TRANSCRIÇÃO DA TELECONFERÊNCIA DA MARCOPOLO SOBRE OS RESULTADOS DO 1T08
20 de maio de 2008

Operadora: Bom dia. Obrigada por aguardarem. Esta é a teleconferência da Marcopolo. Todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde será aberta a sessão de perguntas e respostas, quando serão dadas as instruções para vocês participarem. Caso seja necessária a ajuda de um operador durante a teleconferência, basta teclar “asterisco zero”. Cabe lembrar que esta teleconferência está sendo gravada.

Agora, gostaria de passar a palavra à Srta. Daniela Ueda, da Financial Investor Relations Brasil. Por favor, Srta. Daniela, pode prosseguir.

Srta. Daniela Ueda: Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência da Marcopolo em que serão discutidos os resultados do primeiro trimestre de 2008.

Antes de prosseguir, esclareço que eventuais declarações feitas durante esta teleconferência sobre as perspectivas dos negócios da Companhia, projeções e metas operacionais e financeiras sobre seu potencial de crescimento são previsões baseadas nas expectativas da Administração em relação ao futuro da Marcopolo. Estas expectativas são altamente dependentes das condições do mercado interno, do desempenho econômico geral do País e dos mercados internacionais. Portanto, estão sujeitas a mudanças.

Esta teleconferência está sendo transmitida simultaneamente pelo site de RI da Marcopolo, www.marcopolo.com.br, onde está disponível também a apresentação.

Conosco hoje em Caxias do Sul estão os senhores José Rubens de la Rosa, Diretor Geral, Carlos Zignani, Diretor de Relações com Investidores, José Antonio Valiati, Diretor de Controladoria e Finanças, e João Luiz Borsoi, Gerente de Relações com Investidores.

Inicialmente, o Sr. Zignani fará comentários sobre o desempenho da Marcopolo e principais eventos durante o primeiro trimestre de 2008. Depois os executivos responderão às eventuais perguntas.

Agora, passo a palavra ao Sr. Carlos Zignani.

Sr. Carlos Zignani: Bom dia senhoras e senhores. É com muita satisfação que estamos novamente em contato com nossos investidores, no sentido, desta vez, de apresentar os resultados relativos ao primeiro trimestre de 2008.

A nossa apresentação se resume em três grandes itens, em que nós apresentaremos os resultados operacionais. Nosso Diretor Geral, José

Rubens de la Rosa, apresentará cenários e visão para o segundo semestre de 2008 e haverá uma terceira parte, em que nós teremos um momento de perguntas e respostas.

Passamos de imediato aos nossos destaques do primeiro trimestre de 2008, na tela número 3. Apresentamos como destaques positivos a produção destinada ao mercado interno, que cresceu 44,1% sobre o primeiro trimestre de 2007. Na receita líquida destinada ao mercado interno, houve um crescimento de 33,2% sobre o primeiro trimestre de 2007. O lucro bruto apresentou um crescimento de 20,3% sobre o primeiro trimestre também. O lucro líquido teve um crescimento de 17,4% sobre o primeiro trimestre de 2007. O market share no primeiro trimestre atingiu 41%, com destaque para o setor de rodoviários, em que nós tivemos no primeiro trimestre uma participação de mercado de 63,8%. Na margem do EBITDA ajustado houve um crescimento de 25,8% sobre o primeiro trimestre de 2007. Esses são os destaques do primeiro trimestre de 2008.

Quanto ao desempenho operacional, solicitamos que passem à tela número 5, onde nós apresentamos a produção do primeiro trimestre de 2008, que atingiu 4.761 mil unidades contra 3.4 mil no primeiro trimestre de 2007, um crescimento de 40% em relação ao primeiro trimestre. Destaco também que, dessas 4.761 mil unidades, 59% se destinaram ao mercado interno e 41% ao mercado externo. No lado direito, apresentamos um breakdown da produção do primeiro trimestre de 2008. Um destaque nesse trimestre foi a produção de urbanos, que atingiu 44,8% do total. Nos demais segmentos, os números estão apresentados: 22,4% nos rodoviários, 22,3% no Volare, 10,2% nos micros e 0,3% nos minis.

Na tela número 6, abrimos e mostramos o desempenho da receita líquida no primeiro trimestre de 2008, que alcançou R$ 462,3 milhões, um crescimento de 10,4% em relação ao primeiro trimestre de 2007. Destaco também que 62% da receita vêm do mercado interno e 38% do mercado externo. Ressaltamos que as receitas no mercado externo estão gradativamente diminuindo e nós percebemos na comparação também com os exercícios de 2006, quando tínhamos 47% da receita vindo do mercado externo, e 2007 com 42%, e a previsão para esse ano de 2008 é de 39%, sendo que no primeiro trimestre alcançou só 38%.

