

## TRANSCRIÇÃO DA TELECONFERÊNCIA DA MARCOPOLO SOBRE OS RESULTADOS DO 3T05

8 de novembro de 2005

**Operadora:** Bom dia. Antes de iniciar esta tele conferência, gostaria de mencionar que todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde, será aberta a sessão de perguntas e respostas, quando serão dadas as instruções. Caso algum dos senhores precise de ajuda de um operador durante a teleconferência, basta teclar “asterisco zero” (\*0). Cabe lembrar que esta teleconferência está sendo gravada.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Marco Panza, da Financial Investor Relations Brasil. Por favor, Sr. Panza, pode prosseguir.

**Sr. Marco Panza:** Muito bom dia, senhoras e senhores, obrigado por nos aguardarem e sejam bem-vindos à teleconferência da Marcopolo S.A., onde serão discutidos os resultados do terceiro trimestre de 2005.

Antes de prosseguir, eu gostaria de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência relativas às perspectivas dos negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras e relativas ao seu potencial de crescimento constituem-se em meras previsões baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da Marcopolo. Estas expectativas são altamente dependentes das condições do mercado, do desempenho econômico geral do país, do setor e dos mercados internacionais, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Gostaria de lembrar a todos, que esta teleconferência acompanhada por uma apresentação de slides está sendo transmitida ao vivo pela Internet. O acesso estará sendo feito através do site da companhia no seguinte endereço: [www.marcopolo.com.br](http://www.marcopolo.com.br).

Conosco hoje, em Caxias do Sul estão os Srs. Carlos Zignani, Diretor de Relações com Investidores, José Antonio Valiati, Diretor Administrativo Financeiro, e Jaime Prux, gerente administrativo. Inicialmente, os Srs. Zignani e Valiati farão comentários sobre o desempenho da Marcopolo e principais eventos durante o terceiro trimestre de 2005. Após, os executivos da Marcopolo responderão às questões que eventualmente sejam formuladas.

Agora, eu passo a palavra ao Sr. Carlos Zignani. Por favor, Sr. Carlos.

**Sr. Carlos Zignani:** Bom dia, senhoras e senhores. É com muito prazer que estou conversando novamente para apresentarmos os resultados do terceiro trimestre. A apresentação será dividida em três partes, sendo a primeira parte o nosso Diretor administrativo e financeiro José Antonio Valiati apresentará o desempenho do terceiro trimestre. Na segunda parte nós apresentaremos as estimativas, cenários e as estratégias para o quarto trimestre para 2006. Na terceira parte teremos uma sessão de perguntas e respostas. Nossa estimativa de tempo é de 50 minutos e gostaríamos de esclarecer que a ausência do diretor geral Sr. José Rubens de La Rosa, que está representando a companhia num evento do IFC que está se realizando, no momento, na Índia. Por isso não teremos a presença do diretor geral. Vamos então de imediato para a apresentação, eu solicito ao diretor administrativo e financeiro que faça a apresentação da primeira parte relativa ao desempenho da companhia.

**Sr. José Antonio Valiati:** Bom dia a todos, convido imediatamente a que todos acompanhem a apresentação dos slides sobre o desempenho do terceiro trimestre de 2005.

Slide número 2, desempenho do terceiro trimestre de 05. Destaques positivos, aumento na produção e na receita líquida, aumento na produção e receitas no exterior e de exportações, aumento no lucro líquido em relação ao segundo trimestre de 05, melhoria na posição financeira líquida, melhoria no resultado financeiro. E, como destaques negativos, apontamos redução no Ebitda/Lajida, redução na cotação das ações e redução na participação de mercados.

Passamos agora para o slide de número 4. Podemos verificar nesse slide o volume da produção total em unidades físicas, onde no terceiro trimestre 05 aumentou 6,2% em relação ao segundo trimestre 05. Mantemos a previsão de produção para o ano de 2005 em 16.500 unidades.

