



DURATEX

Criação de Valor. Nosso Compromisso. » Relatório Anual 2005

Perfil Corporativo »

Líder nos mercados brasileiros de produtos de madeira e em metais sanitários, a Duratex ocupa também posição destacada no segmento de louças sanitárias. A Empresa é controlada pela Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., segundo maior grupo empresarial privado do País, com atuação nos setores financeiro, químico, de informática, imobiliário e de materiais para a construção civil e indústria moveleira.

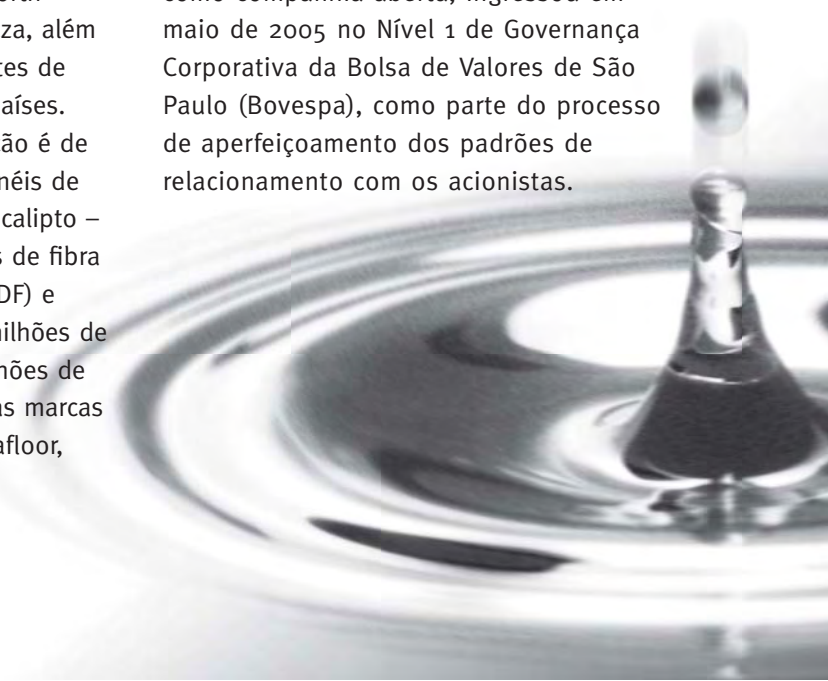
Organizada em duas divisões – Madeira e Deca –, possui sete fábricas no Estado de São Paulo e uma no Estado do Rio Grande do Sul, além de uma unidade industrial de metais sanitários na Argentina. Mantém ainda operações comerciais nos Estados Unidos, na Bélgica e na Argentina, por meio das subsidiárias Duratex North America, Duratex Europe e Deca Piazza, além de contar com distribuidores e agentes de vendas independentes para outros países.

A capacidade anual de produção é de 1,5 milhão de metros cúbicos de painéis de madeira feitos a partir de pinus e eucalipto – entre painéis de aglomerado, chapas de fibra de média (MDF) e alta densidade (HDF) e pisos e painéis de madeira –, 14,4 milhões de peças de metais sanitários e 4,2 milhões de peças de louças sanitárias. Entre suas marcas de destaque estão Deca, Hydra, Durafloor, Duraplac e MaDeFibra, entre outras.

Com auto-suficiência florestal para suprir suas necessidades industriais, caracteriza-se como um produtor de painéis de madeira verticalmente integrado. O plantio de pinus e eucalipto é desenvolvido em cerca de 90 mil hectares de terras e florestas próprias, que permitem colheita anual de 2,9 milhões de metros cúbicos de madeira. Essas áreas estão estrategicamente localizadas nas proximidades das unidades industriais, sendo a distância média de 55 quilômetros.

Em 2005, a Duratex completou 10 anos de certificação do *Forest Stewardship Council* (FSC), como a primeira empresa da América Latina a receber o Selo Verde, que atesta o manejo florestal sustentável.

Fundada em março de 1951, já como companhia aberta, ingressou em maio de 2005 no Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), como parte do processo de aperfeiçoamento dos padrões de relacionamento com os acionistas.



Missão »

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 »

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 »

- » 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.

Principais Indicadores »

Expedições	2001	2002	2003	2004	2005	CAGR
Madeira (em mil m ³)	823,6	881,2	905,6	1.050,8	1.040,4	6,0%
Deca (em mil peças)	13.584	14.523	13.318	13.747	12.825	-

Desempenho Consolidado (R\$ milhões)	2001	2002	2003	2004	2005	CAGR
Receita Líquida	785,3	866,9	989,6	1.188,2	1.270,6	12,8%
Mercado interno	652,9	703,9	799,4	950,6	1.065,7	13,0%
Mercado externo	132,4	163,0	190,2	237,6	204,9	11,5%
EBITDA ⁽¹⁾	190,8	213,3	232,2	320,6	362,6	17,4%
Margem EBITDA (%)	24,3%	24,6%	23,5%	27,0%	28,5%	-
Lucro Líquido	52,1	71,7	64,0	125,3	137,1	27,4%
Margem líquida (%)	6,6%	8,3%	6,5%	10,5%	10,8%	-
Lucro por ação (R\$)	0,44	0,62	0,55	1,06	1,17	27,7%
Retorno sobre o PL (ROE)	6,0%	8,1%	7,0%	13,0%	13,5%	-
Retorno sobre o Capital Investido (ROIC)	7,7%	8,4%	9,0%	10,2%	12,3%	-

(1) O EBITDA de 2001 a 2004 foi recalculado em decorrência de reclassificação de contas em 2005.

Dividendos (R\$)	2001	2002	2003	2004	2005	CAGR
Dividendos brutos na competência	23,6	24,6	25,7	58,1	46,3	18,3%
Dividendos brutos (caixa)	24,4	23,5	24,4	44,5	52,7	21,2%
Dividendo/lucro líquido (<i>pay-out</i>)	45,3%	34,2%	40,2%	46,4%	33,8%	-
<i>Dividend yield</i> (caixa)	3,6%	4,2%	4,0%	4,6%	3,6%	-

Mercado de Capitais	2001	2002	2003	2004	2005	CAGR
Quantidade de ações emitidas (milhares) ⁽²⁾	121.791,0	117.791,0	117.827,2	117.827,2	117.827,2	-
Número de negócios	1.875	2.169	4.686	3.977	6.797	38,0%
Quantidade de ações negociadas (milhares) ⁽²⁾	17.763	22.742	43.139	42.525	28.137	12,2%
Volume financeiro negociado (R\$ milhões)	87,5	100,7	274	381,7	339,8	40,4%
Preço da ação ao final do período (R\$) ⁽²⁾	4,74	5,2	8,30	12,40	14,85	33,0%
Valor de mercado (R\$ milhões)	577,3	612,5	978,1	1.461,0	1.749,7	31,9%
Valor Patrimonial da ação ao final do período (R\$)	7,34	7,78	8,01	8,41	8,95	5,1%

(2) Valores ajustados de acordo com o grupamento de ações na proporção de 200 para 1, promovido em Junho de 2005 e de acordo com a bonificação de 1 ação nova para cada ação possuída, promovida em Abril de 2006.

Criação de Valor. Nosso Compromisso. »



DURATEX

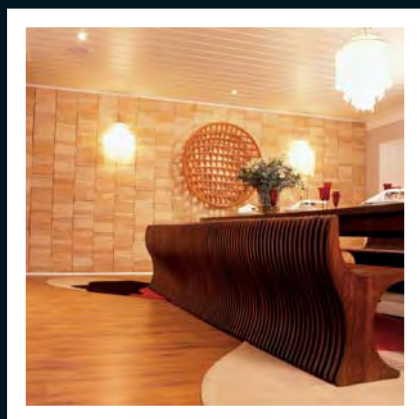
O sistema de gestão da Duratex foi desenhado para obter o melhor desempenho sustentado nos setores em que a empresa atua. Para isso, o modelo organizacional é alinhado com o compromisso de Criação de Valor, que busca assegurar o crescimento dos negócios, com solidez financeira e disciplina no uso do capital. » Na execução dessa estratégia, a Duratex tem adotado várias diretrizes para manter a liderança e aproveitar oportunidades de crescimento no mercado brasileiro, ampliar os negócios no exterior, expandir a produção e a venda de produtos de maior valor agregado, aumentar e otimizar os recursos florestais e incrementar a eficiência dos processos produtivos. » Investe em tecnologia, inovação, qualidade e atendimento para a obtenção de produtos diferenciados, de *design* arrojado e qualidade superior, elementos fundamentais para conquistar e fidelizar os consumidores. Com foco em eficiência e qualidade, atua para atender às necessidades dos clientes e ampliar a oferta de novos produtos.



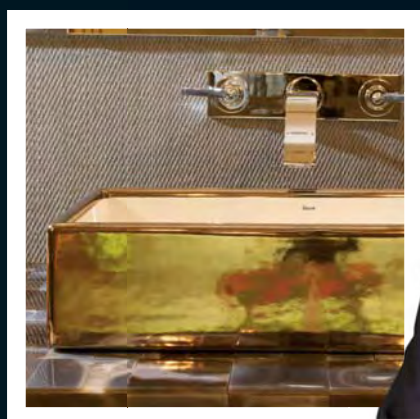
Índice »

Mensagem do Presidente	4
Gestão Estratégica e Investimentos	8
Divisão Madeira	14
Divisão Deca	20
Vantagens Competitivas	26
Desempenho Econômico-Financeiro e Mercado de Capitais	32
Governança Corporativa	40
Gestão de Riscos	48
Responsabilidade Social e Ambiental	54
Informações Corporativas	72
Demonstrações Financeiras	anexo

Mensagem do Presidente »



1
+



2
+



Em 2005, ampliamos receita, geração de caixa e lucro líquido, em um desempenho impulsionado por melhoria do *mix* de venda e medidas de redução de custos e despesas operacionais. No aperfeiçoamento dos processos de gestão e governança, criamos seis comitês em conjunto com as demais empresas industriais do Grupo Itaúsa e aderimos ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo.

1 » Durafloor Pro Freijó Granada
2 » Metais: Linha Stíck; Louça: Série Trio L107
Exclusiva para Casa Cor 2005

Paulo Setúbal
Presidente

O desempenho da Duratex em 2005 reflete o nosso compromisso com a criação de valor e com o objetivo estratégico de apresentar o melhor desempenho sustentado nos setores em que atuamos. Apesar de uma conjuntura desfavorável – com retração dos volumes de venda de produtos destinados à construção civil e à indústria moveleira – ampliamos receita, geração de caixa e lucro líquido.

A receita líquida totalizou R\$ 1.270 milhões, crescimento de 7% comparativamente ao ano anterior, enquanto o lucro líquido evoluiu 9%, para R\$ 137,1 milhões, representando um crescimento médio anual composto (CAGR) de 21% nos últimos cinco anos.

Esse desempenho foi impulsionado pela melhoria do *mix* de venda e por medidas de redução de custos e despesas operacionais, uma vez que os volumes expedidos pelas Divisões Deca e Madeira apresentaram recuo de 7% e 1%, respectivamente. A melhor gestão dos estoques teve resultado positivo no capital de giro e na geração operacional de caixa, que totalizou R\$ 312,6 milhões, 63% acima do ano anterior.

O ano foi marcado pelo pequeno crescimento econômico do País, com evolução do PIB estimado em aproximadamente 2,3%, conseqüência do rigor do Banco Central na condução da política monetária. A escalada da taxa básica de juros causou o desaquecimento da atividade econômica, cenário que começou a ser revertido no final do ano com o processo de redução de juros. Já a valorização do real diante do dólar provocou perda de competitividade nas exportações de produtos industrializados.

Mesmo assim, não abrimos mão da estratégia de ampliar a presença de nossos produtos no mercado externo. A experiência foi muito bem-sucedida durante o ano, com a ampliação de 31%, em dólares, nas vendas de louças sanitárias no exterior.

Além de 35 itens desenvolvidos especificamente para o mercado internacional, lançamos durante o ano 139 produtos em louças e metais sanitários e 84 padrões e acessórios de acabamento em madeira, como reforço aos diferenciais de inovação e atendimento às demandas do mercado.

Mesmo após o ciclo de fortes investimentos que marcou a atuação da Empresa entre 2000 e 2003, destinamos R\$ 108,4 milhões no ano principalmente para expansão de capacidade, modernização industrial e aquisição de terras e florestas destinadas à adequação do suprimento de madeira, em razão das recentes expansões de capacidade. Esse Plano de Aplicação de Recursos amplia nossa competitividade, com a oferta de produtos inovadores e a utilização de modernas tecnologias industrial e florestal.

Também aperfeiçoamos nossos processos de gestão. Em conjunto com as demais empresas industriais do Grupo Itaúsa (Itautec e Elekeiroz), criamos seis comitês com o objetivo de compartilhar as melhores práticas, promover a captura de sinergias, reduzir custos e gerar valor aos acionistas.

Ainda como parte da seqüência de fatos na direção de criação de valor, avançamos durante o ano em nosso sistema de governança, com a adesão ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo. A iniciativa complementa uma série de medidas adotadas ao longo dos anos para convergir os interesses de todos os acionistas, a exemplo da concessão de *tag-along* de 80% para as ações preferenciais, extinção das partes beneficiárias e ampliação dos dividendos mínimos para 30% do lucro líquido ajustado.

Nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável também foi expresso com a comemoração dos dez anos de certificação FSC, do

Forest Stewardship Council, que atesta o manejo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável de nossas florestas e da cadeia de custódia de produtos de madeira. Como primeira empresa da América Latina a receber o Selo Verde, ganhamos maior competitividade nas exportações e um importante diferencial no mercado.

Prosseguimos também em iniciativas de responsabilidade social, com destaque para o programa Embarque Nessa, de estímulo ao voluntariado, e do projeto Bem-Querer, por meio do repasse de recursos para Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente, com o objetivo de auxiliar na construção de um futuro melhor para os jovens brasileiros.

Nossas perspectivas são de um comportamento mais favorável da economia em 2006, especialmente em nossos setores de atuação. No início do ano, o governo federal anunciou um pacote de medidas de incentivo para facilitar a compra, a construção e a reforma da casa própria. Um dos pontos contemplados é a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), o que deve impulsionar as vendas de materiais de construção e decoração, a exemplo de louças e metais sanitários. Além disso, prevê-se a ampliação do crédito destinado ao financiamento habitacional, ampliando o mercado para os produtos de nossas duas divisões, caso a taxa de juros continue com sua trajetória declinante.

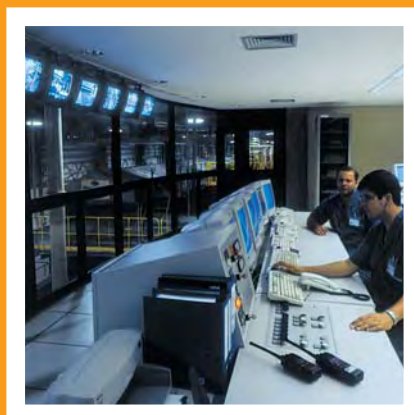
Os resultados de 2005 são mais um passo em direção ao crescimento sustentado e à criação de valor. Para o alcance desse desempenho, agradecemos o fundamental apoio dos acionistas, o esforço e o comprometimento dos colaboradores, a parceria dos fornecedores e a preferência de clientes e consumidores por nossas marcas.

« valor em produtividade » Economias de escala, dificilmente replicadas pela concorrência, e a possibilidade de desenvolver internamente novos produtos e padrões para o enriquecimento de nosso *mix* de venda representam importantes diferenciais competitivos. Esses fatores, aliados a investimentos em tecnologia e processos operacionais, impulsionam a produtividade da empresa e asseguram a criação de valor de forma sustentada.



Deca

Para manter o melhor desempenho sustentado nos setores em que atua, a Duratex baseia sua estratégia na criação de valor. Assim, procura manter a liderança de mercado no Brasil, expandir a oferta de produtos de maior valor agregado, ampliar a atuação no mercado externo, aumentar e otimizar os recursos florestais e assegurar a eficiência dos processos produtivos.



1 +



2 +



3 +

- 1 » Sala de Controle na Unidade de Agudos/SP
- 2 » Área de Fundição TCI Plus na Unidade de Cerâmica II – Jundiaí/SP
- 3 » Linha Stick

A atuação da Duratex tem compromisso com a criação de valor, baseada na oferta de produtos de maior valor agregado e foco na qualidade, diversificação e busca da fidelização de clientes. O objetivo é manter o melhor desempenho sustentado nos setores em que atua. Para isso, adota as seguintes estratégias:

Manter a liderança e aproveitar oportunidades de crescimento no mercado interno.

A partir das expectativas de crescimento no mercado brasileiro de construção civil, a Empresa pretende aproveitar as oportunidades para expandir o *market share* dos produtos da Divisão Deca entre consumidores de menor poder aquisitivo. Para isso, dará continuidade à ampliação de rede de distribuição e ao lançamento contínuo de produtos. O crescimento da participação de mercado nos segmentos luxo e superluxo será obtido com o lançamento de linhas de produtos de *design* contemporâneo e acabamento diferenciado.

Na Divisão Madeira, o objetivo é manter e ampliar a liderança de mercado, além de buscar um *mix* de venda mais rico, agregando valor aos produtos. Além disso, diversos estudos vêm sendo desenvolvidos com o objetivo de expandir essa divisão.

Expandir a produção e a venda de produtos de maior valor agregado.

Na Divisão Madeira, a diferenciação dos produtos será resultado do desenvolvimento de padrões que atendam à demanda dos clientes, com foco na prestação de serviços e constante esforço de atualização, aproveitamento das sinergias na área de distribuição, melhoria de equipamentos e agregação de valor aos produtos.

A Divisão Deca expandirá a atuação nos segmentos de luxo e alto luxo, nos quais já possui uma posição de referência em *design* e qualidade.

Ampliar a atuação no mercado externo.

A Divisão Deca continuará a ampliar a distribuição nos Estados Unidos e na Europa, visando à diversificação da base de clientes e ao acesso a novos mercados atrativos. Pretende-se consolidar a marca Deca e obter ganhos de escala no mercado externo, primeiramente por meio das vendas de louças, que apresentam linhas de *design* contemporâneo e qualidade para competir nesses mercados. Uma vez consolidada a marca e obtido ganho de escala no mercado externo, será introduzido também o segmento de metais.

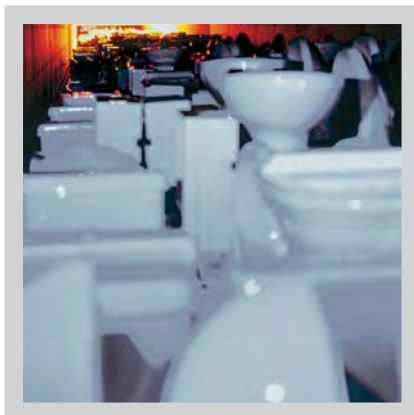
Aumentar e otimizar os recursos florestais para garantir a auto-suficiência e alta produtividade.

Para ser auto-suficiente em todas as unidades da Divisão Madeira e suprir as necessidades de madeira de acordo com o ritmo de crescimento, foram adquiridos 10.705 hectares de florestas nos três últimos anos. Essas áreas estão estrategicamente localizadas em regiões próximas às unidades industriais, de forma a manter os custos baixos e preservar as vantagens competitivas. Adicionalmente, houve investimento contínuo na aquisição de ativos fixos para melhorar a produtividade das áreas florestais e a capacidade de utilizar os subprodutos da madeira extraída no processo produtivo.

