



# Mundial SA

## Release de Resultados

# 2T11

São Paulo, 17 de agosto de 2011 - A Mundial S.A. – Produtos de Consumo (“Mundial” ou “Companhia”) (BM&FBOVESPA: MNDL3 e MNDL4), uma empresa com mais de 115 anos de história, dos quais mais de 40 anos com ações listadas em bolsa, e atuação em três segmentos - fashion, produtos de consumo e bombas - apresenta seus resultados referentes ao 2º trimestre de 2011 (2T11) e 1º semestre de 2011 (1S11). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, estão apresentadas em Reais (R\$), e em conformidade com a legislação societária brasileira.

### Cotação

MNDL3 - (17/08/2011)  
R\$ 0,79  
MNDL4 - (17/08/2011)  
R\$ 0,65

### Audioconferência por Webcast sobre os Resultados do 2T11

18 de agosto de 2011

### Português

11h00 (horário de Brasília)

link:

<http://www.ccall.com.br/mundial/2t11.htm>

### Contatos

Michael L. Ceitlin

michael.ceitlin@mundial-sa.com.br

www.mundial-sa.com.br

Fone: (+5511) 3524-1500

Fax: (+5511) 3524-1523

Rua do Paraíso 148, 15º A.  
04103-000 São Paulo, SP  
Brasil

## Mundial registra receita bruta de R\$ 115,8 milhões no 2T11 enquanto dá continuidade ao seu plano de reestruturação

### ● ● ● MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Desde o final do ano de 2010, temos testemunhado a preocupação da autoridade monetária com a pressão inflacionária. As elevações na taxa básica de juros, que saltou de 10,75% a.a. ao final de 2010 para 12,25% a.a. no encerramento do 2T11, somadas às medidas de contenção da oferta de crédito, começam, aos poucos a mostrar os seus efeitos.

Tais medidas macroprudenciais costumam demandar tempo até que comecem a surtir os efeitos desejados, o que parece ter acontecido já no 2T11. O arrefecimento no varejo foi nítido, ainda que indicadores oficiais não tenham capturado isso de forma tão clara. E a iminência de nova crise internacional, em termos ou magnitude similar à ocorrida em 2008, contribuiu para que os varejistas recuassem o ritmo de pedidos no mercado interno.

Por outro lado, ainda percebe-se o mercado de trabalho aquecido no Brasil. A taxa de desemprego medida pelo IBGE ao final do 2T11, de 6,4%, foi a menor da série para um mês de junho. A renda real também continuou subindo: considerando os últimos 12 meses findos em junho/11, o aumento foi de 4,0%. Os indicadores, portanto, estão dando sinais dúbios quanto ao desempenho do nível de atividade econômica no decorrer dos próximos meses.

No que se refere à taxa de câmbio, esta tem um impacto negativo sobre as exportações ao passo que atenua levemente o surto no preço das *commodities* metálicas. A combinação destes fatores gerou uma pressão sobre os custos de transformação. Além destes fatores, a antecipação de dissídio no importe de 8% pressiona os custos de produção, já que a mão de obra é representativa no custo de produção.

Todavia, há que se contrapor que historicamente, o segundo semestre é, por condições sazonais, mais aquecido para a Companhia. No últimos 30 dias o cobre, um dos componentes importantes da matéria prima utilizada na divisão Fashion apresentou uma redução de preço na ordem de 8%. De outra parte, os programas de redução de custos e substituição de matérias primas prosseguem intensamente e já deverão apresentar resultados nos próximos trimestres.

A Administração tem direcionado esforços no sentido de tornar a estrutura de capital da Companhia mais eficiente e competitiva. Nesse sentido, em julho, celebramos uma operação de captação com um fundo de investimento gerido pela Yorkville Advisors, no montante de US\$ 50 milhões, em caráter de *stand by*.



