

TRANSCRIÇÃO DA TELECONFERÊNCIA DA MARCOPOLO SOBRE OS RESULTADOS DO 1T06

9 de maio de 2006

Operadora: Boa tarde. Antes de iniciar esta teleconferência, 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. Cabe lembrar que esta teleconferência está sendo gravada.

Agora, gostaria de passar a palavra a Sra. Lídia Borus, da Financial Investor Relations Brasil. Por favor, Sra. Lídia, pode prosseguir.

Sra. Lídia Borus: Boa tarde, senhoras e senhores, obrigada por nos aguardarem e sejam bem-vindos à teleconferência da Marcopolo S.A. onde serão discutidos os resultados do primeiro trimestre de 2006.

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 estará sendo transmitida ao vivo pela Internet. O acesso estará sendo feito através do site da companhia no seguinte endereço: www.marcopolo.com.br.

Conosco hoje, em Caxias do Sul, estão os Srs. José Rubens de La Rosa, Diretor Geral, Carlos Zignani, Diretor de Relações com Investidores, José Antonio Valiati, Diretor Administrativo e Financeiro, 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 2006. Após, os executivos da Marcopolo responderão às questões que eventualmente sejam formuladas. Agora eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Carlos Zignani. Por favor, Sr. Zignani, pode prosseguir.

Sr. Carlos Zignani: Bom dia, senhoras e senhores. É com muito prazer que estamos conversando novamente, desta vez para falarmos sobre os resultados do primeiro trimestre de 2006. Nossa proposta de hoje é fazermos apenas comentários sobre o desempenho do trimestre e deixarmos todo o tempo para que nosso Diretor Geral, Sr. José Rubens de La Rosa, comente sobre os cenários para 2006 e os dois últimos anúncios referentes às *joint-ventures* da Índia e da Rússia.

Na parte inicial, gostaríamos apenas de falar sobre os aspectos positivos do trimestre, quais sejam: melhoria na margem bruta e líquida, melhoria na margem do Ebitda, redução do endividamento financeiro e saudável posição financeira. Também citamos que no trimestre tivemos como fatos negativos: redução na produção total, nas receitas e no *market share*.

Quanto aos demais itens, vamos deixar de comentá-los uma vez que estão disponíveis no site para consultas e se houver dúvidas quanto aos resultados solicitamos que as

esclareçam no período de perguntas e respostas ou de qualquer outra forma, com os nossos veículos normais.

Assim, passo a palavra ao Diretor Geral para seus comentários sobre os cenários e as operações futuras na Índia e Rússia. Por favor, José Rubens, a palavra é sua.

Sr. José Rubens de La Rosa: Bom dia a todos. Antes de entrar nos detalhes mais específicos sobre as joint-ventures eu gostaria de passar algumas informações sobre o trimestre ainda que depois, então, permitirão a todos fazerem seus cálculos, seus *valuations* e suas análises sobre a Marcopolo.

A primeira questão é que seguimos ainda com o câmbio bastante deprimido e em função deste evento, seguimos com a manutenção do contingenciamento dos custos fixos e essa ação tão importante segue com toda ênfase.

Outra ênfase importante no sistema Marcopolo de competitividade, internamente chamado de SMC, sistema que, conforme eu já coloquei na reunião, na *conference call* anterior, deriva do sistema japonês que implantamos na empresa em 1986 e que agora foi revisado, reavaliado, fruto de novas viagens ao Japão para *benchmark* e compôs, então, o que chamamos de Sistema Marcopolo de Competitividade, um revigoramento, aprofundamento das técnicas que usávamos visando, evidentemente, como falou a palavra, o título, a competitividade.

Terceiro ponto, repasse de preços ao mercado externo. Os senhores já ouviram essa explicação, a cada vez que o dólar tem uma flutuação importante, nós revisamos as tabelas. Elas têm um prazo de maturação, ou seja, entre serem colocadas no mercado e efetivamente nós efetivarmos aqueles novos preços que, na média, são seis meses, podendo trabalhar entre seis e nove meses, dependendo dos contratos. Nós tivemos sucessivamente aumentos em maio de 2005 quando o dólar estava R\$ 2,40 a nova tabela foi colocada; em agosto/05, dólar a R\$2,30; em novembro/05, dólar a R\$ 2,20 e agora em fevereiro deste ano, dólar a R\$ 2,10, e nesses dias o dólar está um pouco abaixo, mas ainda a gente não colocou uma nova tabela até que tenhamos um novo patamar. Cada vez que tivermos uma nova tabela, como eu disse, há um período entre a efetivação deste preço nas nossas receitas.