Aumentar a eficiência dos processos produtivos.

A política de contínuos investimentos em pesquisa e desenvolvimento visa favorecer a rentabilidade dos negócios, a geração de valor da cadeia produtiva e a redução de custos. Busca-se melhorar os processos, com foco em eficiência e qualidade, atuando para atender às necessidades dos clientes e ampliar a oferta de novos produtos. A equipe própria de pesquisa e desenvolvimento projeta e desenvolve produtos para antecipar tendências do mercado. O parque produtivo já é altamente automatizado e há permanente agregação de tecnologia às unidades industriais. Nos últimos três anos, foram investidos R\$ 418,1 milhões na aquisição de ativos fixos.

- 4 » Forno na Unidade de Cerâmica II – Jundiaí/SP
- 5 » Serra *Cut-to-Size* na Unidade de Chapas – Jundiaí/SP
- 6 » *Harvester* – Equipamento de Corte da Área Florestal



+

4

+

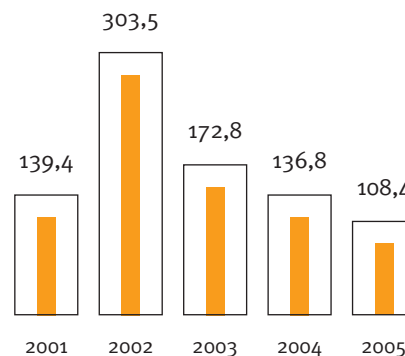
5

Um dos exemplos é o forno instalado em 2004 na unidade industrial de Jundiaí, cuja operação pode ser monitorada passo-a-passo eletronicamente. Em Botucatu, o aperfeiçoamento dos processos permitiu aumentar em 80% a velocidade da linha de pintura de painéis. Os *softwares* de manutenção de equipamentos e de gestão de estoque e expedição vêm consolidando os objetivos de reduzir custos e ampliar a automatização em todas as operações. Além disso, a extração da madeira das florestas é totalmente mecanizada. Adicionalmente, é mantido um sistema informatizado de administração de fretes e revisão da logística de expedição.

INVESTIMENTOS

O Plano de Aplicações de Recursos (PAR) contemplou em 2005 investimentos de R\$ 139,3 milhões, sendo R\$ 108,4 milhões em propriedades, instalações e equipamentos. Desde o ano 2001, a Companhia investiu aproximadamente R\$ 860 milhões em ativos permanentes, destinados à expansão de capacidade, modernização industrial e aquisição de terras, florestas e equipamentos para a adequação do suprimento de madeira. Os destaques nas ampliações realizadas especialmente entre os anos 2000 e 2003 foram o acréscimo de 400 mil metros cúbicos de capacidade anual de produção de painéis de MDF na unidade de Botucatu (SP) e a instalação de um terceiro forno de cerâmicas em Jundiaí (SP).

PAR – Investimentos em Ativos Fixos (R\$ milhões)





+

6

Os investimentos no ano totalizaram R\$ 139,3 milhões. Em ativos permanentes, foram aplicados recursos de R\$ 108,4 milhões, para expansão de capacidade, modernização industrial e aquisição de terras, florestas e equipamentos.

Os principais projetos de investimento em 2005 contemplaram:

- » Finalização da expansão da unidade de louças sanitárias em Jundiaí (SP);
- » Aquisição de equipamentos complementares para as linhas de produção de MDF/HDF/SDF e melhorias na linha de pintura de painéis na fábrica de Botucatu (SP);
- » Conclusão da área de expedição de produtos acabados na fábrica de Itapetininga (SP);
- » Construção do Centro de Desenvolvimento de Produtos da Divisão Deca, em Jundiaí (SP);
- » Aquisição de equipamentos de manejo florestal.

Os investimentos em ativo imobilizado orçados para 2006 incluem:

- » R\$ 33,6 milhões para a implantação e manejo de florestas, incluindo a aquisição de equipamentos;
- » R\$ 36,8 milhões para melhorias gerais nas operações da Divisão Deca, especialmente na compra de equipamentos para ampliar a capacidade produtiva de louças sanitárias, como seqüência à estratégia de expansão de exportações de louças sanitárias;
- » R\$ 33,8 milhões para melhorias gerais nas operações da Divisão Madeira, especialmente na aquisição de equipamentos complementares de produção; e
- » R\$ 7,0 milhões para a melhoria da infra-estrutura corporativa.

« valor em tecnologia » Com um parque produtivo automatizado e moderno, a Duratex é referência em tecnologia de produtos de madeira, louças e metais sanitários. Investe continuamente na atualização de equipamentos, produtos e processos, como forma de ampliar a agilidade das operações, a capacidade de desenvolver produtos diferenciados e assegurar a posição de uma das indústrias mais competitivas dos mercados em que atua.



Divisão Madeira »

A receita líquida de R\$ 860,0 milhões da Divisão Madeira apresentou um crescimento de 7% em relação ao alcançado no ano anterior. A queda de 1% no volume expedido foi compensada por produtos de maior valor agregado, ganhos de produtividade e base de preços mais favorável, apesar do pequeno crescimento da economia brasileira no período. O EBITDA evoluiu 4% em relação ao ano anterior para R\$ 267,1 milhões.



1 +



2 +



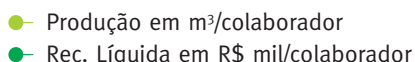
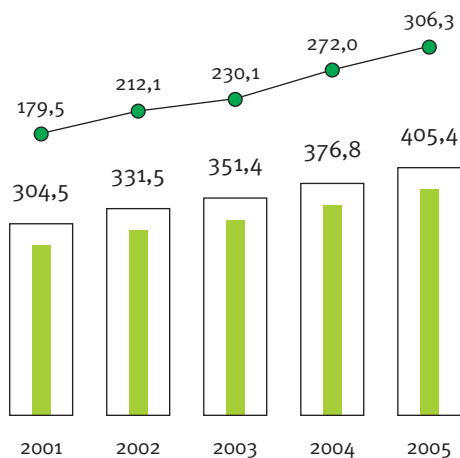
3 +

- 1 » Mudas de Eucalipto no Viveiro da Unidade de Lençóis Paulista/SP
- 2 » Vista Geral da Unidade de Botucatu/SP
- 3 » Durafloor Studio Carvalho Malta

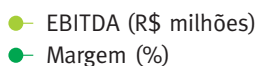
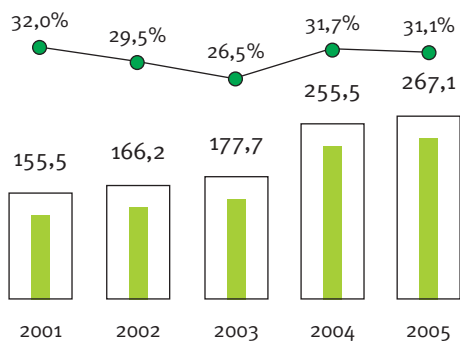
Canal de Distribuição



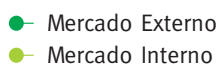
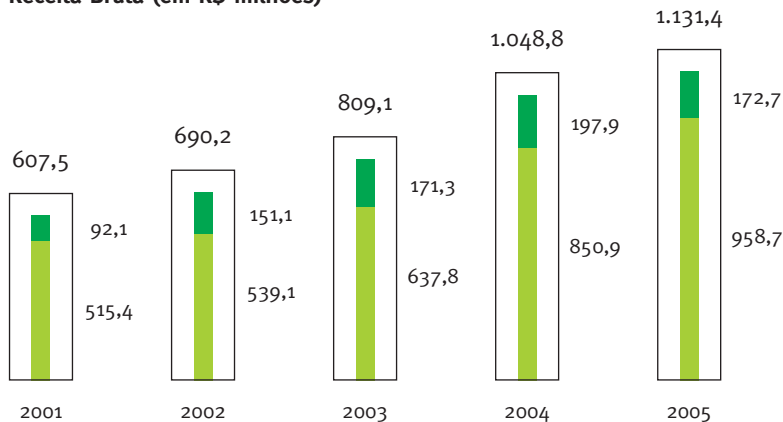
Produtividade



EBITDA x Margem



Receita Bruta (em R\$ milhões)



Os produtos comercializados pela Divisão Madeira são obtidos através de operações verticalmente integradas com produção de madeira própria e abastecimento de nossas unidades para a fabricação de painéis de aglomerado, *hardboards*, chapas de fibra de média (MDF) e alta densidade (HDF) e pisos laminados. Os produtos são vendidos principalmente para a indústria moveleira e da construção civil, com as marcas MaDeFibra (chapas de fibra de MDF), Duraplac e Duratree (chapas de fibra), Madeplan (madeira aglomerada) e Durafloor (pisos para uso residencial e comercial).

A indústria da construção civil, incluindo o segmento de reformas, enfrentou dificuldades nos três últimos anos, situação agravada em 2005 pelo pequeno crescimento da economia brasileira. Já a indústria moveleira cresceu significativamente em 2004 e permaneceu estável em 2005.

Com a maior capacidade instalada do segmento – em que atuam mais sete empresas –, a Duratex realizou nos últimos

anos grandes investimentos em ampliação e atualização tecnológica. Esse processo coincidiu com o aquecimento do consumo no mercado doméstico, levando a Empresa a definir como prioridade a venda de produtos de maior valor agregado.

DESEMPENHO

Em 2005, a Divisão Madeira apresentou redução de 1% nos volumes expedidos comparativamente ao exercício anterior. A valorização da moeda brasileira em relação ao dólar prejudicou a rentabilidade da área, que tem aproximadamente 15% de sua receita proveniente do mercado externo sendo a chapa de fibra responsável por 73% das exportações da Divisão. Impulsionada por produtos de maior valor agregado, ganhos de produtividade e melhor base de preços, a receita líquida cresceu 7%, totalizando R\$ 860,0 milhões. O desempenho operacional medido pelo EBITDA evoluiu 4%, para R\$ 267,1 milhões. A relação EBITDA/receita líquida manteve-se estável em relação ao ano anterior, em 31%.

As exportações atingiram US\$ 56,2 milhões, sendo US\$ 41,3 milhões referentes a chapas de fibras, em comparação a US\$ 36,1 milhões em 2004. Em reais, a receita procedente de vendas no exterior diminuiu 12,7%, de R\$ 197,9 milhões em 2004 para R\$ 172,7 milhões em 2005, devido ao efeito do câmbio.

Expedição (em m³)	2004	2005	Var. %
Standard	698.514	695.997	-0,3
Revestidos	352.239	344.366	-2,2
Total	1.050.753	1.040.363	-1,0

Receita Líquida (em R\$ milhões)	2004	2005	Var. %
Mercado Interno	609,3	687,3	12,8
Mercado Externo	197,9	172,7	-12,7
Total	807,2	860,0	6,5

as linhas de produção de painéis, a melhorias na linha de pintura de painéis na fábrica de Botucatu (SP) e à conclusão da área de expedição de produtos acabados na fábrica de Itapetininga (SP).

Com o uso de tecnologias inovadoras no mercado brasileiro, a Divisão Madeira tem aperfeiçoado os processos produtivos, focada na eficiência operacional e ambiental.

Como exemplo, destacamos investimentos realizados que permitiram aumentar a velocidade das linhas de pintura de painéis em aproximadamente 80%, de 60 m/min para 110 m/min. Esse processo foi iniciado complementarmente à inauguração de uma nova linha de revestimento em baixa pressão (BP) na unidade de Botucatu (SP), contribuindo para ampliar em cerca de 10% a capacidade de expedição de produtos revestidos, de maior valor agregado.

Paralelamente à conclusão da área de expedição de produtos, foi adotado em 2005 um novo sistema de atendimento aos pedidos dos clientes, com melhora nos processos de entrega e redução de estoques.

COMPETITIVIDADE

Depois de concluído um forte ciclo de investimentos, as aplicações de recursos durante o ano foram direcionadas à aquisição de equipamentos complementares para

4 » Resfriador de Painéis de Madeira MDF/HDF/SDF na Unidade de Botucatu/SP

5 » Serra Cut-to-Size na Unidade de Chapas – Jundiá/SP

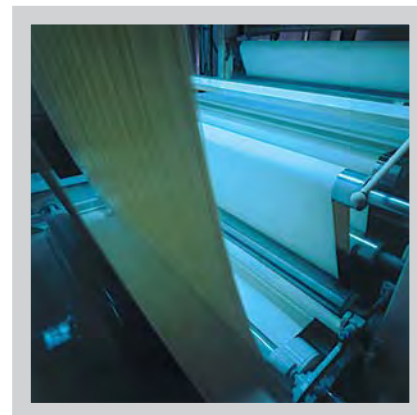
6 » Impregnadora de Papéis para Revestimento na Unidade de Agudos/SP



4



5



6

Como exemplo do pioneirismo no mercado brasileiro, foi introduzida a exclusiva proteção antimicrobiana *Microban* em toda a linha de pisos Durafloor. Outro destaque foi o sistema Click de encaixe de réguas, que dispensa o uso de cola na instalação dos pisos.

LANÇAMENTOS

Foram lançados 84 padrões e acessórios de acabamentos durante o ano, reforçando a preocupação em inovar para atender às demandas de mercado. Os novos padrões ampliam a paleta de cores, introduzindo e acompanhando tendências do mercado de decoração.

O destaque do ano foi mais uma iniciativa pioneira no mercado brasileiro: toda a linha de pisos Durafloor passou a ter a exclusiva proteção antimicrobiana *Microban*, que representa resistência adicional contra bolores, fungos e bactérias.

Outra novidade, que será disponibilizada ao mercado em 2006, são os pisos laminados com a tecnologia Click. Trata-se de um sistema de encaixe de réguas com travamento mecânico, o que dispensa o uso da cola na instalação, a ser introduzido para a linha Durafloor *Design*. Além disso, foi desenvolvida a Manta *DuraSilent*, que altera a frequência do som produzido no piso para deixar os ambientes acusticamente mais confortáveis.

Na divulgação desses produtos, a Divisão Madeira participou dos principais eventos dos setores da construção e da indústria moveleira, como as Feiras Nacional e Internacional da Construção (Fenacon e Feicon) e a Feira Internacional de Máquinas e Matérias-Primas para a Indústria Moveleira (Fimma).

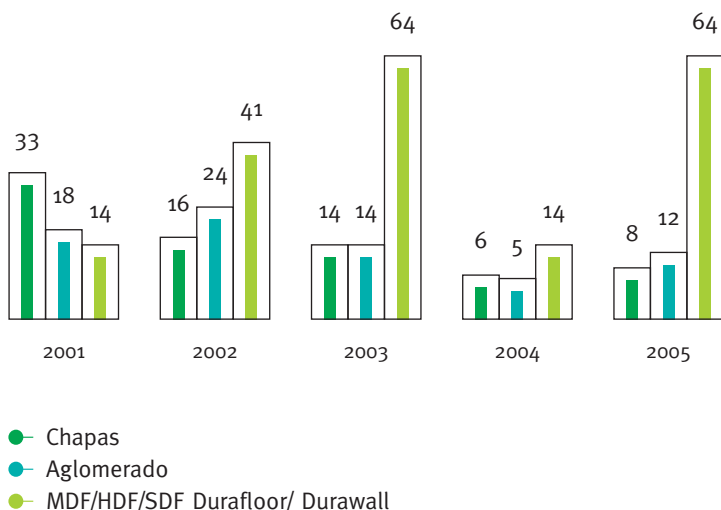
EXPORTAÇÕES

O principal produto exportado pela Divisão Madeira é a chapa de fibra, que representou aproximadamente 70% das vendas externas em 2005. Os principais destinos desses painéis são os Estados Unidos e a Europa, onde a Empresa é representada pela Duratex North America e pela Duratex Europe.

PREMIAÇÕES

Entre os reconhecimentos recebidos pela Divisão Madeira destacam-se o Prêmio Qualidade Exportação 2005, da Federação da Indústria do Estado do Paraná – a mais expressiva distinção de incentivo às vendas no mercado externo do segmento de indústrias ligadas ao setor de base florestal e móveis, madeira, papel e celulose –, além dos Prêmios Pini e Top Marcas recebidos pelo piso Durafloor, como produto reconhecidamente diferenciado no mercado.

Lançamento de Produtos



Destino das Exportações



52%	América do Norte
20%	Europa
11%	Oriente Médio
7%	Ásia
4%	América do Sul
4%	África
2%	América Central

« valor em *design* » O *design* arrojado torna os produtos da Duratex objetos de desejo de consumidores que buscam inovação e qualidade superior em materiais de decoração e acabamento. Desenvolvidas internamente, por equipes de *designers*, engenheiros e arquitetos, as linhas de produto das divisões Madeira e Deca antecipam necessidades de mercado e estão alinhadas às principais tendências internacionais.



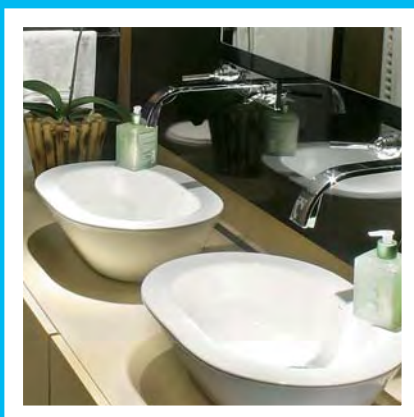
Divisão Deca »



1 +



2 +



3 +

Reposicionamento de produtos e medidas para reduzir custos e controlar despesas operacionais possibilitaram que a Divisão Deca elevasse em 8% a receita líquida, que totalizou R\$ 410,6 milhões, compensando a retração de 7% nos volumes expedidos. O EBITDA cresceu 47% no ano, para R\$ 95,5 milhões, com margem de 23%.