Os recursos poderão ser sacados, em *tranches*, à medida que forem necessários para dar suporte à reestruturação dos negócios. Vale salientar que para dar sequência ao processo de capitalização um dos primeiros passos consiste justamente na conversão de ações preferenciais em ordinárias, consoante proposta da Administração disponibilizada nos sites da Companhia, da BM&FBOVESPA e da CVM. Com efeito, as duas primeiras tentativas de realizar a necessária Assembléia Geral Especial de Preferencialistas (AGESP) para deliberação desta matéria não contaram com quorum mínimo necessário para deliberação que é 50% das ações preferências mais uma. Diante da ausência de quórum, em razão da grande dispersão acionária das ações preferenciais, a Companhia protocolou pedido de redução de quorum junto à CVM no dia 08.08.2011, restando agora aguardar o pronunciamento deste órgão para que possa ser feita a 3ª convocação para a AGESP com quorum reduzido a fim de obter as condições necessárias à aprovação da matéria em questão. Só então a Companhia poderá prosseguir nos trâmites necessários à migração para o Novo Mercado e assim dar início ao seu processo de capitalização.

Outro caminho trilhado, de importância fundamental para os nossos planos, é o processo de aceleração da amortização da dívida fiscal.

Adicionalmente, a despeito de qualquer eventual boato ou polêmica no mercado, a Companhia segue firme com os seus propósitos de listagem no Novo Mercado e de aproximação com a comunidade investidora, prezando pelo relacionamento transparente e igualitário.

### ● ● ● Principais Indicadores

R\$ mil	2T10 (a)	1T11 (b)	2T11 (c)	Variação	
				(c) / (a)	(c) / (b)
Receita Bruta	135.230	122.722	<b>115.789</b>	-14,4%	-5,6%
Receita Líquida	100.714	95.590	<b>82.668</b>	-17,9%	-13,5%
Lucro Bruto	36.645	28.858	<b>27.290</b>	-25,5%	-5,4%
Margem bruta (%)	36,4%	30,2%	<b>33,0%</b>	(3,4 p.p.)	2,8 p.p.
Ebit – Resultado Operacional	13.469	4.272	<b>3.328</b>	-75,3%	-22,1%
Ebitda	17.049	7.812	<b>6.695</b>	-60,7%	-14,3%
Margem Ebitda (%)	16,9%	8,2%	<b>8,1%</b>	(8,8 p.p.)	(0,1 p.p.)
Lucro (Prejuízo) Líquido	1.484	(6.185)	<b>(9.673)</b>	NA	56,4%
Margem Líquida (%)	1,5%	(6,5%)	<b>(11,7%)</b>	(13,2 p.p.)	(5,2 p.p.)
Dívida Bruta	154.738	204.456	<b>207.482</b>	(34,1%)	1,5%

R\$ mil	1S10	1S11	Var.
Receita Bruta	231.592	<b>238.511</b>	3,0%
Receita Líquida	173.033	<b>178.258</b>	3,0%
Lucro Bruto	57.759	<b>56.148</b>	-2,8%
Margem bruta (%)	33,4%	<b>31,5%</b>	(1,9 p.p.)
Ebit – Resultado Operacional	15.621	<b>7.600</b>	-51,3%
Ebitda	22.314	<b>14.507</b>	-35%
Margem Ebitda (%)	12,9%	<b>8,1%</b>	(4,8 p.p.)
Lucro (Prejuízo) Líquido	-2.385	<b>-15.858</b>	NA
Margem Líquida (%)	-1,4%	<b>-8,9%</b>	NA
Dívida Bruta	154.734	<b>207.482</b>	-34,1%



### ● ● ● Desempenho Operacional

O 2T11 trouxe novos desafios mercadológicos para o varejo e, conseqüentemente, para a própria Companhia. De forma geral, era esperado que o varejo recuasse em seu ritmo de crescimento, assumindo patamar de evolução mais sustentável no longo prazo. No entanto, muito em função das medidas macroprudenciais colocadas em práticas pela autoridade monetária com o objetivo de combater a pressão inflacionária, esse arrefecimento foi maior do que o esperado. O que se percebeu nos varejistas ao longo do 2T11, foi o aumento do conservadorismo e forte redução do nível de estoques, com o receio de colocação de novos pedidos para a indústria. O setor varejista esteve, durante o trimestre, como em compasso de espera, em avaliação de como se comportará o mercado no momento seguinte.