De outro lado, ainda no item câmbio, proteções cambiais das vendas através de *forwards* contratados em momentos oportunos de flutuação e que embutem esses estratosféricos juros brasileiros têm assegurado resultados financeiros muito bons e que estão apresentados nos nossos números do primeiro trimestre. Não devemos esquecer de conectar de alguma forma na nossa análise que o fato de estarmos auferindo resultados importantes no forward tem a ver com a queda do câmbio e que, portanto, contrabalança a perda da margem bruta da empresa.

Um outro aspecto importante a comentar é o do mercado interno que vive um bom momento, pelo menos até as eleições. Prevê-se que vá seguir bastante forte e se vê um crescimento entre 5% e 10% sobre o ano passado. A Marcopolo ajustou seus preços no mercado interno durante o ano de 2005 em função da questão cambial. Nós tínhamos um câmbio melhor e margens médias melhores, com o câmbio caindo, baixou a média de margens no mercado externo e nós melhoramos as do mercado interno. Este movimento de preços fez com que a Marcopolo perdesse alguma participação de mercado ao longo do ano de 2005, nós terminamos o ano de 2004 com cerca de 45,8% e terminamos 2005 com 42,8%.

Ao longo do primeiro trimestre de 2006, o *market share* foi ainda mais baixo em função de dois principais aspectos que foram propositadamente feitos juntos. Primeiro, uma aplicação de férias do quadro operativo da empresa que se concentrou em janeiro e fevereiro. Segundo, em função disso e propositadamente num período onde tradicionalmente em função da sazonalidade de vendas, é mais fraco o processo comercial, demos menos ênfase a fechamento de contratos até porque, se assim não o fizéssemos, estaríamos atacando a premissa inicial que é de manutenção de preços adequados no mercado. Com isso, esses dois efeitos atuando juntos, nós tivemos uma menor penetração do que a terminada no final de 2005, baixamos cerca de cinco pontos percentuais que se prevê recuperar ao longo desses meses e terminaremos o ano, de acordo com as previsões do time comercial, em níveis semelhantes aos do ano de 2005.

Finalmente, rapidamente falando sobre controladas, só comentaria que o Volare segue com suas vendas nos ritmos previstos e atuais e seguimos buscando uma alternativa para colocação desses produtos no mercado externo e essa seria uma resposta, uma solução importante para esse produto para o crescimento de receitas da empresa, que em função do câmbio não será feito pelo processo tradicional de exportação. No Banco Moneo, vale ressaltar que o banco completou nove meses de operação com mais de 300 contratos de financiamento firmados e segue o seu plano de crescimento exatamente dentro do previsto, estamos bastante satisfeitos com a colaboração do banco para com a empresa. As demais controladas em função da ênfase que, vamos falar de Rússia e Índia não têm nada de importante a ressaltar.

Entrando diretamente no que tange as *joint-ventures*, no caso da Rússia eu iniciaria a nossa explanação falando das motivações. As principais motivações que nos levaram à Rússia foram: o próprio crescimento do PIB do mercado russo, a sua abertura também comercial, o fato de que a Rússia importa hoje entre 5 e 6 mil unidades de rodoviários usados e, obviamente, há leis agora que estão restringindo a entrada de usados, seja pelo maior imposto de importação, seja pela limitação da idade dos veículos. Em função desses três principais aspectos, o mercado russo passou então a ser um mercado de potencial instalação da empresa com retorno rápido, nós entramos então em parceria com a Ruspromauto, que é maior fabricante de veículos comerciais da Rússia, fabricando cerca de 18 mil veículos comercial por ano com um faturamento de cerca de US\$ 3 bilhões e parte do grupo empresarial que engloba a Sibal, a Siberian Aluminum.

O mercado de objetivo dessa empresa é a da Federação Russa, a Rússia e seus antigos países aliados que tomavam parte lá na União Soviética, que são mercados comuns. O local da instalação é na cidade de Golinski, numa fábrica chamada de Golaz, a 60 Km de Moscou. O negócio foi firmado a base de 50%/50%. Teremos uma gestão conjunta e um investimento conforme anunciado no fato relevante de US\$ 6,5 milhões, um investimento total já incluso capital de giro, não está ainda decidido quanto será capital próprio e quanto será a capital de terceiros, através de empréstimos, avais e outros formatos.

As receitas, e aí vem um aspecto importante para o *valuation*. As receitas no ano 1: nós pretendemos vender cerca de 200 unidades, praticamente, US\$ 15 milhões de carrocerias. No ano 2, entre 400 e 500 unidades, cerca de US\$ 30 milhões. No ano 3, entre 750 e mil unidades/ano, vamos dizer alguma coisa como US\$ 60 milhões de receitas e, num primeiro momento, à visão do que temos hoje, estabilizaríamos nesse patamar de US\$ 60 milhões. Vale ressaltar que o mercado russo e o próprio fato de o nosso sócio ser uma empresa de grande representatividade permitem com que se sonhe em valores maiores de participação nos negócios que eles fazem, mas hoje, o que nós temos em perspectiva concreta e discutida com o sócio são esses valores que eu falei.