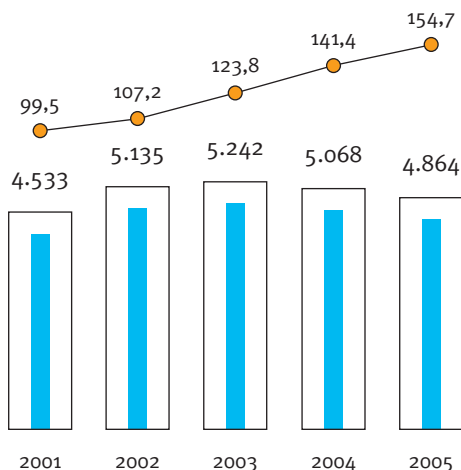
- 1 » Área de Fundição na Unidade de Metais Sanitários em São Paulo/SP
- 2 » Linha de Montagem da Válvula Hydra – Unidade de Metais Planidil/SP
- 3 » Misturador: Linha Stick e Louça: Linha Link

Canal de Distribuição



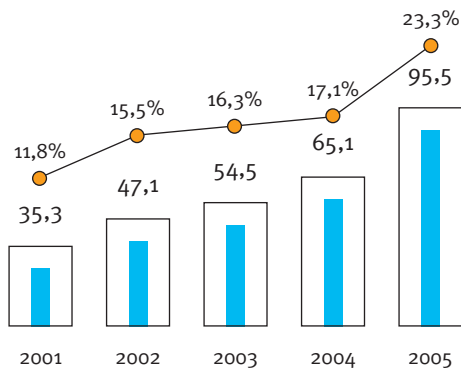
- 61% ● Revenda
- 18% ● Home Center
- 9% ● Atacadistas
- 9% ● Construção Civil
- 2% ● B2B + Televendas
- 1% ● Outros

Produtividade



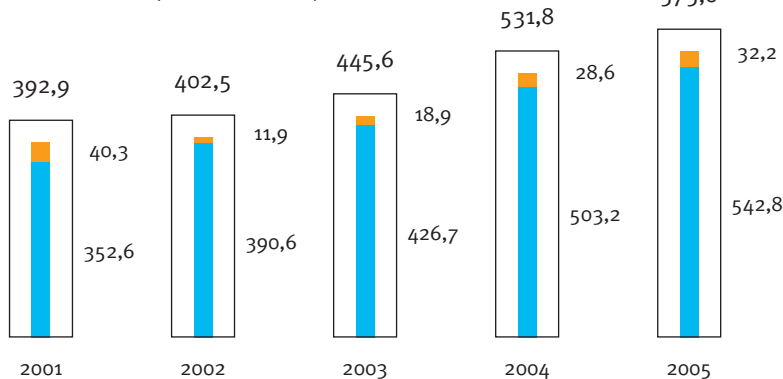
- Produção em peças/colaborador
- Rec. Líquida em R\$ mil/colaborador

EBITDA x Margem



- EBITDA (R\$ milhões)
- Margem (%)

Receita Bruta (em R\$ milhões)



- Mercado Externo
- Mercado Interno

A Divisão Deca produz louças e metais sanitários e acessórios com a marca Deca, além de válvulas de descarga com a marca Hydra, mantendo a oferta da mais completa linha desses segmentos. A linha é diversificada, abrangendo praticamente a totalidade dos produtos hidráulicos e de acabamento em metal para banheiros, cozinhas e áreas de serviço. Os principais canais de distribuição são a rede de revendedores de materiais para construção e os *home centers*.

É líder no mercado brasileiro de metais sanitários e tem participação destacada em louças sanitárias, principalmente nos segmentos de luxo e superluxo. Os concorrentes são pulverizados em metais sanitários e um grande produtor de louças sanitárias, que atuam em segmentos de menor valor agregado.

Em 2005, o mercado de construção civil foi afetado pelo pequeno crescimento da economia brasileira, com efeito direto sobre a demanda por produtos de acabamento.

DESEMPENHO

Em 2005, a Divisão Deca registrou expedições 7% menores que no ano anterior. Entretanto, o reposicionamento de produtos e as medidas internas, com foco em redução de custos e controle de despesas operacionais, permitiram evolução dos resultados. A receita líquida cresceu 8%, para R\$ 410,6 milhões,

representando 32,3% da receita líquida de vendas da Duratex. O EBITDA de R\$ 95,5 milhões apresentou incremento de 47%, com ampliação de seis pontos percentuais na margem EBITDA – 23% ante os 17% verificados no ano anterior.

As medidas de eficiência incluíram qualificação de processos e projetos, com novas políticas de planejamento e programação de produção, para adequar o estoque a níveis mais compatíveis com a operação. Além disso, a Divisão capturou os primeiros resultados do Sistema de Planejamento Avançado na área de metais, que simula e prevê todas as etapas do processo produtivo, com uma atualização dinâmica de dados. O sistema indica o menor ciclo possível de produção, o que proporciona menor custo de ferramental e maior velocidade de operação. Outra iniciativa foi a produção interna de algumas peças de metais antes adquiridas de terceiros.

O reposicionamento de produtos foi acompanhado por uma reformulação do portfólio, especialmente em metais, em um movimento associado ao preço-base do mercado. Além de uma atuação diferenciada nos segmentos de luxo e alto luxo, a Deca ampliou linhas de padrão médio, de forma a aumentar a presença em segmentos mais compatíveis com a estratégia de ocupação de capacidade e diluição de custos.

O conjunto de medidas foi fundamental para fazer frente à alta no preço das matérias-primas, principalmente das ligas de metais, como cobre e zinco. As ligas de cobre, por exemplo, tiveram valorização de aproximadamente 50%, em dólares, na Bolsa de Metais de Londres.

COMPETITIVIDADE

Os principais investimentos de 2005 foram representados pela conclusão das obras de ampliação da unidade de louças sanitárias em Jundiá (SP) e pela construção do Centro de Desenvolvimento de Produtos da Divisão Deca, no mesmo município. O ano também foi marcado pela consolidação de uma minifábrica destinada à produção de materiais de luxo, em que são trabalhados tanto produtos em linha como aqueles destinados a atender demandas específicas.

A expansão de 30% na capacidade da fábrica de Jundiá foi realizada em condições diferenciadas de produtividade e eficiência, proporcionando a capacidade necessária para impulsionar o projeto de crescimento das exportações. A unidade foi equipada com um moderno forno a gás, totalmente automatizado, no qual um único funcionário é capaz de acompanhar todo o processo de tratamento, peça a peça, ao longo de seus 100 metros de extensão.

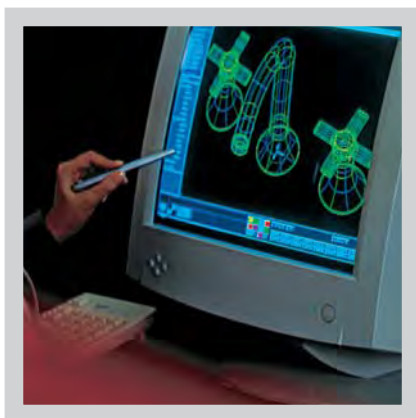
O Centro de Desenvolvimento de Produtos é destinado, principalmente, para o desenvolvimento de louças, mas também contempla a área de metais. O local serve, ainda, para receber arquitetos, especificadores e visitantes internacionais. No espaço trabalham principalmente engenheiros projetistas, técnicos e arquitetos.

Inovação, *design* e qualidade são características das louças e metais sanitários. Foram lançados 139 produtos, como cubas cromadas e bicolores, metais acionados por alavancas, válvulas de descarga de *design* arrojado e novo sistema de duplo acionamento.

Expedição (em milhares de peças)	2004	2005	Var. %
Básicos	6.649	6.484	-2,5
Produtos de Acabamento	7.098	6.341	-10,7
Total	13.747	12.825	-6,7

Receita Líquida (em R\$ milhões)	2004	2005	Var. %
Mercado Interno	352,4	378,4	7,4
Mercado Externo	28,6	32,2	12,6
Total	381,0	410,6	7,8

- 4 » Desenvolvimento de Produtos em CAD
- 5 » Robô de Afinação de Bicas e Torneiras na Unidade de Metais Sanitários – São Paulo/SP
- 6 » Operação da Linha de Produção de Metais Sanitários – São Paulo/SP



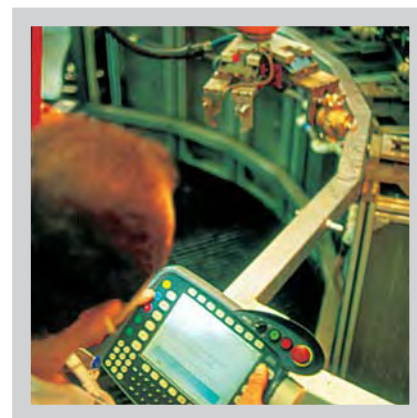
+

4



+

5



+

6

No ano, foi instalado um novo Centro de Expedição em Jundiá, moderno e com sistemas de acompanhamento que permitem à Empresa atender a todos os mercados sem perda de agilidade.

LANÇAMENTOS

A Deca reforçou a sua característica de promover um grande número de lançamentos de produtos, que se diferenciam pela qualidade, *design* e inovação. Foram lançados, durante o ano, 115 produtos em metais sanitários e 24 em louças sanitárias. Em louças, destacaram-se cubas bicolores, que conferem um visual moderno e futurista para os banheiros. Em metais, foram lançadas três novas linhas para cozinhas. As linhas *Fast* e *Spin*, de *design* contemporâneo, arrojado e inovador, para os segmentos premium de consumo, e a linha *Aspen*, voltada para o segmento médio e médio baixo do mercado.

Outras inovações foram introduzidas em válvulas de descarga, com o *design* arrojado da *Deca Slim* e a combinação de linhas modernas ao sistema de uso racional de água da *Hydra DuoFlux*, que possui duplo acionamento, liberando mais ou menos água de acordo com a necessidade de limpeza.

Os novos produtos foram apresentados no *showroom* da marca, em São Paulo, e nos principais eventos do setor, como Casa Cor, Feira Nacional da Construção (Fenacon) e Feira Internacional

da Construção (Feicon). Foram promovidas ainda a nona edição do concurso Um Sonho de Banheiro, destinado a arquitetos, e a décima edição do concurso Estudo de um Banheiro, dirigido a estudantes de cursos de Decoração.

EXPORTAÇÕES

As exportações ampliaram-se 36%, para US\$ 6,4 milhões, com destaque para as vendas externas de louças sanitárias, que somaram US\$ 4,7 milhões. Em reais, pelo impacto do câmbio, o incremento foi de 12,6%, passando de R\$ 28,6 milhões em 2004 para R\$ 32,2 milhões em 2005. Foram desenvolvidos 35 produtos específicos para o mercado de exportação, o que significou a produção de modelos de alto luxo, com *design* mais arrojado e estética de padrão mundial – características fundamentais para conquistar espaço em outros países.

Houve ainda incremento da base de representantes comerciais. As vendas para o mercado internacional já estão mais consolidadas, atingindo 30 países e cerca de 500 pontos-de-venda (50% acima de 2004). Há exportações regulares para a América do Sul e tem sido registrado crescimento mais acentuado nos Estados Unidos, onde foi montada uma estrutura de vendas, com escritório comercial (na Carolina do Norte) e armazém de distribuição (na Virgínia).

Como parte da estratégia de divulgação da marca no exterior, a

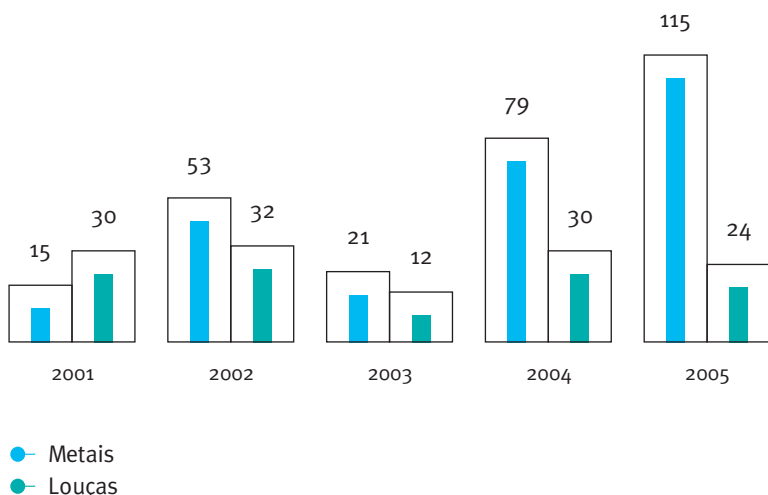
Deca participou das principais feiras do setor, com destaque para a Kitchen and Bath, realizada em Las Vegas (EUA). No segundo semestre, foi firmado contrato de fornecimento de louças sanitárias no mercado norte-americano. O acordo, no sistema OEM (*Order for Engineering Manufacturing*), terá a vigência de dois anos, passíveis de prorrogação, e deve proporcionar vendas de aproximadamente US\$ 3,6 milhões em 2006 e atingir US\$ 6,8 milhões anuais a partir de 2007.

PREMIAÇÕES

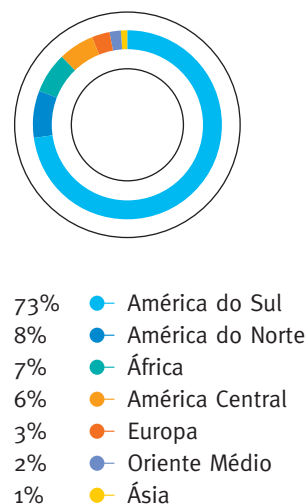
A Deca recebeu diversos reconhecimentos de mercado durante o ano, sendo destaques o Prêmio Pini e o Prêmio Anamaco, nas categorias metais e louças sanitárias, o Prêmio Top Marcas e o Prêmio Melhor Produto do Ano, concedido pela revista *Revenda & Construção*, para a Linha *Vogue* (louças) e *Válvula Hydra* (metais).

A Deca ainda obteve importante reconhecimento internacional com o Prêmio iF Design, uma das distinções mais respeitadas de *design* industrial do mundo, com a válvula *Deca Slim*, vencedora da categoria Metal.

Lançamento de Produtos



Destino das Exportações

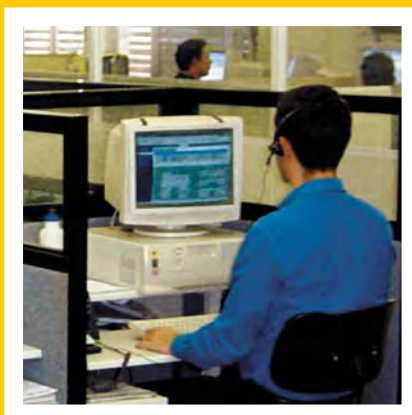


« valor em inovação » Com foco em itens de maior valor agregado, a Duratex mantém um portfólio de produtos variado e diferenciado em relação à concorrência, caracterizando-se pela inovação nos mercados de produtos madeireiros, de decoração e acabamento. Foi a primeira empresa no País a fabricar chapas de fibra, MDF e pisos laminados a partir do MDF, além de louças sanitárias com *design* arrojado a partir da tecnologia fireclay.



Vantagens Competitivas »

Entre os principais ativos intangíveis da Duratex destacam-se as cerca de 160 marcas, que abrigam um portfólio inovador e de alto valor agregado. Os diferenciais competitivos incluem liderança de mercado, fidelização de clientes, escala de produção, tecnologia, rede de distribuição e assistência técnica, baixo custo de madeira, solidez financeira e experiência dos administradores.



1 +



2 +



3 +

- 1 » Detalhe do SAC da Divisão Deca
- 2 » Centro de Treinamento Durafloor na Unidade de Agudos/SP
- 3 » Unidade Móvel de Treinamento e Assistência Técnica da Válvula Hydra

Diferenciais competitivos que impulsionam a percepção sobre o valor da Duratex não são contabilizados nos balanços financeiros. Esses ativos intangíveis têm permitido uma relevante diferenciação da Empresa em relação à concorrência, traduzida na forma de rentabilidade.

MARCAS E PATENTES

A Duratex detém o registro ou o pedido de registro de aproximadamente 160 marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e as de maior notoriedade estão registradas também no exterior – como Duratex, em 23 países além do Brasil. Também a marca Deca e a figura do rinoceronte, que representa a marca Duratex, estão registradas no exterior, em diversos países. Além dessas, estão também registradas fora do Brasil as marcas Duratree, Duraplac, MaDeFibra, Madepan, Madeplac e InterD+, na Divisão Madeira, e Hydra, HydraFlux, Acrópole e Activa, na Divisão Deca.

Estão registradas aproximadamente 100 patentes e 140 pedidos de patentes no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

LIDERANÇA E FIDELIZAÇÃO DOS CLIENTES

A força das marcas, a diversidade e o *design* diferenciado das linhas de produtos, as ações de marketing e a qualidade da assistência técnica e dos produtos vendidos garantem um elevado grau de fidelização da base de clientes e uma posição de liderança nos setores de atuação. Na Divisão Madeira, a estimativa é de ter mais de 30% de participação do mercado brasileiro de painéis de madeira reconstituída. Na Divisão Deca, a participação no segmento de metais sanitários é avaliada em cerca de 38%, o que garante a liderança do mercado. Em louças sanitárias, a participação é de 16%, com liderança nas vendas para os segmentos luxo e alto luxo.

A Empresa adota uma série de ações para o fortalecimento de suas marcas, como forma de diferenciá-las da concorrência. Mantém postura proativa no relacionamento com formadores de opinião, como arquitetos, decoradores, instaladores hidráulicos, marceneiros e balconistas, o que inclui iniciativas de treinamento e patrocínio de eventos relevantes. Promove pesquisas de satisfação periódicas, o que permite identificar pontos passíveis de aperfeiçoamento em produtos e serviços.

PORTFÓLIO INOVADOR E DE ALTO VALOR AGREGADO

A Duratex é reconhecida pela inovação e qualidade de seus produtos, com atuação pioneira desde seus primeiros anos de operação:

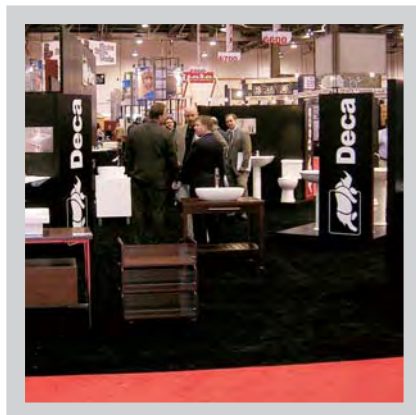
- » Foi a primeira empresa no Brasil a fabricar chapas de fibra (em 1954), MDF (em 1997), piso laminado à base de MDF (em 1998) e é o primeiro fabricante no Brasil capaz de produzir MDF a partir de madeira de eucalipto (desde 2003);
- » A marca Deca foi a pioneira no Brasil a utilizar a tecnologia *fireclay*, que permite fabricar produtos de *design* e alta qualidade para os segmentos luxo e superluxo;
- » A marca Deca é reconhecida por introduzir os padrões de *design* seguidos pelo mercado.

O portfólio de produtos é variado e diferenciado em relação à concorrência, com foco em itens de alto valor agregado. Na Divisão Madeira, linhas de revestimento próprias para aplicação nos painéis produzidos adicionam valor aos produtos e, conseqüentemente, melhoram as margens. São 184 tipos de padrões e 214 cores diferentes empregados nos processos de acabamento em *finish foil*, baixa pressão e pintura. Na Divisão Deca, a agregação de valor decorre da possibilidade de os clientes personalizarem o produto conforme suas necessidades. As linhas de louças e metais sanitários são alvo de permanente renovação, com a adoção de *design* arrojado e alinhado às tendências mundiais do setor, a partir do trabalho de uma equipe própria de pesquisa e desenvolvimento. No final de 2005, eram mantidas 41 linhas de produtos, com 1.892 itens.

4 » Área de Desenvolvimento de Louças Sanitárias – Jundiaí/SP

5 » Estande da Deca na Feira *Kitchen and Bath*, realizada em Las Vegas/EUA

6 » Unidade Móvel de Treinamento e Assistência Técnica dos Pisos Duraflor



+

4

+

5

+

6

ESCALA DE PRODUÇÃO

A Empresa é líder na produção de painéis de madeira e metais sanitários, ocupando posição destacada em louças sanitárias. Dessa forma, se vale de economias de escala, dificilmente replicadas, e da possibilidade de desenvolver internamente novos produtos e padrões para o enriquecimento de seu *mix* de venda.