Também no lado direito, apresentamos um gráfico de pizzas do primeiro trimestre, onde nós abrimos as receitas por produtos, sendo que 32,3% da receita vêm de rodoviários, 30,3% de urbanos, o terceiro grande produto da Marcopolo, que é o Volare, com 21,2%, e, os demais, em menor escala.

Na tela número 7, mostramos no gráfico de colunas à esquerda o market share da Marcopolo, que atingiu 41% no primeiro trimestre de 2008, um crescimento de 6,5 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre de 2007. Estamos dentro das previsões nossas de ter uma participação de mercado entre 40% e 42%, 43%. No primeiro trimestre, então, tivemos uma boa participação de mercado, crescendo substancialmente em relação ao primeiro trimestre de 2007.

No gráfico à direita mostramos o lucro e a margem bruta. No trimestre, alcançamos um lucro bruto de R$ 85,8 milhões, um crescimento de 20,3% sobre o primeiro trimestre de 2007. A margem bruta no trimestre cresceu de 17% para 18,6% no primeiro trimestre, também fruto de medidas que estão sendo tomadas pela administração, no sentido de melhorar o nosso desempenho operacional.

Na tela número 8, no gráfico à esquerda, mostramos o lucro e a margem líquida. O lucro líquido atingiu R$ 28,4 milhões contra R$ 24,2 milhões no primeiro trimestre de 2007, um crescimento de 17,4%. E a margem líquida cresceu de 5,8% para 6,1% no primeiro trimestre, também fruto de ações que estão sendo tomadas no sentido de melhoria da margem bruta e também da margem líquida.

No gráfico à direita, temos o EBITDA ajustado e a margem. O EBITDA ajustado alcançou R$ 54,6 milhões no primeiro trimestre, contra R$ 43,4 milhões no primeiro trimestre de 2007, um crescimento de 25,8%. A margem de EBITDA cresceu de 10,4% para 11,8% no primeiro trimestre de 2008.

Na tela número 9, no gráfico à esquerda, apresentamos os investimentos realizados no primeiro trimestre, que alcançaram R$ 40,4 milhões. Para o exercício de 2008, nós estamos prevendo alcançar R$ 95 milhões de investimentos – desses, R$ 50 milhões no Brasil e R$ 45 milhões em controladas no exterior, principalmente na Índia, o investimento da nova fábrica de Dharwad e alguns investimentos residuais na Rússia. No Brasil, esses investimentos concentram-se nas Plantas de Ana Rech, Planalto e na Ciferal do Rio de Janeiro, onde nós estamos modernizando equipamentos no sentido de melhorar a nossa produtividade.

No gráfico à direita, nós temos o endividamento financeiro líquido da companhia, que, no primeiro trimestre, alcançou R$ 423,7 milhões – desses, R$ 237 milhões vêm do segmento financeiro, isto é, do Banco Moneo, que realiza financiamentos aos nossos clientes e, em função disso, toma recursos do BNDES, repassa ao mercado, crescendo, com isso, a dívida e os ativos, principalmente em contas a receber de clientes.

No segmento industrial, nós temos R$ 186,7 milhões de endividamento, um crescimento ao redor de R$ 42 milhões em relação ao quarto trimestre de 2007. Esse crescimento do endividamento do setor financeiro tem a ver com investimentos ao redor de R$ 23 milhões realizados na Metalpar da Argentina e também ao pagamento de juros e dividendos lançados e pagos, agora no final de março deste ano, no montante ao redor de R$ 75 milhões. De qualquer forma, nós consideramos baixo o endividamento do segmento industrial, em função de que isso corresponde a 0,8%, 0,85% do EBITDA projetado para o ano de 2008. Nesse sentido, então, ainda entendemos que o endividamento do segmento industrial é baixo.

Na tela número 10, apresentamos o desempenho operacional do primeiro trimestre comparado com o primeiro trimestre de 2007. Nós vemos na coluna à direita as variações – praticamente todas são positivas – e espelhando com

isso melhor desempenho em relação ao ano anterior. Oportunamente, os senhores poderão analisar com mais calma esses números.

Quanto ao mercado de capitais, solicitamos passar para a tela número 12, onde nós mostramos uma tela em que a Marcopolo mostra que nós somos bons pagadores de dividendos, tendo, no último exercício, em 2007, pago 57,6% do lucro líquido pago a título de dividendos ou juros sobre capital próprio. E, nos últimos cinco anos, o pay out médio de dividendos e juros sobre capital próprio é de 49,5% do lucro.

Na tela número 13, no gráfico à esquerda, estamos mostrando a melhoria que está ocorrendo na liquidez, na negociação e na valorização da Marcopolo no último triênio. Na parte de número de transações e ações negociadas, nós verificamos um crescimento de 2,9 vezes a quantidade de negócios realizados com ações da Marcopolo. É um crescimento de 40% no número de ações transacionadas no primeiro trimestre de 2008 em relação ao primeiro trimestre de 2007.

