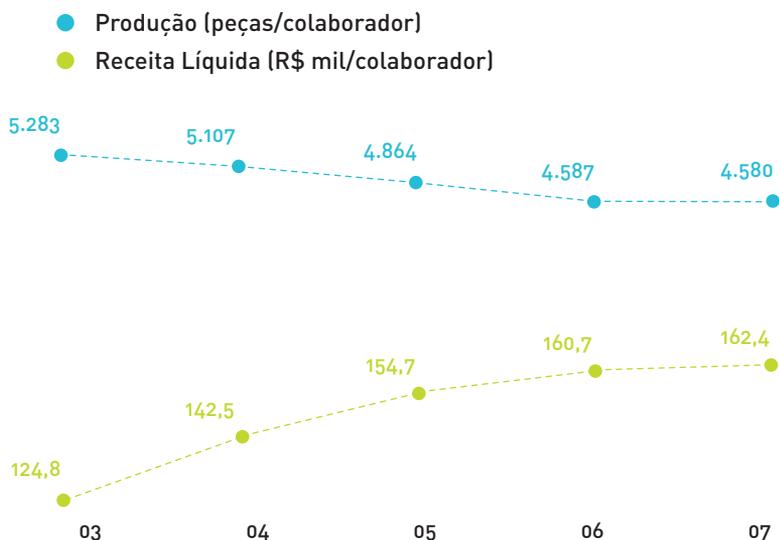
Esse resultado reflete a melhora do composto de vendas, uma vez que os produtos de acabamento apresentaram um crescimento no volume expedido de 22%. As exportações evoluíram 6%, atingindo US\$ 10,4 milhões, com destaque para as vendas externas de louças sanitárias, que somaram US\$ 7,6 milhões.

Com quatro unidades industriais no País – Metais São Paulo, na Capital, Metais Jundiaí, Cerâmica Jundiaí e Cerâmica São Leopoldo, além da Deca Piazza, na Argentina –, a Divisão Deca tem uma capacidade instalada de produção de 18,2 milhões de peças. Esses produtos são comercializados com as marcas Hydra, para válvulas de descarga, e Deca, para metais e louças sanitárias e respectivos acessórios.

Composição de custos

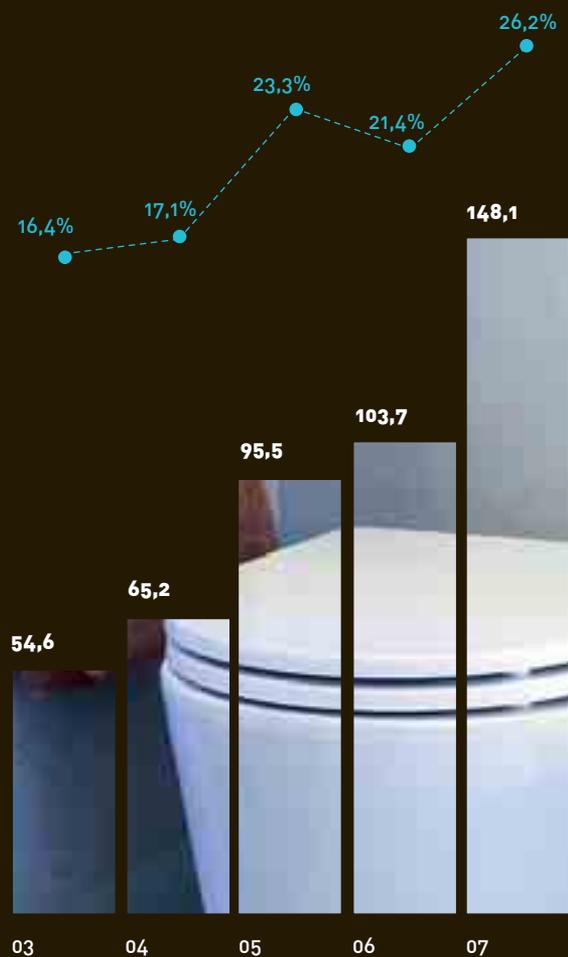
	Metais	Louças
Matérias-primas e outros materiais	59,2%	41,0%
Mão-de-obra	31,4%	44,5%
Depreciação	5,7%	10,3%
Energia elétrica	3,3%	4,2%
Combustíveis	0,4%	9,2%

Produtividade – Divisão Deca



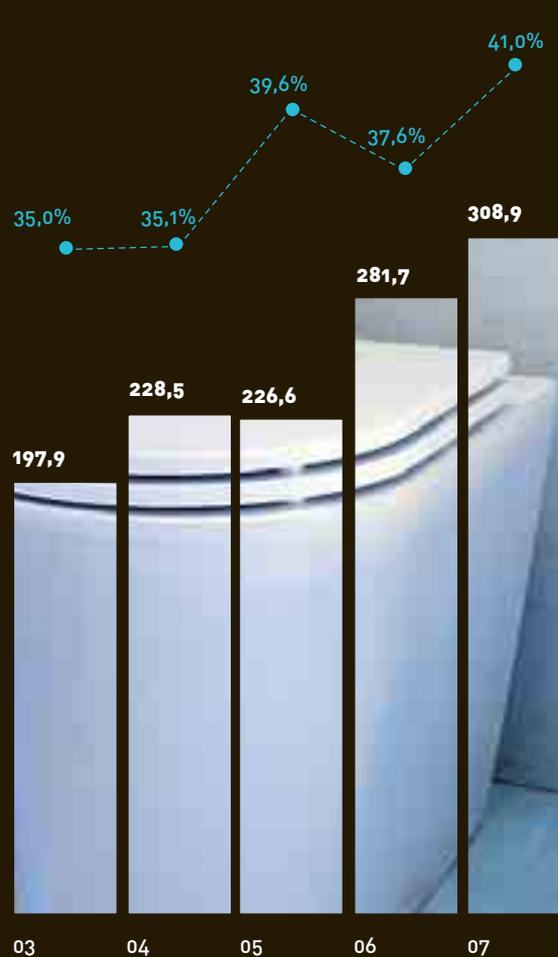
EBITDA (em R\$ milhões) e Margem EBITDA

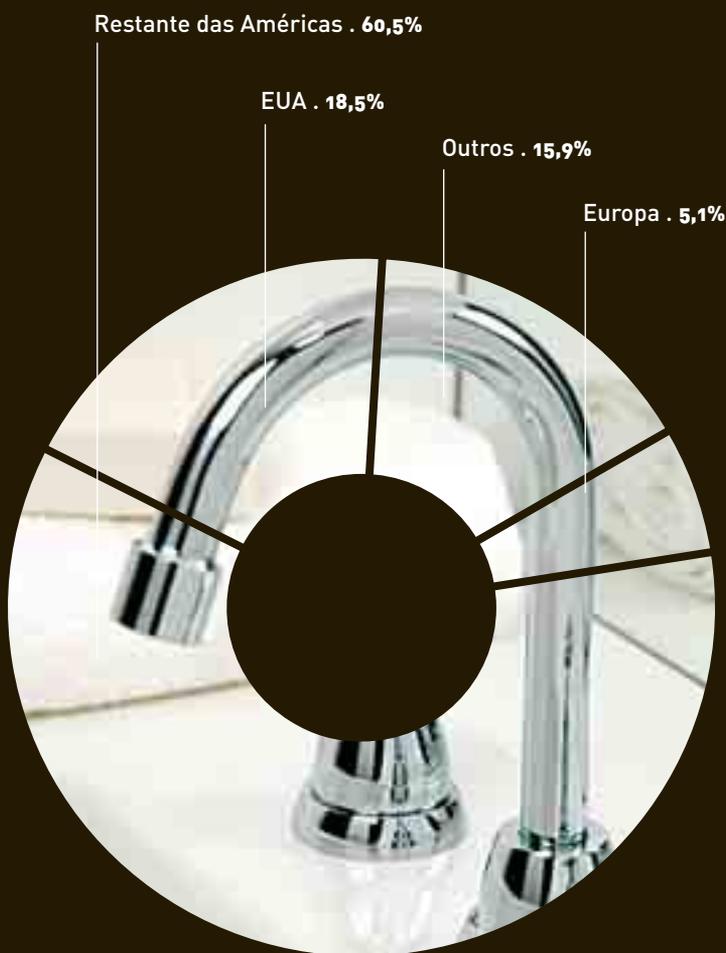
● Margem EBITDA %



Custo (em R\$ milhões) e Margem Bruta

● Margem Bruta %





Destino das exportações



15,5 milhões

DE PEÇAS FORAM EXPEDIDOS EM 2007. O VOLUME, 11% MAIOR QUE O DO ANO ANTERIOR, REFLETE O CRESCIMENTO DA CONSTRUÇÃO CIVIL.

DESTAQUES DO ANO

A racionalização da linha de produtos e a reestruturação comercial foram fatores decisivos para o bom desempenho da Empresa. Peças com pouca aceitação saíram de catálogo, cedendo espaço a produtos de *design* contemporâneo, inclusive dirigidos ao segmento competitivo. Nessa subdivisão, algumas linhas chegaram a vender 100 mil peças ao mês logo após o lançamento, volume superior à capacidade total de produção de alguns concorrentes.

A aposta no segmento competitivo vem acompanhada de iniciativas dirigidas aos consumidores de produtos de luxo, que continuam importantes no projeto estratégico de segmentação da Divisão Deca. O projeto Butique, direcionado aos arquitetos, decoradores e consumidores de alto poder aquisitivo, já atinge 46 lojas. A meta em 2008 é chegar a 100, sempre escolhendo estabelecimentos exclusivos, especializados e que tenham atendimento diferenciado.

No setor de alto consumo, a ocupação de maior espaço no varejo tem como alavanca uma

abrangente reorganização comercial iniciada em 2006. A Empresa investiu no relacionamento com os atacadistas, criando estratégias de venda estruturadas de forma a garantir o sucesso dos clientes e a sustentabilidade do negócio. Nesse sentido, a força de venda da Divisão Deca presta uma assessoria ampla e focada na definição do melhor *mix* de produto para cada região, no fornecimento de material promocional e treinamento da força de venda e de formadores de opinião. Em 2007, foram oferecidas 26,5 horas de treinamento por colaborador.

INVESTIMENTOS

No início do ano, foram comunicados investimentos de R\$ 200 milhões na Divisão Deca para o período de 2007 a 2009. Em metais, a expansão permitirá a produção de mais 400 mil peças por mês – atualmente são 1,2 milhão, o que representa crescimento de 33%. A capacidade instalada de louças será ampliada em 140 mil peças ao mês, crescimento de 44%.

A Empresa também investiu no treinamento de parceiros para a prestação de serviços de assistência técnica, que hoje conta com 110 pontos físicos e 300 profissionais cadastrados. Mais de 600 pessoas de todo o Brasil participaram de cursos em São Paulo, aprendendo desde técnicas de atendimento até hábitos de asseio e características dos produtos. O investimento em formação de equipes é um dos principais sustentáculos da capacidade inovadora da Empresa, já que o ineditismo dos produtos exige profissionais aptos a manipulá-los.

INOVAÇÃO

Em 2007, a Divisão Deca colocou no mercado 76 novos produtos em metais sanitários e 10 em louças, com destaque para linhas mais competitivas como a Max, lançada em agosto de 2007. As vendas iniciais superaram em muito as expectativas da área comercial, indicando um grande potencial de crescimento nesse segmento de alto consumo.



A válvula Hydra comemorou 75 anos repaginada. O produto ganhou quatro novas versões que aliam a beleza estética e a economia de água como diferencial de preservação do meio ambiente. A válvula HydraDuo tem dois tipos de acionamento, em que o usuário pode escolher uma descarga de três ou seis litros. A HydraEco limita o consumo de água a seis litros, mesmo com o botão pressionado. A válvula Retro, com *design* inspirado nos anos de 1930, também limita o volume de água, e a HydraPlus tem um visual *clean* e sofisticado, com apenas 10 milímetros de espessura na caixa e três no botão.

EXPORTAÇÃO

A aposta em produtos de maior valor agregado é a principal estratégia da Deca no mercado externo, tática que se reflete nas vendas realizadas em 2007. Em relação a 2006, ocorreu um aumento de 14% no número de peças de metal exportadas, atingindo US\$ 10,4 milhões de faturamento.

No final de 2007, a Empresa exportava para 40 países e estava presente em 1,4 mil pontos-de-venda. Desses, 200 estão localizados nos Estados Unidos, mercado que é um dos focos da Divisão Deca. Durante o ano, vários projetos tiveram como objetivo conquistar cada vez mais o segmento de alto luxo, aperfeiçoar e firmar a imagem da marca no país. Foi realizada uma readequação na linha de produtos e investimento maciço em propaganda, marketing e promoção. As equipes de vendas passaram por treinamentos, e as parcerias com construtoras e arquitetos foram incentivadas.

A participação em feiras também passou por mudanças: em vez de apostar em eventos mais grandiosos, como a Kitchen and Bath, mais adequada ao período em que estava entrando no mercado, a Empresa pulverizou sua participação em várias iniciativas, com o intuito de aumentar o volume de vendas. As perspectivas para 2008 são promissoras, pela avaliação de que o risco de

crise da economia americana não deva atingir o segmento visado, de alto luxo.

PRÊMIOS (GRI 2.10)

Além do iF Product Design Award, recebido pela linha Contemporânea de metais sanitários, a Divisão Deca obteve outras importantes distinções. Ganhou em três categorias no 16º Prêmio Anamaco: Metais Sanitários Economizadores, Metais Sanitários e Sistemas de Descarga. Os vencedores foram eleitos por uma pesquisa realizada com 1.432 lojistas de todo o País.