TECNOLOGIA PARA A COMPETITIVIDADE

O parque produtivo é altamente automatizado e moderno. Na Divisão Madeira, é empregada uma tecnologia única no mundo para a produção de painéis superdensos (SDF), protegida por contrato de confidencialidade com o fornecedor. Na Divisão Deca, houve forte atualização tecnológica em louças sanitárias, com a substituição dos fornos a óleo por fornos a gás, com maior grau de eficiência. A adoção de *softwares* de manutenção de equipamentos e de gestão de estoque e expedição também contribui com objetivos de redução de custos e ampliação da agilidade nas operações, tornando a Companhia uma das indústrias mais competitivas dos mercados em que atua.

REDE DE DISTRIBUIÇÃO E ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Outro importante diferencial diz respeito à disponibilidade dos produtos da Empresa em todo o território nacional. Além disso, uma extensa rede de assistência técnica se constitui em canal exclusivo de relacionamento com os consumidores finais.

BAIXO CUSTO DO SUPRIMENTO DE MADEIRA

Em 31 de dezembro de 2005, a Companhia detinha cerca de 90 mil hectares de florestas próprias, que garantiam aproximadamente 90% de auto-suficiência de madeira. Essa condição permite redução de custos no suprimento de madeira em relação à concorrência. Adicionalmente, a distância média de 55 quilômetros entre as florestas e as linhas de produção industrial representa economia de frete. Esses fatores, aliados à verticalização e à mecanização de produção, asseguram custos competitivos na fabricação de produtos de madeira.

Investimentos em inovação e tecnologia permitem manter um portfólio inovador, com produtos de *design* arrojado e lançadores de tendências no mercado brasileiro de materiais para a indústria de móveis e da construção civil.

GERAÇÃO DE CAIXA E SOLIDEZ FINANCEIRA

A geração de caixa consistente e a solidez financeira permitem acessar fontes de financiamento em condições favoráveis para executar a estratégia de crescimento. Com EBITDA de R\$ 362,6 milhões em 2005, a taxa anual de crescimento média composta (CAGR) do EBITDA nos últimos três anos foi de 25,0%. Em 31 de dezembro de 2005, o endividamento financeiro líquido consolidado era de R\$ 357,1 milhões, equivalente a 0,98 vez o EBITDA. Essa relação pode ser considerada baixa, o que oferece a capacidade de ampliar a alavancagem em condições favoráveis.

EXPERIÊNCIA E GESTÃO DE PESSOAS ORIENTADA PARA O RESULTADO

A administração possui vasta experiência nas indústrias de produtos de madeira, louças e metais sanitários, atuando na Companhia há vários anos. Os profissionais passam por constante programa de treinamento e desenvolvimento, com foco na busca de redução de custos e geração crescente de receitas. São mantidas ferramentas de administração de pessoas voltadas para a integração e a motivação de equipes, como parte de programa de máxima qualidade e eficiência produtiva e gerencial.

« valor em crescimento » Nos últimos cinco anos, a Duratex apresentou taxa média composta de crescimento anual (CAGR) de 12,8% na receita líquida e de 27,4% no lucro líquido. Esse comportamento reflete a estratégia de agregar valor à produção e obter o melhor desempenho em seus mercados de atuação, como forma de assegurar a evolução permanente dos negócios.



Deca

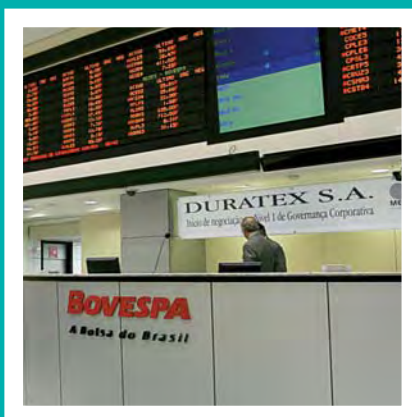
Desempenho Econômico-Financeiro e Mercado de Capitais »



1



2



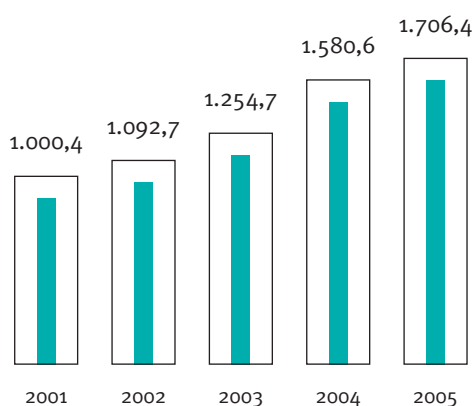
3



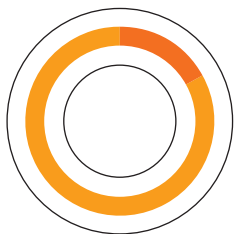
Receita recorde de vendas atingiu valor bruto de R\$ 1,7 bilhão em 2005, crescimento de 8% em relação ao ano anterior. A evolução do lucro líquido foi de 9,4%, totalizando R\$ 137,1 milhões, em um desempenho impulsionado por preços de venda que refletem produtos com maior valor agregado, compensando o decréscimo nos volumes vendidos.

- 1 » Detalhe da Expedição da Divisão Deca
- 2 » Detalhe da Área de Estocagem e Expedição de Painéis na Unidade de Botucatu/SP
- 3 » Abertura do Pregão da Bovespa durante Evento de Adesão ao Nível 1 de Governança Corporativa

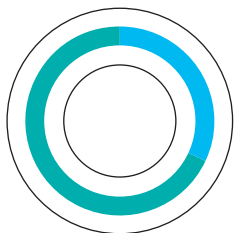
Receita Bruta (R\$ milhões)



Origem da Receita (%)



83% Mercado Interno
17% Mercado Externo



68% Madeira
32% Deca

RECEITA DE VENDAS

A receita bruta de vendas totalizou R\$ 1.706,4 milhões, 8% acima do ano anterior. A receita líquida atingiu R\$ 1.270,6 milhões, aumento de R\$ 82,4 milhões (6,9%) comparativamente a 2004. O desempenho decorre principalmente de preços de venda mais altos associados ao crescimento da participação de produtos com maior valor agregado, compensando o decréscimo observado nos volumes vendidos. A receita líquida de vendas para o exterior diminuiu 9,5%, de R\$ 226,5 milhões em 2004 para R\$ 204,9 milhões, reflexo, especialmente, da valorização do real diante do dólar, uma vez que os volumes e preços em moeda estrangeira permaneceram estáveis.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS E LUCRO BRUTO

O custo dos produtos vendidos totalizou R\$ 743,8 milhões em 2005, representando acréscimo de 2,7% em relação a 2004 (R\$ 724,2 milhões). Essa variação deveu-se principalmente ao aumento de 5,0% na folha de pagamento, impacto parcialmente compensado pelos efeitos das medidas de redução de custos adotadas durante o ano, incluindo o decréscimo do número de empregados, principalmente na Divisão Deca. O custo dos produtos vendidos, expresso como porcentagem da receita líquida de vendas, diminuiu de 60,9% em 2004 para 58,5% em 2005. Como resultado, o lucro bruto aumentou 13,5%, de R\$ 464,0 milhões

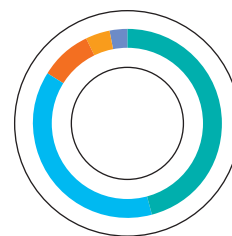
para R\$ 526,8 milhões em 2005. O lucro bruto, como porcentagem da receita líquida de vendas, ou margem de lucro bruto, foi de 41,5% em 2005 (39,1% no ano anterior).

Custo de Produção – Divisão Madeira



47% Matérias-primas e outros materiais
18% Madeira
16% Mão-de-obra
8% Energia elétrica
7% Depreciação
4% Combustíveis

Custo de Produção – Divisão Deca



46% Matérias-primas e outros materiais
38% Mão-de-obra
9% Depreciação
4% Energia elétrica
3% Combustíveis

DESPESAS

As despesas com vendas, gerais, administrativas e outros resultados operacionais aumentaram 12,4%, de R\$ 217,6 milhões em 2004 para R\$ 244,6 milhões em 2005. Essa variação decorreu principalmente de:

- » Aumento de R\$ 14,3 milhões nos custos de frete e transporte, que totalizaram R\$ 82,3 milhões em 2005, como reflexo da inflação, de preços mais elevados de combustível e de custos gerais de transporte;
- » Acréscimo de R\$ 4,9 milhões em despesas com funcionários – de R\$ 29,0 milhões em 2004 para R\$ 33,9 milhões em 2005 –, efeito de acordos/dissídios coletivos com sindicatos. Esse impacto foi parcialmente compensado pela redução extraordinária dos encargos sociais, em 2004, no valor de R\$ 2,0 milhões, e pela revisão do nível de periculosidade incidente nos encargos sociais do escritório central; e
- » Aumento de R\$ 1,3 milhão em remuneração paga à administração, de R\$ 9,0 milhões em 2004 para R\$ 10,3 milhões em 2005.

Além disso, dois eventos relacionados a fatores climáticos provocaram perdas de R\$ 4,0 milhões e contribuíram para o aumento em despesas operacionais: a destruição de um armazém da Divisão Madeira localizado em Gulfport, Mississippi (EUA), pelo furacão Katrina, causando prejuízos de R\$ 3,0 milhões, e o alagamento parcial de uma fábrica de metais sanitários da Divisão Deca, localizada em São Paulo, com perda de R\$ 1,0 milhão.

DESPESAS FINANCEIRAS LÍQUIDAS

As despesas financeiras líquidas somaram R\$ 74,6 milhões, ante R\$ 55,1 milhões em 2004. Essa variação de 35,4% foi resultado principalmente do aumento das despesas financeiras e dos juros relacionados a debêntures emitidas (R\$ 200 milhões) e de um empréstimo bancário contraído em agosto de 2005 e que totalizava R\$ 143,5 milhões em 31 de dezembro, ambos com juros atrelados ao CDI.



4



5



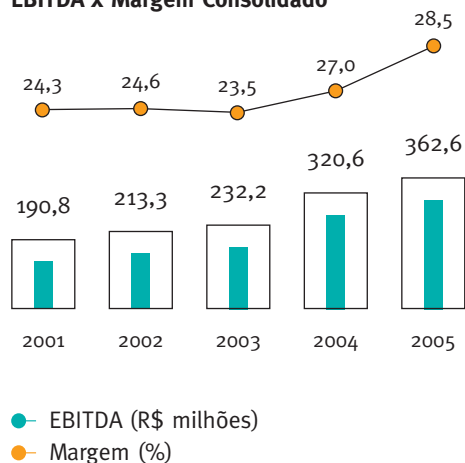
6

O aumento do custo dos produtos vendidos foi contido em 2,7%, como efeito das medidas de redução de despesas adotadas pela Empresa no decorrer do ano. Como porcentagem da receita líquida de vendas, o custo diminuiu de 60,9% em 2004 para 58,5% em 2005.

GERAÇÃO OPERACIONAL DE CAIXA – EBITDA

A geração operacional de caixa pelo conceito EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciação e amortização) totalizou R\$ 362,6 milhões em 2005 (R\$ 320,6 milhões no ano anterior). A margem EBITDA elevou-se de 27,0% em 2004 para 28,5%.

EBITDA x Margem Consolidado



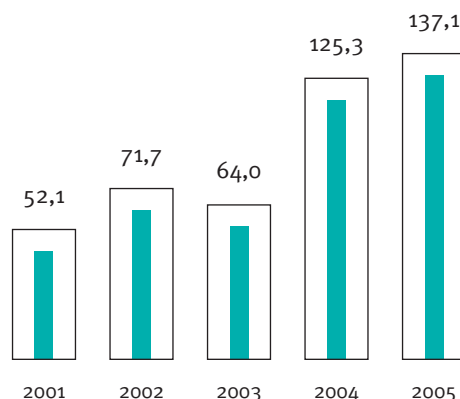
LUCRO NÃO-OPERACIONAL

O lucro não-operacional aumentou 25,5%, de R\$ 9,4 milhões em 2004 para R\$ 11,8 milhões em 2005, principalmente pelo lucro obtido com a venda, em 2005, de propriedades florestais em Jundiá.

LUCRO LÍQUIDO

Em decorrência dos fatos apresentados, o lucro líquido aumentou 9,4%, passando de R\$ 125,3 milhões em 2004 para R\$ 137,1 milhões em 2005.

Lucro Líquido (R\$ milhões)



- 4 » Operação da Linha de Produção de Metais Sanitários – São Paulo/SP
- 5 » Detalhe da Expedição Automatizada de Metais Sanitários – Jundiá/SP
- 6 » Painel com Desempenho das Ações da Duratex

ENDIVIDAMENTO

Em 31 de dezembro de 2005, o endividamento total consolidado era de R\$ 591,1 milhões, consistindo em R\$ 151,5 milhões de dívidas de curto prazo e R\$ 439,6 milhões em dívidas de longo prazo (74,4% do total). A parcela denominada em moeda estrangeira equivalia a 10,1% e em reais, a 89,9%. A dívida líquida somava R\$ 357,1 milhões, representando múltiplo de 0,98 vez sobre o EBITDA (1,32 em 2004).

Composição da Dívida (R\$ milhões)



90% ● Moeda Nacional – R\$ 531,40
10% ● Moeda Estrangeira – R\$ 59,60

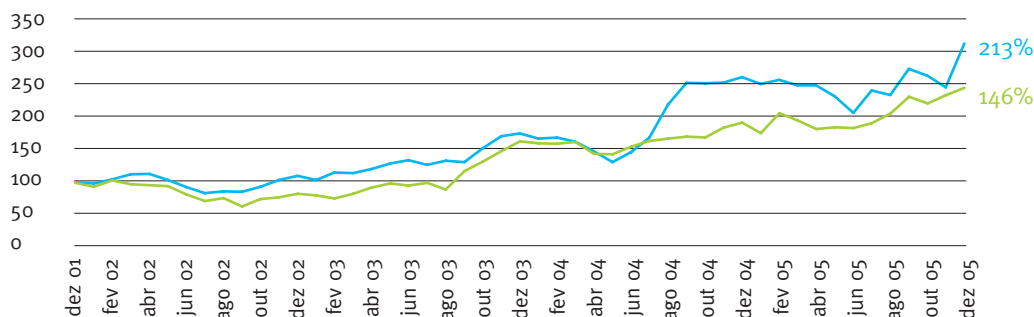
Cronograma da Dívida (R\$ milhões)	Vencimento por período				Total
	2006	2007 a 2009	2010 e 2011	2012 e além	
Empréstimos e Financiamentos	148,4	84,3	141,3	14,0	388,0
Debêntures	3,1	200,0	—	—	203,1
Total de Obrigações Contratuais	151,5	284,3	141,3	14,0	591,1

MERCADO DE CAPITALIS

As ações preferenciais da Duratex foram negociadas em 100% dos pregões da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) e apresentaram valorização de 20% no ano, enquanto o Ibovespa evoluiu 28%. Desde dezembro de 2001, as ações registram valorização de 213%, em comparação a 146% do Ibovespa. O valor de mercado totalizou R\$ 1,75 bilhão, ante R\$ 1,46 bilhão no ano anterior.

Foram registrados 6.797 negócios no mercado à vista, envolvendo aproximadamente 28 milhões de ações, com volume financeiro de R\$ 339,8 milhões, o que representa média diária de negociação de R\$ 1,4 milhão. A valorização da ação foi mais expressiva ao longo do segundo semestre, quando a evolução foi de 52%, comparativamente a 34% do Ibovespa, com expressivo incremento da liquidez diária: R\$ 2,2 milhões no quarto trimestre ante R\$ 0,8 milhão no trimestre anterior.

Duratex x Ibovespa



● Duratex
● Ibovespa

Desde dezembro de 2001, as ações da Duratex valorizaram-se 213%, em comparação a uma alta de 146% do Ibovespa. No final de 2005, o valor de mercado da Companhia totalizou R\$ 1,75 bilhão.

Em 2005, foi realizado o grupamento de ações, na proporção de 200 para 1, com o objetivo de melhorar a liquidez para os papéis por meio de um lote padrão de negociação mais acessível a investidores não-institucionais.

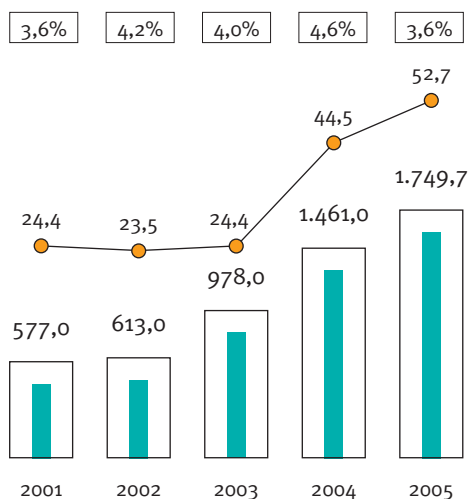
Negociação das Ações Preferenciais	2004	2005	Var. (%)
Cotação de Fechamento (R\$) ⁽ⁱ⁾	12,40	14,85	20
Volume Negociado (Média/Mês em R\$ mil)	31.808	28.317	-11
Cotação Média (R\$) ⁽ⁱ⁾	9,21	11,79	28
Nº de Negócios (Média/Mês)	331,0	566,4	71

⁽ⁱ⁾ Cotações ajustadas pelo grupamento e bonificação em ações ocorridos em 2005 e 2006, respectivamente

REMUNERAÇÃO AOS ACIONISTAS

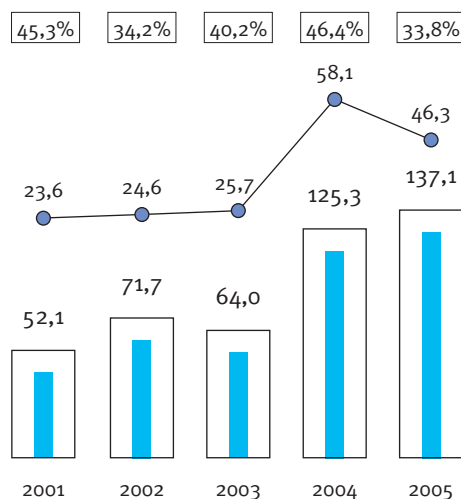
O Conselho de Administração propôs a distribuição de R\$ 21,4 milhões aos acionistas, na forma de Juros Sobre o Capital Próprio, correspondente a R\$ 0,36 por ação. Esse valor soma-se àquele pago em agosto de 2005, totalizando um montante bruto no ano de R\$ 46,3 milhões, o que equivale a 35% do lucro líquido ajustado no período e a aproximadamente R\$ 0,79 por ação.

Dividend Yield



(R\$ milhões)
● Market Value
● Dividendos Pagos

Dividendos/Lucro Líquido (pay-out)



(R\$ milhões)
● Lucro Líquido
● Dividendos Provisionados

« valor em liderança » A Duratex é líder em seus mercados de atuação, sendo o maior produtor local de painéis de madeira e metais sanitários, além de ocupar posição destacada em louças sanitárias, principalmente para os segmentos luxo e alto luxo. Essa liderança reflete o desenvolvimento de produtos inovadores, o forte reconhecimento das marcas Deca, Hydra, Duratex e Durafloor, dentre outras, e o elevado grau de fidelização da base de clientes.