No gráfico à direita, em valor transacionado, em valor de mercado, verificamos um crescimento de 52,5% no valor transacionado com ações da Marcopolo no primeiro trimestre de 2008 em relação ao primeiro trimestre de 2007.

Quanto ao valor de mercado da companhia, no primeiro trimestre de 2008 tivemos uma desvalorização de 8%. Entretanto, se considerarmos o preço da ação da Marcopolo, cotada ontem a R$ 8, o valor de mercado da companhia passaria a R$ 1,793 bilhão, um crescimento de 28% em relação ao primeiro trimestre de 2007, mostrando, então, uma boa recuperação do valor da companhia. Nesses últimos 30 dias, 45 dias, houve melhor desempenho das ações da Marcopolo na Bolsa de Valores.

Na parte de perspectivas e estratégias, o nosso Diretor Geral, José Rubens, irá apresentar então os cenários e a visão para o segundo semestre de 2008.

Passo a palavra então ao nosso Diretor Geral, para que faça seu pronunciamento. Obrigado.

Sr. José Rubens de la Rosa: Bom dia a todos. Eu começaria comentando acerca dos cenários e que os fatores positivos que levaram à melhoria da movimentação e das vendas da Marcopolo no mercado nacional – e diria até no mercado latino-americano como um todo – persistem. O volume de passageiros segue subindo, o volume de empregos segue subindo e impactando as necessidades do transporte por meio do fretamento. O turismo também segue subindo, tanto no Brasil, quanto nos países aos quais a gente serve por meio da exportação aqui do Brasil. E até mesmo as características de BNDES, FINAME, seguem normais, eu diria, no último patamar, o que significa que nós seguimos contando com o FINAME nos prazos em questão. E diria, até fruto da reunião do novo projeto de desenvolvimento industrial, existe, no plano de trabalho do BNDES, a análise de um incentivo no prazo e diminuição de taxas de juros, o que deve incentivar ainda mais o processo de

renovação. Em resumo, tanto para o mercado interno, quanto para o mercado externo, as perspectivas são bastante boas, bastante animadoras.

No segmento do Volare, eu gostaria de relembrar que nós estamos participando do projeto “Caminho da Escola”, uma iniciativa louvável e muito positiva para o Brasil como um todo, em especial para os fornecedores, obviamente também, no sentido de fornecer veículos para transporte escolar em todo Brasil. Nós já participamos de licitações por cerca de 2.7 mil unidades, ganhamos 1.9 mil dessas 2.7 mil unidades licitadas, que serão atendidas preponderantemente pela nossa unidade Volare. É um projeto bastante interessante.

A demanda das municipalidades foi de cerca de seis mil unidades e o governo liberou apenas 2.7 mil no primeiro pacote. São previstas ainda para esse semestre novas licitações, que melhorariam ainda mais a demanda e o atendimento da Marcopolo neste segmento. Então, o Caminho da Escola reforçaria ainda mais essa demanda de mercado interno brasileiro.

O mercado latino-americano, de forma geral, está bastante aquecido. O México está com perspectivas também de crescimento e positivas. O mercado da África do Sul, impactado pela Copa do Mundo, começa a comprar em níveis ainda sem precedentes com o seu histórico. Já o mercado europeu segue normal. Os demais mercados, eu diria que a Colômbia também segue em um ritmo bom. De forma geral, estão de natural, ou normal para melhor.

Em função desse contexto, a Marcopolo alterou o guidance para 2008 e a gente publicou, junto com os resultados do trimestre, a nossa visão de que a receita líquida deveria ser estimada ou projetada para R$ 2,4 bilhões, enquanto a produção estimada neste momento é de 21 mil unidades, um crescimento da receita de 12,7% sobre o ano anterior, e na produção de 17,9% sobre o ano anterior, ligados a esses aspectos positivos que eu acabei de mencionar.

Mencionaria, ainda, outras questões. É importante ressaltar e dar conhecimento aos senhores sobre o sistema “NUCLEUS/SAP”. A Marcopolo necessita de um software, de um sistema de informática que permita manejar a empresa como um todo, considerando todas as suas unidades pelo mundo afora, e optou pelo sistema do SAP. Está enfrentando dificuldades muito grandes, até acima do que esperava, e a nossa perspectiva é a estabilização do sistema e voltar ao nível de dados anterior, ou seja, o nível de dados padrão que tínhamos, digamos, no terceiro trimestre. Esperamos já no próximo fechamento estarmos ainda melhor em nível de dados e de informações, e em 30/9, que seria o fechamento de setembro, a gente ter atingido o estágio operacional anterior. Essas são as nossas metas no que tange ao SAP.

