

## TRANSCRIÇÃO DA TELECONFERÊNCIA DA MARCOPOLO SOBRE OS RESULTADOS DO 3T06

01 de novembro de 2006

**Operadora:** Bom dia. 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 ao Sr. Ronald Aitken, da Financial Investor Relations Brasil. Por favor, Sr. Ronald, pode prosseguir.

**Sr. Ronald Aitken:** 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 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](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 de Controladoria e Finanças, João Luiz Borsoi, Gerente de Relações com investidores, e o Sr. Jaime Prux, Gerente de Controladoria. Inicialmente, o Sr. Zignani fará comentários sobre o desempenho da Marcopolo e principais eventos durante o terceiro 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 novamente conversando com os senhores, desta vez para apresentarmos o desempenho da Marcopolo no terceiro trimestre de 2006. Registramos a ausência do Diretor Geral, Sr. José Rubens de La Rosa, que está, juntamente com outros executivos, em viagem à Índia com o objetivo de ultimar detalhes sobre a implantação da *joint-venture* com a Tata Motors.

Nossa apresentação de hoje divide-se em três partes, sendo na primeira parte apresentado o desempenho operacional pelo Diretor de Controladoria e Finanças, Sr. José Antonio Valiati. Na segunda parte, eu apresentarei as estimativas para o quarto trimestre de 2006 e alguns cenários preliminares para 2007. Na terceira parte, teremos um período de perguntas e respostas. Dessa forma, passamos de imediato a palavra ao Diretor Valiati para a apresentação.

**Sr. José Antonio Valiati:** Bom dia senhoras e senhores, dando seqüência à apresentação, convido a todos a acompanhar o slide nº 2, onde apresentamos os destaques do trimestre. Como destaques positivos, temos margem bruta atingindo patamares históricos, margem Ebitda superando níveis históricos, margem líquida próxima aos melhores índices já alcançados, posição financeira apresentou significativa melhora, cotação das ações teve crescimento, market share atingindo níveis iguais ao ano de 2005.

Convidamos para acompanharem o slide 3, onde apresentamos os pontos negativos do trimestre. A produção foi abaixo dos níveis esperados e a receita ficou um pouco abaixo do planejado. No item 4, comentamos sobre a produção total. No trimestre, produzimos 4.168 unidades contra 4.093 unidades no trimestre anterior, um crescimento de 1,8%. Também estamos apresentando ao mercado uma pequena retificação quanto à projeção do total de unidades produzidas, que deverão ser produzidas nesse exercício, onde estimávamos uma quantidade de 16.500 unidades e estamos alterando para 16 mil unidades.

Relativamente à receita líquida total, o trimestre apresentou R\$ 481 milhões de receita líquida contra R\$ 395 milhões no trimestre anterior, ou seja, um crescimento de 21,7%. Também estamos prevendo uma pequena alteração na projeção da receita líquida projetada para o exercício, onde prevíamos R\$ 1,8 bilhão de receita líquida e estamos alterando para R\$ 1,760 bilhão.

No quadro nº 5, apresentamos a produção destinada ao Brasil. Estimamos uma produção de 8.650 unidades para o ano e uma receita líquida de R\$ 960 milhões.

No quadro nº 6, apresentamos as estimativas para o mercado externo, onde destacamos a perspectiva de 7.350 unidades físicas e uma receita líquida de R\$ 800 milhões.

No quadro nº 7, mostramos a evolução do market share, onde ressaltamos que no primeiro trimestre de 2006 estávamos com 35,9%, passamos para 39,2% no segundo trimestre/06 e chegamos no terceiro trimestre/06 em 42,8%, no mesmo nível da média do ano de 2005.

No quadro nº 8, comentamos e demonstramos a evolução do lucro bruto. O lucro bruto no terceiro trimestre/05 foi de R\$ 64,2 milhões. No segundo trimestre/06, foi de R\$ 70,3 milhões e no terceiro trimestre/06 foi de R\$ 105,2 milhões.