A Empresa também ganhou o Prêmio Pini, que resulta de uma enquete respondida por 1,8 mil leitores das publicações da editora de mesmo nome, com 56,40% da preferência na categoria Metais Sanitários e 66,54% em Louças Sanitárias. E o Mercado Design – Top 21-premiou a válvula Duo.



R\$ 148,1 milhões

FOI O EBITDA DA DIVISÃO DECA. ESSE VALOR REPRESENTA UM AUMENTO DE 43% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR.

ANÁLISE DOS RESULTADOS



A COMBINAÇÃO DE CENÁRIO ECONÔMICO FAVORÁVEL E MATURAÇÃO DE INVESTIMENTOS FEITOS AO LONGO DOS ÚLTIMOS ANOS PROPORCIONOU À DURATEX REGISTRAR, EM 2007, O MELHOR DESEMPENHO DE SUA HISTÓRIA. A RECEITA BRUTA CRESCER 13%, ATINGINDO R\$ 2.226,2 MILHÕES; A GERAÇÃO OPERACIONAL DE CAIXA SOMOU R\$ 558,1 MILHÕES, 22% SUPERIOR À DE 2006; E O LUCRO LÍQUIDO EVOLUIU 41%, TOTALIZANDO R\$ 318,9 MILHÕES. O DESEMPENHO REFLETE, AINDA, GANHOS DE EFICIÊNCIA E COMPOSTO MERCADOLÓGICO DE MAIOR VALOR AGREGADO.

CENÁRIO MACROECONÔMICO

O ano de 2007 foi marcado pelo bom desempenho da economia, impulsionada pela queda dos juros, aumento do crédito e da massa salarial, o que permitiu uma grande expansão do mercado interno, principal responsável pela evolução de 5,4% do PIB. Os setores de atuação da Duratex – materiais de acabamento para a construção civil e indústria moveleira – foram altamente favorecidos por esse cenário, impulsionando os resultados da Empresa.

No cenário externo, houve uma inversão de expectativas no início do quarto trimestre de 2007, decorrente dos desdobramentos da crise no segmento de hipotecas de alto risco (*subprime*) nos Estados Unidos, o que faz aumentar as incertezas acerca do impacto na economia americana e mundial.

A combinação de alto superávit comercial e de investimentos externos contribuiu para a elevação de reservas internacionais brasileiras, que somavam US\$ 180,3 bilhões ao final do período. No final de 2007, cada US\$ 1,00 era cotado a R\$ 1,7713, enquanto em 2006 estava cotado a R\$ 2,1380, correspondendo a uma valorização do real de 20,7%.

RESULTADOS

O resultado da Duratex apresentado em 2007 foi o melhor de sua história. A conjunção do bom momento vivido pela economia brasileira e a maturação dos investimentos efetuados pela Empresa ao longo dos últimos anos permitiu esse desempenho.

RECEITA

Assim, a receita bruta atingiu R\$ 2.226,2 milhões, o que representa evolução de 13% em relação a 2006. As exportações evoluíram 7% no período, totalizando US\$ 66,1 milhões. A receita líquida consolidada totalizou R\$ 1.670,6 milhões, superior em 12% ao valor de 2006.

O lucro líquido apresentou expressiva melhora de 41%, tendo totalizado R\$ 318,9 milhões no ano, o que representa um retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE) de 22% ante 18% no ano anterior.

CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS

O custo dos produtos vendidos somou R\$ 918,8 milhões, valor 9% superior àquele de 2006. Este incremento se deve, principalmente, ao aumento dos custos variáveis, equivalentes a 60% do custo total, em decorrência do aumento das expedições.

Em relação à receita líquida, houve diluição dos custos, que passaram a representar 55% das receitas ante 57% em 2006, o que equivale a um incremento na margem bruta de 43% para 45% em 2007.

DESPESAS OPERACIONAIS

As despesas operacionais totalizaram R\$ 276,4 milhões em comparação a R\$ 264,5 milhões em 2006, o que representa um aumento de 4% – mais uma vez houve diluição das despesas em relação à receita líquida, impulsionando as margens operacionais.

EBITDA

A geração de caixa operacional medida pelo EBITDA totalizou R\$ 558,1 milhões, valor 22% superior ao de 2006. A margem EBITDA totalizou 33% ante 31% em 2006, e reflete a diluição de custos e despesas operacionais em relação ao incremento das vendas.

LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido apresentou expressiva melhora, de 41%, tendo totalizado R\$ 318,9 milhões no ano, o que representa um retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE) de 22% – ante 18% em 2006.

ENDIVIDAMENTO

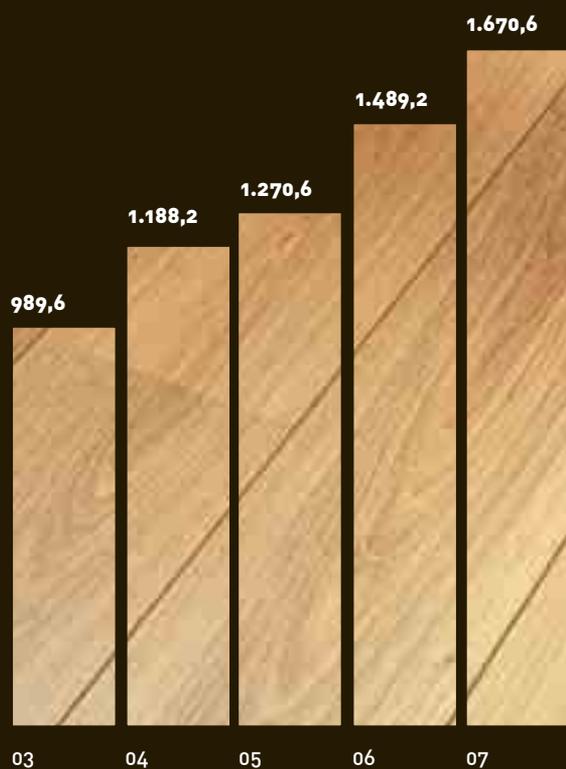
Ao final de 2007, a Duratex apresentava uma dívida líquida correspondente a R\$ 7,9 milhões, equivalente a 0,5% do Patrimônio Líquido e 0,01 vez do EBITDA. Em razão do plano de investimento que se encontra em andamento, o nível de endividamento deve aumentar ao longo de 2008. A parte mais relevante dos novos financiamentos virá do BNDES.

GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA (EC1)

O valor adicionado de 2007 totalizou R\$ 1,1 bilhão, resultado 13% superior ao de 2006, e foi distribuído entre governo, na forma de impostos e contribuições (41,1%), financiadores (5,5%), colaboradores (25,3%), acionistas (13,6%) e como reinvestimento na Empresa (14,5%).



Receita Líquida . (em R\$ milhões)



Endividamento . (em R\$ milhões)

Endividamento (R\$ milhões)

Dívida Líquida/PL (%)



22%

FOI O RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO LÍQUIDO (ROE), ANTE 18% AO ANO ANTERIOR.

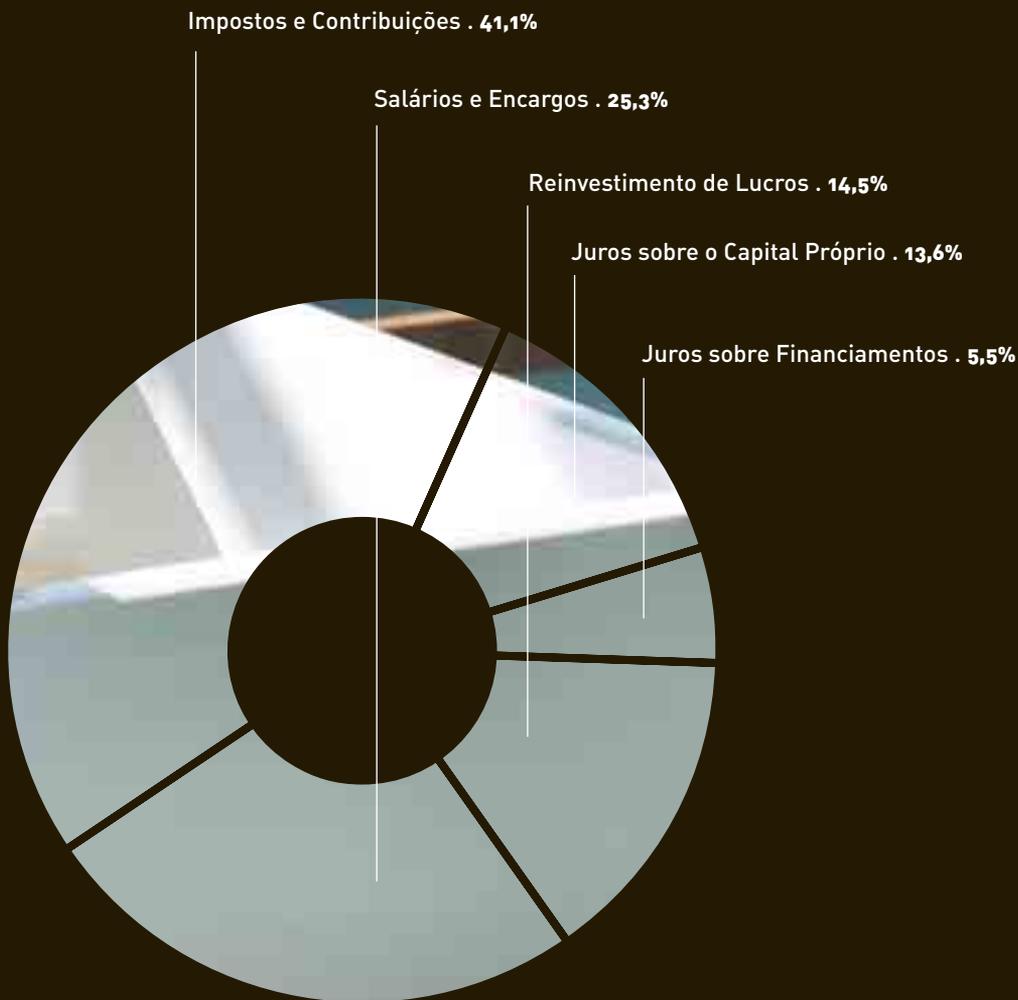
Demonstração do valor adicionado – consolidado (EC1)

	2003	2004	2005	2006	2007
Receitas	1.254,7	1.580,6	1.706,4	1.965,2	2.226,2
Prov. Crédito Liquidação Duvidosa	(5,7)	0,7	(4,2)	(6,5)	(3,8)
Insumos Adquiridos Terceiros	(495,5)	(646,7)	(663,2)	(777,9)	(883,8)
Valor Adicionado Bruto	753,5	934,6	1.039,0	1.180,8	1.338,7
Depreciação/Amortização/Exaustão	(58,5)	(72,3)	(83,8)	(82,2)	(86,0)
Depreciação Bens Reavaliados	3,7	3,5	3,3	3,2	3,3
Valor Adicionado Líquido	698,7	865,8	958,6	1.101,8	1.255,9
Rec. (Desp.) Operacionais e Não-operacionais	(40,4)	(104,7)	(93,2)	(100,3)	(119,3)
Valor Adicionado a Distribuir	658,3	761,1	865,4	1.001,5	1.136,6
Remuneração do Trabalho	197,0	218,0	240,3	261,1	287,7
Remuneração do Governo	255,6	326,1	361,6	415,0	467,4
Remuneração dos Acionistas	25,7	58,1	46,4	76,9	154,6
Remuneração de Financiamentos	141,5	91,1	126,0	99,4	62,2
Transferência para Reserva	38,5	67,8	91,1	149,1	164,7

→

→





R\$ 1,1 bilhão

FOI O TOTAL DO VALOR ADICIONADO NO PERÍODO, EQUIVALENTE A UM INCREMENTO DE 13% EM RELAÇÃO A 2006.



→ → →

R\$ 558,1 milhões

FOI O EBITDA REGISTRADO EM 2007, EVOLUÇÃO DE 22% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR, COM MARGEM EBITDA EQUIVALENTE A 33%.



AÇÕES COMO INVESTIMENTO



INCREMENTO DE LIQUIDEZ, COM MÉDIA DIÁRIA DE VOLUME NEGOCIADO TRÊS VEZES ACIMA AO DO ANO ANTERIOR, ASSEGUROU O INGRESSO DAS AÇÕES DA DURATEX NOS MAIS IMPORTANTES ÍNDICES DE REFERÊNCIA DO MERCADO ACIONÁRIO BRASILEIRO, O IBOVESPA E O IBRX-50. O VOLUME FINANCEIRO NEGOCIADO TOTALIZOU R\$ 6,6 BILHÕES, COM MÉDIA DIÁRIA DE R\$ 26,2 MILHÕES. NO ENCERRAMENTO DO ANO, O VALOR DE MERCADO DA EMPRESA ATINGIU R\$ 5,6 BILHÕES, EM COMPARAÇÃO AOS R\$ 4,2 BILHÕES VERIFICADOS NO FINAL DE 2006.

As ações preferenciais da Duratex, negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) sob o código DURA4, obtiveram valorização de 31% em 2007. Durante o mesmo período, o Ibovespa registrou variação de 44%, principalmente em razão do desempenho de papéis da Vale e da Petrobras, que, juntas, respondem por 24% do índice. Sem as ações dessas duas empresas, a valorização do Ibovespa seria de 24%.

