

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Unicasa são meramente estimativas e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios e, portanto, estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

1. A Unicasa

2. 2012 – 2013

3. Ações Estratégicas

4. 2014

1. A Unicasa

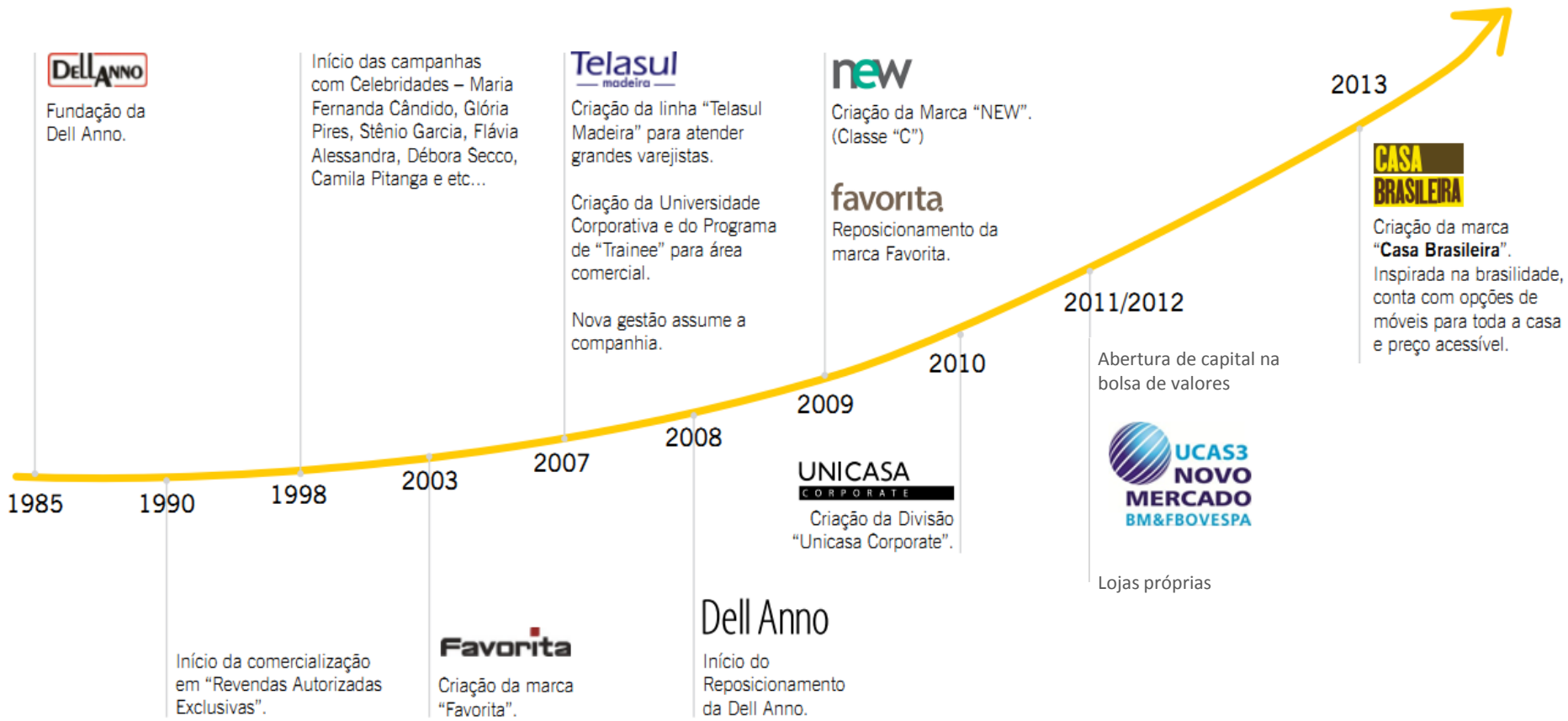
2. 2012 – 2013

3. Ações Estratégicas

4. 2014



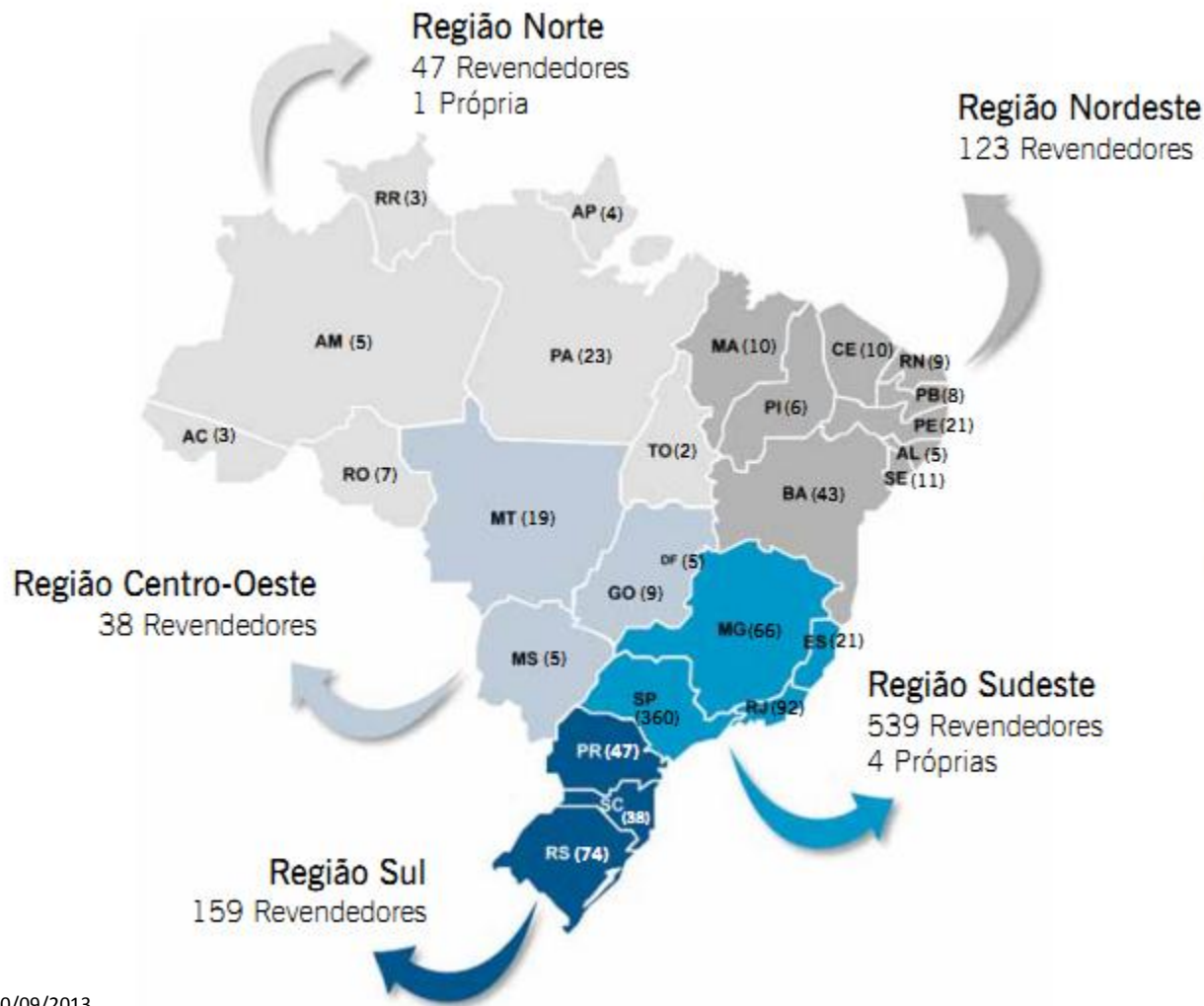
- **Expressão**
Uma das maiores empresas de móveis planejados do Brasil
- **Tradição**
28 anos no mercado de móveis planejados
- **Inovação**
Alto investimento em pesquisa e desenvolvimento de produtos, seguindo as tendências de design mundial e qualidade de produtos



Marcas renomadas direcionadas a todas as classes de consumo, fortalecidas por marketing diferenciado.

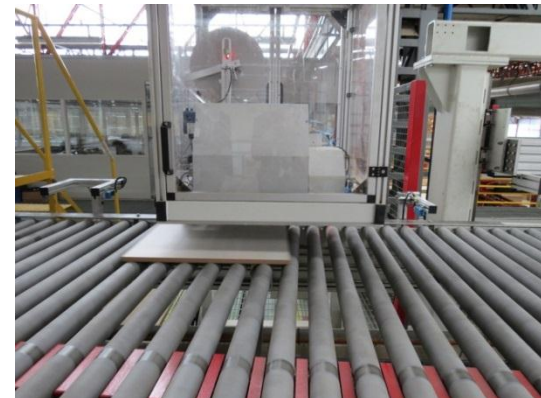
		<div>Dell Anno</div>	<div>favorita</div>	<div>new</div>	<div>CASA BRASILEIRA</div>	<div>Telasul</div> <div>MODULADOR</div>	<div>UNICASA</div> <div>CORPORATE</div>
Fundação/Lanço		1985	2003	2009	2013	2007	2010
Classes Sociais		A e B ~15 milhões de domicílios ¹		C ~20 milhões de domicílios ¹		D ~10 milhões de domicílios ¹	Incorporadoras Segmento Hoteleiro e Construção Civil
Canal de Distribuição	PDV	Lojas Exclusivas e Próprias (Dell Anno)		Exclusivas, Franquias e Multimarcas		Multimarca	Vendas Diretas
		439		467 no Canal Exclusivo e Franquia 618 no Canal Multimarca		2.202	
	% da Rec. Bruta 9M13 ²	50,0% (R\$ 121 M)		29,2% (R\$ 69 M) no Exclusivo/Franquia 11,9% (R\$ 28 M) no Multimarca		10,6% (R\$10M)	
Ticket Médio		<div>\$ \$ \$ \$ \$</div>		<div>\$ \$ \$ \$ \$</div>		<div>\$ \$</div>	<div>\$ \$ \$</div>