Relativamente à receita líquida total, podemos perceber que no terceiro trimestre de 2005 houve um aumento de 24% em relação ao segundo trimestre 05 e de 30,3% se comparado com o terceiro trimestre 04. A previsão de receita líquida para o ano de 2005 também está mantida em R\$ 1,740 bilhão.

Passamos para o slide de número 5, onde mostramos a produção no exterior, de exportações. Percebemos que tivemos no terceiro trimestre 05 um incremento de 23,1%, ou seja, 2.735 unidades físicas, contra 2.221 unidades produzidas no segundo trimestre 05. Este incremento no volume de exportações de produção no exterior decorre principalmente, do atendimento ao pedido na operação Transantiago e, também, pelo aumento de volume na produção da nossa controlada do México.

Receitas no exterior e exportações, também demonstramos um elevado incremento de 42,3% no terceiro trimestre 05 comparado com o segundo trimestre 05. Mantemos a previsão de R\$ 940 milhões, o volume de exportações e receitas no exterior para o ano de 2005.

Com relação à composição da receita líquida, no slide número 6, nós podemos perceber que tivemos uma redução no volume de vendas de ônibus rodoviários que representavam 33,7%, no terceiro trimestre de 2004 e passamos a 23,4% no terceiro trimestre 05. De outra parte, a produção de urbanos, movida principalmente pela operação Transantiago, cresceu de 28% da receita total, das unidades totais, da receita total, digo melhor, para 42,5% do total das receitas.

Na outra parte do slide, podemos observar que também as receitas de exportação tiveram um significativo incremento em relação às receitas no mercado interno. As receitas de exportação representaram 60,1%, contra 50,9% no mesmo trimestre do ano

No slide número 7 nós demonstramos o lucro bruto. Nós tivemos no terceiro trimestre 05 um incremento de 27,1% em relação ao segundo trimestre 05, demonstrando uma pequena melhora em relação, em valores absolutos, como também uma pequena melhora em níveis percentuais, apesar de estar abaixo do terceiro trimestre do ano de 2004. O Ebitda do terceiro trimestre de 05 foi de R\$ 42,3 milhões contra R\$ 47,8 milhões no segundo trimestre 05.

No slide número 8, mostramos o lucro líquido. O lucro líquido final da Marcopolo no terceiro trimestre de 2005 foi de R\$ 20,5 milhões no terceiro trimestre 05, um incremento de 28,1% em relação ao segundo trimestre 05 e praticamente o mesmo do terceiro trimestre de 2004.

O endividamento financeiro teve uma evolução bastante positiva onde nós passamos de R\$ 178,6 milhões de caixa líquido negativo para R\$ 144,8 milhões no terceiro trimestre de 05.

No slide número 9, demonstramos os investimentos. Esse quadro reflete o contingenciamento feito nos investimentos no ano de 2005 e mostra que no terceiro trimestre 05 foram investidos somente R\$ 6,1 milhões, uma redução de 11,6% em relação ao segundo trimestre de 05. O total dos investimentos de janeiro a setembro de 2005 foi de R\$ 20,1 milhões e a previsão para o ano é de R\$ 30 milhões.

No slide número 10, demonstramos a evolução do pagamento de dividendos na forma de juros sobre capital próprio, onde apresentamos, na linha verde, os dividendos pagos; na linha laranja, o lucro líquido; e na linha azul o pay out médio, o pay out da companhia, e destacamos que o pay out médio no período foi de 45%. Relativamente ao desempenho das ações da Marcopolo, se compararmos o período desde dezembro de 99, podemos observar que a valorização das ações da Marcopolo foi de 148,4% enquanto que o Índice Bovespa se valorizou no mesmo período em 84,8%.

Os resultados consolidados do slide número 12, alguns itens principais passaremos a destacar, por exemplo, a produção física evoluiu, aumentou em 16,2%. A receita líquida aumentou no terceiro trimestre de 2005 em relação ao terceiro trimestre de 2004, em 30,3%. O lucro bruto foi reduzido em 12,4%. O lucro operacional, o Ebit, teve uma redução de 28,5%. O resultado financeiro foi melhor em 212,8% e o lucro líquido praticamente foi o mesmo no terceiro trimestre de 2005, comparado com o terceiro trimestre de 2004. O Ebitda foi de R\$ 9,6 milhões contra R\$ 12,23 milhões, uma redução de 21,5%. Os ativos totais, R\$ 1,125 bilhão, contra R\$ 1,197 bilhão, o endividamento líquido decresceu 15,7% e o patrimônio líquido aumentou em 6,8%. Eu passo a palavra agora ao Carlos Zignani que vai dar seqüência aos comentários da segunda etapa dessa conferência.