Destacamos, também, conforme já comentado no relatório da administração, no item 5, o lucro bruto do trimestre quando comparado com outros períodos, está beneficiado em R\$ 9,6 milhões pela receita de intermediações financeiras que passou a compor a receita líquida. Excluído este efeito, a margem bruta que estamos apresentando, de 21,9%, seria de 19,9%. Mesmo assim temos um crescimento de 2,1 pontos percentuais demonstrando que, efetivamente, a companhia já atingiu praticamente os níveis históricos de lucro bruto. Também relativamente à margem Ebitda voltamos a apresentar nesse trimestre uma boa margem de Ebitda de 14%, em linha com a apresentada no trimestre anterior.

No quadro nº 9 também destacamos a evolução do lucro líquido, que percentualmente no terceiro trimestre de 2005 representava 4,3%, no segundo trimestre/06 estávamos com 6,5% e no terceiro trimestre/06 chegamos a 7,8%, uma evolução de 46,3% no período.

Um outro item muito importante, e chamamos atenção a todos, diz respeito ao baixo nível de endividamento financeiro da companhia. Nós apresentamos no terceiro trimestre, ou seja, encerramos o terceiro trimestre de 2006 com uma alavancagem financeira somente

de R\$ 32 milhões, ou seja, se tomarmos todo o dinheiro captado de instituições financeiras a curto e longo prazo, diminuído das aplicações, nós só temos R\$ 32 milhões tomados em bancos.

No item 10, demonstramos a evolução dos investimentos, onde nós tínhamos no segundo trimestre/06 R\$ 10,7 milhões, realizamos no terceiro trimestre/06, R\$ 9 milhões e estamos também alterando a previsão do total de investimentos a ser realizado no ano de 2006, que estimávamos em R\$ 25 milhões e estamos alterando essa previsão para R\$ 33 milhões.

No quadro nº 11, mostramos a evolução do pagamento de juros sobre capital atribuídos aos dividendos, aonde destacamos que a companhia apresenta uma média no período de cinco anos de um payout médio de 46,8%.

Relativamente ao desempenho das ações demonstrada no quadro 12, também mostramos a evolução do desempenho e da cotação das ações da Marcopolo de, no período de setembro de 2005 a setembro de 2006. No período de um ano a valorização das ações da Marcopolo foi de 58,1%, quando o índice Bovespa foi de 15,4%.

No quadro nº 13, ressaltamos alguns principais indicadores que gostaríamos que os senhores observassem, praticamente quase que na sua totalidade mostraram significativa melhora. Nós chamamos a atenção especificamente para a melhora no lucro bruto, a melhora do lucro líquido, do Ebitda e também como já comentamos, da redução do nível de endividamento financeiro nos principais itens a destacar. O quadro está à disposição dos senhores, vocês podem observar tanto no trimestre como no acumulado do ano, as significativas melhoras que os índices apresentaram. Eu devolvo a palavra ao Sr. Carlos Zignani para que dê seguimento à parte expositiva desta conferência.

**Sr. Carlos Zignani:** Senhoras e senhores, vamos tratar então das estimativas para o quarto trimestre e também alguns comentários sobre o desempenho possível para o ano de 2006. Com relação à produção e receita, como foi divulgado, a companhia estima atingir no ano de 2006 uma produção física de 16 mil unidades e alcançar uma receita líquida de R\$ 1,76 bilhão. A pequena redução na produção e na receita foi motivada pelos seguintes aspectos: redução na produção destinada ao mercado externo em aproximadamente 800 unidades compensada com algumas unidades a mais que deveremos comercializar no mercado interno. A continuidade da valorização do real, a alteração do início do cronograma de entrega de ônibus para a Rússia e a perda do mercado do Oriente Médio para egípcios e turcos. Esta perda não é apenas da Marcopolo e sim os produtores brasileiros, em função da baixa competitividade, estão fora desse mercado.