Haverá, no caso russo, vendas de partes de peças brasileiras num primeiro momento, cerca de 80% do conteúdo inicial necessário à manufatura dos ônibus será enviado do Brasil, mas migraremos tão rápido quanto possível para compra no mercado russo. As razões são óbvias, o câmbio brasileiro não ajuda nada e nós, então, pretendemos chegar tão rápido quanto possível em cerca de 20% de conteúdo brasileiro, e, portanto, 80% de conteúdo russo, nos negócios que faremos lá.

Caminhando para a operação Índia, a operação Índia então foi assinada na semana passada. Na sexta-feira assinamos esse contrato em Mumbai, na Índia e aí a primeira questão volta a ser quais são as motivações de estar então na Índia, que passam pelo enorme crescimento e constante do PIB indiano. O país está num crescimento realmente bastante importante. Já é o segundo maior mercado do mundo, já absorvendo cerca de 45 mil ônibus por ano; há um enorme investimento em rodovias, são 10 mil Km de rodovias sendo feitas na Índia, eles passam, eles deixam de priorizar o transporte ferroviário e passam a fazer o transporte rodoviário como também um modal importante. Existe um projeto chamado de The Golden Quadrilateral, que é, vão cercar as principais cidades da Índia, norte, sul, leste e oeste, estarão cobertas por essas vias e rodovias que está sendo criada.

Nas cidades há a ênfase deles na privatização dos transportes, o que vai gerar imediatamente uma maior demanda. Os ônibus lá hoje são muito velhos e estão muito ruins. Também aquele sistema de transporte metrô sob pneus, que é o chamado BRT, bus rapid transit, também faz parte da perspectiva na Índia, os governos dos estados e dos municípios estão considerando a aplicação desse tipo de metrô sob pneus, no qual são sistemas semelhantes ao de Transantiago que falamos recentemente. A Marcopolo colocou mais de mil unidades articuladas, também é uma perspectiva importante. Vale ressaltar que a Índia não tem capacidade de importar produtos do exterior, o imposto de importação é muito alto e os preços locais são muito baixos, e, portanto, a única forma de atender àquele mercado é estar lá radicado.

E por último, a motivação muito importante, é a qualidade e a presença que tem o nosso sócio no país, lá na Índia. O Tata Group é um, hoje cerca de 7% do PIB da Índia passa pelo Tata Group e o Tata Group tem mais de 280 mil colaboradores e, como eles mesmos dizem, desde que acordamos até ir dormir, todo o tempo você está de alguma forma conectado com os negócios ou com produtos da Tata. A Tata Motors é o maior fabricante de veículos comerciais da Índia. Fabrica cerca de 22 mil ônibus por ano, um faturamento da ordem de US\$ 4,7 bilhões e, como eu falei, a Tata Motors, a empresa com quem firmamos o negócio, é parte do Tata Group.

Os mercados-alvo são principalmente os mercados da Índia, pela sua própria dimensão, e também os mercados de exportação da Tata, já que vamos operar sob os chassis da Tata e, portanto, assistência técnica e garantias e tudo isso são essenciais para um produto completo e os mercados de exportação que já absorvem os chassis da Tata são, obviamente, mercados também potenciais.

Serão instaladas duas fábricas dentro do país, da Índia, e os locais ainda estão em seleção. O negócio foi firmado à base de 51% para a Tata, 49% para a Marcopolo, mas os contratos asseguram total compartilhamento da gestão da joint-venture. O investimento acertado foi um investimento em capital próprio de US\$ 13,3 milhões partilhados 51%/49%, sendo que o restante será inicialmente através de empréstimos bancários. Os investimentos totais entre máquinas e equipamentos e estoques enfim, todo o investimento e mais o capital giro devem atingir cerca de US\$ 40 milhões. As vendas serão conduzidas pela rede Tata Motors,

a *joint-venture* venderá seus produtos para a Tata Motors operando sobre chassis em consignação. O sistema é semelhante ao que temos hoje na Polomex no México.

No que tange as receitas, eu vou querer, e estarei omitindo falar dos volumes de vendas em termos de unidades, porque isso atrapalharia os planos em negociação da Tata com seus atuais fornecedores. O que eu vou dar na seqüência é a estimativa atual e presente do *business plan* que foi fechado como parte do negócio. Então, no ano 1, nós já divulgamos US\$ 98 milhões de receitas; no ano 2, US\$ 175 milhões é a previsão; o ano 3, a previsão é de US\$ 290 milhões; o ano 4, a previsão é de US\$ 380 milhões, e no ano 5 vamos estabilizar com cerca de US\$ 395 milhões conforme os dados do business plan que temos na nossa mão agora, obviamente tudo isso ainda condicionado à própria execução e materialização da nossa presença.

