

TRANSCRIÇÃO DA TELECONFERÊNCIA DA MARCOPOLO SOBRE OS RESULTADOS DO 4T06

06 de março de 2007

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 a Sra. Ligia Montagnani, da Financial Investor Relations Brasil. Por favor, Sra. Ligia, pode prosseguir.

Sra. Ligia Montagnani: Bom dia, senhoras e senhores. Obrigada por nos aguardarem e sejam bem-vindos à teleconferência da Marcopolo S.A. em que serão discutidos os resultados do quarto trimestre de 2006 e acumulado.

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 está 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, João Luiz Borsoi, Gerente de Relações com investidores, José Antonio Valiati, Diretor de Controladoria e Finanças. Inicialmente, o Sr. Zignani fará comentários sobre o desempenho da Marcopolo e principais eventos durante o quarto trimestre de 2006 e acumulado. 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 falando com os senhores a respeito dos resultados da Marcopolo do quarto trimestre e do ano de 2006. Na primeira parte vamos falar sobre os resultados operacionais; na segunda parte o nosso Diretor Geral José Rubens De La Rosa irá comentar os cenários para 2007, as novas operações, um breve report sobre as operações da Rússia e da Índia, e também vamos comentar a nova operação anunciada hoje ao mercado de uma participação em uma empresa aqui da cidade de Caxias do Sul.

Quanto aos resultados, eu solicitaria ao nosso público que fosse imediatamente à tela número 2, onde nós estamos colocando os destaques positivos do quarto trimestre: a produção e a receita líquida, forte crescimento da produção e receita destinada ao mercado interno, margem bruta próxima aos patamares históricos, isto é, estamos bem próximos aos números que nós sempre anunciamos, que a companhia deveria chegar ao ano de 2006, entre 19% e 20% de margem bruta. A margem líquida atinge os melhores índices já alcançados pela companhia.

A posição financeira é sólida e as ações estão em crescimento, exceto agora, na última semana, com um problema indiano. Tivemos um pequeno problema chinês, onde nós tivemos uma queda nas cotações recentes das ações da Marcopolo e do mercado como um todo.

Na tela número 3, nós mencionamos alguns destaques negativos. O primeiro deles é a produção, um pouco abaixo dos níveis esperados e market share em queda, que, embora prevista, inquieta muito a administração. Nós estamos tomando algumas ações para em 2007 melhorarmos a posição de market share.

Quanto à tela número 4, nós mostramos o desempenho da produção e da receita líquida no trimestre e no ano de 2006. No quarto trimestre nós tivemos uma queda na produção ao redor de 10%. E a receita no trimestre cresceu, arredondando, 1%. O que nós percebemos no ano é que a produção como um todo caiu 4,8%. Mas as receitas cresceram 2,4%, o que significa uma produtividade desse ativo ao redor de 7%. Ou seja, nós reduzimos a produção e melhoramos a receita. Isso tem contribuído então para o melhor desempenho da companhia quando nós falamos em receita e produção.

Na tela número 5, nós mostramos o desempenho da produção destinada ao mercado brasileiro e a receita para o Brasil. A produção destinada ao mercado interno cresceu 17,5% no ano de 2006, enquanto a receita cresceu 22,2%, o que também denota um melhor desempenho, uma produtividade melhor nesse ativo e ao redor de 4%, melhorado.

No caso da tela número 6, onde mostramos o desempenho e o mercado de destino dos nossos produtos ao exterior, nós tivemos uma queda, no ano, de 22,5% na produção destinada ao mercado externo, enquanto as receitas reduziram 13,4%. Isso também está demonstrando que, embora tenha havido uma queda maior na produção e uma queda menor na receita, a produtividade foi boa nesse aspecto, melhorando em 8% esse ativo da companhia.

Na tela número 7, nós mostramos o lucro bruto, a margem e o Ebitda da Marcopolo. No caso do lucro bruto, neste ano, comparativamente com 2005, nós tivemos um aumento de 15,1% para 18,9%, aproximadamente 19%, o lucro bruto, conforme nós havíamos indicado ao longo do ano de 2006. Nós tivemos um crescimento no exercício da margem de Ebitda de 8,8% para 11,8%, ou seja, três pontos percentuais melhor do que no ano de 2005, o que também é um bom referencial.