Com a iminência de uma nova crise - a partir do agravamento da situação fiscal de países periféricos na Europa e da disputa política nos EUA em torno do aumento do limite de endividamento daquele país -, somada à recente experiência com a crise de 2008, a cautela parece ter sido a palavra de ordem. Assim, houve significativo recuo na colocação de pedidos por parte dos lojistas.

Os produtos da Companhia encontram no mercado interno seu principal consumidor. As exportações representam não mais do que 10% do faturamento total da Companhia. De tal modo, o impacto da conjuntura doméstica no volume de vendas foi inevitável nos três segmentos: Produtos de consumo, *Fashion* e Bombas.

#### PRODUTOS DE CONSUMO

São produtos direcionados para a linha de cuidados pessoais e culinária, de uso profissional e doméstico, como por exemplo: tesouras, alicates para cutículas e unhas, cortadores, pinças, facas, talheres, baixelas e utensílios domésticos. Fazem parte deste segmento os esmaltes e cremes da marca Impala. As medidas macroprudenciais acima citadas tiveram impacto maior no segmento de esmaltes, obrigando a Companhia a tomar drásticas medidas de contenção. Apesar de diversas iniciativas em andamento (Varejo USA) para incrementar a relevância da exportação, estas ainda não produziram os resultados esperados, mas permitem depreender que a estratégia é acertada e que poderá produzir bons resultados, à despeito da desvalorização contínua do dólar.



#### FASHION

Este segmento é responsável pela industrialização e comercialização de enfeites metálicos para indústrias de confecção e calçados, destinados ao adorno, customização e diferenciação dos mais diversos segmentos do vestuário. A estratégia de lançar coleções mais frequentes segmentando-as para os mercados moda e consumo de massa tem se revelado acertada. Os produtos sem marca produzidos em larga escala voltados para o segmento de Jeans de massa tem ganhado participação sem canibalizar as linhas mais nobres, retomando assim parte do mercado antes suprido com produtos importados.





### BOMBAS

O segmento de bombas compreende a comercialização das bombas Syllent, a primeira moto bomba silenciosa do mundo. São linhas de bombas de movimentação de água com aplicação em hidromassagens e rede hidráulica.



### ● ● ● Desempenho Econômico-Financeiro

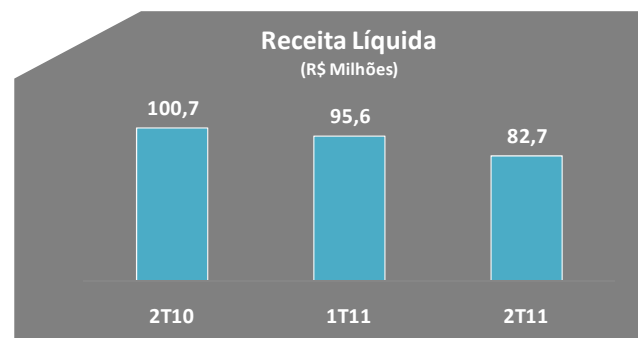
Em face o cenário setorial mais conservador devido às incertezas no ambiente macroeconômico, a Companhia prosseguiu focada em sua estratégia. A Companhia vem passando por uma transformação tanto no tocante à gestão como no seu relacionamento com o mercado de capitais. Algumas destas ações já foram colocadas em prática enquanto outras estão em andamento, e ainda há aquelas reservadas para um futuro próximo.

Em termos operacionais, a Companhia passou a ter foco em suas marcas, com atuação direcionada para nichos específicos de alta diferenciação e customização. Outro ponto importante no projeto de reestruturação dos negócios é o programa de redução de custos e despesas, com o objetivo de obter ganhos de margens ao longo do ano. A amortização acelerada da dívida fiscal é um dos pontos mais relevantes dessa nova postura na gestão. O processo envolve a alienação de imóveis de maior valor da Companhia e não relacionados às suas atividades fim, com o objetivo de gerar caixa para amortizar seus compromissos fiscais o que, como consequência, também levava à diminuição das despesas financeiras.