Importante mencionar que esses volumes, que são altos, obviamente, serão iniciados a partir de maio de 2007 quando a fábrica de fato, as fábricas estarão de fato terminadas e construídas, mas eles são perfeitamente factíveis no que tange aos volumes de venda, já que o mercado, conforme a gente falou, é um mercado muito grande e muito importante, onde a Tata tem a dominância com mais de 50%. Nesse caso e para finalizar, não existe qualquer previsão de vendas desde o Brasil; 100% do conteúdo dos produtos serão comprados localmente no mercado indiano.

Creio que dessa forma aqui eu dei todas as principais informações que nos ocorreu fornecer e, a partir deste momento eu passo a palavra ao Carlos Zignani.

Sr. Carlos Zignani: Bom, considerando a exposição do nosso Diretor Geral, passamos então para o período de questionamentos. Ficamos à disposição para possíveis esclarecimentos aí. Acho que efetivamente essa informação sobre a operação da Índia deve ser a grande questão que vai ser formulada.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Nossa primeira pergunta vem do Sr. Christian Klotz, da Fama Investimentos.

Sr. Christian Klotz: Bom dia a todos, eu queria parabenizar a empresa pela parceria, realmente é uma parceria bastante interessante numa parte do mundo que cresce de uma forma considerável e que precisa, realmente, de bastante tecnologia e eu acho que isso a Marcopolo tem bastante a agregar. Minha pergunta em relação à Índia é em relação às margens. A gente deve esperar margens similares ao que a gente vê aqui no nosso país, na Marcopolo como um todo, ou margens menores, dadas as características locais? E a segunda pergunta, também relacionada a isso, se a gente deve esperar algum deslocamento de contingente, diretoria, gerência daqui do Brasil para essa fábrica na Índia? Obrigado.

Sr. José Rubens de La Rosa: OK. Bom eu vou começar respondendo pelo mais fácil, que é sobre as pessoas. Obviamente nós vamos ter que treinar e transferir o nosso conhecimento para a *joint-venture* na Índia, tanto quanto na Rússia, e isso vai se dar certamente com o envio de importantes contingentes dos mais diversos escalões: desde diretor, até os níveis operacionais, supervisores, gerentes. Enfim, em todos os níveis nós vamos ter um trabalho bastante grande. Imagine-se que para fazer uma *joint-venture* como essa, por exemplo, na Índia, nós vamos trabalhar com alguns milhares de funcionários que serão indianos que precisarão ser treinados e aclimatados, vamos dizer, com os conhecimentos e a forma de operar que a Marcopolo tem. Então isso, sim, vai acontecer, é um desafio importante, mas é

um desafio também que habitualmente temos feito, já tivemos oportunidade de fazer transferência de conhecimento para a operação China e o fizemos sem maiores dificuldades. As margens, é um aspecto bastante complexo de abrir agora, porque a gente, na verdade, a gente está ainda numa fase de maximizar os investimentos. Mas eu diria que, de forma geral deve ser esperado que a gente tenha margens e procedimentos semelhantes com os que a gente efetua no resto dos negócios da empresa, mesmo porque os principais objetivos acertados com o sócio e que estão refletidos no business plan são usando metodologias do tipo GVA, EVA e outros que prevêem retornos importantes sobre os ativos. Então, diria que como consideração inicial, o que a gente nesse momento mencionaria é: trabalhe-se com os padrões médios da Marcopolo.

Sr. Christian Klotz: Obrigado.

Sr. José Rubens de La Rosa: Nada.

Sr. Christian Klotz: Só mais uma próxima pergunta, essas parcerias deverão entrar como equivalência patrimonial no resultado de vocês?

Sr. José Rubens de La Rosa: Olha, nós estamos aqui na seguinte situação. Eu conversei, eu vou passar, na verdade, isso aqui para o Valiati porque ele já discutiu isso com a nossa auditoria e já obteve uma resposta positiva, mas eventualmente algum detalhe que você queira mencionar, Valiati.

Sr. José Antonio Valiati: Bom dia, Christian.

Sr. Christian Klotz: Bom dia.

Sr. José Antonio Valiati: Efetivamente com referência aos resultados, nós vamos consolidar em reais e, para efeito do USGAAP, não vai ser possível a consolidação. Mas, para efeito da apuração do balanço em reais os resultados, mesmo sendo 49% de participação, nós vamos consolidá-los integralmente aqui no Brasil.

Sr. Christian Klotz: Perfeito, obrigado.