Notas: (1) Classificação de acordo com o IBGE – Renda Mensal: Classe A: acima de R\$ 6.745,00, Classe B: entre R\$5.174,00 e R\$6.745,00, Classe C: entre R\$1.200,00 e R\$5.174,00, Classe D: entre R\$725,00 e R\$1.200,00.
(2) Representatividade sobre a Receita Bruta Total. Vendas remanescentes referem-se às exportações, receita com prestação de serviços e outras receitas.



TOTAL
906
LOJAS
EXCLUSIVAS

Base: 30/09/2013





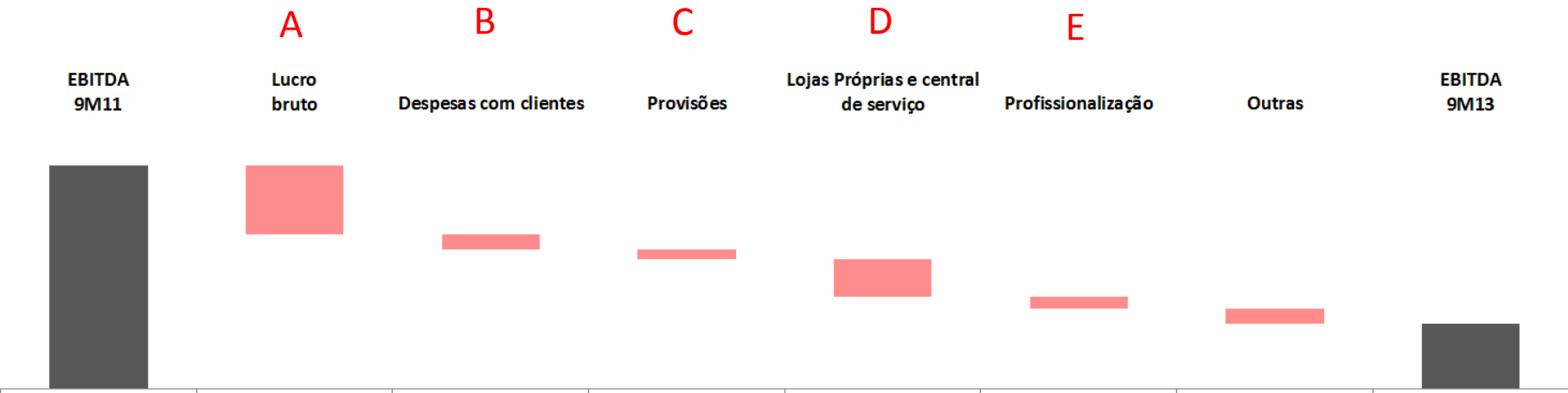