Também no sentido de buscar a melhor estrutura de capital, a Companhia tem anunciado sua intenção de captação de até US\$ 100 milhões em Eurobônus, operação que poderá alongar o perfil de sua dívida e fornecer suporte para sua expansão. Como fato subsequente ao 2T11, em julho, a Companhia assinou um "Stand-by Equity Distribution Agreement" com o fundo YA Global Investments BR, LLC no valor de US\$ 50 milhões. Tal operação nada mais é do que um compromisso firme de que o fundo subscreva ações da Companhia, em *tranches*, no período de até dois anos. A operação está alinhada com a estratégia de reforçar a base acionária e promover a dispersão acionária, além de contribuir para a otimização da estrutura de capital da Companhia. Tão logo a AGE de Preferencialistas aprove a proposta de migração para o Novo Mercado, será possível iniciar o processo de capitalização

### Receita Líquida

A receita líquida no 2T11 alcançou R\$ 82,7 milhões, 13,5% a menos do que o registrado no 1T11, R\$ 95,6 milhões. Considerando as receitas com os segmentos Fashion, Produtos de Consumo e Bombas, o mercado interno contribuiu com 91,0% da receita líquida total, enquanto o mercado internacional com os 9,0% restante. No 1T11, essa composição atingiu 92,5% e 7,5%, respectivamente.





O receio do varejo em colocar novos pedidos, tendo em vista os riscos de uma nova crise e as medidas da autoridade monetária para reduzir o consumo e a oferta de crédito, prejudicou o desempenho da Companhia no trimestre, levando à redução de suas vendas no período. O fato explica a redução de 13,5% na receita líquida total, ante o trimestre anterior.

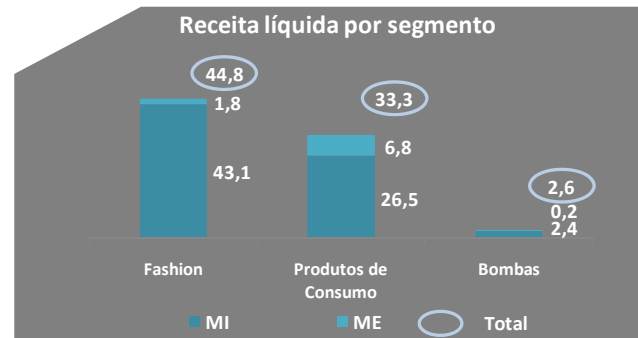
A maior contribuição para a receita líquida veio do segmento Fashion, R\$ 44,8 milhões no 2T11 ou 54,3% da receita líquida total ante R\$ 45,0 milhões no 1T11.

O segmento Produtos de Consumo obteve receita líquida de R\$ 33,3 milhões, 40,3% da receita líquida total e 20,6% inferior ao registrado no trimestre imediatamente anterior. A razão para tal redução se explica pelo fato deste segmento ser o que mais sente os efeitos na variação do humor no varejo, respondendo de imediato à redução no consumo. Proporcionalmente, este segmento é também o que mais possui participação do mercado externo, 20,4% e, conseqüentemente, o primeiro a absorver eventuais oscilações na atividade econômica internacional. Adicionalmente, os resultados das vendas externas, quando contabilizadas em reais, sofrem o efeito negativo da valorização da moeda nacional. O aspecto do câmbio tem também levado à redução da competitividade do produto no mercado internacional, pressionando as vendas e impossibilitando reajustes do preço de vendas.

Já o segmento de Bombas participou com 3,2% da receita total, contribuindo com R\$ 2,6 milhões.

Na comparação com o mesmo período de 2010, ou seja, com o 2T10, a receita líquida apresentou recuo de 17,9%.

Considerando o acumulado no ano, a Companhia apresentou crescimento de 3,0% na receita bruta que totalizou R\$ 238,5 milhões ante R\$ 231,6 no 1S10. A evolução foi obtida com o bom desempenho da Companhia no 1T11.