**Sr. Carlos Zignani:** Bom, em relação a este tópico, nós vamos fazer estimativas para o segundo semestre envolvendo, logicamente, o terceiro e quarto trimestres. Vamos fazer alguns comentários sobre cenários para 2006 e algumas mudanças nas estratégias da companhia.

Em relação ao primeiro tópico, estimativas para o segundo semestre de 2005, em relação a preços de venda. Foram tomadas sérias medidas como readequação de preços, tanto no mercado interno quanto no externo, estes com mais ênfase e que estão frutificando, a despeito do câmbio insistir em cair nominalmente, prejudicando os estágios de preços já repassados aos mercados. Se necessário, novos ajustes serão procedidos no mercado externo, adequando o patamar para US\$ 1 para cada R\$ 2,20.

No mercado interno, os preços estão em bom patamar tendo atingido margens históricas com viés de melhorar em função dos custos produtivos estarem estáveis em alguns casos, até sendo declinantes os custos. Em relação ao câmbio, ele valorizou mais 5,5% no terceiro trimestre e só nos últimos 12 meses foram 22,3%. Nossa projeção de fechamento do ano é de R\$ 2,35 por dólar. Em relação a custos variáveis, tendência de redução dos preços das commodities. Em relação ao aço, foi reduzido o preço em 13% e há projeções de mais reduções. Alumínios, derivados de petróleo e outros materiais, a tendência é de manutenção dos preços, alguns com viés de baixa, como é o caso dos alumínios.

Em mão-de-obra, haverá apenas 1,5% de antecipação sobre os salários, em janeiro, por conta do dissídio coletivo de junho de 2006. Portanto, não temos mais aumentos a serem procedidos até junho do ano que vem em relação à mão-de-obra.

Em relação a custos fixos, as despesas administrativas têm a tendência de manutenção na faixa de 3,5% da receita líquida. E as despesas comerciais, tendência de manutenção dos atuais níveis ao redor de 5% da receita líquida.

Em relação à produção, mantém-se a projeção de produção de 16.500 unidades, sendo aumentada a quantidade destinada ao mercado externo para 8.745 unidades, ou 53% da produção total, permanecendo 7.755 unidades no mercado interno ou 47% da produção total.

Em relação à receita líquida, igualmente mantém-se a receita líquida em R\$ 1,740 bilhão, sendo R\$ 940 milhões destinados ao mercado externo ou 54% do volume total e R\$ 800 milhões para o mercado interno, com 46% da receita total.

Em relação à margem bruta tendência crescente, devendo aproximar-se no quarto trimestre de 2005, a 16%, caso o real mantenha o patamar atual ao redor de R\$ 2,25. Também porque o projeto Transantiago foi, em grande parte, entregue no terceiro trimestre, permitindo dessa forma melhoria nos resultados. Estamos entregando nesse quarto trimestre contratos fechados com previsão de taxa de câmbio de R\$ 2,35 e R\$ 2,30 por dólar. Com a taxa atual oscilando em torno de R\$ 2,25, há uma perda de 3% a 4% que se reflete na margem. Mesmo assim, o processo de recuperação gradual da margem bruta deverá seguir.

Resultado financeiro, tendência de boa parte de o resultado líquido continuar fluindo via receitas financeiras, caso o real continue se valorizando. As oscilações do câmbio nos momentos de estresse permitiram negociar adiantamentos de contrato de câmbio com margens melhoradas, através do monitoramento da carteira de pedidos, equalizando o montante dos adiantamentos ao volume dos contratos de venda.