1. A Unicasa

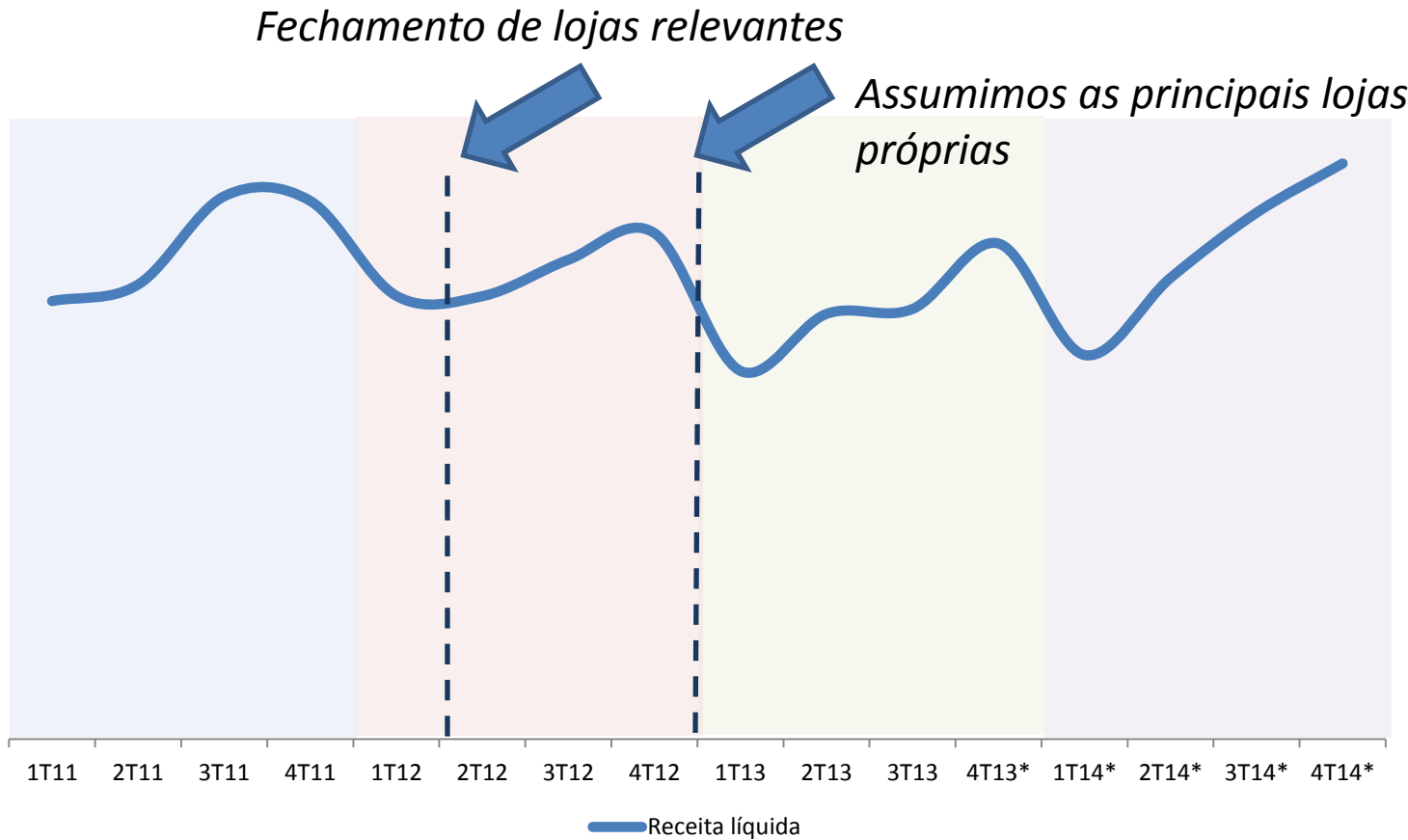
2. 2012 – 2013

3. Ações Estratégicas

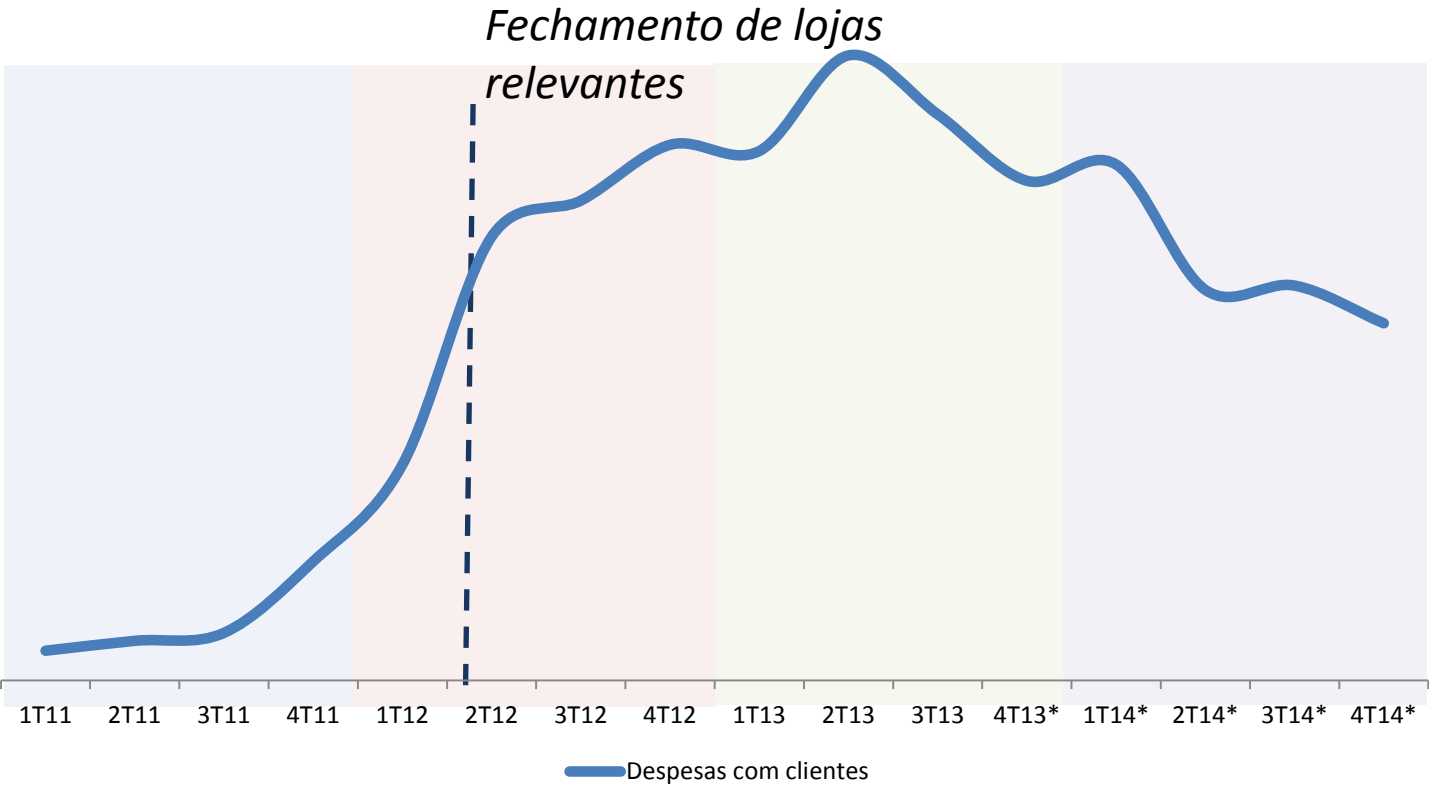
4. 2014

Principais causas	Principais efeitos
1. Fechamento de lojas relevantes	A. Redução da base de faturamento B. Despesas com atendimento de consumidor final C. Provisão para devedores duvidosos
2. Lojas próprias	D. Despesas > receitas no primeiro ano
3. Processo de profissionalização da empresa	E. Maior despesa com pessoal