Com relação às estimativas de market share, a Marcopolo no quarto trimestre apurou um market share de 42,8% igual ao do ano de 2005. A companhia visa alcançar em 2006 uma participação de mercado entre 41% e 42%. Quanto ao lucro bruto, continuam em vigor as medidas para o aumento do lucro. A relativa estabilidade do câmbio e o repasse dos aumentos de preço permitiram que as margens ficassem muito próximas das margens utilizadas na precificação dos produtos. Conforme reiteradamente informado, as margens do terceiro trimestre de 2006 atingiram o patamar histórico, o que nos leva a crer que a margem bruta de 2006 poderá estar ao redor dos níveis históricos alcançados. Em relação ao lucro líquido, as medidas de contenção de custos tanto fixos quanto variáveis, que resultaram das ações que a administração implementou, nos permite afirmar que embora haja redução das estimativas nas receitas e na produção, não prejudicará o resultado líquido estimado para 2006.

Cenários para 2007 no mercado brasileiro, embora seja prematuro estimar, para 2007 a companhia entende que a produção brasileira de ônibus poderá ser beneficiada pelo aumento na demanda interna em razão das melhorias da Finame com a edição da circular nº 195 de 28 de julho de 2006, que tornou o financiamento altamente atrativo à renovação da frota, pois reduziu a taxa de juros, aumentou o prazo de financiamento de até 48 meses para até 72 meses e ampliou o percentual financiado de até 80% para até 100% do valor do bem. Até então, nunca houve condições tão atrativas de financiamento para a aquisição de ônibus novos.

Outro fator que poderá beneficiar o setor é a situação calamitosa em que se encontram os aeroportos brasileiros e o encolhimento da oferta de assentos, devido à crise da principal companhia aérea nacional. O crescimento da renda nacional poderá impulsionar o setor, especialmente pelo aumento no turismo interno.

Os órgãos de classe, tanto dos produtores de ônibus quanto as associações de transporte de passageiros estão gestionando junto aos governos federal e estaduais ampliação das concessões públicas para o transporte de passageiros. Se isso ocorrer, em 2007 haverá renovação da frota de ônibus rodoviários.

No segundo semestre de 2007 serão iniciados os movimentos de renovação da frota de ônibus urbanos em virtude das eleições municipais de 2008. Se os movimentos se repetirem como nas eleições municipais anteriores, teremos aumento na demanda de ônibus urbanos, micros e mini ônibus. Como resultado dessas ações a companhia espera para 2007 considerável aumento na demanda por ônibus em todos os segmentos.

No mercado externo, nos tradicionais mercados de exportação e nas unidades no exterior a Marcopolo espera repetir os mesmos números alcançados em 2006 tanto na produção quanto em receita. Adicionalmente aos mercados tradicionais serão agregados à produção e receitas das unidades da Rússia e Índia que iniciarão suas atividades em 2007.

Em relação às novas operações no exterior, estamos dando um pequeno report sobre Rússia e Índia. Quanto à Rússia, estágio atual: o grupo de colaboradores da Marcopolo já foi selecionado e treinado para implementar a joint-venture na Rússia. Foi concluído em Caxias do Sul o primeiro protótipo do ônibus rodoviário com o acompanhamento da equipe de técnicos russos que, posteriormente, darão andamento ao projeto na Rússia. Também foi concluído o treinamento dos técnicos russos no Brasil. Os gigs, gabaritos e dispositivos a serem utilizados na montagem dos ônibus já foram embarcados e estão já na Rússia. Em novembro de 2006 é a previsão para o início da montagem da fábrica e a produção iniciará em caráter definitivo em Janeiro de 2007.

Quanto à Índia, estágio atual: foi concluída oficialmente a constituição da TTML, Tata Marcopolo Motors Ltda., está constituída. Recebidos em Caxias do Sul os diversos chassis para avaliação e testes mecânicos. A fabricação local iniciará com os modelos menores e mais simples, micros e mini ônibus. Os projetos e as estruturas dos primeiros modelos que serão fabricados na Índia estão em fase adiantada de desenvolvimento. A Tata, sócio local, avança no desenvolvimento de fornecedores, e peças e equipamentos. Os demais itens estão enquadrados nos prazos cronogramados.