Em mais um passo na direção do aperfeiçoamento de seu modelo de governança corporativa, a Duratex ingressou em 2005 no Nível 1 da Bovespa. Assim, reforçou seu compromisso com investidores e agentes do mercado de capitais em relação à transparência e à equidade na divulgação de informações.



1 +



2 +



3 +

- 1 » Evento de Adesão ao Nível 1 de Governança Corporativa
- 2 » Detalhe do Site Corporativo Remodelado
- 3 » Certificado de Adesão ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa

No processo de permanente aperfeiçoamento no relacionamento com os acionistas, a Duratex ingressou em maio de 2005 no Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo. Com a adesão, reforçou seu comprometimento com investidores e agentes do mercado de capitais em relação à transparência e à equidade na divulgação de informações.

Durante o ano, também realizou o agrupamento das ações, na proporção de 200 ações para 1, conforme deliberação da Assembléia Geral Ordinária e Extraordinária, de forma a reduzir o valor do lote padrão de negociação das ações.

Essas iniciativas complementam outras medidas adotadas ao longo dos últimos anos, como:

- » *Tag-along* às ações preferenciais, permitindo que acionistas recebam 80% do valor pago aos controladores, no caso de alienação da Companhia;
- » Extinção gradual das Partes Beneficiárias – títulos emitidos em 1964 e que garantiam aos portadores participação de 10% do lucro líquido anual da Companhia. Essa participação será reduzida na base de 2,5% anuais até a plena extinção do direito, no final de 2006;
- » Aumento na distribuição mínima de dividendos, que passou de 25% para 30% do lucro líquido ajustado;

- » Divulgação trimestral de resultados por meio de teleconferência e webconferência;
- » Realização anual, por dezenove anos consecutivos, de reuniões de divulgação de resultados com a participação de analistas e profissionais de investimento do mercado de capitais;
- » Política divulgação de atos e/ou fatos relevantes;
- » Reestruturação do website corporativo e de Relações com Investidores, trazendo ferramentas de navegação mais modernas e conteúdo mais completo.

A governança da Duratex é estruturada da seguinte forma:

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

É responsável pelo estabelecimento das políticas gerais de negócio, incluindo a estratégia de longo prazo, e pela supervisão da gestão dos executivos. Os conselheiros são eleitos pelos acionistas, em assembleia geral ordinária, para mandato unificado de um ano, renovável sucessivamente. Em 2005, o Conselho era composto por oito membros, sendo um presidente e três vice-presidentes. Os acionistas que detêm, individualmente ou em bloco, pelo menos 15% das ações ordinárias têm o direito de indicar um conselheiro e seu suplente.

As reuniões ocorrem trimestralmente ou sempre que necessário, mediante convocação pelo presidente ou pela presença da totalidade de seus membros. As decisões são tomadas por maioria absoluta de votos, cabendo ao presidente o voto de qualidade em caso de empate. A remuneração dos administradores é fixada em Assembleia Geral. Em 2005, foi designado o valor global de R\$ 8,8 milhões.

CONSELHO FISCAL

Órgão de funcionamento não-permanente, tem a função de fiscalizar a atuação dos administradores e avaliar as informações prestadas à Assembleia Geral da Companhia. É composto por no mínimo três e no máximo cinco membros, com mandato de um ano. Manteve três membros efetivos em 2005, sendo um representante dos acionistas minoritários.

DIRETORIA

Responsável pela gestão dos negócios e execução das deliberações do Conselho de Administração, era integrada em 2005 por um presidente, três vice-presidentes, quatro diretores-executivos e quatro diretores-gerentes. A diretoria reúne-se semanalmente e, extraordinariamente, sempre que necessário. Para promover a renovação da liderança da Companhia, foi estabelecida a idade-limite de 65 anos para a atuação dos diretores.

COMITÊS

Em 2005, foram criados seis Comitês Internos, com a participação de executivos das empresas industriais do Grupo Itaúsa (Duratex, Itaotec e Elekeiroz). Esses Comitês – Inteligência Corporativa, Riscos e Ética, Governança Corporativa, Gestão de Talentos, Excelência Operacional e Excelência Comercial – têm por objetivo difundir as melhores práticas adotadas, promover a captura de sinergias, reduzir custos e gerar valor aos acionistas.

A Duratex também mantém um Comitê de Opções, eleito pelo Conselho de Administração, encarregado de avaliar e definir a remuneração variável dos executivos. O processo é baseado no Plano para Outorga de Opções de Ações, instituído, com o objetivo de aliar os interesses dos acionistas e dos executivos na busca de resultados sustentáveis em médio e longo prazos.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Em 2005, a Duratex realizou *roadshows* e participou de diversos eventos nacionais e internacionais, que reuniram 670 participantes, entre analistas e investidores. Foi ainda renovado o espaço de relações com investidores na Internet, com maior volume de informações e novas ferramentas de navegação, que conferem maior funcionalidade para a consulta de dados relativos ao desempenho da Companhia. Durante o ano, foram registrados cerca de 205 mil acessos, representando evolução de 39% comparativamente ao ano anterior.

AUDITORIA EXTERNA

O relacionamento da Duratex com a auditoria externa é baseado nos princípios de independência. A política estabelece que o auditor não deve auditar seu próprio trabalho, não deve exercer funções gerenciais nem advogar pelo cliente. A auditoria externa é escolhida pelo Conselho de Administração. A PricewaterhouseCoopers, auditoria

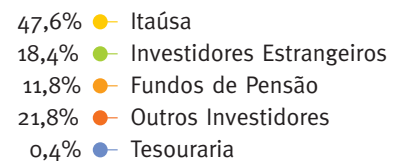
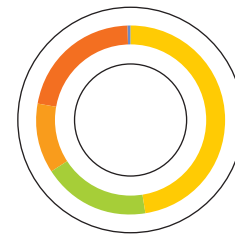
independente desde 2004, realizou em 2005 trabalhos de avaliação financeira para a Empresa. Por essa atividade, recebeu a remuneração de R\$ 82 mil, valor correspondente a aproximadamente 25% do total de honorários anuais referentes aos serviços de auditoria.

ESTRUTURA ACIONÁRIA

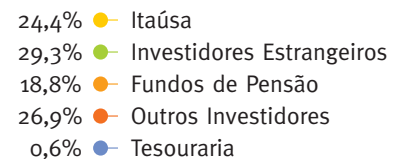
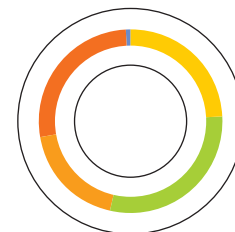
No encerramento de 2005, o capital subscrito era de R\$ 325 milhões, representado por 58.913.584 ações escriturais, sendo 22.060.294 ordinárias e 36.853.290 preferenciais.

Composição Acionária – Dez/05

Consolidada



Preferencialistas



Seis comitês de gestão foram criados em conjunto com outras empresas industriais do Grupo Itaúsa, para difundir as melhores práticas, promover a captura de sinergias, reduzir os custos e gerar valor aos acionistas.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Olavo Egydio Setúbal

Presidente do Conselho de Administração. Formado em Engenharia Elétrica pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, atuou no setor público como prefeito de São Paulo, de 1975 a 1979, ministro de Estado das Relações Exteriores na administração do presidente José Sarney, membro do Conselho Monetário Nacional em 1974 e membro do Conselho Nacional de Seguros, de 1966 a 1971. Atualmente, participa do Conselho de Administração do Banco Itaú, da Itaúsa, da Elekeiroz e da Itautec.

Laerte Setubal Filho

Formou-se em Engenharia Civil pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo em 1949, e ocupa o cargo de vice-presidente do Conselho de Administração desde 1959. Em seu currículo, consta a administração de empresas como Caterpillar do Brasil S.A., de 1979 a 1989, e Eternit S.A., até 1991. Atualmente, participa do Conselho de Administração da Scânia do Brasil S.A., da Vidraria Santa Marina, Siemens S.A., Lion Empreendimentos S.A. e Samba S.A.

Maria de Lourdes Egydio Villela

Formou-se em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e ocupa o cargo de vice-presidente do Conselho de Administração. Atualmente, é membro do Conselho de Administração do Banco Itaú, da Itaúsa Portugal, da Fundação Itaúbanco, do Instituto Itaú Cultural, do Museu da Arte Moderna de São Paulo e da Associação Comunitária Despertar.

Paulo Setúbal

Engenheiro industrial, formado em 1971 pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), pós-graduado em Administração e Finanças pela Fundação Getúlio Vargas, em 1974. Atualmente, acumula os cargos de vice-presidente do Conselho de Administração e diretor-presidente da Duratex. Participa também do Conselho de Administração das empresas Itaúsa. É Diretor-Presidente da Itautec e Elekeiroz e Diretor-Executivo da Itaúsa.

Alfredo Egydio Arruda Villela Filho

Formou-se em Engenharia Mecânica pelo Instituto Mauá de Tecnologia em 1992 e pós-graduou-se em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, em 1996. Atualmente, participa do Conselho de Administração da Itaúsa e da Itautec.

Jairo Cupertino

Engenheiro mecânico, formado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, em 1948, atualmente, participa também do Conselho de Administração do Banco Itaú, da Itaúsa, da Itautec e da Elekeiroz. Foi administrador da Credicard S.A. – Administradora de Cartões de Crédito e da Companhia Ferro Brasileiro.

José Carlos Moraes Abreu

Advogado, formado pela Universidade de São Paulo em 1944. Foi administrador do Museu de Arte Moderna de São Paulo, no período de 1963 a 1986, da Associação Nacional dos Bancos de Investimento (Anbid), entre 1980 e 1983, e da Federação Brasileira das Associações de Bancos, entre 1983 e 1990. Foi também membro do Conselho Monetário Nacional, de 1975 a 1984. Atualmente atua no Conselho de Administração do Itaú, da Itaúsa, da Itautec e da Elekeiroz.

Olavo Egydio Setubal Junior

Administrador de empresas formado pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). É membro do Conselho de Administração e administra a Itaú Seguros S.A.

DIRETORIA

Paulo Setúbal

Engenheiro industrial, formado em 1971 pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), pós-graduado em Administração e Finanças pela Fundação Getúlio Vargas, em 1974. Atualmente, acumula os cargos de vice-presidente do Conselho de Administração e diretor-presidente da Duratex. Participa também do Conselho de Administração das empresas Itaúsa. É Diretor-Presidente da Itautec e Elekeiroz e Diretor-Executivo da Itaúsa.

Guilherme Archer de Castilho

Administrador de empresas, graduado pela Universidade Mackenzie em 1983, integra a administração da Duratex há 20 anos. É diretor desde 1992 e foi promovido a vice-presidente em 2004. Também participa da administração da Itautec e da Itaúsa Empreendimentos.

Plínio do Amaral Pinheiro

Formado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, em 1975. Integra a administração há 26 anos e é diretor desde 1991, sendo, desde novembro de 2004, vice-presidente financeiro e corporativo e diretor de Relações com Investidores.

Raul Penteadado de Oliveira Neto

Advogado, formado pela Universidade Mackenzie em 1983, integra a administração desde 1985. Ocupava o cargo de diretor-gerente da Duratex desde 1995, sendo promovido a vice-presidente em novembro de 2004. Participa também da administração da Itautec.

Carlos Alberto Tenório Nobre

Engenheiro metalurgista, formado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, em 1969, e pós-graduado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, em 1978. Integra a administração há 32 anos e ocupa o cargo de diretor desde 1989, sendo responsável pela Área Industrial na Divisão Deca.

Enrique Judas Manubens

Graduado em Engenharia Industrial Mecânica pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), em 1972. Integra a administração há 22 anos e ocupa o cargo de diretor desde 1991, sendo responsável pela Área Comercial da Divisão Deca.

José Roberto Refinetti Guidi

Engenheiro, formado pelo Instituto Mauá de Tecnologia, em 1970, e pós-graduado em Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie, em 1973. Na Companhia há 31 anos, é diretor desde 1995. É responsável pela Área de Marketing e Desenvolvimento da Divisão Deca.

Mário Colombelli Filho

Engenheiro agrônomo, formado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da Universidade de São Paulo (USP), em 1972. Há 22 anos na Companhia, ocupa cargo de diretor desde 1987, sendo atualmente responsável pela Área Industrial da Divisão Madeira.

Alexandre Coelho Neto do Nascimento

Formado em Ciências Contábeis pela Faculdade Machado Sobrinho, em 1987. Diretor comercial da Divisão Madeira desde 2005. Participa também da Diretoria da Associação Brasileira da Indústria de Painéis de Madeira, desde 2004.

Antonio Joaquim de Oliveira

Engenheiro florestal, formado pela Universidade de Viçosa, em 1984, com mestrado em Economia e Planejamento Florestal na mesma instituição, em 1986, e com especialização em Gestão Estratégica de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas, em 1994. Atualmente ocupa o cargo de diretor-gerente da Área Florestal.

Antonio Massinelli

Advogado, formado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 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).

Flávio Dias Soares

Administrador de empresas, formado pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), em 1985. Na Companhia desde 1985, é diretor desde 1998.

As decisões do Conselho de Administração, que é composto por oito integrantes, são tomadas por maioria absoluta de votos, cabendo ao presidente o voto de qualidade em caso de empate.

CONSELHO FISCAL

Paulo Ricardo Moraes Amaral

Engenheiro, formado pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), em 1965, com pós-graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, em 1970. É presidente do Conselho Fiscal. Atualmente é administrador da PMV Participações Ltda. e membro do Conselho Fiscal da Itaúsa e Bicicletas Monark.

Iran Siqueira Lima

Economista, formado pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro, em 1969. Membro efetivo do Conselho Fiscal. Atualmente é administrador das empresas: Duratex S.A. e Itaú S.A. Leciona disciplinas ligadas à área de contabilidade e finanças nas universidades AEUDF, UNB e USP e nos cursos MBA da Fipecafi. Atua na administração do Itaú S.A. desde 2001. Atuou no Banco Central do Brasil, de 1984 a 1985, no Banco Cidade de São Paulo, em 1986, na Telebrás, entre 1991 e 1992, no BNDES, em 1991 e foi secretário de Orçamento e Controle de Empresas Estatais (SEST), de 1987 a 1990.

Wilton de Medeiros Daher

Economista formado pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro, em 1975. Membro efetivo do Conselho Fiscal. Atualmente é administrador da empresa: Duratex S.A., já tendo atuado na administração do Banco do Brasil, no período de 1986 a 1988.

Antonio Geraldo Toledo Moraes

Administrador de empresas formado pela Fundação Getúlio Vargas, em 1961. Membro suplente do Conselho Fiscal. Atualmente é administrador das empresas: Duratex e Itaúsa, já tendo administrado a Itaú S.A., de 1960 a 1993, e Cia. Industrial de Eletricidade, entre 1967 e 1969.

José Marcos Konder Comparato

Engenheiro formado pela Universidade de São Paulo, em 1955. Membro suplente do Conselho Fiscal. Atualmente é administrador das empresas: Duratex, Itaúsa e Sign Supply, já tendo administrado as empresas Itaú S.A., entre 1977 e 1986, a Associação das Empresas de Crédito Imobiliário do Estado de São Paulo (Acresp), de 1980 a 1982, e o Banco Nacional de Habitação (BNH), entre 1980 e 1985.

Paulina de Menezes Berwanger

Economista formada pela Faculdade de Economia do Rio de Janeiro, em 1977. Membro suplente do Conselho Fiscal. Atualmente, é administradora da Duratex, já tendo atuado na administração do Banco do Brasil, de 1973 a 2003.

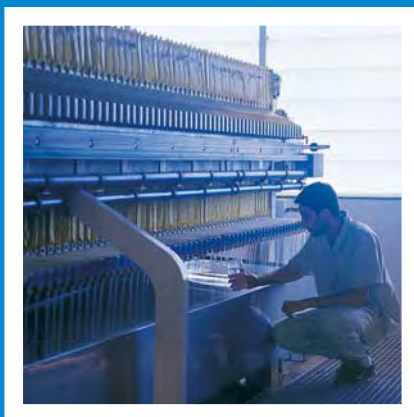
« valor em eficiência » A permanente busca de maior eficiência impulsiona investimentos em tecnologia, em inovação e na formação de recursos humanos, além de determinar critérios de disciplina no uso do capital. O objetivo é melhorar os processos, com foco em eficiência e qualidade, atuando para atender às necessidades dos clientes, favorecer a rentabilidade dos negócios, a criação de valor da cadeia produtiva e a redução de custos.



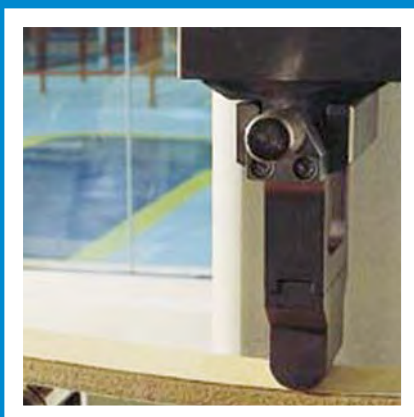
Gestão de Riscos »



1
+



2
+



3
+

O processo de gestão de riscos da Duratex foi aperfeiçoado em 2005 com a criação do Comitê de Riscos e Ética, que é integrado por executivos de todas as empresas industriais do Grupo Itaúsa. Com esse modelo, ampliam-se as condições para analisar e adotar ações para reduzir o impacto de fatores que possam afetar o desempenho.

- 1 » Operador da Impregnadora de Papéis na Unidade de Agudos/SP
- 2 » Área de Recuperação de Materiais na Unidade de Cerâmica II – Jundiaí/SP
- 3 » Máquina de Teste de Resistência e Tração de MDF

A Duratex adota análises e procedimentos para identificar a probabilidade e o impacto de fatores que possam afetar o desempenho dos negócios, com o objetivo de reduzir a vulnerabilidade das operações e dos resultados. Em 2005, esse processo foi aperfeiçoado com a criação do Comitê de Riscos e Ética integrado por executivos das empresas industriais do Grupo Itaúsa (Duratex, Itautec e Elekeiroz).

MERCADO E PREÇO

Os mercados de metais e louças sanitárias e de produtos de madeira são diretamente influenciados pelo desempenho dos setores de construção civil e da indústria moveleira, que, por sua vez, estão diretamente vinculados ao ritmo de crescimento econômico do País. Adicionalmente, a concorrência cresceu nos últimos anos, principalmente por investimentos em capacidade produtiva. Porém o mercado também se ampliou, o que proporcionou mais oportunidades para um maior número de produtores. A Duratex mantém a liderança de mercado em seus segmentos de atuação e tem a maior capacidade de produção comparativamente aos concorrentes no Brasil, exceto para louças sanitárias.

Para assegurar resultados mesmo em diferentes cenários, a Companhia intensifica sua atuação em segmentos de maior valor agregado, menos expostos aos efeitos de retração econômica. E diferencia-se no mercado pelo ritmo de inovação, ampla rede de distribuição e assistência técnica, além de manter programas de capacitação de revendedores e usuários. Em outra frente, busca ampliar as exportações para reduzir a dependência do mercado doméstico.

OPERACIONAL

Para mitigar os riscos operacionais, é adotado um programa de manutenção preventiva de máquinas e equipamentos, com o apoio de um software que melhora a eficiência do processo e reduz os custos e as eventuais paralisações das linhas. O mesmo conceito foi aplicado na gestão de estoque e expedição, que se tornou totalmente eletrônica.