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

Sr. Pedro Rudge: Boa tarde a todos. José Rubens, você poderia falar um pouco sobre o acordo que vocês têm com a Tata, se engloba algum tipo de opção ou preferência, ou se existe mesmo uma multa de rescisão, caso daqui a dois ou três anos, um dos dois queiram sair fora? Você poderia falar um pouquinho disso?

Sr. José Rubens de La Rosa: Sim, posso. Em qualquer contrato que a Marcopolo tem firmado nessas *joint-ventures*, existem várias cláusulas que visam proteger a Marcopolo no que tange ao seu conhecimento e a tecnologia que ela aporta, de tal forma que os contratos são construídos de forma que se nós formos, por qualquer razão a empresa não está indo bem, nós possamos adquirir a outra parte ou de uma forma nessa linha de raciocínio, preservar a manutenção do conhecimento disseminado em nossas mãos. Isto está em todos os contratos de forma geral. No contrato da Índia, nós temos, além destas cláusulas, nós temos um período que foi chamado de lock-up, período de dez anos no qual nenhum dos sócios vai sair, ou vender, ou desistir, ou seja, nós estamos juntos por dez anos. Agora eu comentaria que especificamente no caso da Índia, a empresa tem um padrão de comportamento, códigos de conduta e processos de ética tão intensos que a gente tem hoje um grau de confiança no relacionamento absolutamente único, exatamente por esse padrão de comportamento, uma empresa que tem um código de conduta, vamos dizer, sendo praticado e muito intenso. Então, eu não, se a pergunta tivesse alguma conotação tipo "vocês estão preocupados que possa acontecer alguma coisa", então eu diria: atentos sempre, pouco preocupados. De qualquer forma, de forma geral, qualquer dos contratos seja o da Rússia, seja o da Índia, sejam os anteriores, todos eles têm previsões muito claras

e juridicamente formadas para proteger o conhecimento que a Marcopolo está aportando e já que nós estamos vivendo na casa dos outros.

Sr. Pedro Rudge: Mas caso a Marcopolo ou a Tata queiram exercer, eles têm alguma opção de compra frente um ao outro?

Sr. José Rubens de La Rosa: Não.

Sr. Pedro Rudge: Não.

Sr. José Rubens de La Rosa: Não. Só se o outro precisar sair.

Sr. Pedro Rudge: Está ótimo.

Sr. José Rubens de La Rosa: Mas não existe nenhum call option, se é isto que você está perguntando ou alguma coisa nessa direção. Não existe.

Sr. Pedro Rudge: Está ótimo. Obrigado e parabéns novamente.

Sr. José Rubens de La Rosa: Nada, obrigado.

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

Sr. Rodrigo Fonseca: Boa tarde a todos. Eu queria fazer algumas perguntas sobre o projeto da Índia, ainda. Vocês comentaram essa previsão de faturamento, US\$ 395 milhões.

Sr. José Rubens de La Rosa: No quinto ano.

Sr. Rodrigo Fonseca: Existem alguns press releases lá fora que mencionaram que a capacidade instalada da planta seria de 7 mil unidades e alguns comentários também de que o preço médio poderia estar em torno de US\$ 150 mil por unidade, não sei se é um segmento específico. Mas a pergunta é a seguinte: quer dizer, esse faturamento de US\$ 395 milhões, ele prevê uma ociosidade em relação a essa capacidade inicial? E depois eu tenho outras perguntas ainda em cima disso.

Sr. José Rubens de La Rosa: Não, não. Na verdade, essas outras notícias que possam ter saído, eu não estou completamente a par de todas elas porque, na verdade, saem muitas não é, e começam a se distorcer de um país para outro, e de uma agência de notícias para outra. Na realidade o que nós estamos dando como informação são as informações oficiais, definitivas, baseadas nos instrumentos contratuais firmados. Esses números são os números que constam do business plan que é parte integrante do documento contratual fechado. Segunda pergunta sua sobre se há ociosidade, não. Na realidade, não. Uma fábrica de ônibus e principalmente nesses valores de volumes que nós vamos fazer elas são fábricas que a única limitação para se atingir o faturamento será a própria capacidade produtiva e capacidade de treinamento das pessoas. Então até o quinto ano, e eu diria que até mais, não há nenhuma limitação, não vai ter nenhuma ociosidade. Quer dizer, tudo o que a gente puder fazer será feito e será vendido. Se pudermos fazer, mais faremos mais e anteciparemos prazos, se pudermos e o que vai ser o grande fator restritivo, o próprio treinamento de pessoas, novos funcionários indianos, adaptação à forma como a Marcopolo opera. Essa é a única restrição, não há qualquer ociosidade. E as quantidades? Eu não estou querendo entrar nas quantidades, porque são quantidades grandes de produtos de valor muito menor do que esse que você está comentando. Os produtos dessa ordem na Índia são muito pouco vendidos, os produtos indianos são produtos na linha ou tamanho muitos deles entre o Volare e um Torino. É mais ou menos por aí o grosso do processo de venda. Com chassis indianos, com mão-de-obra indiana, com matéria prima aço, alumínio, tudo indiano, vai resultar em produtos de preço barato e quantidade bastante grande. Nós não estamos querendo entrar nessa discussão, porque vai gerar, obviamente, esses produtos são parcialmente hoje comprados pela Tata de fornecedores locais e isso impacta de forma importante o mercado local e gera para o nosso parceiro uma situação negocial