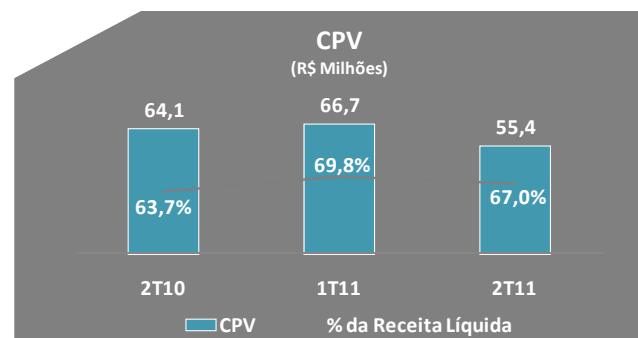


### CPV

No 2T11, o custo dos produtos vendidos somou R\$ 55,4 milhões, o que representa redução de 17,0% ante o 1T11. No trimestre, a redução no CPV foi proporcionalmente maior do que a redução na receita líquida, com sua participação atingindo 67,0% da mesma no 2T11, ante 69,8% no trimestre imediatamente anterior.

A Companhia tem investido no sentido de melhorar sua estrutura de custos, com a revisitação de processos e avanços em termos de produtividade. Isso explica a redução dos custos em relação ao 1T11, ainda que a Companhia tenha enfrentado pressão no preço de algumas matérias primas no período. Com o recente aquecimento do nível de atividade econômica no País, além da alta no preço de algumas *commodities* no mercado mundial – como certos metais utilizados como ligas em aços especiais -, alguns itens que compõem o CPV da Companhia começaram a ter constantes reajustes. Adicionalmente, a diminuição do nível de desemprego vem contribuindo para que haja pressão também no custo da mão de obra, item relevante na estrutura de custos da Companhia. Adicionalmente, em maio, foi aplicado dissídio coletivo na importância de 8%.

Tais aumentos ainda não foram repassados ao preço de venda, uma vez que a Companhia já trabalhou no 2T11 com a hipótese de arrefecimento da demanda por parte dos varejistas. Considerando a conjuntura do





setor, o aumento dos preços de venda poderiam levar, portanto, à redução ainda mais forte de suas vendas no trimestre.

Já no 2T10, ainda que o CPV de R\$ 64,1 milhões seja superior em valor absoluto ao registrado no mesmo período de 2011, sua participação na receita foi de 63,7%, ou 3,3 p.p. inferior. Contribuiu para o desempenho o momento de forte alta no nível de atividade econômica e, portanto, também do consumo naquele período, com alta da receita da Companhia e consequente maior diluição dos custos fixos.

### Lucro Bruto e Margem Bruta

A Companhia alcançou lucro bruto de R\$ 27,3 milhões no 2T11, com margem bruta de 33,0%. Com a menor incidência de receita, dado ao enfraquecimento das compras por parte de varejistas, o lucro bruto recuou R\$ 1,6 milhão ou 5,5% na comparação com o trimestre imediatamente anterior. Em compensação, no mesmo período houve ganho de 2,8 p.p. na margem bruta em razão da menor participação do CPV na receita líquida.

Na comparação com o mesmo trimestre de 2010, o lucro bruto do 2T11 foi menor em 25,5% e a margem bruta recuou 3,4 p.p. A involução entre os períodos é explicada pela diferença na receita líquida, já que no 2T10 ela foi de R\$ 135,2 milhões, proporcionando ganhos de escala que permitiram a maior diluição dos custos e, portanto, o melhor desempenho do lucro bruto naquele período.