Essas, senhoras e senhores, foram as informações que tínhamos para hoje e agora passamos para um período de perguntas e respostas. Obrigado, ficamos à disposição.

### Sessão de Perguntas e Respostas

**Operadora:** Com licença, nossa primeira pergunta vem do Sr. Bernardo Araújo, da Opus Investimentos.

**Sr. Bernardo Araújo:** Bom dia, Zignani, bom dia, Valiati, Borsoi, queria dar parabéns pelo resultado, não só pelo resultado, mas por tudo o que a empresa foi capaz de entregar nos últimos 12 meses, realmente estão de parabéns. Eu queira fazer uma pergunta, vocês já até tocaram na dúvida que eu tenho, durante a apresentação o Valiati chegou a comentar. Hoje a empresa ela está com uma estrutura de capital muito desfavorável, vocês estão com uma dívida líquida só de R\$ 33 milhões. E logo depois que ele tocou nesse ponto ele mostrou um gráfico, lá, falando de dividendo. Vocês normalmente pagam agora em dezembro um JCP e que queria saber, dado que a estrutura de capital ela está hoje muito, muito desfavorável e vocês têm um capex relativamente pequeno para o ano que vem, se vocês, existe uma discussão dentro da empresa de vocês estarem aumentando esse *payout* agora, se vocês poderiam estar pagando JCP e um dividendo extra para este ano? Essa é a primeira pergunta.

**Sr. Carlos Zignani:** OK, obrigado pela pergunta, Bernardo, obrigado pelas referências. Quanto ao tema, a nossa previsão de tratar desse tema está agendado para a reunião do Conselho de Administração do dia 15 de dezembro de 2006. A Marcopolo nos últimos cinco anos, conforme apresentado, tem pago normalmente, como política, os juros sobre o capital próprio. Neste ano, como você fez essa referência, realmente nós estamos com estrutura de capitais sobrando adequadamente. Entretanto, nós temos investimentos previstos, tanto da *joint-venture* da Índia quanto da Rússia e outros investimentos que nós estamos fazendo, principalmente aqui em Caxias do Sul estamos implementando o SAP que tem um investimento bastante pesado, mas o que eu posso te adiantar, aliás posso te adiantar pouco sobre isso, é uma decisão do conselho de administração e isso será apreciado na próxima reunião de dezembro.

**Sr. Bernardo Araújo:** OK. A segunda pergunta, Zignani, vocês, quando vocês, o que eu posso esperar de margem bruta para 2007 e, além disso, se vocês já estão pensando em passar um *guidance* de volume quebrado em mercado interno e mercado externo para o próprio ano de 2007, dado que as operações internacionais vão começar a entrar em 2007?

**Sr. Carlos Zignani:** OK. Quanto às margens, nós pensamos para 2007 elas possam permanecer nesse patamar histórico da companhia ao redor de 20%. Quanto a um *guidance* mais efetivo, nós pretendemos dar essas estimativas para 2007, ao redor do dia 15 de dezembro, quando nós teremos a reunião do Conselho e haverá a aprovação definitiva do orçamento da companhia para 2007. Então não temos ainda esses números para adiantar, claro que já temos o planejamento realizado, mas os números definitivos serão aprovados no Conselho, ocasião em que nós divulgaremos as receitas e as metas de produção tanto do mercado interno quanto do externo. Mas conforme eu comentei, os cenários para 2007 acho que são bastante favoráveis e nós esperamos um desempenho bom no setor, para este ano.

**Sr. Bernardo Araújo:** OK, então em dezembro pós a reunião de Conselho, a gente fica sabendo mais ou menos o *guidance* para 2007 e o dividendo?