complicada e vai ficar um ano até que a gente, de fato, esteja manufaturando. Então é por isso que a gente acertou de evitar a divulgação de detalhes e nós acabamos acertando então, no máximo a chegar a divulgar as receitas que já permitem um cálculo, um valuation pelo menos preliminar.

Sr. Rodrigo Fonseca: Perfeito.

Sr. José Rubens de La Rosa: OK?

Sr. Rodrigo Fonseca: E a outra pergunta, vocês mencionaram que da parte de gestão vai haver um compartilhamento total, apesar de ter 51% a Tata.

Sr. José Rubens de La Rosa: Perfeito.

Sr. Rodrigo Fonseca: Eu queria entender por que foi feito 51%/49%?

Sr. José Rubens de La Rosa: A Tata não queria ter a dúvida de que ela podia consolidar os números para ela. Nós aqui tivemos dúvida, o Valiati teve que acertar com os nossos auditores e discutiram regras, foram nas leis e tal, e chegaram à conclusão de que a gente vai consolidar em reais mas não vai consolidar em dólar no USGAAP. E a Tata, ao contrário, ela quer consolidar 100%. Foi exatamente por isso. Agora o management é 50%/50%.

Sr. Rodrigo Fonseca: E com relação a algum overlap nas exportações que possam, talvez a Marcopolo no Brasil possa estar querendo exportar algum veículo para a mesma região que a joint-venture na Índia? Como é que funciona nesse caso?

Sr. José Rubens de La Rosa: Isso pode acontecer sem maior problema. O que vai acontecer, duas situações: primeiro, quando eu estiver exportando com Tata eu vou estar, obviamente, exportando de baixo um chassis Tata e o chassis Tata tem os seus clientes e quando eu estiver exportando na mesma região com um chassis Mercedes ou Scania ou Volvo ou outro, serão clientes Scania, Volvo, Mercedes. Em algum momento haverá uma competição, mas eu creio que ela é muito ligada também à própria preferência do cliente no que tange a mecânica. Então ele vai ter no final uma opção bastante grande de poder estar comprando, de certa, forma já até existe isso quando a gente entra num bid internacional ali o cliente diz: “eu quero um Paradiso Marcopolo e chassis pode ser tal e qual” ele decide qual é o chassis. Agora ele vai ter a mesma opção só que ele vai ter que comprar no caso de ser um chassis Tata a decisão dele, um produto completo. Mas há essa possibilidade? Existe essa possibilidade. Não existe essa possibilidade em alguns mercados onde a Marcopolo já tem sociedades e fábricas que foram consideradas, então, mercados protegidos, para exatamente não criar conflitos em outras sociedades.

Sr. Rodrigo Fonseca: OK obrigado, e parabéns pelos eventos.

Sr. José Rubens de La Rosa: Obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do Sr. Leonardo Messer, da Meta Asset Management.

Sr. Leonardo Messer: José Rubens, eu queria fazer uma pergunta rápida, relativa a margens na Índia. Você tem alguma particularidade no mercado com que faça com que as margens lá fora sejam um pouco diferentes das margens atuais do business? O que isso deveria projetar aqui?

Sr. José Rubens de La Rosa: Olha, o ônibus é um produto que não é tão comparável como, vamos dizer, como uma garrafa ou uma *commodity* qualquer. Então sempre a gente, na composição do preço acaba tendo dois grandes vetores. Tem um vetor que é a competição e o preço local e o segundo preço, a apresentação do teu produto como, se a gente consegue, como um produto *premium* que, portanto, merece um preço diferenciado. Nesse, na decisão de qual será o *premium* que nós vamos colocar envolvem as questões de

que rentabilidade ou que retorno sobre os investimentos a empresa quer ter. E aí vem que a Marcopolo tem um padrão de comportamento, a Tata também tem a Ruspromauto também tem de dar volumes de retorno para os seus acionistas dentro dos patamares, vamos dizer, bons de mercado. E isso é que vai acabar ditando, eu diria, o nosso preço e a relação preço/volume, porque são volumes altos de venda, você pode vender um pouquinho menos, preço um pouquinho melhor, liderar o preço, liderar o mercado, então quando eu estou falando de margem, a gente está falando que o objetivo da empresa é manter ou aumentar as suas margens e para isso os negócios internacionais tem que ser nesse formato.