Uma pergunta importante que eu já adianto seria sobre inflação. Obviamente, essa é uma importante questão, um problema relevante na nossa gestão. Há importantes impactos sendo esperados e eu gostaria de esclarecer que o nosso sistema de trabalho passa por fazer projeções mensais de crescimento dos diversos insumos, um a um, e, com base nisso, a gente tem uma visão de que a cada mês passa a visão de cenário de um ano para frente, com as inflações de materiais colocadas, e estes ajustes, com mais os ajustes de mão-de-obra, dão base para os reajustes de preço de venda.

Nossa meta, objetivamente, é manter os preços de venda minimamente ajustados aos aumentos de custos e eu posso dizer que, em função disso, nós já temos e lançamos há questão de 10 dias, uma nova tabela de preços, tanto para mercado interno, quanto para mercado externo, já de 6%, já para contemplar o que estamos visualizando de ajustes ou de aumentos de custos para os próximos três meses. Novos reajustes, seguramente, virão, porque esses números não são definitivos para o ano, são só para um período menor.

Eu gostaria também de ressaltar que nós fizemos um Road Show há questão de vinte dias em Nova York e, nesse Road Show, a gente acabou colocando no site de RI da Marcopolo, na parte de apresentações, um capitulo chamado de “Non-Deal Road Show”, onde a Marcopolo colocou o guidance, a sua visão mais atualizada sobre os nossos projetos da Rússia e da Índia. Esses números lá estão para disponibilizar aos senhores. Eu vou adiantar os principais: seriam para a Rússia, um faturamento de US$ 48 milhões para 2008, chegando a US$ 183 milhões em 2012, com cerca de 2.070 mil unidades em 2012. Já para a Índia, o projeto prevê faturamento de US$ 40 milhões esse ano, com cerca de 3.4 mil unidades, e cerca de US$ 360 milhões de faturamento em 2012, para cerca de 27 mil unidades vendidas.

Outro tema a abordar, a esclarecer, é questão das medidas do governo, que eu já falei rapidamente há pouco. Eu gostaria de enfatizar que o BNDES será um importante colaborador nesse processo – nós vemos que financiamentos a taxas menores e prazos mais longos fazem parte do contexto e deverá beneficiar colocando, propiciando um capital de giro mais competitivo à empresa. Nós temos uma enorme expectativa no Fundo Soberano, principalmente porque seria uma forma importante de geração de caixa para a nossa expansão internacional, comentarei adiante que nossos desejos de expansão internacional e nossos planos seguem fortes. Obviamente, o Fundo Soberano também tem, e é um dos objetivos do governo, minimizar ou pelo menos estancar a queda do dólar, o que para nós também é um efeito positivo.

No que tange ao Banco do Brasil, ainda dentro do contexto das medidas do governo, o Proex é um importante instrumento que a gente usa e vai ter mais recursos – isto é bom também. Outras medidas, no contexto do Ministério da Fazenda, como desonerações fiscais, o drawback verde-amarelo e mesmo o FINEP como um agente fomentado à pesquisa, são temas importantes e que estão incluídos nesse pacote.

Importante observar que isto não é uma panacéia, uma solução excepcional. Na verdade, é uma melhora de diversos temas que já existiam, e a nossa grande expectativa, resumindo, está mais no Fundo Soberano e nos impactos que ele pode causar, tanto no câmbio, quanto na geração de caixa para o nosso processo de internacionalização.

Em resumo, para poder abrir para as perguntas, eu gostaria de ressaltar que a empresa segue com ênfase estratégica nas suas competências fundamentais, o que a gente chama de "Marcopolo Way", o jeito de manufaturar e produzir da Marcopolo. Para isso, nós estamos fazendo investimentos importantes aqui no Brasil e o Zignani comentou, principalmente ligados a qualidade, aperfeiçoamento e aumento da nossa capacidade industrial. Portanto, esses investimentos estão em curso, em máquinas e em prédios. No exterior, a Índia está nesse contexto de crescimento, entra em operação no último trimestre desse ano, e é o grande projeto para o final deste ano – o máximo que pode acontecer é um atraso de um ou dois meses, mas o projeto está completamente materializado e a nossa expectativa é muito grande.

Dentro do contexto do "Marcopolo Way", as fábricas da Marcopolo cada vez mais ficam autônomas e aí entra a questão do SAP, que eu mencionei como uma necessidade, e no médio prazo o impacto do dólar será totalmente desconsiderado, ou seja, as fábricas terão autonomia, e ao contrario, a questão de dólar e flutuação de moeda sairá de uma questão, uma dificuldade para uma vantagem, na medida em que o global sourcing e o intercâmbio de manufaturas, custos e matérias-primas interfábricas é uma das competências importantes a desenvolver.