Créditos fiscais. Seguem ações nos sentido de redução dos créditos de impostos, agora mais agravado com a não devolução ou transferência dos créditos de ICMS por parte dos estados e está prejudicando seriamente as empresas exportadoras, consumindo seu caixa, sem que os recursos retidos sejam corrigidos financeiramente. E pior, colocando-os sob séria incerteza. Esse ponto é a grande dúvida e a sua solução depende de ações políticas do empresariado brasileiro.

Cenários para 2006:

- Produção e receita: estimativa de crescimento em 2006 na produção e nas receitas totais da Marcopolo;
- Política de preços para o próximo ano: continuidade na política de repasse dos preços priorizando o mercado externo. Será dada a continuidade à estratégia de priorizar as margens em detrimento ao market share;
- Câmbio: projeções de fechamento do ano de 2006, em R\$ 2,45 por dólar;
- Margem bruta: será uma das grandes prioridades de 2006, atingir os patamares históricos da companhia pelo menos em torno de 20%;
- Taxas de juros: a tendência de redução nas taxas de juros poderá contribuir para um aumento na demanda em 2006;
- Eleições de 2006: outro fator que poderá influenciar a demanda pelos produtos da Companhia são as eleições federais do próximo ano. Anos eleitorais são impulsionadores de demanda pelo fortalecimento das políticas de crescimento. Mercado de micros e mini ônibus: no momento está existindo uma tendência de desaceleração para esses mercados, especialmente em São Paulo. O Volare, que atua em faixa própria, ainda tem novos nichos de mercados a serem atingidos, especialmente os de exportação. Em 2006, a previsão para o Volare é de crescimento de 10%. Ferramenta importante para o aumento dessas vendas no mercado interno é o financiamento próprio desenhado pelo Banco Moneo;

- Custos: a continuidade no programa de redução de custos, tanto fixos, quanto variáveis, além das ações em cursos de aumento na produtividade, plano de ataque aos desperdícios de matérias-primas e preocupação com a qualidade dos produtos, serão ferramentas essenciais a praticas de preços mais elevados do que os dos concorrentes. Para 2006 é meta manter os mesmos custos fixos do ano de 2005;
- Busca por outros gaps: a empresa está redesenhando seus processos de negócios, sendo esses que se apoiarão por sistemas de tecnologia de informação como ferramenta de aumento da competitividade dos produtos Marcopolo;
- Ações para fortalecimento do caixa: redução do estoque será uma meta perseguida visando adequação dos estoques aos níveis mínimos;
- Ações no sentido de redução dos prazos de recebimento é outra meta para 2006;
- Negociações com os fornecedores para aumento nos prazos de compra. Contingenciamento dos investimentos para 2006, em R\$ 25 milhões e apoio a ações políticas dos exportadores para solução dos impasses na devolução ou transferência de créditos dos impostos que estão retidos;
- Estratégias da companhia: medidas importantes nos diversos países onde temos bases produtivas, estão em curso acelerado, alterando a logística industrial com maior ênfase nas compras e na manufatura local. Os impactos previstos deverão ocorrer de forma crescente ao longo de 2006;
- Desnacionalização de componentes é a outra estratégia que a companhia deverá adotar, manufaturando no exterior componentes com custos inferiores aos do Brasil.
- Compras no exterior: continuar ações de global sourcing que ainda estão abaixo do nível, como ponto de hedge das exportações;
- Adquirir matérias primas e componentes em países emergentes para abastecimento das plantas no Brasil e exterior é outra estratégia;
- Produção de urbanos na Ciferal: a centralização da produção de carrocerias urbanas padronizadas na Ciferal poderá contribuir para melhoria dos resultados pela especialização e conseqüente redução dos custos produtivos;
- Continuidade dos estudos para presença em mercados importantes como Leste Europeu, Ásia e Oriente Médio, serão ou terão continuidade. Recursos para esses projetos não estão contemplados no plano de investimentos para 2006. Se isto ocorrer serão alocados recursos adicionais.

O planejamento estratégico foi realizado no terceiro trimestre de 2005 onde foram definidas 24 ações que serão acompanhadas pelo comitê executivo e reportes permanentes da área de estratégia e desenvolvimento.