Sr. Leonardo Messer: Está ótimo, obrigado.

Sr. José Rubens De La Rosa: Nada, obrigado.

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

Sr. Pedro Rudge: José Rubens, se o senhor puder comentar um pouco: a Tata fez no ano passado, acredito eu, uma joint-venture com uma empresa da Espanha.

Sr. José Rubens de La Rosa: É verdade.

Sr. Pedro Rudge: Se o senhor pudesse comentar um pouco se isso poderia trazer algum tipo de conflito ou se não tem muito a ver com a nova joint-venture?

Sr. José Rubens de La Rosa: Sim. A Tata no ano passado firmou uma joint-venture, na verdade ela adquiriu uma parcela importante do capital e do controle da Hispano Carrocera, que fica em Zaragoza, na Espanha. Essa empresa europeia, habituada a fazer produtos padrão europeu, ao preço europeu, então ela tem o mercado de atuação dela limitado ali na Península Ibérica e no cone norte, lá não é cone, mas no topo da África na zona do norte da África, Marrocos e algumas coisas por ali, que é zona de influência tradicional dos espanhóis. Então a Tata está operando com a Hispano Carrocera. Hispano Carrocera, Marcopolo, Tata tem alguma coisa que não conflita nos mercados da Índia os produtos hoje da Hispano não encontram aplicação. Então, não há nenhum conflito de mercados, o que pode acontecer até combinações adiante, a questão é hoje a Hispano é uma empresa bastante pequena. Mas antes de falar de combinações que são sonhos e conversas distantes, é importante dizer que na verdade não há nenhum conflito porque os produtos que a Tata precisa e que a Marcopolo vai fazer junto com ela absolutamente não chocam ou não têm conjunto ou interseção com os que a Hispano faz.

Sr. Pedro Rudge: Tá ótimo, obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do Sr. Bernardo Araújo da Opus Investimentos

Sr. Bernardo Araújo: Boa tarde a todos. Na verdade eu queria perguntar em relação a vocês hoje estão com uma estrutura de capital muito confortável e depois desses anúncios eu queria saber se vocês pretendem ou estão pensando em renovar o programa de recompra, tem um programa stock options aberto para os executivos, como é que está isso? Até porque o programa venceu agora, se já foi discutido aí dentro ou não?

Sr. José Rubens de La Rosa: Carlos Zignani vai responder esse tema aí, Bernardo.

Sr. Carlos Zignani: Bernardo, nosso programa de recompra de ações vai vencer no dia 23 de maio. Nós adquirimos 800 mil ações e parte já foi utilizada, 271 mil foram utilizadas para distribuição, aquisição na verdade dos nossos gestores, e sobrou ainda um saldo de 570 mil que nós vamos, deveremos permanecer em tesouraria para futuros bônus aos nossos gestores. Com relação ao tema de nós renovarmos o nosso programa, o Conselho de Administração vai se reunir só agora em junho, mas a idéia é nós decidirmos mais adiante. Por enquanto o programa venceu e a qualquer momento ele pode ser reativado por uma decisão do conselho que ainda não temos qual a indicação a ser dada.

Sr. Bernardo Araújo: OK, obrigado.

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

Sr. Rodrigo Fonseca: Eu queria falar um pouco de margens, o primeiro trimestre ficou com uma margem bruta um pouco abaixo do que estava esperado no início. Eu queria entender, eu sei que parte foi câmbio e parte foi mix, se com o câmbio de R\$ 2,05, se a gente pode esperar uma melhora de margem no próximo trimestre em função do mix ou se esse câmbio estaria anulando essa perspectiva de recuperação? E se pudesse comentar qual é o último câmbio que vocês passaram por preço.