**Sr. Carlos Zignani:** Exatamente. Definitivamente, os números nós apresentaremos após a reunião do Conselho de dezembro de 2006, agora.

**Sr. Bernardo Araújo:** OK, Zignani muito obrigado e parabéns, mais uma vez.

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

**Operadora:** Com licença, nossa próxima pergunta vem do Sr. Pedro Rudge, Investidor Profissional.

**Sr. Pedro Rudge:** Boa tarde a todos, queria parabenizar também pelo resultado muito bom. Fiquei com duas dúvidas: o aumento no capex desse ano de R\$ 25 milhões para R\$ 33 milhões está levando em consideração alguma parcela do investimento nas duas joint-ventures ou não, é só operações atuais? Essa seria a primeira.

**Sr. Carlos Zignani:** Muito, muito pouca coisa, Pedro, nos investimentos para as duas joint-ventures ainda este ano. O que está sendo considerado mais aí é o investimento no SAP que é um software de gestão que nós estamos implementando. Isso é que está um pouco acima, fez com que o número está um pouco acima do que inicialmente previsto.

**Sr. Pedro Rudge:** Perfeito. Vocês poderiam comentar um pouco como é que anda o ambiente competitivo no mercado interno e o que vocês estão esperando para o futuro também, por favor?

**Sr. Carlos Zignani:** Sim. Com relação ao ambiente competitivo no mercado interno, o que nós temos percebido uma alta competição principalmente com a Busscar retornando ao mercado, principalmente na área de rodoviários. Essa competição está bastante acirrada, entretanto, as ações que a Marcopolo tem tomado, inclusive com perda parcial de market share em alguns períodos, permitiu com que os preços internos atingissem patamares necessários para mantermos as margens e os lucros dentro dos patamares que nós temos estimado. Eu diria que é uma situação um pouco complicada, mas estamos administrando as nossas parcerias, os nossos concorrentes no sentido de que a Marcopolo possa apresentar os resultados que nós pretendemos, muito embora o market share tenhamos perdido alguns pontos percentuais, e o objetivo da companhia é uma retomada gradual do market share, mas sempre procurando e evitando com que tenhamos depreciação nos preços. Uma outra estratégia que a companhia tem adotado, no sentido de se manter competitiva vem de estratégias de busca por fornecedores com custos mais baratos. Essas ações estão concentradas basicamente na Ásia, onde nós estamos então, procurando fornecedores que possam fornecer peças e componentes com custos menores. Outra ação muito importante é em relação à qualificação dos nossos produtos, fazendo com que ele se torne um diferencial e que nós possamos obter um preço premium pelos produtos Marcopolo. Essas ações são muito fortes e também visando a não permitir a entrada de novos competidores principalmente asiáticos nos mercados que a Marcopolo detém.

**Sr. Pedro Rudge:** Perfeito. E a última, Zignani, será que você poderia comentar como é que está o status do programa de recompra de ações, se ele está aberto, se não está, se existe alguma perspectiva de renovar?

**Sr. Carlos Zignani:** OK. O nosso programa de recompra de ações encerrou em maio de 2006. Nesse momento não temos nenhum programa em aberto e também o conselho de administração não tem apreciado o assunto até porque as nossas ações, muito embora ainda é uma sensibilidade de que o preço está aquém do que deveria estar, mas nesse momento não temos nenhuma projeção de voltar a lançar algum programa de recompra de ações.

**Sr. Pedro Rudge:** Perfeito, obrigado. Um abraço a todos.

**Sr. Carlos Zignani:** Obrigado Pedro, obrigado pelas referências e esperamos continuar tendo apoio de vocês.

**Operadora:** Com licença, nossa próxima pergunta vem do Sr. André Rocha do Unibanco.

**Sr. André Rocha:** Bom dia, minha pergunta é relacionada ao terceiro tri, acho que se caracterizou por um aumento de preços e também redução de custos, visto que como o senhor colocou agora no final, a importação de insumos tenha sido importante nessa estratégia. Então considerando um câmbio constante, eu gostaria de saber se há mais espaço para ganhos nessas importações no médio prazo? Obrigado.