Na tela número 8 nós falamos sobre o lucro líquido e o endividamento financeiro da companhia. No caso do lucro líquido, nós temos, nos últimos trimestres, um desempenho muito equilibrado com uma margem líquida de 7,8% nos três trimestres que nós estamos assinalando nesta tela, e o lucro líquido de 2006, quando comparado a 2005, cresceu 46,6%, o que nos indica um excelente desempenho e um cuidado muito grande da administração em 2006, de priorizar a margem líquida em detrimento de alguns pontos percentuais de perda de share. Quanto ao endividamento, nós tivemos em relação a 2005 uma redução de 25% no endividamento financeiro da companhia.

Na tela número 9 nós mostramos os investimentos realizados no último trimestre no ano de 2006 e a previsão para o ano de 2007, de R\$ 67 milhões, onde estão computados o investimento relativo às operações previstas na Índia e na Rússia, além dos investimentos normais da companhia. Então para o ano estão previstos R\$ 67 milhões de investimentos da Marcopolo.

Na tela número 10 nós mostramos o payout médio da companhia nos últimos cinco anos. No período de 2002 a 2006, a empresa distribuiu 45,4% dos lucros. Isso também demonstra que é uma companhia boa pagadora de dividendos.

Na tela número 11 mostramos o desempenho das ações no último ano. As ações da Marcopolo PN tiveram uma valorização de 104,5% contra um Ibovespa de 32,9%, um crescimento extraordinário em relação ao Ibovespa.

Na tela número 12 nós mostramos os resultados consolidados do quarto trimestre comparado a 2005 e do ano de 2006 comparativamente a 2005. Chamamos atenção para o desempenho do lucro bruto, que cresceu 28% em relação a 2005; o resultado líquido, que cresceu 46,6%; o Ebitda cresceu 36,7%, e o endividamento financeiro reduziu 25%. Quanto aos demais itens nós estamos colocando para que os nossos investidores e os interessados em Marcopolo possam verificar os números e fazer o seu comparativo.

Quanto à tela número 13, onde nós temos cenários para 2007 e as novas operações, eu passo a palavra para o nosso Diretor Geral, José Rubens De La Rosa. Ao final nós teremos um período de perguntas e respostas, quando ficaremos à disposição dos interessados. Por favor, José Rubens, a palavra é sua.

Sr. José Rubens De La Rosa: Obrigado, bom dia a todos. Começando a falar sobre Rússia, a nossa operação está seguindo dentro do planejado por lá. Temos atualmente oito brasileiros vivendo na Rússia, gigs e linha estão montadas, os chassis contratados já estão chegando, os kits de partes e peças também estão lá, de forma que seguem as informações que a gente vem dando, de que, este ano de 2007, aproximadamente 175 unidades serão vendidas na Rússia, faturamento previsto de cerca de US\$ 15 milhões. No ano seguinte já serão 400 unidades, US\$ 35 milhões, como originalmente tínhamos falado.

Vale comentar que na Rússia está em prospecção um novo negócio no segmento dos mini-ônibus padrão tipo Volare. Estamos em fase de prototipagem até junho deste ano e, no mesmo período, devemos terminar algumas negociações com o mesmo sócio, podendo gerar um novo negócio dentro da mesma joint-venture, mas em um novo segmento e que, uma vez fechado o negócio, pode representar até mil unidades/ano, o que se comenta como objetivo.

Esse projeto está dentro do que havíamos dito, de que a nossa forma de entrada na Rússia é step by step, passo a passo. Ou seja, existem oportunidades e essas oportunidades vão se apresentando ao longo do tempo, diversamente da nossa entrada na Índia, em que já entraremos com um objetivo grande desenhado.

Voltando ainda um pouco à Rússia - vale a pena comentar - não foi objeto de fato relevante devido a seu baixo investimento. Mas a Marcopolo também iniciou neste período uma joint-venture no segmento de plásticos que já está em curso, cujo objetivo é o fornecimento para a indústria de ônibus, plásticos para indústria de ônibus e para indústria de caminhões, que o nosso parceiro lá possui. Já em 2007 nós devemos ter um faturamento de cerca de US\$ 7,5 milhões nessa joint-venture de plásticos na Rússia.