Sr. José Rubens de La Rosa: Bom, o último câmbio que a gente passou por preço, a tabela que está vigente hoje no mercado internacional, é de fevereiro de 06 com câmbio de R\$ 2,10. Como a gente ainda não sabe qual é o patamar que esse câmbio vai estabilizar, se R\$ 2,05 é um novo patamar vai dar, que você entende que a tabela tem todo um processo que precisa durar algum tempo. Então como esse câmbio andou oscilando aí de R\$ 2,06-2,08, vamos ver como é que isso vai se dar, se a gente vai chegar a mudar a tabela ou não. A tabela mudada em fevereiro, como eu havia comentado, ela só vai resultar em efeitos a partir de três a nove meses e, portanto, o mínimo é a partir de maio, junho, é que a gente vai poder ter resultados ou começar a ter contratos fixados com essa tabela. Obviamente, quando tivemos a margem do quarto trimestre de 2005 substancialmente melhor que os anteriores, não podemos nos esquecer que também naquele momento, o dólar terminou a uma taxa de R\$ 2,35 praticamente, ou R\$ 2,34, algo por aí no final de dezembro e, a partir de dezembro, começo de janeiro para cá é que ele desabou chegando aí a esse valor de R\$ 2,05. Lembramos que o resultado financeiro do quarto trimestre de 2005 foi substancialmente menor exatamente porque os efeitos de proteções cambiais contrabalançam essa, através das proteções a perda das receitas. No caso de quarto trimestre de 2005, tivemos perda de receitas, de resultados financeiros e ganho nas receitas de exportação porque o câmbio subiu. Efeito inverso está apresentado no primeiro trimestre de 2006, quando tivemos menos receita do que pretendíamos com as exportações e um resultado financeiro importante. Voltando ao início da sua pergunta, quer dizer, que margem esperar, antes disso até, eu diria que as margens, portanto efetivadas no primeiro trimestre de 2006, desconsiderado o fator câmbio, elas estariam em níveis iguais ou melhores que no quarto trimestre de 2005. Então a perda de margem tem uma estreita relação com a mudança do patamar de câmbio. A pergunta é: com este câmbio R\$ 2,05, R\$ 2,06, ou R\$ 2,07 eu acabei nem checando hoje quanto está, nós vamos ter um resultado em termos de margem razoavelmente estável do que tivemos no primeiro trimestre. Não há uma perspectiva ainda de melhorias, mas também não deverá piorar para essa taxa que temos hoje.

Sr. Rodrigo Fonseca: E se eu pudesse fazer mais uma, a parte de despesas, as despesas administrativas no primeiro tri de 2006 ficaram 14% acima do primeiro trimestre do ano passado, mesmo fazendo aqueles ajustes, são cerca de quase R\$ 2 milhões a mais num período em que o câmbio caiu muito, quer dizer, deve ter reduzido muito as despesas nas atividades fora do Brasil. Tem alguma explicação porque teve esse aumento, vocês lembram de algum projeto, alguma coisa específica, dado que vocês estão fazendo um contingenciamento forte de custos? Só para entender melhor essa evolução.

Sr. José Rubens de La Rosa: Na verdade o que acontece? Quando você comparar o ano passado que a gente começou com um cenário muito ruim, uma série grande de provisões, sejam de remunerações variáveis, sejam da própria questão de juros sobre capital próprio e outras provisões que a gente poderia fazer na base mensal, não foram feitas o ano passado. Este ano nós começamos com a empresa, na verdade, finalizando resultados e um vigor muito maior com os negócios, vamos dizer, mais à mão, com as ações mais duras já tomadas, então grande parte dessas provisões diversas que a gente tem que no ano

passado acabaram sendo concentradas somente quando os resultados melhoraram que foi exatamente no quarto trimestre, nesse caso estão sendo convenientemente alocadas em cada trimestre. E isso é o grosso da explicação dessas variações.

Sr. Rodrigo Fonseca: Tá. Muito obrigado.

Sr. José Rubens de La Rosa: Que vai significar obviamente que aquele quarto trimestre vai acabar apontando um efeito revertido em relação a isso.

Sr. Rodrigo Fonseca: Muito obrigado.

Sr. José Rubens de La Rosa: Nada.

Sr. Carlos Zignani: Agradecemos então a presença e a audiência que nós tivemos hoje e para nós realmente esta semana está sendo uma semana extremamente importante em função dos anúncios da semana passada. Nós pensamos que esta operação da Índia vai ser um diferencial da Marcopolo como futuro e pensamos até que as fases e a vida da companhia vão se dividir provavelmente em antes e após a operação Índia. Achamos que os números que esse mercado indiano pode resultar, efetivamente, estão em linha com as, o que nós vínhamos anunciando há bastante tempo, que nós pretendíamos ter presença em mercados asiáticos, considerando a potencialidade do mercado, mas não só isso, a potencialidade que nós temos também de redução de custos, importação de componentes para diversas outras unidades e isso também faz parte da estratégia da companhia. Também agregando a isso, a pretensão que nós temos já anunciada a mais tempo de duplicarmos o tamanho da companhia nos próximos cinco anos e passava pela presença nesta região. Acho que com esse anúncio finalmente, extremamente importante para companhia reflete também os esforços que nós já vimos comentando há pelo menos dois anos, que a empresa estava prospectando este mercado e felizmente chegamos a bom termo. Permanecemos à disposição dos senhores para perguntas futuras através dos canais normais aqui, eu fico a disposição, o Borsoi e os nossos outros diretores, para esclarecimento. Achamos que realmente essa operação da Índia é um fato importante e que deverão ainda, no decurso dos próximos dias, suscitar muitas dúvidas e estaremos à disposição para os esclarecimentos. Obrigado e até uma próxima oportunidade.

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