De forma a resguardar o patrimônio da Companhia, são contratados diferentes seguros: como o de cobertura *all risks*, como prevenção contra riscos operacionais. Para veículos, os seguros cobrem semi-reboques, tratores e veículos em geral. Outras apólices incluem seguros de transporte internacional (exportação e importação) e seguro contra roubo na unidade industrial de Jundiaí.

MATÉRIAS-PRIMAS

Cerca de 20% e 30% dos custos de matéria-prima da Divisão Madeira e da Divisão Deca, respectivamente, são *commodities* – como resinas, papéis, tintas e metais –, produtos sujeitos a flutuações de preços nos mercados internacionais. Atualmente, a Empresa não possui nenhum mecanismo de defesa à oscilação dessas cotações. Mesmo assim, a maior parte da indústria provavelmente seria afetada de forma similar, o que não prejudicaria a sua posição em relação aos concorrentes.

O mercado para aquisição de madeira é restrito, pois a maioria dos produtores consome a madeira extraída de suas respectivas florestas. A Duratex produz em florestas próprias cerca de 90% da madeira utilizada nos processos industriais. Mantém também um programa de fomento florestal com a participação de produtores rurais de áreas próximas às unidades de madeira. A Empresa tem investido permanentemente em aquisição de terras, ampliação de florestas, equipamentos e pesquisa florestal de forma a minimizar os riscos de falta de matéria-prima para suprir a expansão da produção e aumentar a produtividade de suas reservas florestais. Mantém também um sistema de vigilância, com agilidade para identificar e controlar focos de incêndio nas áreas florestais.

CRÉDITO

A base de clientes é diversificada e pulverizada, o que ajuda a reduzir a dependência ou a exposição a determinado cliente ou segmento de mercado. Na Divisão Deca, os dez maiores clientes foram responsáveis por 19,7% da receita bruta em 2005, sendo que o maior cliente respondeu, no mesmo período, por pouco mais de 7,1%. Na Divisão Madeira, os dez maiores clientes corresponderam a 16,5% da receita bruta e o maior cliente, a pouco mais de 2,5%. As situações de inadimplência são analisadas caso a caso, para determinar ações de cobrança bancária, seguida de protesto e cobrança judicial ou recebimento do crédito extrajudicialmente. Em situação de falência ou recuperação judicial do devedor, é feita provisão no valor integral do débito. Em 31 de dezembro de 2005, o índice de inadimplência era de 0,64%, como total de contas a receber em relação à receita bruta.



4



5



6

O investimento em aquisição de terras, ampliação de florestas, equipamentos e pesquisa busca minimizar os riscos de falta de matéria-prima para expandir a produção e aumentar a produtividade das reservas florestais.

CÂMBIO

Com a conclusão do Plano de Aplicação de Recursos da Companhia e a menor necessidade de linhas de financiamento, a Empresa reduziu de 23% para 10% a parcela da dívida denominada em moeda estrangeira, como forma de administrar o risco do efeito cambial sobre o endividamento financeiro. O *hedge* é assegurado por recebíveis das operações de venda ao exterior e pelos próprios ativos da Duratex no exterior.

Cerca de 24% e 16% dos custos totais de mercadorias vendidas da Divisão Madeira e Deca, respectivamente, são commodities, e como tal, tem seus preços influenciados por preços internacionais e câmbio.

JUROS

A Companhia possui baixa alavancagem (relação de 0,98 entre dívida líquida e EBITDA) e consistente geração de caixa, o que permite acessar fontes de financiamento em condições favoráveis. A política conservadora e rigorosa da gestão do caixa e das aplicações financeiras reduz o risco do impacto de variação dos juros sobre os resultados financeiros e dispensa o uso de outros instrumentos de proteção.

AMBIENTAL

A conservação do meio ambiente é um dos pilares de sustentação da política industrial, com destaque para o manejo florestal, sendo que a Companhia cumpre e supera os padrões determinados por leis federais, estaduais e municipais, assim como regulamentos e autorizações. As operações são certificadas por várias entidades, como o *Forest Stewardship Council* (FSC), que concedeu o Selo Verde que atesta o manejo florestal sustentável e a cadeia de custódia de produtos de madeira, e o *Scientific Certification Systems* (certificação ISO 14001) para o sistema de gestão ambiental na unidade industrial de Botucatu e para o viveiro de produção de mudas em Lençóis Paulista.

TECNOLOGIA

O investimento em pesquisa e desenvolvimento reduz o risco de obsolescência de produtos e assegura o aperfeiçoamento de sistemas e processos. As unidades industriais operam com a mais moderna tecnologia disponível em seus setores de atuação e com linhas de produção com alto grau de automação.

4 » Treinamento do Programa “5 Minutos de Segurança”

5 » Vista Aérea de Floresta com Torre de Observação contra Incêndio

6 » Unidade Florestal de Lençóis Paulista/SP

« valor em sustentabilidade »

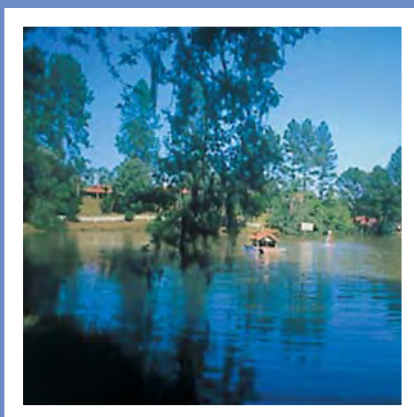
O compromisso com a sustentabilidade é atestado pelo selo *Forest Stewardship Council* (FSC), como primeira empresa da América Latina, há dez anos, a receber a certificação de que sua produção é ambientalmente adequada, socialmente justa e economicamente viável. A Duratex entende que o uso racional e a conservação dos recursos naturais são fundamentais para assegurar a produtividade, a competitividade e a continuidade da produção de forma sustentável.



Responsabilidade Social e Ambiental »



1



2



3



O compromisso com o desenvolvimento sustentável engloba as práticas de gestão de recursos humanos, ações e programas direcionados para as comunidades em que está presente, as atividades florestais e as práticas de controle ambiental nas operações industriais. Por esse trabalho, foi a primeira empresa da América Latina a receber o selo FSC.

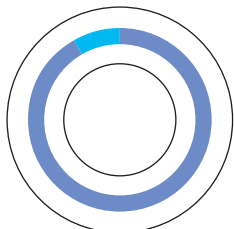
- 1 » Programa Embarque Nessa
- 2 » Clube de Campo – Botucatu/SP
- 3 » Projeto Planeta Água, Mata Atlântica e Paisagens

RECURSOS HUMANOS

Em 31 de dezembro de 2005, a Duratex mantinha 5.890 empregados no Brasil e 66 no exterior. No final do ano, empregava 239 pessoas portadoras de necessidades especiais, oferecendo oportunidades e desenvolvimento em condições de igualdade.

Número de Empregados	2003	2004	2005
Deca	2.674	2.674	2.654
Madeira	1.866	1.930	1.903
Florestal	873	916	905
Administração Central	416	431	428
Total Brasil	5.829	5.951	5.890
Exterior	57	61	66
Total	5.886	6.012	5.956

Gênero



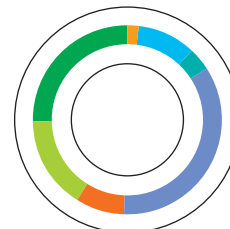
91,9% ● Masculino
8,1% ● Feminino

Tempo de Casa (anos)



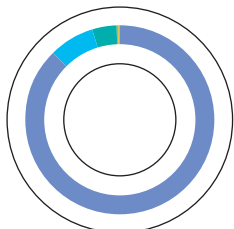
47,3% ● Até 5
21,6% ● De 6 até 10
23,0% ● De 11 até 20
8,1% ● A partir de 20

Escolaridade



2,0% ● Pós-Graduação Completo
10,0% ● Superior Completo
4,0% ● Superior Incompleto
34,6% ● Médio Completo
8,4% ● Médio Incompleto
15,9% ● Fundamental Completo
25,1% ● Fundamental Incompleto

Etnia



82,5% ● Branca
12,7% ● Parda
4,3% ● Negra
0,3% ● Amarela
0,2% ● Indígena

Faixa Etária (anos)



2,3% ● Até 19
35,3% ● 20 a 29
32,9% ● 30 a 39
22,3% ● 40 a 49
7,2% ● Mais de 50

Treinamento e Desenvolvimento

Em 2005, foram investidos R\$ 917,1 mil no treinamento e na capacitação dos profissionais, em um processo contínuo de formação, aperfeiçoamento e reciclagem, muitas vezes com o apoio de colaboradores externos (consultores e palestrantes de notório conhecimento em suas áreas de atuação). São oferecidos também incentivos à educação continuada, em cursos de idiomas e pós-graduação.

Como exemplo da importância dada à capacitação profissional, é mantido desde 2003 um Centro de Formação de mão-de-obra, em São Leopoldo, que incentiva a evolução da carreira dos colaboradores e formação de aprendizes. Em outra iniciativa, desde 1986 grupos de colaboradores são enviados ao Japão para uma série de visitas técnicas. Esse programa é estruturado pelo Instituto Imam de São Paulo e objetiva expor técnicas modernas de administração e gestão.

Até o momento, 74 profissionais participaram do programa.

Em 2005, foi retomado o projeto Sinergia Deca, de treinamento para os níveis técnicos e de supervisão. Ele inclui vários módulos, que abordam desde temas técnicos e operacionais, como custos e planejamento, até aspectos comportamentais. As aulas muitas vezes são ministradas por funcionários especialistas nos temas.

Para o melhor aproveitamento de tempo e recursos, são prioritários os programas que conferem maior capacidade gerencial e técnica de responder aos desafios da competitividade do mercado, como os específicos para as áreas de qualidade e atendimento ao público.

Os programas de treinamento incluem a contratação de estagiários de nível médio ou superior, que passam por um processo de integração gradativa nos conceitos e nas ações da Empresa, de modo planejado e orientado.

Treinamento e Desenvolvimento	2003	2004	2005
Valor Investido (em R\$ mil)	1.004,9	913,8	917,1
Número de participações em cursos e seminários	38.808	42.945	33.894
Investimentos em educação e treinamento em relação à receita líquida	0,10%	0,08%	0,07%
Investimentos em educação e treinamento em relação ao total de despesas operacionais	0,54%	0,42%	0,37%
Investimentos em educação e treinamento em relação ao total de gastos com pessoal	0,88%	0,68%	0,65%
Bolsas de estudos concedidas	48	67	44



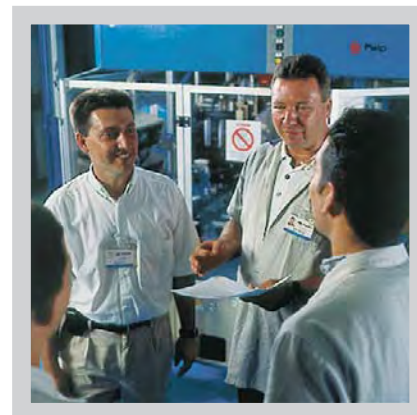
+

4



+

5



+

6

Remuneração e Benefícios

A folha de pagamento, somando remuneração, encargos sociais e benefícios, totalizou R\$ 242,1 milhões, em 2005. Além dos benefícios previstos pela legislação, a Empresa oferece assistências médica, farmacêutica e odontológica, complementação de auxílio-doença, seguro de vida em grupo, seguro de acidentes pessoais, plano de previdência privada complementar e participação nos lucros e resultados, entre outros.

A política de remuneração variável contempla também prêmios por desempenho para os profissionais das áreas de venda e atendimento. Na Área Comercial, os profissionais que se destacam no cumprimento de metas recebem o troféu Rino de Ouro. Os executivos dispõem, também, de um programa de bônus atrelado ao desempenho e à rentabilidade alcançados durante o exercício.

Foram destinados durante o ano R\$ 917,1 mil para treinamento e capacitação dos colaboradores. As atividades incluem cursos internos e externos, incentivos à educação continuada e a manutenção de um Centro de Formação de mão-de-obra.

Distribuição dos Benefícios



37%	Alimentação
35%	Saúde
20%	Transporte
6%	Previdência Privada
2%	Outros

Remuneração (R\$ milhões)	2003	2004	2005
Salários	116,4	133,7	140,2
Encargos previdenciários	67,6	69,3	77,8
Previdência privada	0,4	0,4	1,4
Benefícios	20,0	20,4	22,7
Participação nos resultados	7,6	9,3	11,7
Total	212,0	233,1	253,8

PPR

O Plano de Participação nos Resultados (PPR) abrange todos os colaboradores e distribuiu, em 2005, R\$ 11,7 milhões, equivalentes a 8,4% da folha de pagamento bruta. O plano tem como objetivo incentivar o trabalho em equipe e o engajamento dos empregados aos negócios da Companhia.

Para a composição do plano são avaliados os seguintes índices: (a) parte correspondente à Empresa – rentabilidade; (b) parte correspondente à unidade – produtividade, qualidade e custos; e (c) parte correspondente aos empregados: absentéismo, melhorias e acidente do trabalho.

4 » Centro de Treinamento de Louças Sanitárias na Unidade de São Leopoldo/RS
5 » Treinamento para Colaboradores da Administração Central
6 » Reunião de Colaboradores do Programa TPM na Unidade de Metais São Paulo/SP

Previdência Privada Complementar

Por meio da Fundação Itaúsa Industrial, são mantidos dois planos de previdência privada. O Plano de Benefício Definido (BD-DX) é oferecido somente aos empregados contratados até 30 de setembro de 2002 e as contribuições são feitas exclusivamente pela Empresa. O Plano de Contribuição Definida – Plano de Aposentadoria Individual (PAI-CD) é dirigido aos empregados admitidos após 1º de outubro de 2002, que contribuem com um percentual de seus salários, sendo que a Empresa participa com 50% do valor aportado pelo colaborador. No segundo semestre de 2005, os participantes do plano BD-DX puderam transferir-se para o PAI-CD, tendo o grau de migração atingido 97%.

Plano de Previdência Complementar	Dez/2005
Número de beneficiários	5.013
Total gasto com o programa (R\$ mil)	1.452,4
Nº de beneficiários já aposentados e em gozo do benefício	582
Total gasto com a folha de pagamento dos beneficiários já aposentados e em gozo do benefício (R\$ mil)	4.611,5

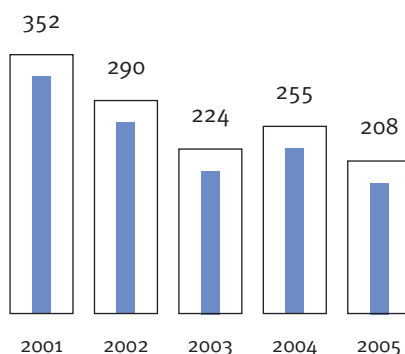
Saúde e Segurança

Em 2005, foram registrados 208 acidentes de trabalho, 18,4% menos que no ano anterior – índice que superou a meta de reduzir em 10% o número de ocorrências. Para 2006, a meta de redução foi fixada em 5%, como continuidade ao plano de permanente atenção à questão da segurança no trabalho.

A preocupação é reforçada nas atividades da Semana Interna de Prevenção de Acidentes e do programa 5 Minutos de Segurança, realizado em todas as unidades. São mantidas também brigadas de incêndio, Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas) e inspeções periódicas pelas áreas de Segurança do Trabalho, Manutenção e Produção.

Para assegurar melhor qualidade de vida, são promovidas palestras sobre cuidados com a saúde, campanhas de vacinação antigripe e incentivadas

Acidentes de Trabalho



atividades físicas. Na Administração Central, os colaboradores contam com academia de ginástica e pista de Cooper. Outra preocupação envolve aspectos de ergonomia, para evitar práticas e situações que possam comprometer o conforto e a postura durante o trabalho.

Durante o ano, foi superada a meta de reduzir em 10% o número de acidentes, registrando-se uma retração de 18,4%. O resultado reflete a importância das medidas e atividades de conscientização e prevenção disseminadas entre os colaboradores.

Relação com Sindicatos

A Empresa mantém relação com os sindicatos que representam os empregados, não registrando nos últimos cinco anos qualquer paralisação das atividades ou movimento grevista. Como regra geral, as normas coletivas de trabalho são negociadas diretamente com os sindicatos profissionais, com a celebração anual de acordos coletivos de trabalho. Os empregados são vinculados a diversos sindicatos, determinados em razão da localização geográfica e atividade preponderante desenvolvida em cada unidade.

Comunicação e Participação

Diferentes canais de comunicação e mecanismos de participação buscam assegurar um ambiente de trabalho motivador. São mantidos 36 informativos, que totalizaram 57.806 informações enviadas no ano, além da *Revista Duratex*, distribuída a todos os colaboradores. Em 2005, 42,4% acessavam canais de informação em formato eletrônico (37,2% em 2004).

O serviço RH Escuta recebe críticas, elogios e pedidos de informação, assegurando a preservação da identidade. Todas as respostas são afixadas em murais e painéis, como forma de compartilhar as informações.

Na Divisão Deca, o programa Decação incentiva os colaboradores a apresentar idéias que se traduzam em inovação, melhorias de gestão, produtividade e redução de custos. As melhores propostas são recompensadas com pontos, que posteriormente podem ser trocados por prêmios. Só na área de metais são recebidas aproximadamente 400 sugestões a cada mês.

Outro mecanismo é a aplicação do conceito de 5S (Seiri – organização; Seiton – arrumação; Seiso – limpeza; Seiketsu – padronização e Shitshuke – disciplina), que serviu de base para o desenvolvimento para o TPM (*Total Productivity Management*), de melhorias contínuas do processo de produção e gestão. Além disso, são desenvolvidas Atividades em Pequenos Grupos (APG), quando até oito pessoas se reúnem para trocar experiências, conhecimentos e habilidades.

7 » Edições da Revista Duratex

8 » Troféu Rino de Ouro

9 » Manuseio de Louça Sanitária na Unidade de Cerâmica II – Jundiaí/SP



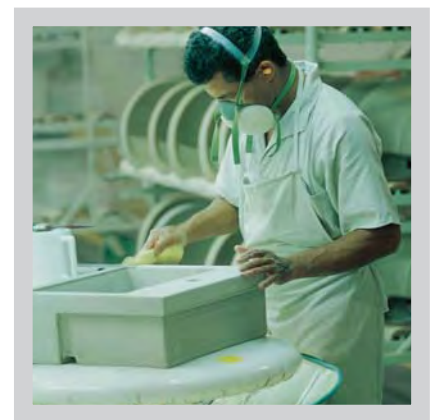
+

7



+

8



+

9

RELACIONAMENTO COM AS COMUNIDADES

As ações de responsabilidade social concentram-se em programas direcionados às comunidades próximas às unidades, com foco na profissionalização de jovens, na educação e no desenvolvimento de consciência ambiental.

Escola de Marcenaria Tide Setúbal

A Escola de Marcenaria Tide Setúbal, inaugurada em 2000 na cidade de Agudos (SP), oferece para adolescentes carentes da região curso profissionalizante de oficial de marceneiro, com duração de dois anos. O objetivo é proporcionar um aprendizado técnico de qualidade, com a preparação dos jovens para o mercado de trabalho. A escola contribui com a formação de mão-de-obra especializada para o fortalecimento do pólo moveleiro na região. Anualmente, forma cerca de 45 novos profissionais.