E, finalmente, gostaria de deixar viva a mensagem de que a Marcopolo segue estudando oportunidades, e algumas muito boas de implantação de novas plantas, mas, é importante ressalvar, que já partindo do conceito de fábricas totalmente autônomas, ou seja, qualquer fábrica que a gente já esteja em fase de discussão, ou seja, digamos, o padrão passa a ser o padrão Índia, onde o processo e o crescimento de receitas em nada se liga com exportações a partir do Brasil, ou seja, totalmente autônoma. Novas unidades estão em fase de avaliação e elas serão também totalmente autônomas.

Eu creio que a gente cobriu as principais informações e eu passarei a palavra de volta ao Zignani.

Sr. Carlos: Neste momento passaremos para o período de perguntas e respostas. Encerramos a nossa apresentação em termos de dados operacionais.

Sessão de Perguntas e Respostas

Sr. André Rocha (Unibanco): Bom dia a todos. Eu tenho, basicamente, duas perguntas. A primeira é em relação à melhora de margens, tanto de

margem bruta, quanto de EBITDA, em relação ao quarto tri. Acredito que uma parte venha do maior foco no mercado doméstico, que apresenta melhores margens. Eu gostaria de saber também se o mix de produtos contribuiu para essa melhora de margem. Obrigado.

Sr. José Rubens (Marcopolo): OK, André. Respondo eu, José Rubens. Você colocou a principal questão logo na sua própria pergunta, quer dizer, a maior ênfase de produção no mercado interno propicia a melhoria das margens, deixa a gente lembrar sempre que, toda vez que o dólar cai – e veio caindo, inclusive caiu no trimestre todo, apesar de uma pequena recuperação, praticamente no fechamento, ao longo do trimestre o faturamento se deu por valores de câmbio inferiores – essa compensação se dá na linha financeira. Portanto, quando se fala de margem bruta, isso atrapalharia. Com a diminuição da participação de mercado externo na composição mercado interno-externo da receita, você coloca corretamente, as margens ficam melhores. Segundo, porque as margens no mercado interno estão já alinhadas, enquanto as do mercado externo a gente segue correndo atrás. Então, independente de ajustes cambiais, as margens do mercado externo hoje estão mais deprimidas e a gente não concorda com isso e vai atuar para melhorar. Então, as margens, também para o mercado interno, estão melhores.

Um segundo aspecto importante é a questão dos reajustes de matérias-primas versus projeção de inflação. Como eu disse, a gente faz projeções de inflação, estima, coloca e faz com que isso seja incluído nos preços em negociação pela nossa área comercial. Algumas negociações foram bem feitas, os nossos fornecedores compreenderam certas questões que nós tínhamos e a gente conseguiu postergar alguns reajustes. Isso gerou uma certa folga. Obviamente, postergação não significa eliminação, e os ajustes estão vindo aí.

Nós também tivemos durante o mês, durante o período do primeiro trimestre, algumas melhorias da questão de contabilização de impostos sobre o aço, isso também gerou alguma diminuição de custos no período, que agora vão se compensar na projeção de inflação, mas é um fator importante de melhoria de resultados.

Eu também gostaria de relembrar que a gente agregou algumas novas controladas, que trazem margens positivas, e essas margens nos propiciaram, na composição, alguma melhoria na margem consolidada.

E o aspecto do mix que você abordou também, foi importante, tanto na questão de mercado interno e externo, como também na repetibilidade de carros mais simples. Se a gente verificar que a produção de urbanos, nesse período, foi bastante grande, por meio de carros bastante repetidos, então carros mais simples, isso também acabou sendo positivo na distribuição da questão da melhoria da margem. Não sei se está claro.

Sr. André (Unibanco): Está claríssimo. Em relação à margem entre o mercado doméstico e o de exterior, daria uma diferença hoje de quantos pontos percentuais entre um e outro?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Se você desconsiderar o efeito câmbio, eliminar a questão cambial que se corrige na linha do financeiro, mas que, com o tempo e com a estabilidade do dólar, que a gente acha que é bastante razoável que se estabilize nesse patamar – R$ 1,65, R$ 1,70 ou até R$ 1,75, como alguns bancos vêm dizendo que seria uma taxa razoável para fechamento de ano – se isso se estabiliza, os forwards e as proteções cambiais perderão o sentido. Nessa hora, tem que haver uma melhoria, e a defasagem, eu diria, que é alguma coisa entre 5% e 10%, dependendo do mercado, eu diria em um promédio de uns 6% a 7% de ajustes que teriam que ser feitos e que estão sendo feitos.

Sr. André (Unibanco): Certo. Cinco a sete pontos percentuais ou... *(interrupção)*

Sr. José Rubens (Marcopolo): Pontos percentuais de melhoria nas margens do mercado externo, quando o câmbio se acertar.