O entendimento geral de que 2005 seria um ano fraco para as empresas exportadoras e a Marcopolo, pelas suas ações preventivas tomadas, permitirá torná-lo razoável, e demonstra que a empresa está sabendo lidar com situações adversas como os das oscilações no câmbio. As medidas de descentralizar a dependência da manufatura no Brasil, mais os ajustes de preço, farão com que a empresa retorne aos patamares históricos de resultado.

Os próximos passos deverão ser o aprofundamento das medidas de aumento na eficiência produtiva, com forte trabalho nos campos da logística, produtividade, engenharia e compras, baixando custos produtivos, melhorando a qualidade e



mantendo os custos fixos sob controle e conquistando mercados que possam significar crescimento para os próximos anos. Essas são as estratégias da companhia.

Passamos então para o período de perguntas e respostas, ao qual ficamos à disposição.

### **Sessão de perguntas e Respostas**

**Operadora:** Nossa primeira pergunta vem do Sr. Wagner Salaverry, da Geração Futuro Corretora.

**Sr. Wagner Salaverry:** Bom dia a todos. Zignani, minha pergunta é em relação à questão dos créditos. Acredito que, dos créditos de ICMS, eu queria que vocês me explicassem mais ou menos como está a situação agora, o que modificou em função dessas últimas notícias dos governadores, principalmente dos estados exportadores mudando essa questão? No que isso impactaria nos resultados futuros da Marcopolo na situação econômico-financeira?

**Sr. Carlos Zignani:** O Valiati tem acompanhado de perto isso e vai fazer os comentários.

**Sr. Wagner Salaverry:** Obrigado.

**Sr. José Antonio Valiati:** Wagner, na verdade esse é um problema que já vem nos preocupando há bastante tempo e nós vínhamos nos adequando com base na legislação anterior, ou seja, transferindo o valor de crédito de ICMS principalmente, que é o tributo que mais nos afeta, para fornecedores localizados dentro do estado. Também é importante salientar que mais de 70% das compras da Marcopolo são realizadas dentro dessa área. E a legislação vigente até o final, até o dia 26 do mês de outubro permitia que o ICMS destacado nas notas fiscais em compras no estado fossem transferidas para esses fornecedores. E era nesse sentido que nós vínhamos trabalhando e conseguindo resultados. Com o convênio, na verdade com o protocolo, com o convênio do Confab, onde os Estados combinaram a suspensão de todas as transferências de crédito, isto realmente vai nos inibir neste processo. Nós estamos em tratativa com o governo do estado e buscando uma solução para essa situação que, sem dúvida, preocupa a Marcopolo, porque nós geramos uma média de R\$ 3 milhões a R\$ 4 milhões por mês de crédito de ICMS. Isso a nível de futuro, se não conseguirmos viabilizar, isso impacta na disponibilidade de caixa, efetivamente. Mas estamos fortemente, junto ao governo do estado, buscando uma solução para o assunto.

**Sr. Carlos Zignani:** Wagner, também, nós estamos apoiando ações tanto da FIESP e todos os órgãos nacionais, vamos dizer, no sentido de encontrar uma solução para esse problema. Acreditamos que isso vai demorar um pouco, mas nós exportadores, todos estamos sendo prejudicados e iremos em busca de soluções.

**Sr. Wagner Salaverry:** OK, muito obrigado.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem da Sra. Roberta Kosaka, da Schroeders.

**Sra. Roberta Kosaka:** Alô, eu gostaria de saber qual é o prazo atual dos estoques e se essa redução de 13% no preço do aço já ajudou o resultado ser melhor nesse terceiro tri ou a gente vai ver melhoras ainda para os próximos trimestres?