Educação para um Futuro Melhor

Desenvolvido pela Área Florestal, o projeto Educação para um Futuro Melhor tem como objetivo dar a oportunidade, principalmente ao trabalhador do campo, de voltar à sala de aula. O programa inclui palestras, distribuição de materiais explicativos e kits escolares. Como forma de incentivo, a Empresa permite o remanejamento de horários de trabalho e a redefinição de trajetos de ônibus dos trabalhadores participantes.

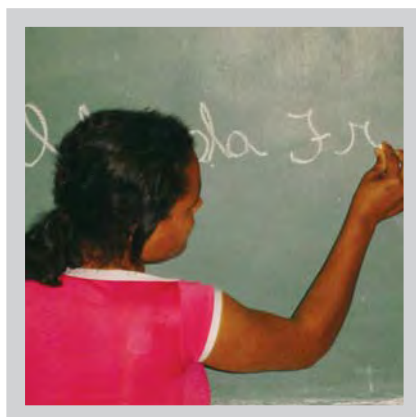
Buscando o Futuro

O Buscando o Futuro é um projeto de inclusão social que prepara jovens para o mercado de trabalho. Proporciona orientação e conscientização sobre a competitividade no mercado de trabalho a estudantes que cursam o último ano do ensino médio em escolas públicas. Os jovens participam de visitas monitoradas às fábricas da Duratex, para que eles possam ter acesso a informações sobre funcionamento de uma empresa, cultura empresarial, processo de recrutamento e seleção, entre outros temas. Já foram atendidos 150 jovens de Jundiáí, em parceria com escolas do município.

Área de Vivência Ambiental Piatan

Criada em 1996, em Agudos, a Área de Vivência Ambiental Piatan (Avap) tem como principais objetivos contribuir para a conscientização ambiental da comunidade e divulgar a importância do manejo florestal sustentado a partir do qual pode-se produzir madeira conservando os recursos naturais na região.

Em 2005, foram recebidos 6.600 visitantes, sendo 77% deles estudantes e professores. Os demais eram de entidades assistenciais (9%), clientes (9%) e interessados em aspectos técnicos do manejo florestal (5%). Escolas de mais de 40 municípios do Estado de São Paulo já visitaram a Avap.



10



11



12

As iniciativas direcionadas para as comunidades em que a Duratex está presente são centralizadas em programas de profissionalização de jovens, além de educação e desenvolvimento de consciência ambiental.

Educação Ambiental

Na parceria com o Instituto Floravida, a Duratex contribuiu para o desenvolvimento do projeto de coleta seletiva de lixo em escolas da cidade de Botucatu. Para a ONG Tribo Cuesta, colabora com recursos para a realização de um curso de formação de monitores ambientais. Apóia a ONG Vidágua, na produção de camisetas que são vendidas para arrecadar fundos para os projetos ambientais da entidade. A Empresa patrocinou o 1º Encontro de Educação Ambiental de Botucatu, realizado pela Unesp, que reuniu professores e especialistas em estudos ambientais.

Planeta Água, Mata Atlântica e Paisagens

Direcionado à conscientização ambiental de crianças de 8 a 12 anos, o projeto Planeta Água, Mata Atlântica e Paisagens diferencia-se pela maneira de transmitir conceitos sobre uso racional da água e das florestas. Os participantes são estimulados a vivenciar essas questões com peças de teatro e oficinas de trabalhos manuais.

Iniciado em 2003, é um programa itinerante que percorre os municípios onde estão instaladas as unidades da Duratex. Em 2005, o projeto atingiu mais de 11 mil pessoas em um roteiro que percorreu Botucatu, Jundiá, Itapetininga, Agudos e Lençóis Paulista, no Estado de São Paulo, além de São Leopoldo, no Rio Grande do Sul.

Bem-Querer

Sete entidades assistenciais de Jundiá (SP) foram beneficiadas pelo Projeto Bem-Querer. A Duratex repassou recursos de incentivos fiscais – 1% do Imposto de Renda devido – para instituições previamente selecionadas pelo Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente. Representantes

da Empresa visitaram as entidades para conhecer o alcance e o atendimento dos projetos e promoveram uma reunião de todas as entidades para a troca de experiências e idéias. Foram beneficiadas as seguintes entidades: Casa de Nazaré, Centro de Atendimento à Síndrome de Down Bem-te-Vi, Casa da Criança Nossa Senhora do Desterro, Congregação das Missionárias de Cristo – Aprendizado Dom José Gaspar, Lar Anália Franco e Lar Creche Wilson de Oliveira.

Embarque Nessa

Em sua terceira edição, o Programa Embarque Nessa ampliou as atividades que têm o objetivo de estimular o voluntariado entre os colaboradores da Administração Central, além de promover a integração na Empresa, por meio de visitas às unidades industriais e florestais.

Em 2005, o programa redirecionou seu foco para a educação, com ações para reduzir o índice de analfabetismo no Brasil. Em parceria com a organização não-governamental Alfabetização Solidária, a Duratex apoiou o município de Messias, em Alagoas, selecionado por apresentar baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH, de 0,598), reduzida renda per capita (R\$ 74,34) e uma das maiores taxas de analfabetismo do Brasil (38,72% da população). A ação beneficiou 536 alunos e incluiu todo o processo de alfabetização, desde a capacitação de educadores até material didático, alimentação e avaliação do processo.

Os colaboradores da Duratex incorporaram-se em uma gincana social para arrecadação de verba para a campanha Adote um Aluno, também dentro do projeto Alfabetização Solidária. Participaram várias equipes, sagrando-se vencedor o grupo que coletou o maior volume de recursos.

RELACIONAMENTO COM 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 para aferir a qualidade do contato com o consumidor e os pontos passíveis de melhoria.

Além de programas específicos de relacionamento com os clientes, diferentes canais facilitam o contato com a Empresa, como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), os websites corporativos e das marcas e os postos de assistência técnica instalados em todo o País.

SAC

Em 2005, o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) realizou 25.840 atendimentos a consumidores na Divisão Madeira e 110.601 na Divisão Deca. A maioria dos contatos é relacionada a pedidos de informação sobre produtos e postos de assistência.

Os dois SACs são também responsáveis pelas pesquisas de satisfação sobre a qualidade dos produtos e, especialmente, em relação à qualidade do atendimento da assistência técnica. Em 2005, elas corresponderam a 52% dos atendimentos na Divisão Madeira e 33%, na Deca. A pesquisa é sistematicamente realizada por meio de cartas-resposta encaminhadas com os serviços de assistência técnica. No ano, o índice de clientes satisfeitos ou muito satisfeitos atingiu 90% e 92%, respectivamente, um indicativo favorável para o desempenho das duas divisões.

Na Divisão Madeira, o destaque de 2005 foi a redução de 61% nas reclamações sobre o piso Durafloor, que corresponderam a 0,46% do volume vendido. O piso, o principal produto de consumo final comercializado pela Divisão, corresponde a 96% dos contatos com o SAC.

Serviço de Atendimento ao Consumidor – Divisão Madeira	2004	2005
Total de ligações atendidas	31.535	25.840
% de reclamações em relação ao total de ligações atendidas	11,28%	11,02%
% de reclamações não atendidas	0%	0%
Tempo médio de espera ao telefone até o início do atendimento	5 s	5 s

Serviço de Atendimento ao Consumidor – Divisão Deca	2004	2005
Total de ligações atendidas	139.212	110.601
% de reclamações em relação ao total de ligações atendidas	1,03%	0,24%
% de reclamações não atendidas	0,17%	0,03%
Tempo médio de espera ao telefone até o início do atendimento	0,37 min	1,10 min

Para assegurar a preferência e confiança de clientes e consumidores, a Duratex investe no constante aperfeiçoamento de produtos e serviços e mantém programas de relacionamento e canais de comunicação que facilitam o contato com a Empresa.

Treinamento

O treinamento para clientes, vendedores, instaladores e especificadores de produtos é uma ferramenta de relacionamento diferenciada da Duratex. Essa capacitação proporciona informações sobre instalação correta, aplicação, cálculos, uso e manutenção dos produtos das duas divisões. Os cursos são realizados no Centro de Treinamento Duratex, em São Paulo, em unidades móveis e, no caso da Madeira, também na unidade de Agudos (SP).

Na Divisão Madeira, os diferentes programas totalizaram 97 mil horas de curso em 2005, com 8 mil participantes, entre fabricantes de móveis, marceneiros, instaladores, arquitetos e decoradores. Na Divisão Deca foram 2 mil horas de curso, com 17 mil participantes – engenheiros, arquitetos, decoradores, estudantes e instaladores hidráulicos.

Além dos cursos, as duas divisões promovem visitas de clientes às fábricas, como oportunidade de apresentar os diferenciais do processo produtivo. Durante o ano, foram recebidos 157 visitantes nas unidades de Madeira e 762, da Deca.

Eventos

Além de participar das principais feiras do setor da construção civil e da indústria do mobiliário, a Duratex promove dois grandes eventos: a Festa do Marceneiro e a Festa do Instalador Hidráulico. Os encontros combinam shows, atividades culturais, de lazer e esporte com programas de treinamento, constituindo-se em importante iniciativa para o estreitamento das relações com os clientes.

A Festa do Marceneiro de 2005 foi realizada em dois locais – São Paulo e Ribeirão Preto – e reuniu 2 mil pessoas. Já a Festa do Instalador Hidráulico é um evento bianual, que será realizado em 2006. A última edição, em 2004, reuniu 2,6 mil profissionais em Jundiaí.

Treinamento (Nº de Participantes)	2001	2002	2003	2004	2005
Deca	14.173	27.751	28.204	27.807	17.327
Madeira	5.493	5.968	9.228	13.167	7.598

MEIO AMBIENTE

O manejo ambiental é um diferencial estratégico para a Duratex. Em 2005 foram comemorados os dez anos da certificação *Forest Stewardship Council* (FSC), um atestado de que a produção é ambientalmente adequada, socialmente justa e economicamente viável.

A Duratex foi a primeira empresa da América Latina a receber o Selo Verde de uma das mais respeitadas certificadoras de manejo florestal, e passou pela recertificação em 2005, que abrange todas as áreas florestais e a cadeia de custódia até a venda dos produtos de madeira. Durante o ano, a Área Florestal de Botucatu e o Viveiro de Produção de Mudas em Lençóis Paulista também foram certificados pelo atendimento da Norma ISO 14001, com auditorias promovidas pelo BVQI (Bureau Veritas Qualitas International).

Na comemoração dos 10 anos de certificação FSC, os filhos dos colaboradores participaram do concurso Meu Amigo Meio Ambiente. Foram avaliados mais de 900 trabalhos em que as crianças retrataram a preocupação com a natureza e a preservação ambiental. Os primeiros colocados de cada unidade industrial e florestal foram premiados e seus trabalhos incluídos no calendário

da Empresa e em um livro que será publicado sobre o tema.

Em 2005, a Duratex passou a integrar o comitê responsável por desenvolver a Política Ambiental Itaúsa. O objetivo é a troca de melhores práticas entre as empresas industriais do Grupo (Duratex, Itaotec e Elekeiroz) e a criação de um Plano de Desenvolvimento Ambiental para cada companhia. A atual política da Duratex será aperfeiçoada nesse processo.

Florestal

Na Área Florestal, os investimentos em 2005 totalizaram R\$ 32,5 milhões, destinados principalmente à aquisição de equipamentos de manejo florestal. Os recursos para iniciativas ambientais totalizaram R\$ 380 mil. No final de 2005, a Empresa mantinha aproximadamente 90 mil hectares de florestas próprias, que proporcionaram produção de 2,1 milhões de metros cúbicos de madeira com casca.

Em 2005, 33 parceiros do programa de fomento plantaram 1.967 hectares de florestas. A Duratex prepara-se para ampliar o número de produtores interessados em integrar o programa, que é avaliado como uma via para fortalecer a integração regional e compartilhar responsabilidades com a população local.



Em 2005, a Duratex comemorou os 10 anos da conquista do selo *Forest Stewardship Council* (FSC), como primeira empresa da América Latina a receber uma das mais reconhecidas certificações mundiais de manejo florestal sustentável.

Manejo Florestal

A Duratex adota as melhores práticas de manejo para alcançar alta produtividade com o mínimo de impacto ambiental. As principais ações incluem:

- » **Cultivo mínimo** – O plantio é realizado sobre os resíduos de plantios anteriores, com baixo revolvimento de solo, protegendo-o com os restos orgânicos da própria floresta. A técnica contribui também para a otimização do manejo hídrico das florestas.
- » **Adubação** – Análises específicas permitem realizar a adubação adequada para cada tipo de solo, nas quantidades, formulações e épocas necessárias para o melhor desenvolvimento das árvores.
- » **Monitoramento silvicultural** – Cada área é monitorada várias vezes por equipes multidisciplinares de especialistas, com o objetivo de detectar precocemente a necessidade de combate a pragas e doenças, assim como de ajustes à adubação recomendada.
- » **Manejo integrado de pragas** – A avaliação de ocorrência, frequência e severidade de pragas florestais é feita de forma contínua e combinada à seleção de material genético mais resistente e à adubação adequada. O controle biológico é realizado por meio da conservação de matas nativas, que abrigam inimigos naturais das pragas. O uso de agrotóxico é reduzido e limitado a produtos de baixa toxicidade.
- » **Prevenção e controle de incêndios** – A conscientização e os sistemas de vigilância permanente reduzem o risco de ocorrência de incêndios e, quando eles acontecem, deflagram ações de combate.

» Controle de materiais tóxicos

– São utilizados produtos de menor toxicidade – a exemplo de herbicidas à base de glifosato para controle de mato e formicidas à base de sulfluramida para controle das formigas cortadeiras.

Melhoramento Genético

A participação das mudas clonais nas áreas plantadas passou de 25% para 53% do plantio, com o objetivo de atingir 90% nos próximos anos. A clonagem amplia a produtividade, pois os clones são adaptados a situações específicas de solo e clima e apresentam maior resistência a doenças. Além disso, proporciona maior rendimento industrial pela seleção de espécies com maior densidade de madeira por metro cúbico.

Em 2005, a Empresa reforçou os Núcleos de Melhoramento Genético, para o desenvolvimento de projetos próprios ou em parceria de mudas mais resistentes a intempéries, pragas, etc. O conceito foi estendido para as três grandes regiões de solo e clima em que se divide sua área de atuação. Os projetos incluem formulação de fertilizantes e práticas de controle biológico que combinem maior produtividade a condições de conservação do solo e do meio ambiente.

Desde 2002, juntamente com outras três empresas do setor de celulose e papel e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), a Duratex participa do Projeto Genoma do Eucalipto – FORESTs, que pretende acelerar os processos de melhoramento genético e obter variedades resistentes a doenças, mais produtivas e com características de maior qualidade e densidade de madeira, além de reduzir o prazo para a obtenção de novos clones.

13 » Concurso Meu Amigo Meio Ambiente – Desenho Vencedor

14 » Selo Comemorativo dos 10 Anos da Certificação FSC

15 » Certificado ISO 14001

A adoção das melhores práticas de plantio, cultivo e colheita na área florestal asseguram elevados níveis de produtividade, aliados a cuidados com a conservação do meio ambiente e a biodiversidade.

Mecanização

Com operação totalmente mecanizada, em 2005 foi antecipada a substituição de quatro máquinas *forwarders* (utilizadas na remoção de madeira) por três equipamentos de maior capacidade e com rendimento operacional superior. As novas máquinas possuem motores com nível de emissão de gases dentro dos padrões europeus e utilizam pneus especiais que diminuem a pressão sobre o solo.

Para assegurar a adoção das melhores técnicas, foi iniciado um processo interno de padronização de procedimentos de manutenção mecânica, o que resulta em menos tempo com equipamentos parados e menores custos de manutenção.

Biodiversidade

Em 2005, foi produzido um relatório da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP-Bauru) referente ao primeiro levantamento de aves das fazendas florestais da Unidade de Itapetininga (SP). Também foram desenvolvidos experimentos para estabelecer operações de monitoramento da fauna, trabalhos que tiveram as parcerias da Unesp e da Universidade do Sagrado Coração, ambas de Bauru.

Outra iniciativa envolveu o Projeto de Estudo da Onça-Parda (*Puma concolor*) em parceria com a Universidade de Campinas (Unicamp), que busca a conhecer o comportamento do animal nas áreas das fazendas Monte Alegre, em Agudos (SP), e Rio Claro, em Lençóis Paulista (SP).

Duas novas áreas-piloto foram estudadas com o objetivo de desenvolver métodos operacionais para monitorar a conservação da vegetação nativa. O trabalho é realizado em parceria com a Unesp de Botucatu e um dos destaques em 2005 foi a identificação da espécie arbórea *Zanthoxylum tingoassuiba* (Rutácea), rara no Estado de São Paulo.

Resíduos

As embalagens vazias de agrotóxicos são adequadamente armazenadas e enviadas a centros de recolhimento que atendem à legislação vigente. Óleos usados, resíduos contaminados com óleos e graxas e roupas usadas na aplicação de herbicidas são transportados para empresas especializadas no tratamento desses materiais.

A Empresa deu início à aplicação nas fazendas de resíduos industriais com origem biológica, de forma que restos das fábricas de chapa de madeira, da estação de tratamento de efluentes e da estação de tratamento de esgotos são empregados como fonte de nutrientes e de outros elementos que melhoram as condições dos solos em que há plantações florestais. Todo o processo é monitorado por rigorosos testes tanto dos resíduos utilizados como dos seus efeitos nas plantações florestais e no solo.

Treinamento

O treinamento e a conscientização dos colaboradores é pré-requisito para adotar as melhores soluções de manejo e preservação do meio ambiente. Hoje, todos os funcionários da Área Florestal são capacitados a identificar e atuar sobre os aspectos ambientais e de segurança do trabalho nas atividades que desenvolvem.

Em 2005 foram dedicadas 22.654 horas a treinamento, sendo 2.359 horas específicas para cursos ambientais, com a participação de 1.029 pessoas, entre colaboradores próprios e terceirizados. Os funcionários ainda recebem informações por meio de painéis e materiais impressos. Um sistema de áudio instalado nos ônibus que transportam as equipes ao campo também veicula informações sobre meio ambiente e segurança.

Industrial

As operações industriais são orientadas pelo Sistema de Gestão Ambiental, que tem seu foco em reduzir a produção de resíduos e emissões, em busca de maior eficiência de custos e melhorias ambientais. Equipes de meio ambiente atuam em cada unidade para aperfeiçoar as etapas do processo, com análise dos níveis de emissões atmosféricas, efluentes e resíduos, de forma a assegurar e superar as determinações legais.

Resíduos Sólidos

Os resíduos sólidos são prioritariamente reprocessados e reutilizados no próprio processo produtivo, com ganhos operacionais e ambientais decorrentes da redução do consumo de matéria-prima. Entre os materiais 100% reutilizados nos processos produtivos destacam-se metais e painéis de madeira refugados. Os resíduos metálicos são fundidos e retornam ao processo industrial, e a sucata de madeira é utilizada como biomassa para a geração de energia nas unidades de madeira.