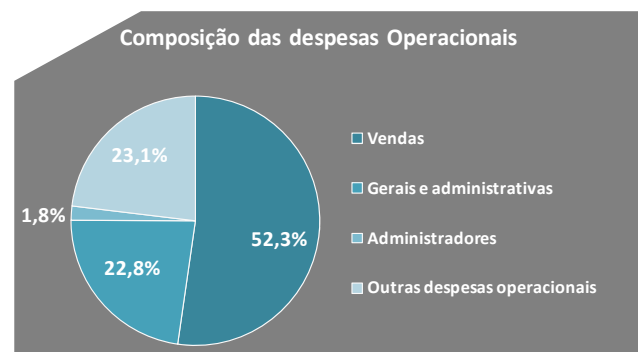
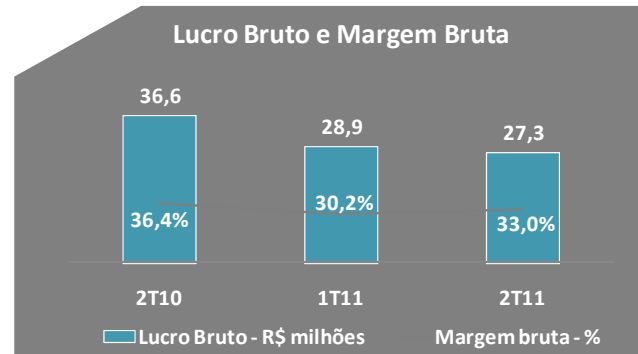
Nos seis primeiros meses de 2011, o lucro bruto somou R\$ 56,1 milhões ante 57,8 milhões no 1S10.

### Despesas Operacionais

No 2T11, as despesas operacionais totalizaram R\$ 30,6 milhões, 24,0% superior ao registrado no 1T11, R\$ 24,7 milhões. O desempenho se deve, principalmente, ao aumento na conta Outras Receitas/Despesas Operacionais que saltou de R\$ 0,5 milhão no 1T11 para R\$ 7,1 milhões no 2T11. A maior parte deste aumento, R\$ 5,6 milhões, refere-se a baixa de reconhecimentos tributários cuja probabilidade de ganho foi reconhecida como remota pelo jurídico da Companhia. Tal despesa foi um evento não recorrente.

As despesas com vendas foram de R\$ 16,0 milhões no trimestre, ante R\$ 16,7 milhões no 1T11. A redução de 4,2% foi provocada pelas menores despesas com fretes, em função da redução do volume de vendas no período.

As despesas gerais e administrativas, que somaram R\$ 6,8 milhões no trimestre passado, atingiram R\$ 7,0 milhões no 2T11, alta de 2,9%. A conta Remuneração dos Administradores não teve, no período, variações significativas.

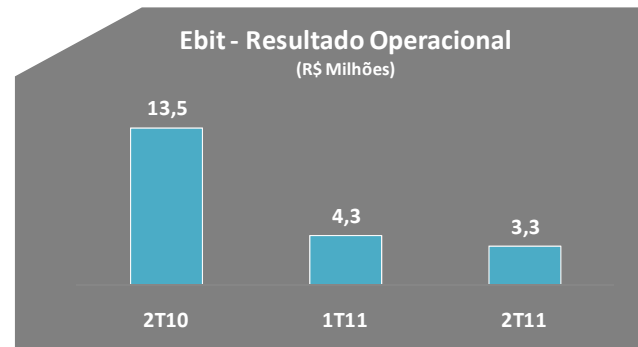




### EBIT – Resultado Operacional

O Ebit do 2T11 e 1S11, leva em consideração o impacto de reclassificação de despesas operacionais, não caixa, no valor de R\$ 6,6 milhões.

Com a deterioração do cenário setorial, menos demandante dos seus produtos, o resultado operacional da Companhia, medido pelo Ebit, somou R\$ 3,3 milhões. O desempenho ficou abaixo dos montantes registrados no 1T11 e 2T10, de R\$ 4,3 milhões e R\$ 13,5 milhões, respectivamente. No 1S11, o Ebit alcançou R\$ 7,6 milhões ante R\$ 15,6 milhões, recuo provocado pelo menor desempenho ao longo do 2T11.



### Resultado Financeiro

As receitas financeiras, ao longo do 2T11, totalizaram R\$ 8,2 milhões, ante R\$ 11,0 milhões no 1T11. No mesmo trimestre do ano anterior, havia sido registrada receita de R\$ 6,4 milhões. A conta se refere às receitas obtidas em operação com parte relacionada, no caso, com a controlada Hercules. Tal receita é corrigida pelo IPCA + 6% a.a., de forma que as variações nos montantes registrados nos períodos mencionados estão oscilam em razão da evolução do índice de inflação em questão.