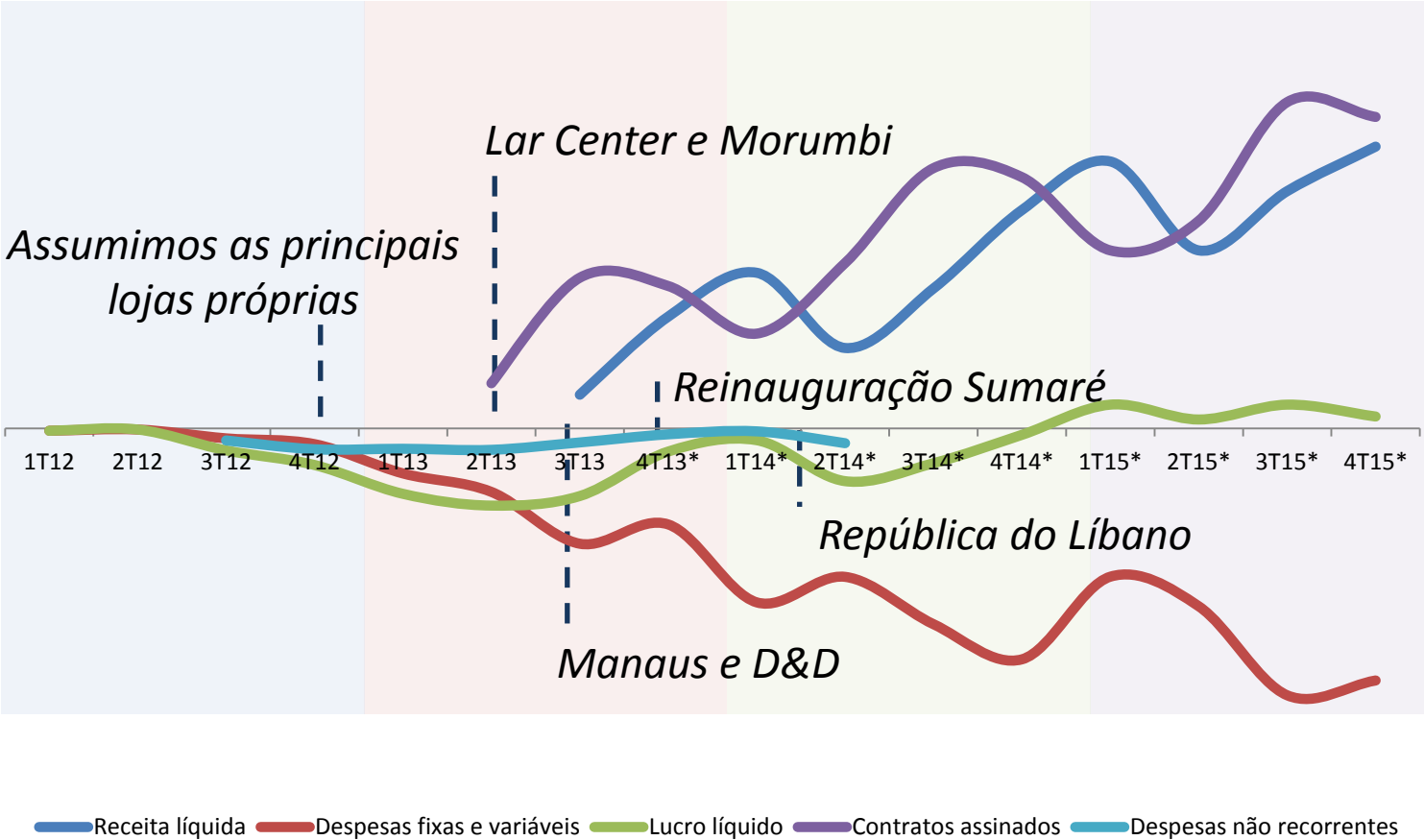




* Os períodos referentes ao 4T13, e 2014 referem-se a projeções de resultado.
OBS: Gráfico meramente ilustrativo, suas escalas podem não representar a realidade.



* Os períodos referentes ao 4T13, e 2014 referem-se a projeções de resultado.
OBS: Gráfico meramente ilustrativo, suas escalas podem não representar a realidade.



* Os períodos referentes ao 4T13, 2014 e 2015 referem-se a projeções de resultado.

OBS: Gráfico meramente ilustrativo, suas escalas podem não representar a realidade.

1. A Unicasa

2. 2012 – 2013

3. Ações Estratégicas