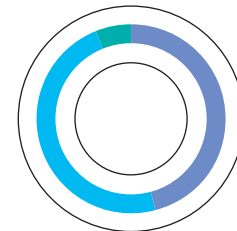
Outros materiais são encaminhados para reciclagem em empresas especializadas, proporcionando ganhos não-operacionais pela venda desses resíduos. Exemplos de resíduos sólidos comercializados para terceiros são o hidróxido de níquel, vendido para a indústria química, o lodo galvânico, utilizado pela indústria de fertilizantes, e o gesso da moldagem das peças de louças, que é vendido à indústria cimenteira. Em 2005, a venda de subprodutos do segmento de metais significou receita de R\$ 1,3 milhão, 40% superior à de 2004, como reflexo do menor volume de rejeitos encaminhados para aterro industrial.

Na Divisão Madeira, resíduos sem reaproveitamento nas fábricas são vendidos como adubo orgânico, especialmente para uso na vitivinicultura, ou como combustível para geração de energia. Esse é o caso de polpa grossa e casca de madeira, por exemplo.

O conceito de coleta seletiva está disseminado, com o apoio de programas de treinamento de pessoal para identificação e disposição correta dos resíduos conforme a natureza.

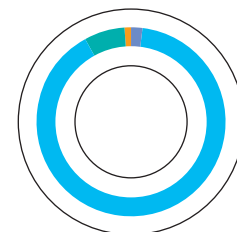
Os resíduos perigosos da área comum são coletados, armazenados e encaminhados para a destinação final, conforme exigências legais. Na área de metais, ácidos e metais pesados passam por sistema de filtros que remetem os resíduos a aterros industriais autorizados. Além disso, os prestadores de serviço contratados para a remoção e destinação dos resíduos industriais são homologados por um comitê integrado por representantes da Área Ambiental.

Destinação de Resíduos – Divisão Deca



46%	● Aterro
48%	● Reaproveitamento/Reciclagem
6%	● Co-Processamento/Incineração

Destinação de Resíduos – Divisão Madeira



2%	● Aterro
90%	● Reaproveitamento/Reciclagem
7%	● Agricultura
1%	● Outros

Tratamento de Efluentes

O tratamento de efluentes segue o conceito de Área de Recuperação de Material (ARM). Após passarem pela estação de tratamento, eles são reaproveitados no processo produtivo e em atividades de limpeza e manutenção das fábricas, enquanto anteriormente retornavam ao sistema público. Em todas as unidades de louça, o tratamento interno de efluentes permite a reutilização da água, bem como o descarte do excedente com uma qualidade muito superior que a exigida pela legislação. Na unidade de Jundiá, a água é reutilizada na refrigeração ambiental, na lavagem de pisos, no uso sanitário e também no retorno ao processo.

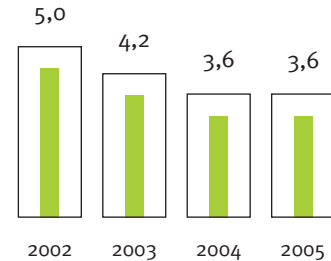
Na Divisão Madeira, o tratamento dos efluentes líquidos assegura 95% de remoção de poluentes na unidade de Agudos (SP), superior ao índice de 80% estabelecido pela legislação do Estado de São Paulo. Em Botucatu, a carga orgânica do processo industrial é utilizada na irrigação de uma área anexa à unidade. Além do ganho ambiental, a gramínea é transformada e negociada na região.

Consumo de Água

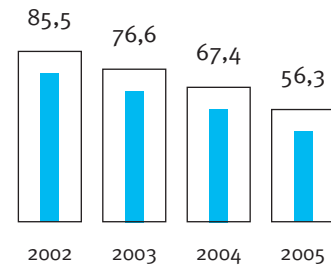
A linha de processo seco da fábrica de Botucatu (SP) permitiu à Divisão Madeira atingir um novo padrão de consumo de água, que se manteve estável em 2005 na comparação com o ano anterior, em 3,6 metros cúbicos de água por metro cúbico de produto.

Na Divisão Deca, investimentos na criação de uma rede paralela e maior eficiência no reaproveitamento de efluentes permitiram redução substancial no consumo de água nas unidades de louça de Jundiá (SP) e São Leopoldo (RS). Em Jundiá, de uma média de 40% de reúso de água em 2004, a taxa evoluiu para 60% em 2005. Em metais, na unidade de São Paulo, o reúso equivale a uma média de 30% a 35%.

Consumo de Água – Madeira (m³/m³)



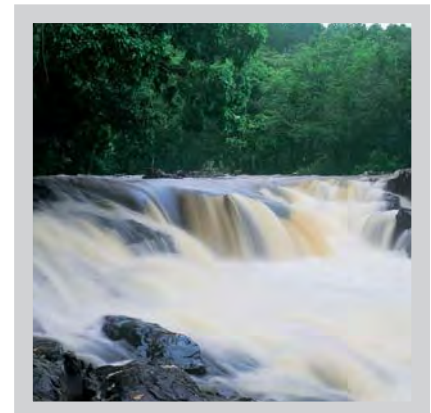
Consumo de Água – Deca (litro/peça)



16



17



18

Com foco em reduzir a produção de resíduos, as emissões atmosféricas e de efluentes, as operações industriais buscam maior eficiência de custos e melhorias ambientais, com permanente investimento em sistemas de gestão.

Emissões Atmosféricas

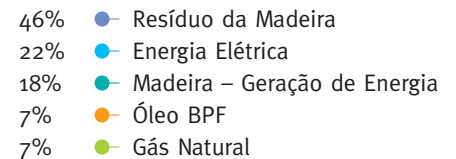
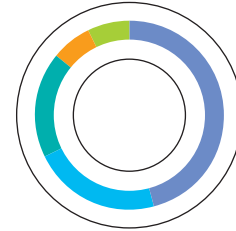
Sistemas de lavagem de gases, filtros-manga e ciclones instalados nas unidades industriais atuam para o controle e a redução das emissões atmosféricas. Com a entrada em operação, no final de 2004, de um terceiro forno na unidade de cerâmica de Jundiaí, foi concluída a substituição de equipamentos movidos a óleo combustível. Com o uso de gás natural, o processo é realizado com menor emissão de gases para a atmosfera.

Energia

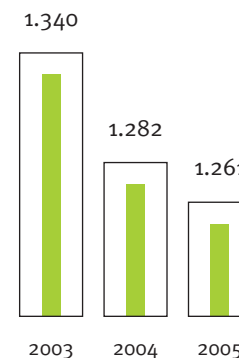
Resíduos de madeira não-adequados no processo industrial (biomassa) são a principal fonte de energia para a produção nas unidades de madeira, representando 46% do consumo. Somados à madeira colhida especificamente para a geração de energia, totalizam 64% da matriz energética, como fontes renováveis e que asseguram menor custo de produção e melhor padrão de emissões atmosféricas.

Nas caldeiras das unidades Deca e na unidade de Madeira em Jundiaí, o uso de óleo foi substituído por gás natural, resultando em menor emissão de material particulado e de gases de enxofre. Em 2005, na Divisão Madeira, a participação de óleo combustível limitou-se a 6,8% do consumo ante 8,7% no ano anterior.

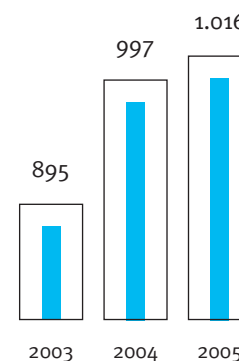
Matriz Energética – Divisão Madeira



Consumo de Energia – Madeira (Gcal/m³)



Consumo de Energia – Deca (kW/peça)



16 » Estação de Tratamento de Efluentes na Unidade de Agudos/SP


17 » Bancada de Testes de Produtos Químicos na Área de Recuperação de Materiais

18 » Cachoeira da Fazenda Santa Amália na Unidade Florestal de Itapetininga/SP

INDICADORES SOCIAIS – MODELO IBASE

1 – Base de Cálculo	2005 Valor (R\$ milhões)			2004 Valor (R\$ milhões)		
Receita líquida (RL)	1.270,6			1.188,2		
Resultado operacional (RO)	282,2			237,2		
Folha de pagamento bruta (FPB)	140,2			134,0		
2 – Indicadores Sociais Internos	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	8,2	5,85%	0,65%	7,9	5,90%	0,65%
Encargos sociais compulsórios	77,8	55,49%	6,12%	69,3	51,72%	5,83%
Previdência privada	1,4	1,00%	0,11%	0,4	0,30%	0,03%
Saúde	8,1	5,78%	0,64%	7,3	5,45%	0,61%
Segurança e saúde no trabalho	4,7	3,35%	0,37%	4,8	3,58%	0,40%
Educação	0,1	0,07%	0,01%	0,2	0,15%	0,02%
Cultura	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Creches ou auxílio-creche	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Participação nos lucros ou resultados	11,7	8,35%	0,92%	9,2	6,87%	0,77%
Outros	6,5	84,52%	0,51%	4,6	3,43%	0,39%
Total – Indicadores sociais internos	118,5		9,33%	103,7	77,39%	8,73%
3 – Indicadores Sociais Externos	Valor (R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Cultura	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Saúde e saneamento	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Esporte	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Outros	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Total das contribuições para a sociedade	0,0	0,00%	0,00%	0,0	0,00%	0,00%
Tributos (excluídos encargos sociais)	358,0	126,86%	28,18%	326,1	137,48%	27,44%
Total – Indicadores sociais externos	358,0	126,86%	28,18%	326,1	137,48%	27,44%
4 – Indicadores Ambientais	Valor (R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	9,4	3,33%	0,74%	6,1	2,57%	0,51%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	1,8	0,64%	0,14%	1,4	0,59%	0,12%
Total dos investimentos em meio ambiente	11,2	3,97%	0,88%	7,5	3,16%	0,63%
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:	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		
5 – Indicadores do Corpo Funcional	2005		2004			
Nº de empregados(as) ao final do período	5.890		5.951			
Nº de admissões durante o período	680		717			
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	149		132			
Nº de estagiários(as)	69		96			
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	864		798			
Nº de mulheres que trabalham na empresa	475		498			
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	7,10%		7,60%			
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	1.004		986			
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	5,10%		5,00%			
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	239		230			

6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania	2005	Metas 2006
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	78,03	78,03
Número total de acidentes de trabalho	208	198
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção <input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve <input checked="" type="checkbox"/> segue as normas da OIT <input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá <input checked="" type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT <input type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção <input type="checkbox"/> direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados <input type="checkbox"/> são sugeridos <input checked="" type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados <input type="checkbox"/> serão sugeridos <input checked="" type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> apóia <input checked="" type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá <input type="checkbox"/> apoiará <input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa: 1.150 no Procon: 18 na Justiça: 20	na empresa: 1.150 no Procon: 18 na Justiça: 20
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa: 99% no Procon: 75% na Justiça: 60%	na empresa: 99% no Procon: 75% na Justiça: 60%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2005: 865.345	Em 2004: 761.079
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	41% governo; 28% colaboradores(as); 5% acionistas; 15% terceiros; 11% retido	43% governo; 28% colaboradores(as); 8% acionistas; 12% terceiros; 9% retido
7 – Outras Informações		

Distribuição do Valor Adicionado	
<p>O Valor Adicionado em 2005 somou R\$ 865,3 milhões, 13,7% acima do ano anterior. O valor é representado pela diferença entre as receitas obtidas, de R\$ 1.706,4 milhões, e os custos relacionados à aquisição de matérias-primas, serviços, depreciação, amortização e outros resultados operacionais e não-operacionais, de R\$ 841,0 milhões. Desse montante, R\$ 361,8 milhões, equivalentes a 21% das receitas obtidas e a 41,8% do valor adicionado total, foram destinados aos governos federal, estadual e municipal na forma de impostos e contribuições.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> 41% Remuneração do Governo 28% Remuneração do Trabalho 15% Remuneração de Financiamentos 11% Transferência para Reserva 5% Remuneração dos Acionistas

Informações Corporativas »

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente

Olavo Egdio Setúbal

Vice-Presidentes

Laerte Setúbal Filho

María de Lourdes Egdio Villela

Paulo Setúbal

Conselheiros

Alfredo Egdio Arruda Villela Filho

Jairo Cupertino

José Carlos Moraes Abreu

Olavo Egdio Setúbal Jr.

DIRETORIA

Presidente

Paulo Setúbal

Vice-Presidentes Executivos

Guilherme Archer de Castilho

Plínio do Amaral Pinheiro *

Raul Penteadó

**Diretor de Relações com Investidores*

Diretores-Executivos

Carlos Alberto Tenório Nobre

Enrique Judas Manubens

José Roberto Refinetti Guidi

Mário Colombelli Filho

Diretores

Alexandre Coelho Neto do Nascimento

Antonio Joaquim de Oliveira

Antonio Massinelli

Flávio Dias Soares

CONSELHO FISCAL

Presidente

Paulo Ricardo Moraes Amaral

Conselheiros

Iran Siqueira Lima

Wilton de Medeiros Daher

AUDITORIA EXTERNA

PricewaterhouseCoopers Auditores
Independentes Ltda.

SUBSIDIÁRIAS NO BRASIL

Duraflora S.A.

Duratex Comercial Exportadora S.A.
Duratex Empreendimentos S.A.
Av. Paulista, 1.938 – Bela Vista
01310 942 – São Paulo – SP
Caixa Postal 7611

SUBSIDIÁRIAS NO EXTERIOR

Deca Piazza S.A.

Zavaleta, 190 – 1437
Buenos Aires – Argentina
Tel.: 005411-4909-0900
Fax: 005411-4909-0992

Duratex North America, Inc.

1208 – Eastchester Drive – Suite 202
High Point – N.C.
27265 3165 – USA
Tel.: 001-336-885-1500
Fax: 001-336-885-1501

Duratex Europe n.v.

Battelsesteenweg 455D
Business Park 2800
Mechelen – België
Tel.: 0032-15-28-60-70
Fax: 0032-15-28-60-79

DIRETORIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Tel.: (11) 3179-7279
Fax: (11) 3179-7300
vpfinanceira.corporativa@duratex.com.br

GERÊNCIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Tel.: (11) 3179-7259
Fax: (11) 3179-7500
investidores@duratex.com.br

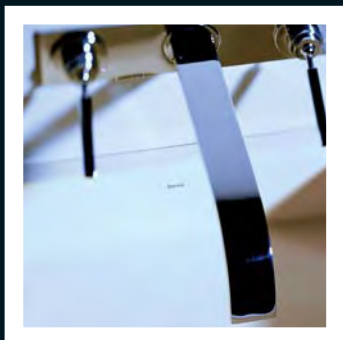
ATENDIMENTO AOS ACIONISTAS

Av. Paulista, 1.938 – 9º andar – Bela Vista
01310 942 – São Paulo – SP
Caixa Postal 7611
Tel.: (11) 3179-7534
Fax: (11) 3179-7315
acionistas@duratex.com.br

DURATEX S.A.

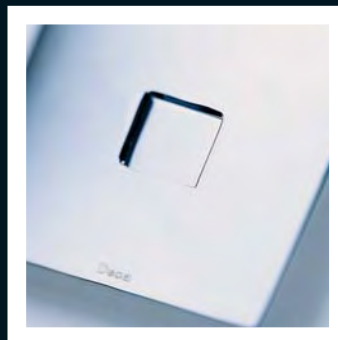
Av. Paulista, 1.938 – 5º andar – Bela Vista
01310 942 – São Paulo – SP
Caixa Postal 7611
PABX: (11) 3179-7733
www.duratex.com.br

Fotos Conceituais »



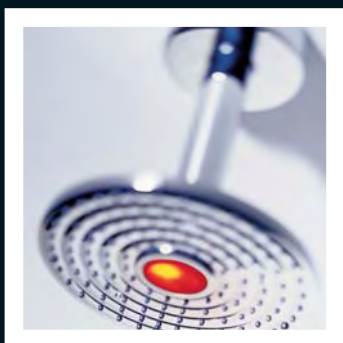
Pág. 7 »
Metal: Misturador Stick; Louça: L70

+



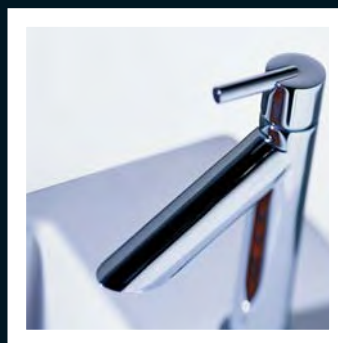
Pág. 31 »
Válvula Deca Slim

+



Pág. 19 »
Chuveiro Cromo

+

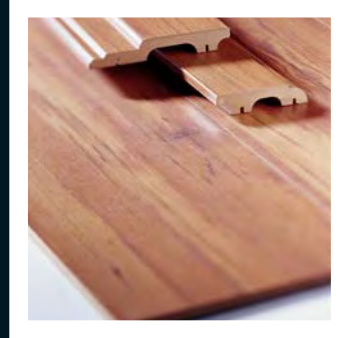


Pág. 47 »
Metal: Torneira Axis

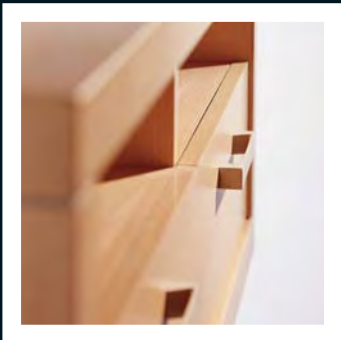
+



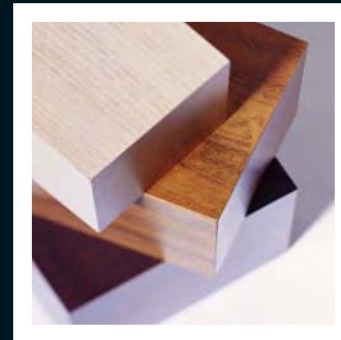
Pág. 13 »
Duraflor Studio Carvalho Malta



Pág. 39 »
Duraflor Pro Freijó Granada,
Rodapé Clássico, Rodapé Clean



Pág. 25 »
Móvel Carvalho Prata



Pág. 53 »
Cubos Padrões: Carvalho Prata,
Imbuía Jade e Wenge



Créditos »

Coordenação

Gerência de Relações com Investidores

Redação

Editora Contadino

Revisão

CorpGroup | Comunicação Corporativa

Editora Contadino

Fotos

Foto Mensagem do Presidente — Daniel Rosa

Foto 1 Mensagem do Presidente – Ambiente

Criado por Olegário de Sá e Gilberto Cioni

Foto 3 Divisão Madeira – Ambiente Criado
por Ana Maria Bogar

Páginas Conceito — Edu Simões

Demais Páginas — Acervo Duratex



Projeto Gráfico

CorpGroup | Comunicação Corporativa

Produção Gráfica

Excellence

As pessoas que ilustram as fotos das páginas deste relatório são colaboradores da Duratex ou participantes de programas desenvolvidos pela Empresa. Nossos agradecimentos a todos pela participação.



DURATEX

Av. Paulista, 1.938 — 5º andar
Bela Vista — 01310 942
São Paulo — SP — Brasil

www.duratex.com.br