Já as despesas financeiras somaram R\$ 13,3 milhões no 2T11, valor 34,8% inferior aos R\$ 20,4 milhões do trimestre imediatamente anterior. Contemplam despesas com empréstimos tomados para financiamento de capital de giro e o pagamento de juros referentes a debêntures não conversíveis emitidas pela Companhia em 16 de março de 2006. Os valores registrados a título de Outras Despesas Financeiras são referentes aos juros pagos sobre impostos devidos. A parcela correspondente às despesas financeira de giro foi de R\$ 12,3 milhões no 2T11 e de R\$ 9,8 milhões no 1T11. O acréscimo de 25,5% no trimestre é explicado pelos novos contratos de empréstimos e financiamentos firmados pela Companhia no decorrer do período, além do aumento da taxa de juros média e do aumento do spread para operações bancárias em função das incertezas econômicas. A Companhia, em sua estrutura atual de capital, privilegia o capital de terceiros, porém, já iniciou diversas ações no sentido de fortalecer sua base de acionistas. Entre elas, está a aproximação da Companhia com o mercado de capitais que possibilitou maior dispersão da base acionária e contribui para a negociação do contrato de subscrição assinado com YA Global Investments BR, LLC. Entre suas fontes atuais de financiamento, figuram sólidas instituições financeiras, reconhecidas pelo mercado como de “primeira linha”.

A parcela que congrega as despesas com juros sobre impostos devidos somou R\$ 0,9 milhão, ante os R\$ 10,7 milhões do trimestre anterior. A redução é explicada pela atualização do passivo fiscal, já que no período ocorreu prescrição de parte dessa dívida que, em sua contrapartida, representou impacto positivo não recorrente de cerca de R\$ 8,0 milhões nas despesas financeiras. Como parte do novo posicionamento estratégico da Companhia, está prevista a amortização acelerada de sua dívida fiscal, bem como a otimização da estrutura de capital. Esses dois planos, quando efetivados, darão a estabilidade financeira necessária para a Companhia financiar sua expansão.

Com isso, no 2T11, o resultado financeiro líquido da Companhia foi uma despesa de R\$ 5,1 milhões ante saldo também de despesa líquida no montante de R\$ 9,5 milhões no trimestre imediatamente anterior. No 2T10, o resultado financeiro líquido havia sido despesa de R\$ 11,5 milhões.

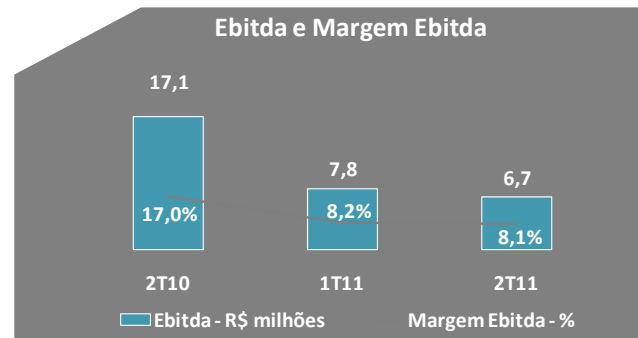


### EBITDA

O Ebitda do 2T11 e 1S11, leva em consideração o impacto de reclassificação de despesas operacionais, não caixa, no valor de R\$ 6,6 milhões.

No 2T11, o Ebitda foi um resultado positivo de R\$ 6,7 milhões, com margem Ebitda de 8,1%. Contribuiu para o desempenho o reconhecimento de despesa não recorrente em Outras Despesas Operacionais e o mercado varejista mais conservador durante o 2T11. Historicamente, tanto para o comércio varejista como para a Companhia, o segundo semestre é, sazonalmente, melhor do que o primeiro semestre.