Foram realizados 152.405 negócios no mercado à vista, envolvendo mais de 138 milhões de ações preferenciais e um volume financeiro de R\$ 6,6 bilhões. A média diária de negociações foi de R\$ 27,2 milhões, valor três vezes superior ao registrado em 2006. O ingresso nos índices Ibovespa e IBrX50, os mais importantes do mercado local, é decorrência desse incremento de liquidez. O valor de mercado da Empresa no final de 2007 era de R\$ 5,6 bilhões, 33,3% superior aos R\$ 4,2 bilhões verificados no final de 2006.

Negociação das Ações Preferenciais

Negociação das Ações Preferenciais	2006	2007	Varição
Cotação de fechamento (R\$)	33,20	43,50	31%
Volume negociado em média/mês (R\$ milhão)	2.016	6.599	227,3%
Nº de negócios (média/mês) (R\$ mil)	55,9	152,4	172,6%



REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

Como resposta dos resultados recordes apresentados no ano e da equilibrada situação financeira, o Conselho de Administração propôs o pagamento bruto de R\$ 154.568 mil a título de dividendos e juros sobre o capital próprio. Esse valor contempla a distribuição de um dividendo extraordinário de R\$ 50.001 mil, ocorrido em novembro de 2007. Dessa forma, a remuneração bruta ao acionista foi equivalente a um valor unitário de R\$ 1,19 por ação e a 48% do lucro líquido do período.

A Duratex adota uma política diferenciada de dividendos mínimos, correspondentes a 30% do lucro líquido ajustado do período. A Lei das Sociedades por Ações estabelece um mínimo de 25%.

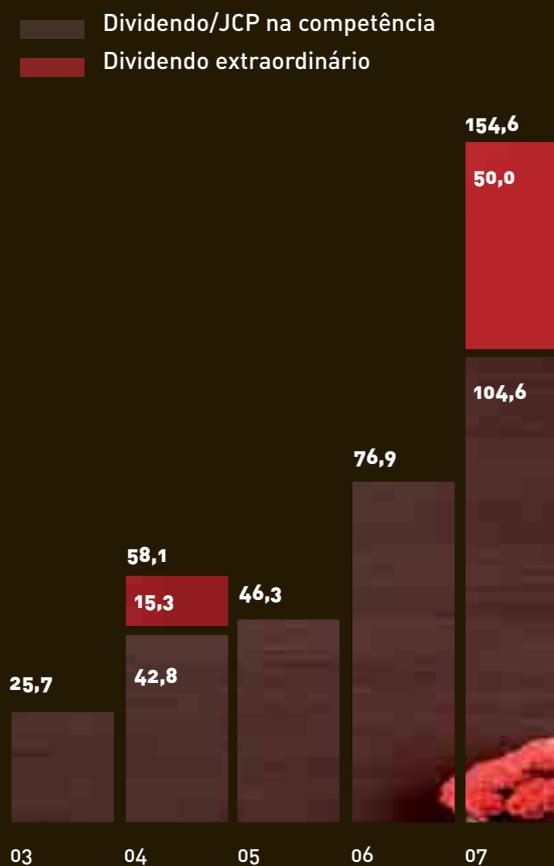
DURA4	Volume Financeiro (R\$ milhão)	Quantidades de Negócios	Volume Financeiro Médio Diário (R\$ milhão)
1997	102	2.369	0,4
1998	51	1.367	0,2
1999	68	1.278	0,3
2000	121	2.731	0,5
2001	88	2.163	0,3
2002	100	2.169	0,4
2003	274	4.686	1,1
2004	382	3.977	1,5
2005	340	6.797	1,3
2006	2.016	55.903	8,2
2007	6.599	152.405	27,2



R\$ 154,6 milhões

FOI A REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS NA FORMA DE DIVIDENDOS E JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO.

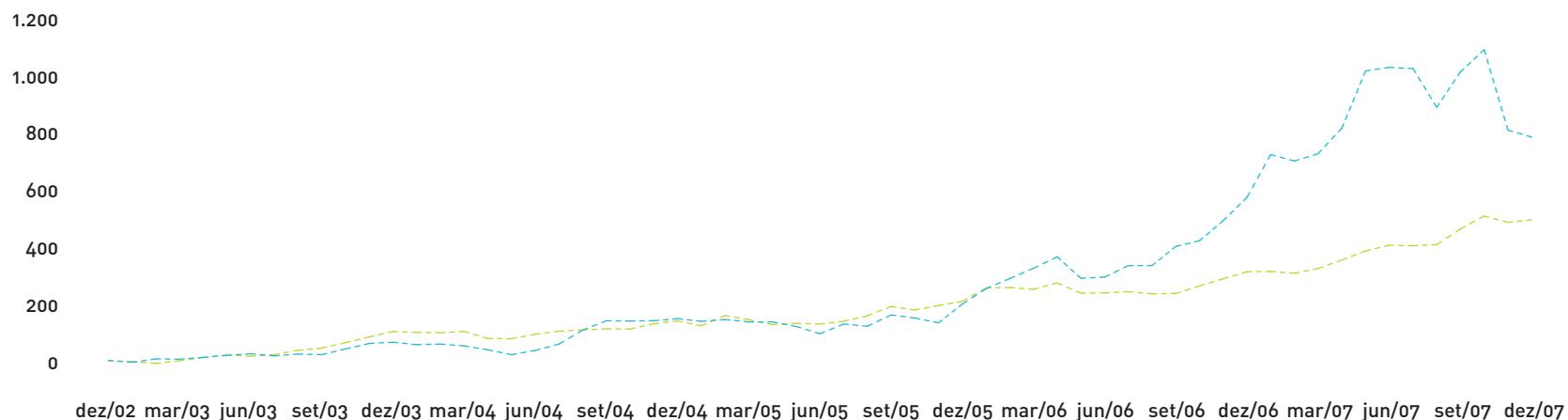
	Distribuição na competência (dividendo e JPC) em R\$ milhões	Pay-out
2003	25,7	40,0%
2004	58,1	46,5%
2005	46,3	33,8%
2006	76,9	34,0%
2007	154,6	48,5%



DURA4 X Ibovespa – 5 anos

Valorização de DURA4 = 737% e Ibovespa = 467%

- Duratex
- Ibovespa



GESTÃO DE RISCOS



PARA REDUZIR A VULNERABILIDADE DAS OPERAÇÕES E O IMPACTO DE FATORES ADVERSOS SOBRE O DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS, A DURATEX ADOTA ANÁLISES E PROCEDIMENTOS PARA IDENTIFICAR, QUANTIFICAR E GERIR RISCOS DE MERCADO, OPERACIONAIS, FINANCEIROS, DE CRÉDITO, TECNOLOGIA, CUSTO DE INSUMOS E IMAGEM E REPUTAÇÃO. ESSE PROCESSO É CONDUZIDO PELO COMITÊ DE RISCOS E ÉTICA, INTEGRADO POR EXECUTIVOS DAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DO GRUPO ITAÚSA (DURATEX, ITAUTECH E ELEKEIROZ).

A Duratex, pela característica de suas operações, está sujeita a uma série de riscos, os quais busca identificar, quantificar e reduzir um possível impacto sobre o seu desempenho.

Esses riscos são segmentados como de mercado, operacional, financeiro, crédito, tecnologia, custo dos insumos, imagem e reputação. A seguir, são brevemente descritos tais riscos e as medidas internas adotadas para mitigá-los.

MERCADO

A demanda por louças e metais sanitários e produtos de madeira depende do vigor dos setores de construção civil e da indústria de móveis. Em 2007, essas duas áreas tiveram um desempenho consistente no Brasil, cenário que promete se repetir em 2008, já que as projeções macroeconômicas indicam crescimento do PIB na ordem de 4,6% no ano.

A ampliação do mercado vem acompanhada de crescimento da concorrência, mas a Duratex conta com a sua posição de liderança em seus segmentos de atuação – excetuando-se louças sanitárias, em que se destaca nas linhas luxo e alto luxo.

Como forma de assegurar bons resultados mesmo em diferentes cenários, a Empresa investe em produtos de maior valor agregado e

intensifica a segmentação de linhas, estratégia que permitiu, em 2007, desempenho recorde em mercados mais competitivos. Aliam-se a esses diferenciais a inovação, a ampla rede de distribuição e assistência técnica e os programas de treinamento de revendedores e usuários.

OPERACIONAIS

A Empresa faz uso de um consistente pacote de ferramentas e programas para minimizar os riscos operacionais, que são inerentes à atividade industrial. A manutenção preventiva de máquinas e equipamentos, comandada pelos mais modernos *softwares*, é realizada com o máximo rigor, de forma a aprimorar a eficiência dos processos, reduzir os custos e evitar eventuais paralisações não-programadas nas linhas. Para proteger o patrimônio, a Companhia contrata apólices de seguros com diferentes coberturas, como ampla, de transporte internacional, contra roubo e de veículos em geral.

Devido à grande extensão de terras e florestas que possui, a Duratex tem brigadas de incêndio próprias para a pronta intervenção no caso de detecção de focos de fogo. O sistema de vigilância contempla torres de observação e patrulhamento recorrente às áreas.

FINANCEIROS

O baixo nível de endividamento, que apresentava relação de 0,01 vez entre dívida líquida e EBITDA ao final de 2007, e a boa geração de caixa permitem amplo acesso a fontes de financiamentos em condições favoráveis. Políticas conservadoras e rigorosas de aplicações financeiras e de gestão de caixa reduzem o impacto da variação dos juros sobre os resultados. Operações de *hedge* são adotadas para minimizar a exposição financeira contra a variação cambial.

A flutuação do câmbio a favor do real prejudicou a rentabilidade das exportações de produtos mais básicos, fazendo com que a Empresa voltasse seu foco a produtos de maior valor agregado. Dentro dessa nova ótica, houve incremento das exportações de produtos da Divisão Deca, principalmente para os Estados Unidos e a Europa. Esses produtos, dirigidos a segmentos superiores de consumo, possuem mais flexibilidade de preço e, portanto, menor dependência do patamar cambial. Por outro lado, a valorização do real provoca efeitos positivos na parcela de custos dolarizados, que representa aproximadamente 30% dos custos totais.



CRÉDITO

A Duratex possui um Comitê de Crédito que se reúne periodicamente para discutir assuntos relacionados à prevenção dos riscos de crédito. A grande e pulverizada base de clientes reduz a dependência a determinado comprador ou segmento de mercado. A Divisão Deca tem aproximadamente 8,4 mil clientes ativos, e a Divisão Madeira, 2,5 mil. O índice de inadimplência em 31 de dezembro de 2007, medido pelo volume total de créditos em atraso mais contencioso pelo faturamento, totalizou 2,3%. Os casos de inadimplência são analisados individualmente e ações cabíveis, decididas no âmbito desse comitê.

TECNOLOGIA

A inovação tecnológica é parte importante da estratégia da Empresa, que investe de forma constante e intensa na pesquisa e no desenvolvimento de produtos. A liderança de mercado nos principais segmentos de atuação permite rentabilização diferenciada e ganhos de escala. Como as tecnologias disponíveis não mudam constantemente, o risco de obsolescência é baixo.

CUSTO DOS INSUMOS

Os preços de matérias-primas, como resinas, papéis, tintas e metais, usadas pela Divisão Deca e pela Divisão Madeira estão sujeitos a flutuações nos mercados internacionais. Apesar de não contar com nenhum tipo de defesa contra esse risco, a Duratex seria afetada de forma similar a outras empresas de seu segmento, o que não prejudicaria sua posição em relação à concorrência. A aquisição de energia é feita por meio de contratos de curto e longo prazos e diretamente no mercado livre, sendo sujeita ao preço vigente no momento.

O principal insumo para a fabricação de painéis, a madeira, é fornecido pela Duraflora S.A., subsidiária integral da Duratex. O investimento permanente na aquisição de terras e no aperfeiçoamento genético das mudas e a adoção de modernas práticas de plantio e colheita contribuem para um elevado grau de produtividade, o maior de sua indústria. Em 2007, foram plantados 10 mil hectares, em comparação a 8 mil em 2006.

IMAGEM E REPUTAÇÃO

O cuidado com a imagem e a reputação é parte essencial do negócio, e faz com que a Duratex freqüentemente supere em rigor as legislações federal, estaduais e municipais que regem a atuação das companhias. Todos os produtos são testados individualmente e seguem à risca os parâmetros dos órgãos responsáveis pela definição de suas características. Na área ambiental, a Empresa foi, em 1995, a primeira na América Latina a obter a certificação do Forest Stewardship Council (FSC). Em 2007, concluiu o processo de adesão à Chicago Climate Exchange, bolsa em que comercializará seus créditos em carbono. Isso somente pelo fato de a Empresa ser *Carbon Free*, ou seja, sua base florestal absorve mais gases de efeito estufa do que sua operação industrial gera, permitindo, portanto, a negociação desse excedente. A Duratex também possui a certificação ISO 14001. Nesse sentido, a Empresa segue o Princípio da Precaução, segundo o qual não devem ser adiadas medidas eficazes e economicamente viáveis para prevenir a ameaça de danos sérios ou irreversíveis de degradação ambiental ou danos à saúde humana. **(GRI 4.11)**



10 mil hectares

DE FLORESTAS FORAM PLANTADOS EM 2007 PARA SUPRIR AS NECESSIDADES DE MADEIRA DAS UNIDADES INDUSTRIAIS.



10,9 mil clientes

REPRESENTAM UMA BASE GRANDE E PULVERIZADA PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DAS DIVISÕES MADEIRA E DECA.