Sr. André (Unibanco): Se estabilizar.

Sr. José Rubens (Marcopolo): E se estabilizar. E a gente tem essa expectativa, ou seja, nós já estamos precificando ao câmbio de R$ 1,65, e são necessários os ajustes nessa faixa que eu falei, de 5% a 7%, eu diria, na sua grande maioria dos casos, para termos as margens no padrão do mercado interno.

Sr. André (Unibanco): OK. Uma outra pergunta, em relação à melhora de guidance em número de unidades vendidas em volume, eu percebo que os mil ônibus a mais que estão no guidance são de um preço médio menor, em torno de R$ 100 mil por ônibus. Então, também é nessa idéia de que o segmento de urbanos esse ano deve ser mais forte, não tem nada a ver com a Índia por enquanto, ainda não?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Não só isso, André, mas, principalmente, se você faz as contas, considerando a Índia, você vê que a Índia tem um guidance de três mil unidades para esse ano – são exatamente 3.4 mil unidades, se não me falha a memória – e que a fábrica, na verdade, começa a operar efetivamente em outubro, mas, se der uma chuva um pouco maior no término da manufatura, perder um mês não é nada fora da expectativa e você perde mil unidades. Esse é um ponto e por isso que tem dúvida ainda na flutuação da quantidade de unidades.

E, segundo, é que o preço médio da Índia é substancialmente menor. Isso vai afetar todo esse processo.

E, terceiro, é o que você comentou, mas eu diria com menos ênfase. A produção de urbanos no Brasil tem uma necessidade de renovação, é ano de

eleições municipais e os urbanos são produtos de menor valor agregado. Eu estaria mais preocupado ainda quando calcular as médias em saber se Índia entra ou não entra e quanto entra. Hoje o guidance é esse e essa é a nossa melhor expectativa, que a partir de 1 de outubro ela esteja faturando. Mas sabemos que é um desafio, é uma coisa inédita no mundo o que a Marcopolo está fazendo – sair do zero e querer fazer mil unidades em um primeiro mês. Isso não existe, vai existir.

Sr. André (Unibanco): Vocês divulgam dados de produzidos, de veículos produzidos, mas não de venda. Eu tentei fazer uma relação usando — eu vi que teve um incremento do estoque em torno de R$ 230 milhões no último tri para R$ 280 milhões e poucos para esse tri agora. Eu percebi que deve ter aumentado, falando a grosso modo, deve ter aumentado em torno de 500 ônibus no estoque. É mais ou menos por aí?

Sr. José Rubens (Marcopolo): É mais ou menos por aí, exceto pela conta que está muito alta. O que aconteceu é o seguinte: você veja que nós estamos, em relação aos estoques, com duas questões. Primeiro, muitos preços, custos de compra, enfim, preço de compra estão aumentando e nós tínhamos pedidos antecipados e que a gente deu ênfase a isso, ou seja, vamos comprar o máximo que a gente puder, porque estávamos já visualizando um aumento de produção. Então, aconteceram várias coisas: a produção está em níveis superiores, apesar de alguns carros de preço médio mais baixo, mas as matérias-primas vêm mais relacionadas não ao preço final que agrega valor, mas, quanto mais pobre o produto em termos de valor, maior é a relação do preço da matéria-prima no preço final. Então, nós estamos comprando mais matéria-prima também, primeiro.

Número dois: desejamos comprar um pouco mais de matéria-prima porque a gente ainda está vindo antes dos grossos, dos aumentos de custos, que começam a vir a partir de agora de abril/maio/junho, daí em diante. Então, foi uma estratégia também comprar um pouquinho mais de matérias-primas e você não tem esse número aberto aí, ou não considerou, tem que considerar isso na conta que você fez.

Segundo: nós também, vamos lembrar, o SAP, é um sistema que muda radicalmente a maneira de trabalhar e, muitas áreas, e as áreas de manufatura, obviamente, até por instrução geral, fizeram alguns estoques adicionais para poder manufaturar com a menor perda possível, porque todo o processo para comprar, SAP toda integrada, tem bastante complexidade. Esses dois aspectos pesaram bastante.

Então vem o terceiro aspecto que você coloca, que a gente virou o final do ano passado, a fábrica parou de trabalhar, praticamente, na última semana, em função de férias coletivas – não foram bem férias coletivas, mas a questão do encaixe do Natal e Ano Novo – gerou um período em que a gente trabalhou substancialmente menos e houve um período que a gente pôde dedicar a entregas finais. O nosso sistema só permite faturamento quando o veículo está embarcado, quando, efetivamente, ele está já praticamente nas mãos dos clientes. E isso, no final do ano passado, em função desse ganho

de tempo, foi maior do que agora em um trimestre normal. Ou seja, no trimestre normal, a gente ficou com mais produtos em estoque. Então, de fato, também aumentou bastante os volumes em estoque. Para que você tenha um número, o aumento em relação ao fechamento do ano é de cerca de 280 carros a mais no estoque. Não são os 400 que você imaginou, mas, sim, 280. O resto da explicação é o que eu comentei. Tem mais compra no final, seja por causa do SAP, seja porque algumas podem ter sido preventivas também.