**Sr. Carlos Zignani:** André, obrigado pela pergunta, na verdade esse programa de busca por componentes fora do país ele iniciou fortemente em janeiro deste ano e nós continuamos com essas ações. Acreditamos que, mantida essa estabilidade no câmbio, permite com que a companhia continue ampliando esta busca por esses componentes. Entretanto é um pouco prematuro dizer que a margem possa melhorar. Nossas estimativas são de manter as margens nos patamares históricos da companhia. Se houver uma valorização do real e se todas as condições que nós comentamos para 2007 realmente forem favoráveis poderemos, poderá a margem crescer um pouco além disso. Não é nossa estimativa no momento.

**Sr. André Rocha:** Obrigado. Minha segunda pergunta seria em relação a esse aumento de preços que vocês praticaram, né? Até o senhor colocou agora na última pergunta a respeito do acirramento da competição. Como há espaço para mais aumentos de repasse de preço ou a competição tende a arrefecer esse incremento de preço?

**Sr. Carlos Zignani:** Não, a nossa estimativa para esse ano, os preços estão adequados no mercado interno e para o ano, isso também já foi discutido, já foi tratado internamente aqui por todas as nossas equipes, existe espaço para aumento no mercado interno e um pequeno espaço para os preços no mercado externo. Então as nossas estimativas para 2007 contemplam um aumento de preços no mercado interno e um pequeno aumento nas projeções e no mercado externo, nas exportações. Existe, no nosso entender, ainda um pequeno espaço para o mercado externo e um espaço um pouquinho maior no mercado interno.

**Sr. André Rocha:** E esse repasse no mercado interno com manutenção de market share, né?

**Sr. Carlos Zignani:** Com manutenção de market share.

**Sr. André Rocha:** Tá OK, obrigado.

**Sr. Carlos Zignani:** OK, obrigado, André.

**Operadora:** Com licença, nossa próxima pergunta vem do Sr. Mauro Cunha, do Templeton.

**Sr. Mauro Cunha:** Bom dia, Zignani, tudo bem?

**Sr. Carlos Zignani:** Bom dia, tudo bem?

**Sr. Mauro Cunha:** Eu fiquei impressionado realmente com o grau de melhoria da margem, eu queria reforçar um pouquinho essa última pergunta com relação a especificamente essas ações de redução do custo. Você mencionou o *global sourcing* eu queria quantificar um pouquinho quanto que o *global sourcing* já está impactando nesse trimestre, porque eu estava imaginando que seria uma coisa mais para o futuro e, fora isso, se você pudesse mencionar em termos industriais quer dizer, que tipos de ação aconteceram do lado de custos para propiciar esse aumento de margem?

**Sr. Carlos Zignani:** OK, Mauro obrigado pela pergunta, obrigado por participar conosco da tele de hoje. Com relação, com relação às margens nós temos, a nossa área de suprimentos está trabalhando intensamente no *global sourcing* e, eu diria, os números definitivos é um pouco complicado de fornecer. Nós temos como meta na área de suprimentos importar ao redor, até Dezembro desse ano, ao redor de R\$ 20 milhões. Entretanto o que isso significará de redução de custos é um pouco, um pouco prematuro te dizer, mas aproximadamente, os componentes que nós estamos trazendo do exterior têm uma redução de custos entre 10% e 30% dos preços brasileiros. Ora, se isso for verdade dá para fazer uma estimativa dos ganhos que podem ocorrer. Outros ganhos que nós temos operado significativamente ou internamente na companhia, principalmente a melhoria da produtividade da nossa área industrial, a continuidade no desenvolvimento de fornecedores novos ou novos materiais substituindo materiais antigos que permita com que haja uma redução de custos. Isso nós temos feito constantemente essas ações, no sentido de que a companhia permaneça competitiva. Essa é a grande, o grande mote da companhia, que nós tenhamos e continuemos sendo competitivos e por isso nós estamos em busca desses mercados asiáticos e produzir na Ásia, onde sabidamente nós temos preços e custos competitivos. Pretendemos, como já mencionado, com a perda do mercado do Oriente Médio é pretensão da companhia, a partir da produção nos países asiáticos ou Rússia também é uma das outras alternativas que haja possibilidade de retomada do mercado do Oriente Médio. Isso para 2007, 2008, né?