O incentivo aos funcionários também é feito por meio de eventos e prêmios. As unidades de Agudos, Louças e Metais Jundiá e Metais São Paulo homenagearam 15 funcionários que completaram 25 anos de Empresa. O Rino de Ouro, evento de reconhecimento pelo desempenho das equipes de vendas que mais se destacaram no ano, chegou à sua 10ª edição. Durante a cerimônia de premiação, que conta com a presença dos principais executivos da Companhia, foram premiados 20 colaboradores nas categorias individual e por equipe.

EMPREGO

Em 31 de dezembro de 2007, a Duratex mantinha 6.785 colaboradores próprios no Brasil e 184 no exterior, 8% acima do ano anterior. A elevação está relacionada à contratação de profissionais que antes prestavam serviços terceirizados e ao aumento da necessidade de mão-de-obra determinada pela melhora dos níveis de ocupação industrial, decorrentes do bom momento econômico e das expansões previstas.

Colaboradores por contrato de trabalho (LA1)

	2005	2006	2007
Brasil	6.120	6.311	7.009
Funcionários	5.890	6.076	6.785
Estatutários	12	11	12
Estagiários	69	63	98
Terceiros	149	161	114
Exterior	171	198	198
Funcionários	73	171	184
Estatutários	-	-	-
Estagiários	-	5	-
Terceiros	98	22	14

Distribuição de funcionários por região (LA1)

	6.785
Brasil	6.785
Sul	474
Sudeste	6.311
Exterior	198
Argentina	188
América do Norte	7
Europa	3
Total	6.993

A taxa de rotatividade em 2007 foi de 14,6%, considerando a média anual de 6.479 funcionários.

Taxas de rotatividade (LA2)

	Turnover
Gênero	
Homens	13,4%
Mulheres	1,1%
Faixa etária	
Até 20 anos	2,2%
De 21 a 25	5,0%
De 26 a 30	3,0%
De 31 a 35	1,6%
De 36 a 40	0,9%
De 41 a 45	0,7%
De 46 a 50	0,4%
De 51 a 55	0,3%
Acima de 56 anos	0,4%



A Duratex busca contratar profissionais que residam próximo às suas unidades, de forma a favorecer o desenvolvimento social das regiões em que está inserida. **(EC7)**

Em 2007, a remuneração dos colaboradores da Duratex somou R\$ 169,9 milhões, além de R\$ 95,1 milhões em encargos sociais obrigatórios e R\$ 28,6 milhões em benefícios, como assistência médica, transporte, alimentação e previdência privada. O menor salário anual pago pela Empresa, de R\$ 5.528,17, foi 1,2 vez superior ao salário mínimo de R\$ 4.560,00 vigente no mesmo período. **(EC5)**

A remuneração variável, definida pelas normas do Plano de Participação nos Resultados (PLR), representou R\$ 19,8 milhões. O objetivo do programa é incentivar o engajamento dos funcionários na obtenção de melhores resultados e aprimorar o trabalho em equipe. São levados em conta dados como absenteísmo, melhorias e números de acidentes de trabalho, além de indicadores de desempenho da Empresa em produtividade, qualidade e custos de cada unidade.

Entre os benefícios concedidos aos funcionários e não estendidos a terceiros estão: plano complementar de aposentadoria, empréstimos pessoal e especial, auxílio funeral, convênio previdenciário, seguros de vida em grupo e de acidente pessoal, assistência médica extensiva

aos dependentes, alimentação, cesta básica, transporte fretado (em algumas regiões) e venda de produtos com preços e condições especiais. Além disso, a Empresa oferece brinquedos aos filhos de funcionários com idade até 13 anos por ocasião das festas de final de ano e também, Cestas de Natal. **(LA3)**

A Duratex e suas controladas fazem parte do grupo de patrocinadoras da Fundação Itaúsa Industrial, entidade sem fins lucrativos que tem por finalidade administrar planos privados de concessão de benefícios de pecúlios ou de renda complementares ou assemelhados aos da Previdência Social. A Fundação administra um Plano de Benefício Definido (BD) e um Plano de Contribuição Definida (CD). Ao final de 2007, a Fundação Itaúsa Industrial, com ativos de R\$ 1.361,1 milhões, ocupava a 24ª. posição dentre as maiores entidades privadas de previdência no Brasil por este critério. **(EC3)**

a. Plano de Benefício Definido – BD

O Plano abrange os seguintes benefícios: complementação de aposentadoria, por tempo de contribuição, especial, por idade, invalidez, renda mensal vitalícia, prêmio por aposentadoria e pecúlio por morte. Está vedado o acesso de novos participantes a esse plano. Em fevereiro de 2007, foi aprovada a unificação dos Planos BD DX (Duratex),

BD Itautech e BD Itaúsa, cuja denominação passou a ser Plano de Benefício Definido (Plano BD).

b. Plano de Contribuição Definida – CD-PAI

Esse plano é oferecido a todos os funcionários e contava, em 31 de dezembro de 2007, com 5.077 participantes. O regulamento vigente do Plano CD prevê a contribuição das patrocinadoras com percentual entre 50% e 100% do montante aportado pelos funcionários.

RELAÇÕES COM A EMPRESA

Em 2007, foram celebrados dez acordos coletivos de trabalho pelas empresas Duratex diretamente com sindicatos profissionais e três convenções coletivas de trabalho por meio dos sindicatos patronais que representam as unidades industriais e abrangem 100% dos empregados. Não foram registradas greves ou paralisações em nenhuma unidade da Empresa. A Duratex segue as diretrizes da Organização Internacional do Trabalho (OIT) em relação à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna. Durante o período, a relação com os sindicatos foi aprimorada, com a indicação de um representante de cada fábrica para manter conversações com as entidades o ano inteiro, em uma atitude de aproximação e de proatividade. **(LA4, HR5)**

As unidades adotam programas de sugestões, incentivando a participação dos colaboradores.



6.785

O NÚMERO DE COLABORADORES PRÓPRIOS AO FINAL DE 2007.

Pelo Programa de Sugestão de Melhorias Kaizen, na Divisão Madeira e Área Florestal, os colaboradores podem sugerir melhorias nas operações, nos equipamentos e nas ações que contribuam para a conservação do meio ambiente, segurança do trabalho e redução de custos. Em 2007, na área florestal, significou cerca de 390 sugestões. É mantido, ainda, o Programa de visitas Entre-Fábricas, que visa à integração entre os colaboradores e a troca de experiências.

QUALIDADE DE VIDA E SEGURANÇA

A preocupação com a saúde, a qualidade de vida e a segurança dos funcionários é uma constante em todas as unidades da Empresa. As constantes ações de treinamento e as medidas práticas adotadas refletem-se na redução do número de acidentes a cada ano. Em 2007, foram 146, ou 13% menos do que em 2006. Esse percentual superou a meta, que era de 6% de redução.

As iniciativas incluem a disseminação de conceitos ergonômicos, para evitar posturas incorretas no ambiente de trabalho que possam acarretar problemas de saúde. Em 2007, foi criado um programa de palestras na área de saúde para aprimorar a forma de usar o atendimento médico oferecido pelo plano de saúde, que tem seu valor vinculado ao uso. (LA8)

A prática de esportes é incentivada pela Empresa, tanto por seus benefícios em termos de qualidade de vida quanto pelo aprimoramento profissional que proporciona, fortalecendo o trabalho em equipe e a força de vontade. A unidade de Botucatu é considerada exemplo. Lá, aproximadamente 60% dos colaboradores praticam esportes. Em 2007, eles bateram recordes nos Jogos Industriais do Sesi (Serviço Social da Indústria), com 33 troféus. Ganham 44% dos prêmios de primeiro lugar de toda a competição, 31% de segundo lugar e 19% de terceiro. Outro exemplo é a Administração Central, na Avenida Paulista, que conta com uma academia de ginástica freqüentada por 20% de seus colaboradores.

Para a Empresa, o bem-estar emocional é essencial para a produtividade e a qualidade de vida dos funcionários. Os programas abrangem desde ações voltadas a melhorias no cotidiano profissional até programas mais abrangentes, que incluem os familiares. São exemplos o *Vem pra Fábrica*, aplicado nas unidades fabris e nas áreas florestais de Agudos e Lençóis Paulista. Com o objetivo de valorizar o funcionário e integrar sua família à Empresa, o projeto

Saúde e segurança (LA7)

Duratex	2005	2006	2007
Acidentes com afastamento	111	101	107
Acidentes sem afastamento	97	97	39
Dias perdidos por afastamento	1.057	810	1.386
Dias perdidos transportados	6.032	5.188	3.282
Dias computados e debitados	0	0	6.000
Dias totais	7.089	5.998	10.668
Absenteísmo – Atestados	0,73%	0,59%	0,78%
Absenteísmo – Acidentes	0,07%	0,06%	0,09%
Óbitos relacionados ao trabalho	0	0	1
Taxa de freqüência de acidentes (dias perdidos/HHT ¹)	7,5	5,8	5,9
Taxa de gravidade de acidentes(ACM ² /HHT ¹)	574,9	474,2	795,4

1. Acidente com afastamento médico.

2. Horas/homem trabalhadas.



beneficiou 38 colaboradores e 231 familiares em 2007, totalizando um investimento de R\$ 3 mil, entre brindes e refeições. O *Portas Abertas*, realizado nas unidades da Divisão Deca, contou com a presença de 268 participantes em visitas às fábricas de metais sanitários em São Paulo e louças sanitárias em São Leopoldo (RS).

Outro destaque de 2007 foi os eventos corporativos, realizados no Dia da Secretária, no Dia das Mães, Dia dos Pais e na festa de 60 anos da Deca, entre outros. No dia 26 de outubro, as unidades Metais São Paulo, Metais Planidil, Louças Jundiá e Louças Sul serviram um almoço com cardápio especial ao som de música ao vivo para festejar o aniversário da divisão responsável pela fabricação de metais e louças sanitárias.

TREINAMENTO E EDUCAÇÃO

Em 2007, a Duratex destinou R\$ 1,1 milhão ao treinamento e capacitação dos colaboradores, incluindo cursos de educação continuada, idiomas e pós-graduação. Os cursos registraram 61.121 participações, com a média de 30,4 horas por funcionário. O aperfeiçoamento, a formação e a reciclagem são constantes, com a participação de profissionais internos e externos de reconhecida competência no mercado. (LA10)

Entre os programas de capacitação, destaca-se o Centro de Formação, em São Leopoldo, que atende aprendizes e profissionais. O programa de visitas ao exterior teve a participação de seis profissionais, que visitaram feiras internacionais, clientes e fornecedores, além de participar de reuniões.

O Sinergia, programa contínuo com previsão de um ano e meio de duração, foi iniciado em agosto, com o objetivo de desenvolver competências específicas na área de Gestão de Pessoas, qualificar os participantes em funções de liderança, melhorando comunicação e relacionamento interpessoal, desempenho e empregabilidade. Além do Escritório Central, o programa contemplou todas as unidades industriais da divisão Deca, atingindo 280 participantes e 200 horas de treinamento em cada unidade. O público-alvo no Escritório Central é de analistas e chefes, com a realização de encontros mensais. Nas áreas industriais, é dirigido a supervisores, engenheiros, analistas, técnicos e outros.

O processo de treinamento e divulgação do Código de Ética e Conduta se iniciou em setembro de 2007 e deverá abranger a totalidade dos colaboradores ao longo de 2008.

Divisão Madeira – Em 2007, foram realizados 896 treinamentos, que totalizaram 11.611 participações e 74.194 horas, com a média de 37,3 horas por colaborador nas quatro unidades industriais. O valor investido no ano totalizou R\$ 478 mil, mantendo o foco em atividades para o aprimoramento técnico e operacional dos funcionários, além da capacitação de líderes.

Área Florestal – A modalidade de treinamento *on the job* (realizado no próprio local de trabalho) foi introduzida na área de silvicultura, apresentando ótimos resultados. Cerca de 90% dos treinamentos operacionais contemplam essa forma de ensino. Desenvolvimento de Multiplicadores, Formação

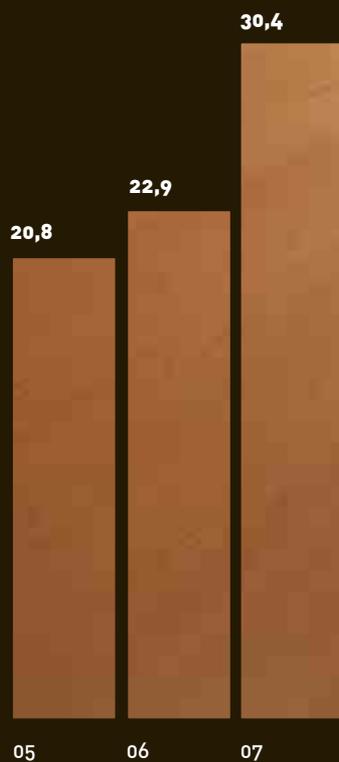
de Mecânicos de Manutenção e Treinamento de Temática Ambiental são atividades específicas da área, que realiza também cursos para gestores abordando aspectos referentes ao Programa de Sustentabilidade, coleta seletiva, Sistema de Gestão Ambiental e treinamentos técnicos sobre as políticas da certificação FSC (Forest Stewardship Council).