Caminhando para a Índia, nós temos duas notícias. Uma não é muito boa e a outra é boa. A não muito boa é o nosso atraso no projeto Índia. Há que se compreender que nós estamos falando de uma joint-venture que tem por objetivo a instalação de fábrica para produzir acima de 20 mil unidades por ano. Portanto, é uma fábrica grande, que causa impactos representativos no seu entorno, nas populações e nos fornecedores e tudo o que estiver ligado a uma fábrica desta dimensão.

Em função disso tudo, existem discussões sendo lideradas pelo nosso sócio Tata em diversos estados da Índia e isto tem se estendido muito além das nossas expectativas iniciais. Ou seja, nós tínhamos por plano iniciar a construção da fábrica em novembro e, na verdade, ainda

estamos na fase de seleção do site. Então isso está atrasado e tem sido um fator novo para a gente conviver com esta dificuldade.

De qualquer forma, ao mesmo tempo eu disse que tinha uma notícia positiva: nós ganhamos uma concorrência bastante grande lá na Índia Serão mais de 500 unidades. A gente ainda não pode dar essa notícia de forma completa, porque ainda não foi divulgada, mas neste momento eu não poderia me furtar a comentar nesse nível que estou fazendo. Significa que, a partir de novembro, já deveremos iniciar a entrega de alguns ônibus.

Então eu tenho uma situação conflituosa, porque a fábrica, efetivamente, não estará pronta em novembro, e nós ao mesmo tempo teremos em novembro que começar a entregar alguns ônibus. Isso vai levar a uma instalação provisória de unidade fabril dentro de uma das fábricas da Tata ainda provavelmente em Lucknow - isso também em fase de decisão.

Sobre a Tata, o comentário é esse, estamos de fato bastante atrasados e isso vai defasar tanto o projeto de investimento quanto o projeto de agregação dessas receitas e unidades nos nossos números.

E o terceiro comentário a fazer é sobre a operação que a Marcopolo concluiu ontem, da aquisição de 39,59% das cotas societárias da empresa San Marino, que detém a marca comercial Neobus. Essa empresa é nossa vizinha, instalada aqui em Caxias do Sul. Houve a oportunidade de negócio, na medida em que, dos quatro acionistas, ou cotistas dessa sociedade, dois pretendiam vender as suas participações. Nós, devido à proximidade, ao tomarmos conhecimento desse interesse, tivemos oportunidade de contatar com o acionista controlador, Edson Tomiello. Nas discussões a gente acabou verificando, de parte a parte, que faria sentido a Marcopolo entrar como cotista, mesmo mantendo a empresa independente e autônoma, como foi a decisão dessa associação.

A Marcopolo entra com 39,59% da empresa San Marino Neobus, que segue operando no mesmo formato e de forma independente, tal como operava até hoje. As empresas buscarão sinergias que possam aumentar a competitividade de ambas no segmento em que atuam, sem com isso ferir ou alterar a independência e os segredos industriais de cada uma.

Na seqüência, eu ficarei disponível para perguntas sobre esse tema. Também o fato relevante e o próprio release divulgado trazem muita informação.

No que tange aos cenários para 2007, eu gostaria de voltar ao comentário feito pelo Zignani sobre market share e margem. De fato - e nós havíamos comentado isto nos conference calls anteriores - a Marcopolo privilegiaria a recomposição das suas margens e assim o fez. Fez de forma bem sucedida e entregou o balanço bastante razoável sobre a nossa consideração, sobre a nossa visão.

Evidentemente que obtivemos uma perda de market share. Saímos de cerca de 43%, 42% e terminamos um pouco abaixo de 40%. Essa perspectiva nos inquieta. Passou então a ser dado um novo foco no sentido de que a margem de contribuição, apesar de importante, deveria agora também ter uma atenção semelhante a respeito do market share. E a empresa já iniciou movimentação para ser um pouco mais agressiva nessa disputa de mercado, para voltar a ter o market share que detinha em cada um dos segmentos.