Nesse sentido, os esforços da Companhia voltam-se para lançamentos e inovações que visam capturar tais oportunidades ao longo dos próximos trimestres. Entretanto, as incertezas macroeconômicas poderão (ou não) contribuir para que o cenário vindouro não seja tão promissor em termos mercadológicos.

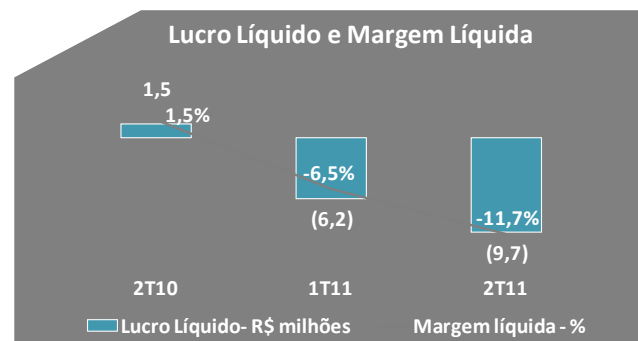


### Lucro (Prejuízo) Líquido

A Companhia obteve, ao final do 2T11, resultado líquido negativo de R\$ 9,7 milhões e margem líquida negativa de 11,7%. O desempenho é resultado do menor volume de vendas, causada pelo arrefecimento momentâneo da demanda por parte dos varejistas e, principalmente, pelo aumento nas despesas de juros sobre impostos devidos.

No 1S11, o resultado líquido foi um prejuízo de R\$ 15,9 milhões.

A Companhia, conforme tem comunicado de forma recorrente ao mercado, tem empregado esforços no sentido de acelerar a amortização do seu passivo fiscal, o que irá contribuir positivamente para a sua saúde financeira e, assim, também para seu resultado líquido.



### Endividamento

O endividamento bruto da Companhia, incluindo debêntures, somou R\$ 207,5 milhões ao final do 2T11, ante R\$ 154,7 milhões na mesma data em 2010 e R\$ 204,5 milhões no encerramento do 1T11. As disponibilidades, por sua vez, totalizaram R\$ 7,2 milhões em 30 de junho de 2011, o que resulta em dívida líquida de R\$ 200,3 milhões.

### Investimento

A Companhia investiu em ampliação de capacidade durante o ano de 2010 e manteve os planos de continuar com investimentos durante o exercício de 2011. A Companhia pretende incrementar a presença em Personal Care por meio do lançamento de novos produtos bem como do fortalecimento da presença em pontos de venda em ações de *trade marketing*. Além disso, a Companhia irá consolidar a distribuição da marca Impala em conjunto com a marca Mundial e desta forma incrementar a participação no segmento de cuidados de pés e mãos.





No último trimestre de 2010, a Companhia iniciou a operação de varejo no mercado norte-americano, estabelecendo inicialmente no sul da Florida redes de quiosques para venda dos produtos da divisão de Personal Care, instalados nos principais *shoppings centers* de Miami e Fort Lauderdale.

Os investimentos da Companhia também visam fortalecer a liderança em Fashion Fasteners com novas linhas de produtos voltadas para os mais diversos segmentos de confecção, com ênfase na elevada capacidade de customização de produtos. Além disso, a Companhia pretende expandir a exportação a partir da Companhia Ásia, em Hong Kong, de forma a incrementar a presença das marcas em mercados competitivos tais como USA, Europa, Ásia, e alguns países da América Latina.

Os investimentos totalizaram R\$ 5,3 milhões no 2T11, acumulando o montante de R\$ 10,1 milhões nos seis primeiros meses de 2011.

A Mundial S.A. – Produtos de Consumo (“Mundial” ou “Companhia”) (BM&FBOVESPA: MNDL3 e MNDL4), é uma empresa com mais de 115 anos de história, dos quais mais de 40 anos com ações listadas em bolsa, e atuação em três segmentos - fashion, produtos de consumo e bombas e com filiais nos EUA, Hong Kong e Argentina.

As demonstrações financeiras auditadas estão disponíveis no site da Companhia, da CVM e da BM&FBOVESPA.