Divisão Deca – As ações de desenvolvimento dos colaboradores receberam investimento de R\$ 409 mil em 2007. Ao todo, foram 92.480 horas de treinamento, com 42.044 participações em cursos. A média anual de horas de treinamento por pessoa foi de 26,5. Outros cursos e programas de treinamento e desenvolvimento foram: 5 minutos de segurança, Lições de um Tema, treinamento *on the job*, Capacitação e Desenvolvimento de Liderança, Motivação, Deca pra Você, Política de Qualidade, Metodologia TPM, Autocontrole e Integração. Especificamente para a área Comercial é mantido o programa Desenvolvimento Educacional Continuado (DEC), que teve início em setembro de 2007 e conta com cerca de 200 participantes. O objetivo é oferecer, de forma planejada e consistente, ações que contribuam com o desenvolvimento contínuo dos colaboradores.



61.121 participações

EM CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL, REPRESENTANDO UMA MÉDIA DE 30,4 HORAS POR FUNCIONÁRIO.



Colaboradores: investimento em treinamento

	2006	2007
Valor investido (R\$)	813.722,26	1.115.531,00
Horas de treinamento por empregado/ano	22,9	30,4
Nº de treinandos	44.356	61.621
Nº de bolsas de estudo concedidas a funcionários	37	52
Valor investido em bolsas de estudo (R\$)	136.192,16	119.147,10



A política de treinamento engloba também ações com terceiros, profissionais que lidam com produtos da Empresa ou que são, de alguma forma, formadores de opinião entre os consumidores. Essa prática contribui para a valorização profissional desse importante parceiro e fortalece o relacionamento. Foram proporcionados programas de treinamento que englobaram aproximadamente 31 mil participações e investimentos de aproximadamente R\$ 1 milhão. Foram beneficiados instaladores hidráulicos, marceneiros, arquitetos, decoradores, instaladores de piso laminado, balconistas e donos de revenda, dentre outros.

DIVERSIDADE

Entre os 6.785 colaboradores, 601 são mulheres, o que corresponde a 8,85% do total. A predominância masculina explica-se pelo ramo de atividade da Empresa, em que as funções nas áreas florestais e fábricas são desempenhadas majoritariamente por homens. A proporção de salários entre homens e mulheres por categoria funcional denota paridade entre os gêneros e as diferenças observadas por etnia estão relacionadas ao grau de especialização e função exercida. Em 2007, não foi registrado nenhum caso de discriminação. (HR4)

Proporção salarial por gênero (LA14)

Médias Salariais (LA 14)

Homens (total)	R\$ 2.401,84
Negros/pardos	R\$ 1.831,80
Branco	R\$ 2.530,81
Demais	R\$ 3.381,48
Mulheres (total)	R\$ 2.519,17
Negras/pardas	R\$ 1.113,05
Branca	R\$ 2.643,61
Demais	R\$ 3.548,42

Indicadores de diversidade (LA14)

Duratex	2006	2007	
Nº de mulheres	495	601	8,9%
Nº de mulheres negras e pardas	42	53	0,8%
Nº de mulheres em cargo de gerência	2	2	0,0%
Nº de mulheres em cargo de diretoria	0	0	0,0%
Nº de negros e pardos	1.083	1.211	17,8%
Nº de negros e pardos em cargo de diretoria	0	0	0,0%
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	232	247	3,6%
Pessoas com mais de 45 anos	800	993	14,6%



31 mil participações

EM PROGRAMAS DE TREINAMENTO PARA PARCEIROS, COM INVESTIMENTO DE R\$ 1 MILHÃO.



8,9%

É A PROPORÇÃO DE MULHERES QUE TRABALHAM NA EMPRESA, REFLEXO DA CARACTERÍSTICA DO SETOR DE ATUAÇÃO.

O RELACIONAMENTO DA DURATEX COM COMUNIDADES, CLIENTES, CONSUMIDORES, FORNECEDORES, GOVERNO E SOCIEDADE É PAUTADO POR PADRÕES ÉTICOS, DE QUALIDADE, TRANSPARÊNCIA E RESPEITO. BUSCA, DE FORMA PERMANENTE, TRANSFORMAR SEUS COMPROMISSOS EM INICIATIVAS CLARAS DE DESENVOLVIMENTO E CRIAÇÃO DE VALOR PARA TODOS OS PÚBLICOS.

ATUAÇÃO ESTRATÉGICA





comunidade



PROFISSIONALIZAÇÃO DOS JOVENS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL SÃO OS TEMAS QUE CENTRALIZAM A AÇÃO DA DURATEX NAS COMUNIDADES EM QUE ATUA, POR IDENTIFICAR NESSAS INICIATIVAS A MELHOR FORMA DE PROMOVER A INCLUSÃO SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. OS DESTAQUES SÃO A ESCOLA TIDE SETÚBAL E A ÁREA DE VIVÊNCIA AMBIENTAL PIATAN, AMBAS EM AGUDOS.



A Duratex centra sua atuação social na profissionalização dos jovens e na educação ambiental, pois acredita que essa é a melhor forma de promover a inclusão social e provocar uma inserção positiva nas comunidades em que atua. Em 2007, as iniciativas sociais receberam investimentos de R\$ 2,6 milhões, ante R\$ 2 milhões no ano anterior. **(EC8)**

A Escola Municipal de Marcenaria Tide Setúbal, em Agudos, interior de São Paulo, forma mão-de-obra na região, reconhecida como importante pólo moveleiro. Trata-se de uma parceria com a prefeitura do município e com o Serviço Nacional de Aprendizado Industrial (Senai). No ano, 31 alunos se formaram. Foram direcionados a esse projeto R\$ 24,8 mil no ano.

A Área de Vivência Ambiental Piatan, também em Agudos, é utilizada para ações de educação ambiental e recebe desde estudantes até profissionais da área de ecologia de outros países, passando por representantes de órgãos públicos e clientes. Em 2007, foi totalmente reformulada e recebeu 7 mil pessoas. O projeto apresenta ao público, especialmente estudantes do ensino básico, o tema *A Produção Sustentada de Madeira a Partir de Plantações Florestais*. Filme, maquete, painéis e modelos de equipamentos mostram as etapas da cadeia produtiva das chapas Duratex, evidenciando as medidas de conservação do solo, água, ar e biodiversidade como forma de desenvolver nos visitantes a consciência ambiental.

O engajamento dos funcionários em ações sociais é um dos grandes trunfos da Empresa. A unidade de Itapetininga mantém o projeto Solidariedade em Foco, que promove campanhas internas periódicas. Uma das iniciativas de 2007 foi a Fralda Geriátrica, que teve início no Dia Mundial da Solidariedade (31 de janeiro). As fraldas arrecadadas foram entregues ao Lar São Vicente de Paula, de Itapetininga, que existe desde 1912 e atende mais de 90 idosos. Em Botucatu, os funcionários receberam um grupo de terceira idade do Sesi local.

Por meio da doação de 1% do Imposto de Renda devido pela Empresa aos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA), foram beneficiados projetos de proteção às crianças e aos adolescentes. A ação foi direcionada aos Conselhos das cidades paulistas de Botucatu, Jundiaí, Agudos, Itapetininga, Araçoiaba da Serra e na Capital e municípios gaúchos de Bento Gonçalves e São Leopoldo.

Em 2007, a Duratex fez o repasse de R\$ 485 mil para o Projeto Bem-Querer, que atende crianças carentes. As doações foram efetivadas na conta do Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, que, por sua vez, repassou o recurso às entidades beneficiadas pelo projeto e que estão cadastradas nos Conselhos Municipais, Estaduais ou Federais dos Direitos da Criança e do Adolescente. O Projeto Bem-Querer não existe como entidade. Por meio de análises, a Duratex fiscaliza os repasses feitos pelo Fundo Municipal e as aplicações desses recursos pelas entidades.



R\$ 2,6 milhões

FORAM INVESTIDOS EM INICIATIVAS SOCIAIS, 30% ACIMA DO VALOR DESTINADO A ESSAS AÇÕES EM 2006.



fornecedores



A Empresa possuía, ao final de 2007, 5.461 fornecedores ativos. Aproximadamente 11% das compras foram realizadas de fornecedores localizados nos municípios onde as fábricas estão instaladas. De acordo com o Código de Ética e Conduta da Duratex, é esperado dos fornecedores os mesmos princípios de legalidade e postura ética adotados pela Empresa, sob o risco da descontinuidade do relacionamento. **(EC6)**

11%

DAS COMPRAS FORAM REALIZADAS DE FORNECEDORES DAS LOCALIDADES ONDE ESTÃO INSTALADAS AS UNIDADES INDUSTRIAIS.



governo e sociedade

→ → →

ALÉM DO PAGAMENTO DE IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES PARA OS GOVERNOS NAS ESFERAS FEDERAL, ESTADUAIS E MUNICIPAIS, QUE TOTALIZOU R\$ 467,4 MILHÕES NO PERÍODO, A DURATEX PROCURA CONTRIBUIR PARA A SOCIEDADE POR MEIO DA CAPACITAÇÃO E DO TREINAMENTO DE PROFISSIONAIS DO MERCADO E DA PARTICIPAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO E NA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS.

Em 2007, a Companhia não registrou ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste ou monopólio nem incorreu em sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade de legislação. As multas por infrações fiscais no período somaram R\$ 283 mil, sendo que a única “significativa” foi decorrente de crédito indevido de ICMS, no valor R\$ 270 mil **(S07 e S08)**

Não houve nenhuma unidade de negócios submetida a avaliações de riscos relacionados à corrupção. **(S02)**

A Duratex participa de forma ativa de associações, órgãos setoriais e outras entidades com atividades relevantes de contribuição ao desenvolvimento e à formulação de políticas públicas. Entre elas estão: Associação Brasileira de Entidades Fechadas de Previdência Privada (Abrapp), Associação Brasileira de Companhias Abertas (Abrasca), Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (Ibri), Instituto para o Desenvolvimento (Iedi), Federação e Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp/Ciesp),

Instituto de Pesquisas e Estudos Florestais (Ipef), Sociedade de Investigações Florestais (SIF), Scientific Certification Systems, Associação Brasileira da Indústria do Mobiliário (Abimóvel), Associação Brasileira de Painéis de Madeira (Abipa), Associação Brasileira de Indústrias de Pisos Laminados de Alta Resistência (Abiplar), Associação Brasileira de Celulose e Papel (Abipla) e Forest Stewardship Council (FSC). **(GRI 4.13)**



clientes e consumidores



A BUSCA PELA SATISFAÇÃO COM A QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PRODUTOS ESTÁ NA BASE DO RELACIONAMENTO DA DURATEX COM CLIENTES E CONSUMIDORES. O OBJETIVO É CONQUISTAR NÍVEIS ELEVADOS DE CONFIANÇA E DE PREFERÊNCIA PELAS MARCAS DA COMPANHIA, ACOMPANHADOS POR PESQUISAS PERIÓDICAS IDENTIFICAR PONTOS PASSÍVEIS DE MELHORIA.

A Duratex atua de forma a promover e estreitar os laços de confiança com seus clientes, por meio de ações que buscam valorizar as marcas e assegurar a sua perenidade. Em 2007, a consolidação de diretrizes e normas que regem a relação com os clientes permitiram um desempenho mais alinhado com as demandas dos consumidores.

O treinamento e a capacitação de colaboradores e formadores de opinião – como marceneiros, instaladores hidráulicos e de pisos laminados, além de balconistas – representaram um investimento de R\$ 2,1 milhões, abrangendo 92 mil profissionais.

Um exemplo de programa estruturado de treinamento é o Ciclo Saber é Vender, que foi aplicado em diversas cidades do Brasil durante o

ano e contou com a participação de 1.562 pessoas, com o objetivo de capacitar os vendedores, balconistas e proprietários das revendas que comercializam o piso Durafloor.

O ciclo é composto de dois módulos. O primeiro apresenta temas como cenários em mutação, postura do vendedor, tipos de consumidores, como a tecnologia impacta a forma de comercialização de produtos e serviços, expectativas dos consumidores modernos e necessidade dos vendedores se atualizarem constantemente, entre outros. O segundo é sobre a Duratex e a *holding* Itaúsa, com informações sobre a atuação da Divisão Madeira, preservação do meio ambiente, reflorestamento, as novidades do Durafloor e seus acessórios – como o Microban, a manta DuraSilent, sistema de instalação Click – e a

correta manutenção do piso. Nesse módulo são apresentadas todas as linhas do piso Durafloor, padrões, usos e aplicações e dicas de combinação com as paredes e mobiliário. Dessa forma, além de nivelar as informações sobre o piso Durafloor para o mercado, são divulgadas informações sobre a Duratex.

Devido ao sucesso da primeira fase, em 2008 será realizada a segunda etapa do ciclo, abrangendo cidades que não foram contempladas durante o ano. Foi também elaborado um programa similar para a área de painéis, com 40 palestras programadas para 2008.

Em 2007, o serviço de Assistência Técnica e Atendimento Durafloor contabilizou 39.149 ligações, 25.986 recebidas e 13.163 efetuadas;

Serviço de atendimento ao consumidor – Durafloor

	2006	2007
Total de ligações atendidas pelo SAC	28.013	25.986
% de reclamações em relação ao total de ligações atendidas	7,2%	8,0%
% de reclamações não atendidas pelo SAC	0%	0%
Tempo médio de espera ao telefone até o início do atendimento	5s	5s

Serviço de atendimento ao consumidor – Divisão Deca

	2006	2007
Total de ligações atendidas pelo SAC	97.726	92.845
% de reclamações em relação ao total de ligações atendidas	0,27%	0,24%
% de reclamações não atendidas pelo SAC	0,04%	0,05%
Tempo médio de espera ao telefone até o início do atendimento	34s	115s

2.556 contatos via e-mail; o envio de 3.756 cartas; e o cadastro de 4.070 unidades de Cartão de Registro de Proprietário (CRP).