**Sr. Carlos Zignani:** Não, nós pensamos que em relação ao preço do aço deveremos ter medidas, ou melhor desempenho para o quarto trimestre, já que no terceiro trimestre ainda nós estávamos consumindo os estoques que nós temos. Então essas

medidas de redução de preço do aço e outras poderão ainda contribuir para uma melhora no resultado, além dos aumentos de preços que nós estamos praticando, exatamente para atingir o objetivo de voltar às margens históricas. Quanto ao prazo, no momento não temos em mãos, mas certamente o aço sempre foi um produto estratégico da Marcopolo e sempre tivemos estoques de 90 a 120 dias. Considerando, vamos dizer, as reduções de preços assinaladas, estamos reduzindo os estoques ao nível mínimo, que entendemos que possa ser próximo a 60 dias e outros materiais nós estamos adotando estratégias de fazer com que os estoques rodem em prazos inferiores a 30 dias.

**Sra. Roberta Kosaka:** OK, muito obrigada.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem do Sr. Pedro Rudge, Investidor Profissional.

**Sr. Pedro Rudge:** Bom dia, Zignani. Será que você poderia comentar qual o patamar de dólar atual que vocês estão utilizando para precificar os pedidos? Essa seria a primeira pergunta.

**Sr. Carlos Zignani:** Bom dia, Pedro. Nós estamos, no precificar os produtos, sempre considerando o dólar vigente no dia da cotação.

**Sr. Pedro Rudge:** Tá. Ou seja, isso seria por volta de R\$ 2,20.

**Sr. Carlos Zignani:** R\$ 2,20 a R\$ 2,25 atualmente.

**Sr. Pedro Rudge:** Você poderia comentar também como é que está o seu backlog, a sua carteira de pedidos para o mercado externo dado esse patamar de dólar atual? Vocês continuam tendo competitividade e como é que está a demanda no mercado externo com esse nível de câmbio?

**Sr. Carlos Zignani:** Bem, nossa carteira de pedidos vai até meados, metade de janeiro.

**Sr. Pedro Rudge:** Tá.

**Sr. Carlos Zignani:** Principalmente para o mercado externo e os patamares que nós comercializamos esses produtos que nós vamos entregar agora até janeiro, estamos na faixa de R\$ 2,30-2,35 e, logicamente que em relação a, vamos dizer, continuidade da queda da valorização do real, isso nos atrapalha tremendamente, já que a companhia desde 96, 97 adotou uma estratégia de internacionalização, mas hoje, no último trimestre, nós tivemos 60% das receitas vindas do mercado externo e isso realmente tem penalizado muito a companhia. Estamos, com esses preços que nós estamos praticando, sendo ainda competitivos em mercados importantes, principalmente os de língua hispânica, todos. A nossa maior dificuldade hoje em relação a repassar integralmente os preços estão centralizados em duas regiões, especialmente Oriente Médio, onde nós temos competidores asiáticos e no mercado mexicano, onde a valorização da moeda local não se deu nos patamares elevados. Então nós temos feito nesses mercados uma seletividade de aumentos, examinando produto a produto, por exemplo, no caso mexicano houve uma possibilidade de repasses em produtos de menor valor agregado, entretanto, no caso mexicano, de produtos de elevado valor agregado, a possibilidade de repasse está sendo muito diminuída. Mas, 80% das receitas da Marcopolo vêm de países de língua espanhola, incluindo, nesse caso, o México. E outro valor, ou outro volume importante são países africanos em que os efeitos dos aumentos das commodities e valorização das moedas localmente, também aconteceram. Então nós estamos centralizados no Oriente Médio, onde nós temos grande dificuldade de repassar preços e no mercado mexicano, parcialmente, alguns produtos houve a possibilidade de repasse em produtos de maior valor agregado é que nós tivemos mais dificuldades. Mas nós continuamos, as

políticas nossas são em repassar e, se for o caso, vamos perder negócios em que as margens não sejam atrativas.

**Sr. Pedro Rudge:** Tá ótimo. Obrigado.

**Sr. Carlos Zignani:** Obrigado, Pedro.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem do Sr. Wagner Salaverry, da Geração Futuro Corretora.

**Sr. Wagner Salaverry:** Zignani, eu queria ter uma idéia, essa margem bruta que vocês projetaram já para o ano que vem em torno de 20%, isso já implica todas essas questões de global sourcing, trazer outros produtos de fora, fazer algum componente no exterior ou isso implica mais no cenário atual sem essas mudanças? Essas mudanças implicariam até um ganho adicional se tivessem sucesso?