**Sr. Mauro Cunha:** Ta, deixa eu só ver se eu entendi. A questão do *global sourcing*, acho que dá para quantificar um pouquinho, quer dizer, acho que ela responde parcialmente, então, pelo aumento de margem. Eu não imagino que a empresa tenha feito algum processo grande de demissão, certo, ou de redução de quadro. Então o que a gente está falando aqui, na verdade são de micro ações no nível industrial que causaram esse impacto? A pergunta que sobra é do lado de commodities, das mais intensas que vocês usam, houve alguma alteração de preço relevante?

**Sr. Carlos Zignani:** Na verdade o que tu mencionaste, as melhorias da Marcopolo vêm de pequenas ações, redução de custo, parcialmente ou grandemente compensado também por um repasse aos preços e isso foi acontecendo ao longo do último ano, e também em relação à produção propriamente dita, a companhia tem buscado essas melhorias de forma constante e trazendo ou possibilitando que nós atingimos, ou permaneçamos com as margens dentro do que nós estamos esperando. É claro que tudo isso vem de uma administração dos nossos parceiros, dos concorrentes, de uma presença constante no mercado em relação aos nossos clientes, um bom produto e uma boa rede de assistência técnica e peças de reposição ao mercado. Esse é um fator primordial de sucesso da companhia, é a assistência permanente aos nossos clientes tanto no mercado interno quanto externo. Outro fator que tem nos ajudado bastante são os resultados financeiros que a companhia consegue atingir com as arbitragens que nós temos feito, a proteção da carteira de clientes que permite com que nós tenhamos algum ganho financeiro, apesar do endividamento líquido estar sendo reduzido, mas ainda assim nós temos podido alcançar um resultado financeiro positivo também. Temos realizado proteções cambiais nas



carteiras evitando com que haja perdas se caso a moeda se reduzir. Outra questão importante em relação às commodities, nós não tivemos grandes influência nos preços, temos acompanhado todo esse cenário, e inclusive para 2007 nós temos alguma expectativa de que possa haver redução nos principais commodities, especialmente na área de aço, alumínio, essas matérias primas mais importantes poderão até ter um arrefecimento nos preços.

**Sr. Mauro Cunha:** OK, muito obrigado.

**Sr. Carlos Zignani:** Valeu, obrigado, Mauro.

**Sr. Carlos Zignani:** Agradecemos a todos os que nos ouviram e estão acompanhando, acompanhando a Marcopolo de perto, agradecemos a todos os que têm nos prestigiado também com informações, com sugestões para que a Marcopolo adote ainda mais providências no sentido de trazer o melhor resultado para a companhia, agradecemos aos que nos fizeram questionamentos. Continuamos à disposição na Marcopolo tanto eu quanto o Valiati, o José Rubens, Borsoi. José Rubens está retornando agora no fim de semana, na próxima semana estará de volta conosco em Caxias e deixamos então uma mensagem, esperamos atingir os números sonhados pela Marcopolo já em 2006, e 2007 pelo que nós comentamos, temos grandes perspectivas, acreditamos que a Marcopolo possa retomar os patamares normais de resultados em 2007. Agradecemos a todos que tiveram a paciência de nos ouvir e sei também que temos alguns jornalistas que estão nos ouvindo e se quiserem agora ao final desta teleconferência podemos ficar à disposição para algumas perguntas na área da mídia como um todo. Obrigado a todos e até uma próxima oportunidade.

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