As consultas sobre cadastro, treinamento, dados de vendas, informações técnicas e garantia, entre outras dúvidas, corresponderam a 57% dos contatos; 23% foram de solicitações; 8%, de reclamações; e 12%, de outro tipo. As reclamações totalizaram 2.301 processos, envolvendo Durafloor, Durawall e acessórios. A classificação é por uso inadequado (25,6%), instalação inadequada (24,76%), problemas de

fabricação (13,8%), sem problemas (32,96%) e decisão comercial ou técnica (2,88%). O índice de desempenho do piso Durafloor por valor reclamado, em reais, foi de 0,19%, e dos acessórios, de 0,09%.

Em pesquisa realizada pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor da Deca e por intermédio de cartas-resposta encaminhadas juntamente com os serviços de assistência técnica, o nível de satisfação apurado para o ano de 2007 foi de 92%, mostrando o alto grau de confiabilidade e satisfação dos consumidores

em relação às linhas de produtos e aos serviços prestados pela Divisão. O *call center* atendeu um total de 92.845 ligações, sendo 56% referentes à consulta para indicação de posto autorizado de assistência técnica, 25% a informações sobre produtos, 8% a informações comerciais, 6% a informações sobre peças de reposição, 5% a informações gerais e apenas 0,24% das ligações foram referentes a reclamações. A área de Atendimento ao Consumidor promove ainda uma auditoria das ordens de serviço de assistência técnica, o setor de atendimento entra em contato com o consumidor para avaliar a qualidade do serviço prestado. **(PR5)**

Além de observar de forma rigorosa o cumprimento das leis, normas e códigos locais e internacionais que regem a divulgação por meio de publicidade, promoções ou patrocínios, a Duratex define, em seu Código de Ética e Conduta, alguns princípios a serem observados. A linha institucional para propaganda da Empresa não utiliza a mercantilização infantil e assegura a veracidade da informação. No ano, não foram registradas denúncias ou reclamações referentes a violações de códigos de auto-regulamentação publicitária ou ações de publicidade, promoção e patrocínio nem de violação à privacidade dos clientes. **(PR6, PR7 e PR8)**



GESTÃO AMBIENTAL

O compromisso com a sustentabilidade embasa todas as ações da Duratex. O ano de 2007 foi especialmente pródigo em realizações quanto ao uso racional dos recursos naturais e à conservação do meio ambiente, incluindo desde a criação de uma reserva natural permanente, em Lençóis Paulista (SP), até a consolidação e a aplicação da Política Ambiental, passando por várias outras medidas. As ações direcionadas ao meio ambiente receberam investimentos de R\$ 13,6 milhões, com destaque para o tratamento de efluentes, a coleta de resíduos e a manutenção das áreas florestais.

Uma das principais iniciativas foi a entrada na bolsa de comércio de créditos de carbono, a Chicago Climate Exchange (CCX), após um processo de adesão que incluiu auditoria externa e comprometimento de diminuição das emissões de carbono em relação ao ano-base, 2000, o que ocorreu. A Empresa também aderiu, como membro fundador, ao Green Building Council Brasil, associação civil sem fins lucrativos presente em vários países, que incentiva a adoção do conceito da sustentabilidade na indústria da construção civil. **(GRI EC2)**

A elaboração e a aplicação da Política Ambiental foram realizadas pelo Comitê de Sustentabilidade Social, Ambiental e Cultural, criado em 2007. A equipe também é responsável pela fiscalização e por assegurar o cumprimento de todas as diretrizes estabelecidas no documento. No ano, não foram registradas multas significativas nem sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais. **(EN28)**

A RESPONSABILIDADE AMBIENTAL É UM DOS VALORES DA DURATEX, QUE ASSUME O COMPROMISSO COM O REAPROVEITAMENTO DE RECURSOS E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. CONDUZIDAS POR UMA POLÍTICA AMBIENTAL, AS ATIVIDADES NA ÁREA FLORESTAL E NAS UNIDADES INDUSTRIAIS SÃO DESENVOLVIDAS PARA REPRESENTAR O MENOR IMPACTO SOBRE A NATUREZA, COM PRESERVAÇÃO DE MATAS NATIVAS, PRÁTICAS DE CULTIVO MÍNIMO, CONSUMO RACIONAL DE ÁGUA, ENERGIA E INSUMOS E MINIMIZAÇÃO NA GERAÇÃO DE RESÍDUOS.

BIODIVERSIDADE

A Área Florestal festejou seus 50 anos com a criação de uma área de preservação permanente de aproximadamente 600 hectares, a Reserva Natural Olavo Egydio Setúbal. Localizada na Fazenda Rio Claro, em Lençóis Paulista, no interior do Estado de São Paulo, o espaço tem uma rica biodiversidade, com mais de 130 espécies de árvores identificadas, 3 de primatas e 283 de aves, além de várias outras formas de vida. No total, são 94 mil hectares de terras próprias da Empresa voltadas a atividade de reflorestamento e 18 mil hectares correspondentes a áreas protegidas ou de alta biodiversidade. **(EN11 e EN13)**

A Empresa desenvolve projetos em parceria com universidades procurando levantar e monitorar variáveis da biodiversidade. Não existem impactos negativos significativos na biodiversidade. O manejo da Empresa não é feito nas áreas de conservação. É identificado o impacto positivo para a biodiversidade decorrente da conservação da vegetação nativa, proteção da fauna, feito o controle da caça clandestina e a prevenção e o combate aos incêndios florestais. **(EN11)**

Com a aquisição de terras anteriormente ocupadas por pastagens e sua destinação para áreas de conservação, a Empresa contribui para melhorar a rede de áreas protegidas nas regiões onde atua. A política da Duratex não contempla desmatamento para plantações florestais, que são realizadas apenas em áreas já antropizadas por atividades anteriores de agricultura ou

pecuária. Os incêndios florestais são combatidos com medidas de prevenção que incluem sistemas de vigilância permanente e a conscientização de colaboradores e das comunidades locais.

As espécies animais que habitam as reservas da Duratex estão protegidas e não são ameaçadas pela atividade da Empresa. As fazendas Agudos e Lençóis Paulista mantêm extensos trechos preservados de Cerrado e Mata Atlântica intercalados com plantações de eucalipto. Animais que integram as listas nacional e estadual de espécies ameaçadas de extinção – como a suçuarana (ou onça-parda), o urubu-rei, o jacaré-de-papo-amarelo e o tamanduá-bandeira – podem ser encontrados com relativa facilidade nas duas áreas. No total, são encontradas nas reservas da Empresa 38 espécies em extinção pela lista estadual e 8 pela federal. Da lista do The World Conservation Union (IUCN) encontram-se 31 espécies, sendo que o mico-leão-preto (*Leontopithecus chrysopygus*) é considerado criticamente ameaçado. **(EN15)**

Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo **(EN30)**

	(Em R\$ mil)		
	2006	2007	Var.
Tratamento de efluentes	6.204	8.398	35%
Coleta de resíduos	1.652	1.647	-
Preservação florestal	850	894	5%
Certificação AVAP	175	386	120%
Outros	1.366	2.292	68%
TOTAL	10.247	13.617	33%

PRÁTICAS **(EN12 e EN14)**

A atuação da Duratex prova que é possível aliar a preservação da natureza, garantindo a perenidade do negócio, com produtividade acima da média. O desenvolvimento de novas técnicas, as constantes pesquisas – a Empresa destina R\$ 1,5 milhão ao ano ao projeto de melhoramento genético – e outras ações de aprimoramento ao longo do meio século da área florestal permitiram aumento de produtividade superior a 160%, representando ganho para os acionistas e sustentação para a expansão industrial.



A prática de cultivo mínimo, executada há 11 anos, utiliza resíduos dos cortes anteriores para as novas plantações. Assim, os restos orgânicos protegem o solo, que tem sua capacidade potencializada também por ser pouco revolvido, o que permite o lento e contínuo acesso aos nutrientes por meio da manta orgânica em reciclagem. O método também permite um manejo melhor dos recursos hídricos.

O uso de adubos e de agrotóxicos é definido por controles e seleções restritos. A análise do solo e das necessidades do eucalipto definem o melhor adubo, que, em vez de ser espargido, é aplicado na muda, com ganhos ambientais e de racionalização no uso do produto. O constante monitoramento das florestas por técnicos em nutrição e proteção florestal possibilita o diagnóstico e a ação eficientes.

O Manejo Integrado de Pragas adota uma série de medidas para garantir a produtividade das florestas e a conservação do meio ambiente. Começa com o melhoramento genético, que privilegia as árvores mais resistentes, e passa pela preservação da mata nativa, que abriga os inimigos naturais das pragas. Quando o uso de agrotóxicos é inevitável, são escolhidos produtos de menor toxicidade, de acordo com as normas de segurança ambiental e de proteção humana.

Conservando a mata nativa, além de preservar espécies em extinção, se mantém vivos os predadores naturais de diversas pragas que poderiam atingir o reflorestamento. Em locais onde a vegetação e a fauna naturais são preservadas, por exemplo, saúvas – uma espécie

de formiga que corta as folhas das árvores – dificilmente conseguem se proliferar. A cada mil içãs (fêmea em idade reprodutiva) que levantam vôo e acasalam, apenas três conseguem formar um novo formigueiro.

Em 2007, pela primeira vez, todas as mudas plantadas foram clonais, o que garante maior proteção contra pragas e doenças – e, portanto, uso menor de pesticidas que agridem a natureza – e melhor aproveitamento hídrico, já que os clones são selecionados de forma a tolerar melhor a falta de água. A Duratex iniciou a operação de plantio com gel em 2006, passando como prática para todas as unidades florestais a partir de 2007. O plantio é realizado no período mais seco do ano e em momentos de veranico. O gel é um polímero absorvente que, em contato com a água, a retém, transformando em gel. A capacidade de retenção de cada grama de polímero é de até 300 ml de água, o que contribui para a economia do recurso, preservando mananciais e bacias hidrográficas.

SELO VERDE

Essa cultura de proteção ao meio ambiente faz parte da história da Empresa, denota pioneirismo e sempre foi reconhecida pela opinião pública e órgãos dedicados a proteger a natureza. A Duratex foi a primeira indústria da América Latina a conquistar a certificação Selo Verde de suas florestas plantadas, em 1995, e pioneira em obter o Selo Verde da Forest Stewardship Council (FSC), em 1996, certificação que foi renovada em 2007. Também possui a certificação do ISO 14001.

Em 2007, a Área Florestal bateu recordes tanto em aquisição de novas terras quanto em plantio de novas regiões. Foram comprados 9,4 mil hectares, e plantadas 10 mil hectares de floresta.

ENERGIA

O consumo de energia em 2007 totalizou 7.117.404 GJ, o que representa crescimento no consumo de 7% em relação ao ano anterior. **(EN3)**

Fontes renováveis – biomassa de madeira e resíduos de madeira – correspondem a 51% da matriz energética da Empresa, enquanto 28% referem-se a combustíveis derivados de petróleo. A energia elétrica, suprida por concessionária local, equivale a 21% do consumo total. Essa composição permite dois ganhos importantes: econômico e ambiental, pelo menor volume de emissões atmosféricas.

Na Divisão Madeira, a utilização de óleo na matriz energética foi reduzida em 79.263 toneladas devido ao aumento da utilização de biomassa. Para tanto, foi adequado o sistema de caldeiras, que permitiu o incremento em 189.777 toneladas no uso de biomassa nessa matriz. **(EN5)**



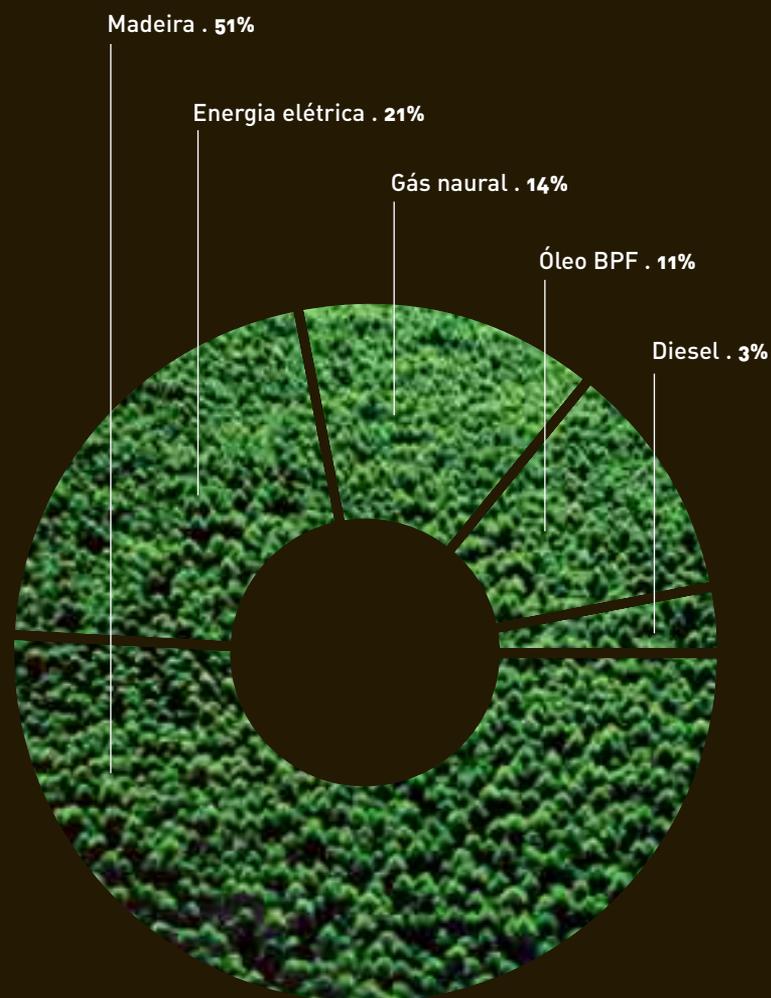
R\$ 13,6 milhões

EM INVESTIMENTOS E GASTOS EM PROTEÇÃO AMBIENTAL FORAM UTILIZADOS EM 2007.