Sr. André (Unibanco): OK. Muito obrigado.

Sr. José Rubens (Marcopolo): De nada.

Sr. Clóvis Prince do Amaral (Itaú): Alô, bom dia.

Sr. José Rubens (Marcopolo): Bom dia.

Sr. Clóvis (Itaú): Gostaria de ter algumas informações referentes à estratégia de exportação, de reduzir a exportação de kits para produção local. Quanto atualmente vocês já estão conseguindo colocar em prática essa estratégia? Dá para mensurar isso?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Clóvis, a pergunta é excelente e a resposta é que eu não tenho os números para te falar em mensuração. Vou te falar qualitativamente. Não sei se depois o Zignani pode ajudar com alguma visão.

Sr. Carlos (Marcopolo): Nós temos informado que, mais ou menos, 70% na Colômbia são compras locais. No México, já estamos com 50%. Portugal já é 100% adquirido localmente. África do Sul ainda é a menor de todas e está na faixa entre 20% e 30%, mas as quantidades são pequenas. E a nossa meta para este ano é chegar a 90% das compras locais. Também temos como objetivo – isso eu deixo para o José Rubens comentar – a criação de centros produtivos e o global sourcing fora do país, produções que nós devemos fazer.

Sr. José Rubens (Marcopolo): Clóvis, é por isso que eu disse que nós temos essas estimativas por planta, mas elas não estão consolidadas em um único número para te dizer: nós vamos sair de tanto de exportação e partiremos para tanto. A gente não tem números ainda definitivamente fechados, principalmente porque, para quem está acompanhando de perto a Marcopolo, sabe que nós anunciamos no último conference call que montaríamos e criaríamos uma nova diretoria dentro da empresa. Ela está criada e funcionando e essa diretoria tem objetivos de, até o meio do ano, nos dar exatamente estas metas do que pode ser feito, considerando que, dentro do contexto dessa diretoria, se criariam os centros produtivos da Marcopolo, tendo o objetivo – e eu comentei no final da minha fala inicial – que nós temos o que a gente chama do “Marcopolo Way”, o jeito de a Marcopolo trabalhar, todos os conjuntos de técnicas e, aliado às técnicas, vêm os materiais e da onde podem vir os melhores materiais, os melhores

preços, nas questões de logística e timing envolvido, e onde podem ser manufaturadas certas partes, que depois se agregam no produto final.

O Brasil, hoje, é o grande centro produtivo da Marcopolo e dele saem muitos dos KDs, das partes desmontadas para outras fábricas. Com a criação de novos centros produtivos, principalmente, já está em operação inicial o nosso centro produtivo na China, e estão em fase, vamos dizer, ainda pré-operacional na Índia, e está em fase de análise de viabilidade na Argentina, a gente crê que a gente vai ter um mix de três ou quatro blocos produtivos e validar entre eles, mas as metas não estão claras. No que tange a uma meta mais numérica consolidada, não estamos preparados para te dar. No que tange às metas por fábrica, foi o que o Carlos comentou há pouquinho.

Sr. Clóvis (Itaú): OK. E a questão do forward, vocês ainda mantêm aquele forward contratado em torno de US$ 100 milhões, ou já tem um outro valor?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Não. Isso até saiu publicado no nosso material, são US$ 120 milhões que ainda remanescem, o número certo é US$ 120.279 de forward, na data base 30/03/2008. Ou seja, praticamente no mesmo nível, no final do ano nós estávamos em US$ 127.900, e viramos o ano, o trimestre com US$ 120.2 milhões. Isso está no nosso relatório anual.

Sr. Clóvis (Itaú): OK. E a última pergunta: eu dei uma olhada na Associação Nacional de Fabricantes nas informações da produção de veículos rodoviários e eu não consegui chegar nesse market share de 42%. Lá eu peguei a informação referente ao trimestre, que está divulgado até março. Lá eu acabei com uma informação um pouco menor, em torno de local 32%, exportação 40% de market share. Eu achei muito diferente esse número. Eu queria saber o que tem de diferença dessa informação que se encontra lá, da informação que vocês passam.