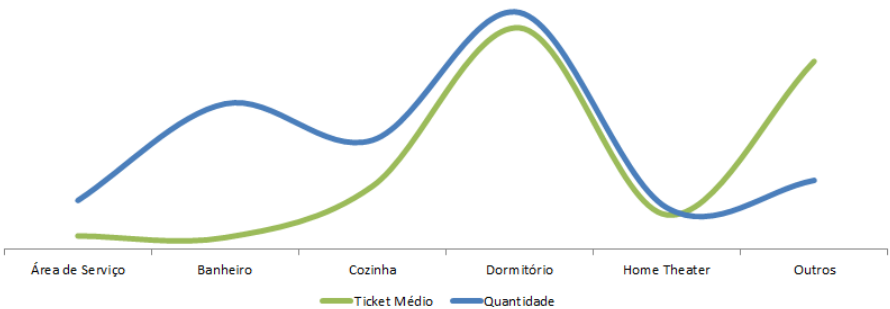
4. 2014

1. *Focco Lojas*
2. *Manager One*
3. *Programa Excelência*
4. *Lojas próprias*
5. *Fortalecimento da base de lojistas*
6. *Casa Brasileira*

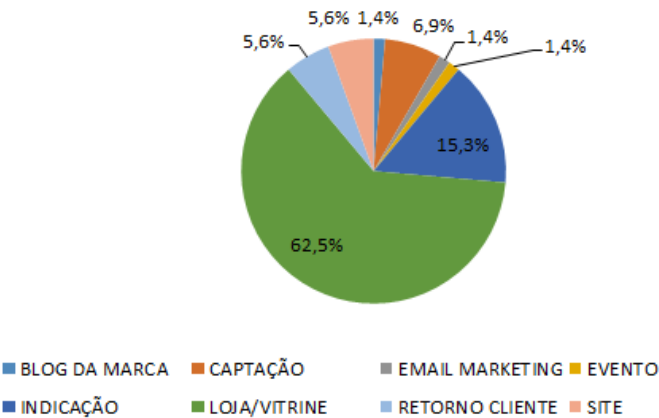
Adesão ao Focco Lojas

Lojas com contrato assinado	350
Lojistas treinados	317
Lojas convertidas	277
Data base: 30/09/2013	

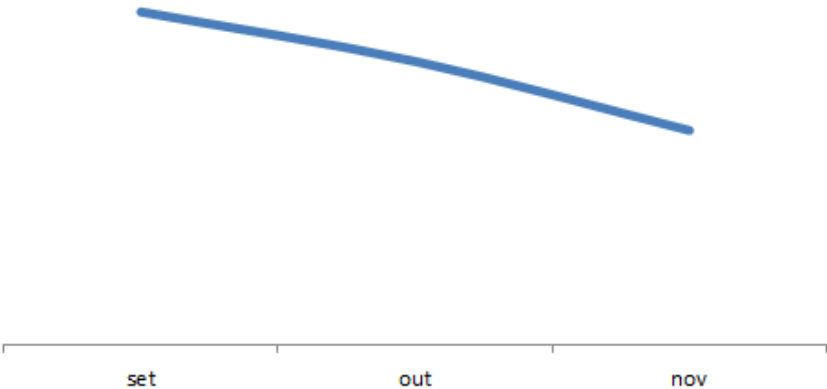
Contratos assinados no mês de outubro



Procedência dos clientes



Leadtime

















OBS: Gráficos meramente ilustrativos, suas escalas podem não representar a realidade.