Consumo de energia direta (GJ) (EN3)



Deca
Madeira



Matriz Energética



51%

DA MATRIZ ENERGÉTICA É REPRESENTADA POR FONTES RENOVÁVEIS DE BIOMASSA E RESÍDUOS DE MADEIRA.

ÁGUA

São várias as iniciativas direcionadas à economia no consumo de água que, em 2007, totalizou 4,8 milhões metros cúbicos. Esse volume é proveniente de sistemas públicos de abastecimento (4%), poços artesianos (14%) e rios (82%). A retirada tanto de poços profundos artesianos quanto de recursos de corpos d'água obedece às exigências de órgãos ambientais e não representa volume significativo em relação à vazão anual dessas fontes. Em 2007, a Empresa reutilizou em suas operações 35% da água consumida e reciclou 4%. **(EN8, EN9 e EN10)**

No viveiro de mudas de eucalipto em Lençóis Paulista, a construção de um sistema de coleta de água da chuva supre o consumo diário, de 200 litros, anteriormente abastecido por um poço artesiano. O novo sistema consta de um depósito de 1,2 milhão de litros e uma cobertura de plástico com calhas para a captação das chuvas. Já a unidade de Louças Jundiá ficou em segundo lugar no Prêmio Fiesp de Conservação e Reuso da Água, concedido pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, com o projeto Área de Recuperação de Materiais (ARM). Além de recuperar e reutilizar a água, a iniciativa reaproveita a massa cerâmica presente no líquido por causa do processo de acabamento de peças e lavagem de piso e equipamentos. A ARM

também foi premiada na 5ª Edição do Programa Benchmarking Ambiental Brasileiro e passou a fazer parte do Banco de Boas Práticas do projeto.

As medidas internas para a economia de recursos naturais são complementadas com iniciativas externas de conscientização. Um exemplo é a Corrida Hydra pela Economia de Água, realizada no dia 4 de março, na Cidade Universitária da Universidade de São Paulo (USP). O evento reuniu 10 mil pessoas, entre arquitetos, decoradores, empresários, formadores de opinião, revendedores e o público de modo geral. Além de distribuir folhetos, a Duratex colocou *banners* sobre o uso racional da água em todo o trajeto.

EMISSÕES ATMOSFÉRICAS

A Duratex realizou, em 2007, o levantamento de suas emissões de CO₂ (dióxido de carbono). Para esse trabalho, foi contratada uma empresa independente e especializada no assunto, a ICF International. O levantamento demonstrou que foi emitido em 2006 um total de 119.940 toneladas de CO₂, o que representa redução de 16% em relação às emissões de 2000, primeiro ano do levantamento. O dado inclui emissões decorrentes da atividade industrial e de transporte de madeira. O levantamento relativo ao ano de 2007 será realizado em 2008. **(EN16 e EN29)**

O estudo foi elaborado paralelamente a outro, para verificação da quantidade de gases de efeito estufa seqüestrada da atmosfera pela base florestal da empresa. Esse trabalho foi conduzido por outra Empresa independente e especialista no assunto, a FBDS – Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável. O levantamento mostrou que a base florestal é responsável pela absorção de 1.653.007 toneladas de CO₂, o que confere à Duratex o status de empresa Carbon Free. Essa condição estimulou a adesão da Empresa à Chicago Climate Exchange, bolsa em que são negociados créditos de carbono.

Ao longo dos anos, a Duratex investiu na substituição de tecnologias, principalmente no segmento de louças sanitárias. Foram substituídos os fornos a óleo por outros mais modernos a gás natural. Foram também instalados novos filtros e lavadores de gases nas plantas, o que explica a redução das emissões da Empresa. **(EN18)**

RESÍDUOS E EFLUENTES

Peso total de resíduos (toneladas)

Consolidado conforme NBR 10.004

Resíduos Classe I	1.616
Resíduos Classe II A	119.649
Resíduos Classe II B	18.854



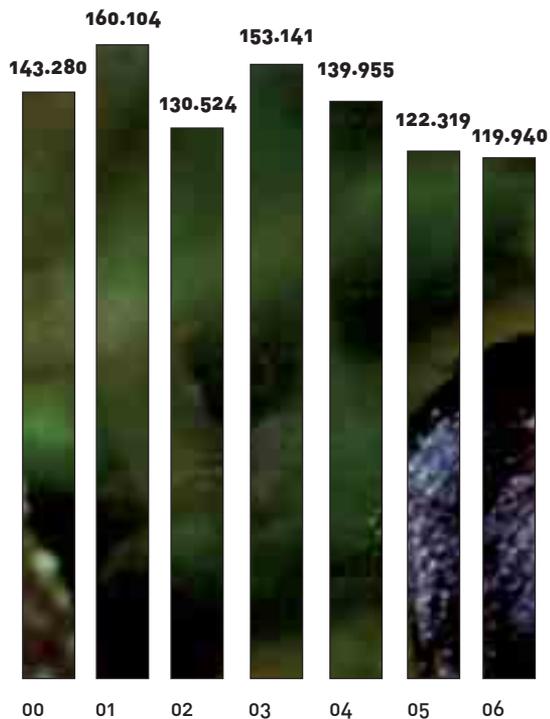
Total de retirada de água por fonte m³/ano **(EN8)**

	2005	2006	2007	
Captação rio	3.587.948	3.536.931	3.931.422	82%
Poço artesiano	617.722	692.330	675.339	14%
Concessionária	154.868	164.816	188.548	4%
Total	4.360.538	4.394.077	4.795.309	

Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada **(EN10)**

Total (m³)	39%	1.893.753
Reutilizada	35%	
Reciclada	4%	

Emissão de CO₂ . (toneladas) (EN3)



Os dados referentes a 2007 serão levantados em 2008.



Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição (toneladas) (EN22)

Madeira	Perigosos (1,4%) e não-perigosos (98,6%)	106.313
Deca	Perigosos (0,6%) e não-perigosos (99,4%)	33.704
Total		140.017

A gestão de resíduos e efluentes busca reduzir o consumo de matérias-primas e o impacto das atividades industriais. Os efluentes são tratados em Áreas de Recuperação de Materiais (ARMs) e reaproveitados no processo produtivo. No ano, não foram registrados derramamentos significativos de qualquer espécie. (EN23)

Há controle de materiais e são realizadas auditorias das empresas contratadas para a disposição de resíduos destinados a aterros

sanitários. Na Divisão Madeira, metais e painéis refugados pelo controle de qualidade retornam ao processo e a sucata de madeira é também reutilizada como biomassa, para a geração de energia calorífica. Na Divisão Deca, os resíduos metálicos são refundidos.

Parte dos resíduos é vendida como subprodutos, a exemplo de lodo galvânico, empregado na indústria de fertilizantes, e de hidróxido de níquel, aproveitado pela indústria química.

Descarte total de água (m³/ano), por qualidade e destinação (EN21)

Tratamento em ETE (lodo ativado) e descarte em rede pública	203.995
Efluente Parshall – Tratamento de Ph e envio para emissário (Jundiaí) e campo de irrigação (Botucatu)	3.140.849
(Tratamento em ETE: Lodo ativado, Tratamento de DBO (105 mg/l médio e envio para curso d'água)	211.604
Total	3.556.448

Resíduos perigosos transportados (EN24)

Resíduo	Destino	Quantidade
Óleo usado	Rerrefino	13.940 litros
Toalhas industriais	Lavagem/reuso	4.046 unidades
Tambores impregnados por hidrocarbonetos	Recuperação	327 unidades
Filtros e mangueiras impregnados por hidrocarbonetos	Co-processamento	5,92 toneladas
Embalagens de agrotóxicos	Centrais oficiais de recolhimento	38.679 unidades

Fonte: relatório interno de resíduos para os quais existe o devido registro na Cetesb e Cadri para destinação.



BALANÇO SOCIAL ANUAL 2007 (NÃO-AUDITADO)

1 - Base de Cálculo	2007 Valor (mil reais)	2006 Valor (mil reais)
Receita líquida (RL)	1.670,6	1.489,2
Resultado operacional (RO)	475,4	379,1
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	169,9	153,0

2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	11,0	6,5%	0,7%	9,1	5,9%	0,6%
Encargos sociais compulsórios	95,1	56,0%	5,7%	84,8	55,4%	5,7%
Previdência privada	4,5	2,7%	0,3%	3,5	2,3%	0,2%
Saúde	9,9	5,8%	0,6%	9,2	6,0%	0,6%
Segurança e saúde no trabalho	6,5	3,9%	0,4%	5,3	3,5%	0,4%
Educação	0,1	0,1%	0,0%	0,1	0,1%	0,0%
Cultura	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Capacitação e desenvolvimento profissional	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Creches ou auxílio-creche	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Participação nos lucros ou resultados	19,8	11,2%	1,1%	14,0	9,2%	0,9%
Outros	0,0	0,0%	0,0%	7,3	4,8%	0,5%
Total - Indicadores sociais internos	146,9	86,5%	8,8%	133,3	87,1%	9,0%

3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Cultura	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Saúde e saneamento	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Esporte	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Combate à fome e segurança alimentar	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Outros	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Total das contribuições para a sociedade	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Tributos (excluídos encargos sociais) ¹	667,2	140,3%	40,0%	568,3	150,0%	38,2%
Total - Indicadores sociais externos	667,2	140,3%	40,0%	568,3	150,0%	38,2%

4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da Empresa	13,6	2,9%	0,8%	10,0	2,6%	0,7%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	2,6	0,6%	0,2%	2,0	0,5%	0,1%
Total dos investimentos em meio ambiente	16,2	3,4%	1,0%	12,0	3,2%	0,8%

Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a Empresa:

() não possui metas
 () cumpre de 51% a 75%
 () cumpre de 0% a 50%
 (x) cumpre de 76% a 100%

() não possui metas
 () cumpre de 0% a 50%
 () cumpre de 51% a 75%
 (x) cumpre de 76% a 100%

5 - Indicadores do Corpo Funcional	2007	2006
Nº de empregados(as) ao final do período	6.785	6.076
Nº de admissões durante o período	1.644	1.066
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	114	161
Nº de estagiários(as)	98	63
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	993	800
Nº de mulheres que trabalham na Empresa	601	495
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	12,80%	7,10%
Nº de negros(as) que trabalham na Empresa	1.211	1.083
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	9,10%	4,96%
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	247	232

6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2007	Metas 2008
Relação entre a maior e a menor remuneração na Empresa	76,67	77,44
Número total de acidentes de trabalho	146	168
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela Empresa foram definidos por:	2007 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) Meta 2008 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	2007 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + a Cipa Meta 2008 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input type="checkbox"/> todos(as) + a Cipa	
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a Empresa:	2007 <input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> segue as normas da OIT <input checked="" type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT Meta 2008 <input type="checkbox"/> não se envolverá <input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT <input type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT	
A previdência privada contempla:	2007 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) Meta 2008 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	
A participação dos lucros ou resultados contempla:	2007 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) Meta 2008 <input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela Empresa:	2007 <input type="checkbox"/> não são considerados <input type="checkbox"/> são sugeridos <input checked="" type="checkbox"/> são exigidos Meta 2008 <input type="checkbox"/> não serão considerados <input type="checkbox"/> serão sugeridos <input type="checkbox"/> serão exigidos	
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a Empresa:	2007 <input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> apóia <input type="checkbox"/> organiza e incentiva Meta 2008 <input type="checkbox"/> não se envolverá <input type="checkbox"/> apoiará <input type="checkbox"/> organizará e incentivará	
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	2007 na Empresa 2.420 no Procon 14 na Justiça 23 Meta 2008 na Empresa _____ no Procon _____ na Justiça _____	
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	2007 na Empresa 96% no Procon 86% na Justiça 30% Meta 2008 na Empresa _____% no Procon _____% na Justiça _____%	
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$)	Em 2007: 1.136.617	Em 2006: 1.001.540
Distribuição do Valor Adicionado (DVA): (EC1)	41% governo 25% colaboradores(as) 14% acionistas 6% terceiros 14% retido	41% governo 26% colaboradores(as) 8% acionistas 15% terceiros 10% retido

7 - Outras Informações

Ocorreu a alteração de valores que estavam contemplados indevidamente.