Sr. José Rubens (Marcopolo): A grande diferença é, primeiro, que as tabelas são as mesmas. As tabelas da FABUS e as tabelas da Marcopolo são absolutamente as mesmas, é questão de localizá-las adequadamente. Existe um importante tema lá que são os KDs. A gente considera, e as contas que se faz tradicionalmente ao longo de toda história é: o produto, a produção brasileira que vai ser, às vezes, feita totalmente no Brasil, às vezes, com os KDs é terminada fora do Brasil. Então, se você olhar os mapas da FABUS, com KDs, vai dar praticamente os mesmos números da Marcopolo. O Carlos pode completar alguma coisa, mas, de qualquer forma, qualquer divergência que haja na conta, você pode telefonar aqui, a gente vê em detalhe os números.

Sr. Carlos (Marcopolo): Eu gostaria também de comentar contigo, Clóvis, o seguinte: a FABUS só computa a produção dos seus associados. A produção mais adequada para você fazer essa comparação é a do SIMETRO. O SIMETRO computa também de alguns que não são associados à FABUS, por isso que está dando a divergência. Não é muito grande, mas a grande divergência em relação à FABUS é os KDs que não são contados pela FABUS – ela só divulga os produtos que saem completos das fábricas. E nós

computamos também os ônibus que saem desmontados, por isso tem essa divergência. Mas, de qualquer forma Clóvis, depois nós podemos posicionar melhor com um contato direto com você sobre esses números.

Sr. José Rubens (Marcopolo): Agora, os números fecham totalmente, essa que é a realidade. Não tem essa dúvida.

Sr. Clóvis (Itaú): OK, muito obrigado. Mais uma pergunta, referente às concessões públicas, que a previsão era para outubro. Existe alguma estimativa de antecipação?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Não, Clóvis, segue a mesma questão. A pergunta é muito boa porque esse é um item bastante importante no cenário brasileiro. Todo mercado intermunicipal, que envolve fortemente os rodoviários, tem essa divulgação do governo de que as concessões terão que ser revistas até o mês de outubro – se não me falhe a memória, é 15 de outubro a data fatal. As associadas da ABRAC, principalmente, estão se posicionando fortemente contra essa necessidade de uma renovação tudo de uma única só vez e colocando isso como um problema. Ao mesmo tempo, o governo vem insistindo que deva fazer, principalmente insistindo o governo na renovação de produtos. De uma certa forma, eu diria que a própria melhoria recente, principalmente no ano passado, na produção de rodoviários tem alguma relação com isso.

Eu não sei exatamente o que vai acontecer, existe um braço de ferro grande, com o governo insistindo e dizendo muito claramente que terá que renovar. A renovação implica em maiores compras, ao mesmo tempo em que mexer com toda base instalada é bastante complicado. Então, vamos deixar com que o governo e a Associação, com os concessionários se entendam. Esperamos e torcemos para que se entendam bem. Em qualquer situação o que se visualiza necessariamente é um incremento do processo de renovação, portanto, em qualquer situação esse é o resultado final esperado.

Sr. Clóvis (Itaú): OK, muito obrigado. Um grande abraço.

Sr. Fernando Prado (BNP Paribas): Bom dia a todos. Eu queria fazer uma pergunta em relação às margens. Qual é a expectativa com que a gente pode trabalhar para o final do ano?

Sr. José Rubens (Marcopolo): Fernando, a nossa expectativa, a gente tem dito que o nosso objetivo geral, já computados os ganhos financeiros, é de ter margens finais em torno de 20%, esse é o nosso guidance básico. Agora, associar isso ao período, à data, é a questão de a gestão atingir o objetivo. Nosso guidance é, já incluídos os resultados financeiros, ou seja, a partir do momento em que há uma estabilização de dólar e tudo isso em que o forward perde o contexto de completar, como a gente considera hoje, completa as nossas margens, o objetivo é ter margens no final do ano em torno de 20%, já incluídas todas as dificuldades, e aumenta custo, aumenta preço, e esse é o objetivo final da atividade de gestão aqui.

Sr. Fernando (BNP Paribas): Está certo. Muito obrigado.

Sr. José Rubens (Marcopolo): Obrigado a você.

Sr. Carlos (Marcopolo): Agradecemos à presença como ouvintes da nossa teleconferência. Aproveitamos a oportunidade para anunciar que no dia 20 de junho de 2008 vamos realizar o "Marcopolo Day". Oportunamente enviaremos os convites e esperamos a presença dos senhores no nosso evento de 20 de junho, quando nós faremos uma visita e uma apresentação sobre a companhia, com a presença dos principais diretores da companhia nesse dia. É uma sexta feira e esperamos que haja uma presença bastante elevada.

Agradecemos à presença e à paciência de vocês em nos ouvirem. Até uma próxima oportunidade. Bom dia a todos.

Operadora: A teleconferência da Marcopolo está encerrada. Agradecemos à participação de todos e tenham um bom dia. Obrigada.