**Sr. Carlos Zignani:** Não, nós estamos considerando que atingir esses patamares de 20% passam por todas essas mudanças de estratégias de global sourcing, de produção de componentes fora do país, a busca por mercados emergentes de produtos com custos menores e estamos deixando essa possibilidade que você comenta, para uma possível, se houver realmente uma desvalorização da moeda local, aí é que nós poderíamos ter, vamos chamar assim, resultados superiores aos 20%. Estamos considerando então na estratégia os aumentos de preço aliado às mudanças das estratégias, principalmente de produção.

**Sr. Wagner Salaverry:** Outra questão, com essa diferença cambial que vocês estão tendo, ou pelo menos tiveram, dos R\$ 2,30-2,35 para o dólar atual, é razoável admitir que a partir de agora os novos pedidos para fevereiro, março em diante isso possa ter um novo aumento ou não, ou a gente trabalha ainda com os preços em dólar estáveis para o primeiro semestre do ano que vem?

**Sr. Carlos Zignani:** Não, não. Para primeiro trimestre do ano que vem, nós já estamos considerando que os preços estejam....

**Sr. Wagner Salaverry:** A R\$ 2,20, R\$ 2,25?

**Sr. Carlos Zignani:** A R\$ 2,25.

**Sr. Wagner Salaverry:** Tá.

**Sr. Carlos Zignani:** Estou falando até metade de janeiro, ainda temos carteira, de entrega com esse preço de R\$ 2,30-2,35 e a partir dali entram os novos com R\$ 2,25.

**Sr. Wagner Salaverry:** Tá OK, obrigado.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem do Sr. Rodrigo Fonseca, da Pollux Capital.

**Sr. Rodrigo Fonseca:** Boa tarde a todos, eu tenho duas perguntas. A primeira, com o câmbio atual de R\$ 2,20 eu queria saber se vocês têm alguma estimativa de para onde pode ir a margem bruta do quarto trimestre e a segunda pergunta eu queria saber qual é a perspectiva de curto e médio prazo para vendas relevantes no exterior, se tem alguma coisa que está sendo negociada que possa ser interessante para a empresa em termos diferenciados?

**Sr. Carlos Zignani:** Bom, em relação à primeira pergunta sobre o câmbio a R\$2,20, nós temos, estamos finalizando de chegar, de termos uma margem bruta no quarto trimestre, próximo a 16%. Esperamos, então, a partir do ano que vem a retornar às margens históricas da companhia, como nós comentamos, em 20%. Com relação à pergunta sobre negócios importantes no exterior, nós não temos nenhum negócio relevante, como foi o caso do projeto Transantiago, a não ser agora no quarto trimestre nós vamos concluir a entrega de 147 unidades para o projeto Transantiago



de articulados, que vão ser entregues de outubro até dezembro. Em relação aos demais negócios são todas vendas bastante pulverizadas, não temos nenhum contrato de grandes volumes previstos para o próximo ano até o momento, pelo menos.

**Sr. Rodrigo Fonseca:** Tá OK, obrigado.

**Sr. Carlos Zignani:** Agradecemos a todos os que nos ouviram nesta teleconferência, ficamos à disposição na empresa, o Valiati, o Jaime Prux, a mim próprio, ficamos à disposição para outros esclarecimentos que houver necessidade e nesse momento não contamos com a presença do Borsoi, que está se recuperando de uma doença e esperamos em breve contar também com a presença dele para nos assessorar e informar ao mercado as iniciativas que houver. Agradecemos então a todos vocês pela paciência de nos ouvir e convidamos para, no próximo ano, continuar acompanhando o desempenho da Marcopolo e esperamos que 2006, tenhamos a segurança e a certeza de que 2006 será melhor do que 2005, acho que temos eventos importantes no próximo ano que poderão trazer, ou voltar, a Marcopolo aos resultados tradicionais. Obrigado e até uma próxima oportunidade.

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