2 – Manager One

Funcionalidade agregada ao Promob que trará benefícios para a Unicasa e para o lojista.

anager

    Neste Computador Em Andamento Suspensos Convertidos Perdidos

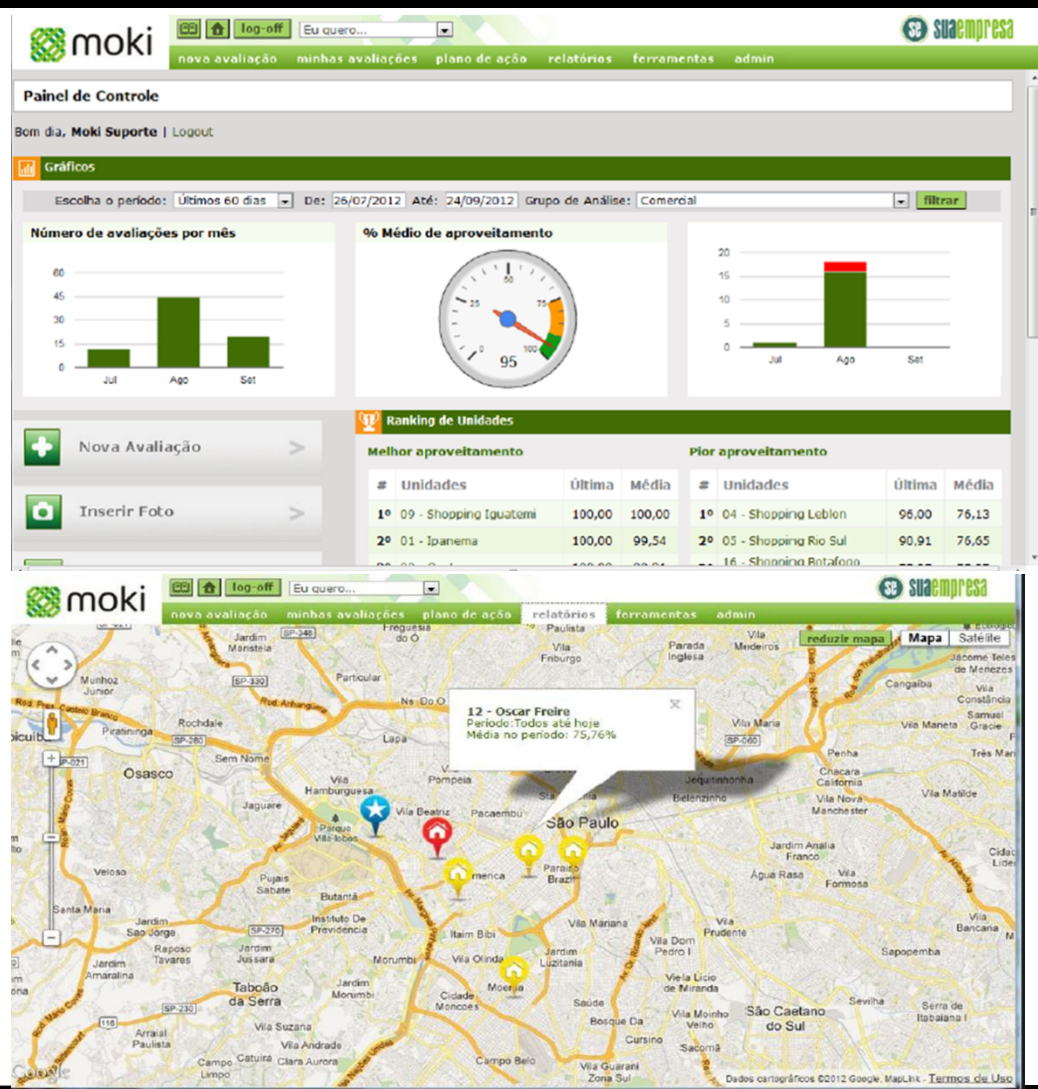
Cliente	Situação	Estágio	Data de Entrega	Última Modificação
— João Da Silva 				
> + Ambiente(s): Cozinha	 Em Andamento	 Prospeção		24/01/2013 17:41
+ João Marinho 				
— Juliana Almeida 				
> + Ambiente(s): Dormitório	 Em Andamento	 Negociação		25/01/2013 10:07
— Marcos Dos Saltos 				
> + Ambiente(s): Sala	 Em Andamento	 Projeto		24/01/2013 16:30

« < > » Total: 21 Clientes Itens por Página: 20 Página 1 de 2  Internet  Serviço de Integração