SUMÁRIO GRI

- Informado completamente
- ° Informado parcialmente
- * Não informado

		Página	Nível de aplicação
Visão e estratégia			
1.1	Declaração do Presidente	4	•
1.2	Principais impactos, riscos e oportunidades	-	*
Perfil organizacional			
2.1	Nome da organização	contracapa	•
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	contracapa	•
2.3	Estrutura operacional	contracapa	•
2.4	Localização da sede	contracapa	•
2.5	Número de países em que opera	contracapa	•
2.6	Tipo e natureza jurídica	contracapa	•
2.7	Mercados atendidos	contracapa	•
2.8	Porte da organização	contracapa	•
2.9	Principais mudanças	contracapa	•
2.10	Prêmios recebidos	2, 19, 27	•
Perfil do relatório			
3.1	Período coberto pelo relatório	1	•
3.2	Data do relatório anterior	1	•
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	1	•
3.4	Dados para contato	1	•
Escopo e limite do relatório			
3.5	Processo para definição do conteúdo	1	•
3.6	Limite do relatório	1	•
3.7	Limitações quanto ao escopo ou limite	1	•
3.8	Base para consideração de <i>joint ventures</i> e subsidiárias	1	•
3.9	Técnicas de medição de dados	1	•
3.10	Reformulações de informações publicadas anteriormente	1	•
3.11	Mudanças no escopo, limites ou método de medição	1	•
3.12	Sumário de conteúdo GRI	66	•
3.13	Verificação externa de dados	1	•
Governança, compromissos e engajamento			
4.1	Estrutura de governança	7	•
4.2	Presidência do Conselho de Administração	7	•
4.3	Membros independentes ou não-executivos no Conselho de Administração	7	•
4.4	Mecanismos para recomendações a órgãos de governança	7, 9	•
4.5	Relação entre remuneração e desempenho da organização	7	•
4.6	Processos para evitar conflitos de interesse	-	*
4.7	Processos para qualificações dos membros do Conselho de Administração	-	*
4.8	Missão, Visão, Princípios, Valores e Código de Conduta	contracapa	•
4.9	Procedimentos para supervisionar o desempenho econômico, social e ambiental	-	*
4.10	Processo para auto-avaliação do desempenho do Conselho de Administração	-	*
Compromissos com iniciativas externas			
4.11	Princípio da precaução	40	•
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas externas	-	*
4.13	Participação em associações	55	•
Engajamento dos stakeholders			
4.14	Relação dos grupos engajados pela empresa	1	•
4.15	Base para identificação e seleção	1	•
4.16	Abordagens para o engajamento	-	*
4.17	Principais temas e preocupações	-	*

- Informado completamente
- ° Informado parcialmente
- * Não informado

Página

Nível de aplicação

INDICADORES DE DESEMPENHO

DESEMPENHO ECONÔMICO

Desempenho econômico

EC1	Valor econômico gerado e distribuído	29, 31, 65	•
EC2	Riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas	58	•
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão	44	•
EC4	Ajuda financeira recebida do governo	-	*

Presença de mercado

EC5	Proporção entre salário mais baixo e salário mínimo	44	•
EC6	Políticas e gastos com fornecedores locais	54	•
EC7	Procedimentos para contratação local	44	•

Impactos econômicos indiretos

EC8	Investimentos em infra-estrutura para benefício público	53	•
EC9	Impactos econômicos indiretos significativos	-	*

DESEMPENHO AMBIENTAL

Materiais

EN1	Materiais usados	-	*
EN2	Materiais provenientes de reciclagem	-	*

Energia

EN3	Consumo de energia direta	60, 61, 63	•
EN4	Consumo de energia indireta	-	*
EN5	Energia economizada	60	•
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia	-	*
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta	-	*

Água

EN8	Total de água por fonte	62	•
EN9	Fontes hídricas afetadas	62	•
EN10	Percentual de água reciclada e reutilizada	62	•

Biodiversidade

EN11	Localização e tamanho de área possuída	59	•
EN12	Impactos na biodiversidade	59	•
EN13	<i>Habitats</i> protegidos ou restaurados	59	•
EN14	Gestão de impactos na biodiversidade	59	•
EN15	Número de espécies ameaçadas	59	•

Emissões, efluentes e resíduos

EN16	Total de emissões de gases de efeito estufa	62	•
EN17	Outras emissões relevantes de gases de efeito estufa	-	*
EN18	Iniciativas para reduzir emissões de gases do efeito estufa	62	•
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	-	*
EN20	NO _x , SO _x e outras emissões atmosféricas	-	*
EN21	Descarte total de água	63	•
EN22	Peso, tipo e destinação de resíduos	63	•
EN23	Derramamentos significativos	63	•
EN24	Resíduos transportados	63	•
EN25	Identificação e <i>status</i> de proteção de fontes hídricas	-	*

Produtos e serviços

EN26	Iniciativas para mitigar impactos ambientais de produtos e serviços	-	*
EN27	Produtos e embalagens recuperados	-	*

Conformidade

EN28	Valor monetário de multas significativas	58	•
------	--	----	---



		Página	Nível de aplicação
• Informado completamente			
° Informado parcialmente			
* Não informado			
Transporte			
EN29	Impactos do transporte	62	°
Geral			
EN30	Investimento em proteção ambiental	59	•
DESEMPENHO SOCIAL			
PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE			
Emprego			
LA1	Trabalhadores por tipo de emprego e região	43	•
LA2	Rotatividade	43	•
LA3	Benefícios a empregados	44	•
Relações com a empresa			
LA4	Acordos de negociação coletiva	44	•
LA5	Prazo para notificação sobre mudanças na operação	-	*
Saúde e segurança			
LA6	Representação em comitês de saúde e segurança	-	*
LA7	Acidentes e doenças ocupacionais	45	•
LA8	Educação e treinamento	45	•
LA9	Saúde e segurança em acordos com sindicatos	-	*
Treinamento e educação			
LA10	Horas de treinamento	46	°
LA11	Gestão de competências e aprendizagem contínua	-	*
LA12	Análise de desempenho	-	*
Diversidade e igualdade de oportunidades			
LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança	-	*
LA14	Proporção de salários entre homens e mulheres	48	•
DIREITOS HUMANOS			
Investimentos e processos de compra			
HR1	Contratos de investimentos que incluam cláusulas de Direitos Humanos	-	*
HR2	Contratos de fornecedores que incluam cláusulas de Direitos Humanos	-	*
HR3	Treinamento em Direitos Humanos	-	*
Não-discriminação			
HR4	Casos de discriminação e medidas tomadas	48	•
Liberdade de associação e negociação coletiva			
HR5	Operações com risco à liberdade de associação e negociação coletiva	44	•
Trabalho infantil			
HR6	Operações com risco de trabalho infantil	-	*
Trabalho forçado ou escravo			
HR7	Operações com risco de trabalho forçado ou análogo	-	*
Práticas de segurança			
HR8	Treinamento da segurança em direitos humanos	-	*
Direitos indígenas			
HR9	Direitos dos povos indígenas	-	*
SOCIEDADE			
Comunidade			
S01	Gestão do impacto das operações nas comunidades	-	*
Corrupção			
S02	Avaliação de risco relacionado à corrupção	55	•
S03	Treinamento em políticas anticorrupção	-	*
S04	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	-	*
Políticas públicas			
S05	Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	-	*
S06	Contribuições a partidos políticos	-	*

		Página	Nível de aplicação
• Informado completamente			
° Informado parcialmente			
* Não informado			
Concorrência desleal			
S07	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	55	•
Conformidade			
S08	Multas e sanções não-monetárias por não-conformidade a leis e regulamentos	55	•
RESPONSABILIDADE SOBRE O PRODUTO			
Saúde e segurança do cliente			
PR1	Avaliação de melhoria ao longo do ciclo de vida dos produtos	-	*
PR2	Casos de não-conformidade em relação a códigos voluntários relacionados à saúde e segurança do consumidor	-	*
Rotulagem de produtos e serviços			
PR3	Procedimentos de rotulagem de produtos e serviços	-	*
PR4	Não-conformidades em relação à rotulagem	-	*
PR5	Práticas e pesquisas relacionadas à satisfação do cliente	57	•
Comunicação de marketing			
PR6	Adesão a leis, normas e códigos voluntários de comunicação e marketing	57	•
PR7	Não-conformidade com códigos voluntários de marketing	57	•
Privacidade do cliente			
PR8	Reclamações relacionadas à violação da privacidade de clientes	57	•
Conformidade			
PR9	Multas relacionadas ao fornecimento e uso dos produtos e serviços	-	*

Nível de aplicação GRI

	C	C+	B	B+	A	A+
Auto declarado						
Examinado por terceiros						
Examinado pela GRI						



INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente

Olavo Egydio Setúbal

Vice-presidentes

Laerte Setúbal Filho

Maria de Lourdes Egydio Villela

Paulo Setúbal Neto

Conselheiros

Alfredo Egydio Arruda Villela Filho

Jair Ribeiro da Silva Neto

Jairo Cupertino

José Carlos Moraes Abreu

Olavo Egydio Setúbal Jr.

CONSELHO FISCAL

Presidente

Paulo Ricardo Moraes Amaral

Conselheiros

Iran Siqueira Lima

Márcio Luciano Mancini

DIRETORIA

Presidente

Paulo Setúbal Neto

Vice-presidentes executivos

Guilherme Archer de Castilho

Plínio do Amaral Pinheiro

Raul Penteado

Diretores-executivos

Enrique Judas Manubens

Mário Colombelli Filho

Diretores

Alexandre Coelho Neto do Nascimento

Antonio Joaquim de Oliveira

Antonio Massinelli

Elcidir Elcio Bernussi

Flávio Dias Soares

Marco Antônio Milleo

DIRETORIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Diretor: Plínio do Amaral Pinheiro

Tel.: 11-3179-7279

Fax: 11-3179-7300

vpfinanceira.corporativa@duratex.com.br

Gerente: Alvaro Penteado de Castro

Tel.: 11-3179-7259

Fax: 11-3179-7500

investidores@duratex.com.br

ATENDIMENTO AOS ACIONISTAS

Av. Paulista, 1.938 – 16º andar – Bela Vista

01310-942 – São Paulo-SP

Caixa Postal: 7611

Tel.: 11-3179-7534

Fax: 11-3179-7315

acionistas@duratex.com.br

CÓDIGOS DE NEGOCIAÇÃO NA BOVESPA

DURA3 (ações ordinárias)

DURA4 (ações preferenciais)

AUDITORES INDEPENDENTES

PricewaterhouseCoopers Auditores
Independentes S.A.

Av. Francisco Matarazzo, 1.400

05001-903 – São Paulo-SP

Torre Torino – Água Branca

Tel: 11-3674-2000

Fax: 11-3674-2077

Caixa Postal: 61005

SEDE

Duratex S.A.

Av. Paulista, 1.938 – 5º andar – Bela Vista

01310-942 – São Paulo-SP

Caixa Postal: 7611

Tel.: 11 - 3179-7733

www.duratex.com.br

SUBSIDIÁRIAS NO BRASIL

Duraflora S.A.

Duratex Comercial Exportadora S.A.

Av. Paulista, 1.938 – Bela Vista

01310-942 – São Paulo-SP

SUBSIDIÁRIAS NO EXTERIOR

Deca Piazza

Zavaleta, 190 – 1437

Buenos Aires, Argentina

Tel.: 005411-4909-0900

Fax: 005411-4909-0992

Deca North America

1208 Easttchester Drive, Suite 202

High Point – NC

27265 3165 – USA

Toll free: 877-802 1250

Tel.: 001-336-885-1225

Fax: 001-336-885-1501

Duratex North America

1208 Easttchester Drive, Suite 202

High Point – NC

27265 3165 – USA

Tel.: 001-336-885-1500

Fax: 001-336-885-1501

Duratex Europe

Battelsesteenweg 455D

Business Park 2800

Mechelen – België

Tel.: 0032-15-28-60-70

Fax: 0032-15-28-60-79

CRÉDITOS

COORDENAÇÃO

Gerência de Relações com Investidores

CONTEÚDO E REDAÇÃO

Editora Contadino

PROJETO GRÁFICO

TheMediaGroup

IMPRESSÃO

Gráfica Braspor

FOTOS

Foto – página 07

Durafloor Camurça Detalhe Essencial

Foto – página 11

Metal: Linha Cubo

Louça: Cuba especial de semi-encaixe quadrada

Foto – página 13

Durafloor Design Carvalho Creta

Foto – página 15

Durafloor Home Amêndola Curação

Foto – página 17

Móvel Adresse em MDF com acabamento em Baixa Pressão (BP) com design do Studio Bola

Foto – página 18

Móvel Kitchens em MDP com acabamento em Baixa Pressão (BP) com design de José Bonetti

Foto – página 21

Metal: Linha Cubo

Louça: Cuba quadrada com bojo redondo, de sobrepor em ambiente criado por Denise Zuba

Metal: Chuveiro quadrado

Foto – página 23

Metal: Linha Dream, saboneteira quadrada

Louça: Cuba válvula oculta de sobrepor em ambiente criado por Antônio Ferreira Junior e Mário Celso Bernardes

Foto – página 24

Metal: Linha Contemporânea

Louça: Cuba retangular Série Slim

Foto – página 26

Metal: Linha Dream

Louça: Cuba válvula oculta de apoio em ambiente criado por Ana Maria Vieira Santos e Camila Vieira Santos

Foto – página 33

Metal: Linha Quadratta Clássica

Louça: Linha L88 em ambiente criado por Fernanda Marques

Foto – página 43

Evento patrocinado pela Deca

Foto – página 57

Durafloor Nature Carvalho Viena em ambiente criado por Vanessa Guimarães

AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos aos colaboradores da Duratex e participantes dos programas desenvolvidos internamente, pela participação nas fotos que ilustram este relatório e a sua realização.



DURATEX



DURATEX

Av. Paulista, 1.938 . 5º andar

Bela Vista . 01310 942

São Paulo . SP . Brasil

www.duratex.com.br