3 – Programa de excelência

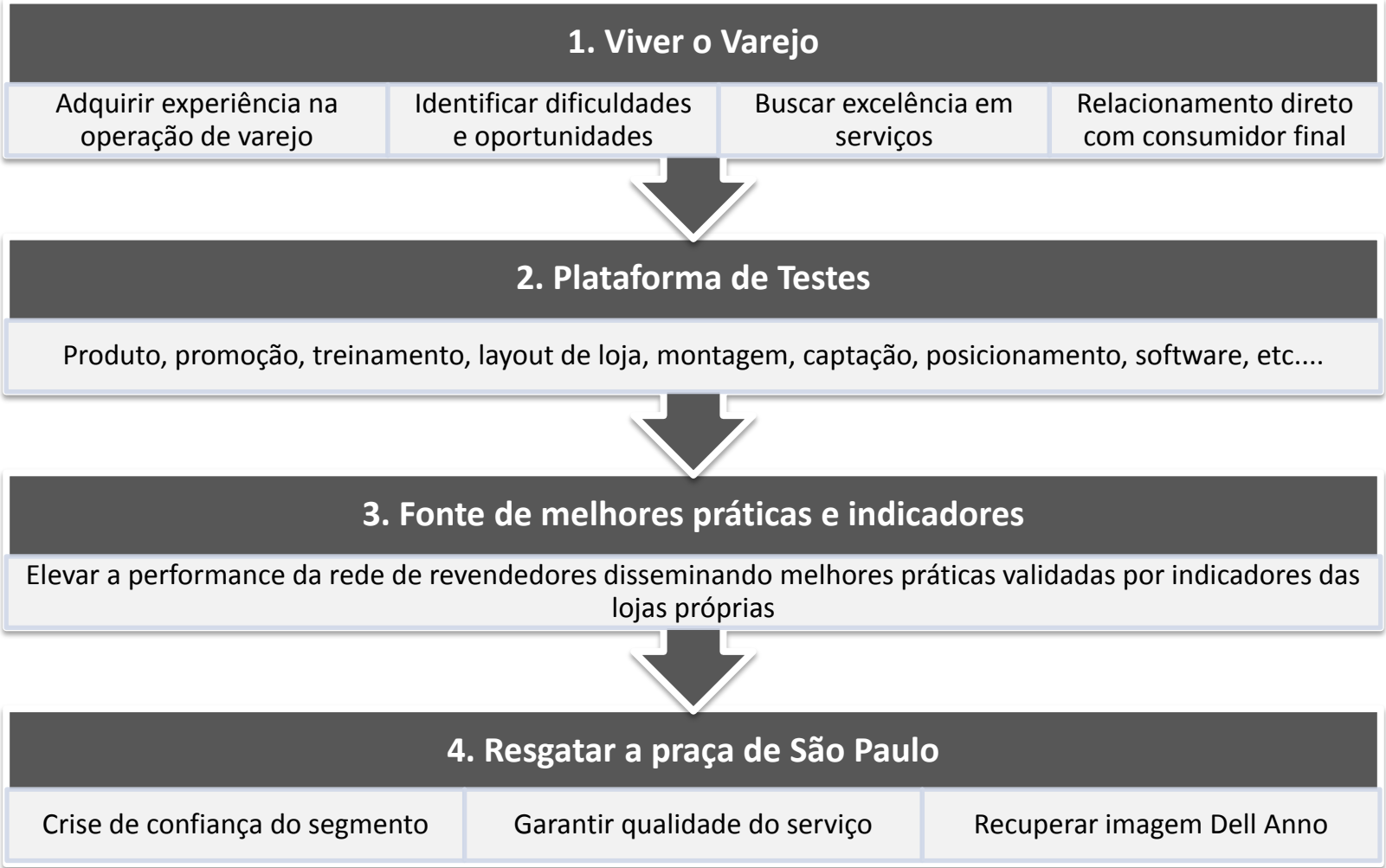
Avaliação de mais de 60 itens,
divididos em cinco categorias:

- Visual externo
- Ambiente interno
- Equipe
- Gestão do negócio
- Marketing e relacionamento



4 – Lojas próprias





5 – Fortalecimento da base de lojistas

UNICASA
Móveis



- Modelo de negócios
 - Taxa de franquia;
 - Obra civil: média de R\$500,00/m² (base Porto Alegre)
 - Showroom: R\$650,00/m²*
 - Marketing inauguração
 - Fundo de mídia e royalties
 - Capital de giro



*Sem considerar eletrodomésticos e tampos em pedra (granito/mármore)



1. A Unicasa

2. 2012 – 2013

3. Ações Estratégicas

4. 2014



Frank Zietolie

Diretor Presidente

Paulo Junqueira

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Thiago Baisch

Diretor Comercial

UNICASA

Móveis

Relações com Investidores

Guilherme Possebon de Oliveira

Analista de RI

Telefone: (54) 3455-4425

E-mail: dri@unicasamoveis.com.br

Website: <http://unicasamoveis.com.br/ri>



Primeira Reunião
APIMEC-SP



2013