É importante mencionar e lembrar, aos os senhores que avaliam a empresa, que a Marcopolo tem uma vantagem, uma possibilidade de fixar os preços no mercado. Ela é normalmente recebida e conhecida no mercado como a empresa que fixa o primeiro preço. Isso significa que, quando a gente teve que fixar preços mais altos, a gente, assim o fez, e de uma certa forma,

propiciou ao mercado uma situação favorável. Foi um mercado bom o ano passado, foi um mercado de crescimento em termos de volumes, ao mesmo tempo em que os preços também cresceram desde final de 2005.

A partir do momento em que a Marcopolo realinhou e colocou os preços num patamar que considera razoáveis, por permitir um retorno razoável aos seus acionistas, está de novo focando a questão de market share. E o nosso time comercial está sendo instado a, de forma mais agressiva, promover essa recuperação. Essa situação é perfeitamente possível. A gente fixa preço e, portanto, a concorrência sempre vai estar trabalhando com essa situação. O número que a Marcopolo vier a fixar é o número que vai fazer base para o mercado.

No que tange ao mercado em si, o ano de 2007 começou de forma bastante complexa. Há uma demanda latente bastante grande. O ano de 2006 foi um ano bom. E 2007 tem a perspectiva de ser um ano de igual para melhor, em termos de volumes de mercado. Mas as montadoras produtoras de chassis fizeram férias coletivas de cerca de 20 dias entre o final de 2006 e o começo de 2007, desarticulando completamente o fornecimento de chassis. Isso levou todas as encarroçadoras a ter dificuldades no suprimento de chassis durante os meses de janeiro e fevereiro.

A Marcopolo também decidiu fazer férias coletivas por um período, mas mesmo assim sofreu bastante pela irregularidade e falta do chassis, que a partir de agora, do final do mês, após o Carnaval, que também foi um período de paralisação para as montadoras, começam a vir já em número bastante adequado.

Em resumo, ficamos dois meses atrasados em relação aos nossos objetivos de produção, mas todas as perspectivas indicam que, ao longo de 2007, nós vamos acabar repondo esses volumes perdidos com folga e com sobra, e até com algum crescimento, na medida em que o mercado encontra-se demandante. Acho que eram essas as considerações até este momento, e aí ficaremos abertos às perguntas mais específicas que os senhores venham porventura fazer.

Permanecemos então com um período de disposição para perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Sr. André Rocha (Unibanco): Bom dia. Eu tenho basicamente três perguntas. A primeira em relação à receita. Quanto é referente ao Banco Moneo e foi contabilizado como receita? A segunda é em relação ao crescimento de despesas em relação a joint-ventures. Quanto seria esse montante e quanto recorrente para os próximos trimestres mesmo antes do início da operação. E, por fim, essa notícia que saiu hoje na imprensa, de um grupo Sabanci, que estaria para construir uma fábrica na Bahia, se seria um competidor direto de vocês ou se vocês competem com ele em outros mercados? Obrigado.

Sr. Carlos Zignani: A respeito da receita líquida e das despesas o Valiati, nosso diretor administrativo e financeiro comenta. Quanto à última pergunta o nosso diretor geral José Rubens responde também. Valiati?

Sr. José Antonio Valiati: Bom dia, André Rocha.

Sr. André: Bom dia.

Sr. Valiati: Com relação à primeira pergunta, quanto de receita do Banco Moneo está no consolidado são R\$ 14,769 milhões. Você poderia repetir a segunda pergunta, era sobre o valor de despesas?

Sr. André Rocha: Em relação às despesas relacionadas à joint-venture, que vocês colocaram na nota explicativa, já havia despesas. Embora não tivesse iniciado a operação, havia algumas despesas da joint-venture da Índia. Qual o montante desse valor e quanto seria recorrente para os próximos trimestres? Que margens vocês esperam nesse negócio na Índia?

Sr. Valiati: André, quanto a essa tua pergunta, nós não temos essa informação nos nossos relatórios. Na verdade nós estamos tendo essas despesas, mas não estão sendo destacadas, vamos dizer, ativadas ou deferidas, e nós estamos computando esses custos nas operações normais da companhia. Quanto às margens esperadas na Índia, não sei se o José Rubens pode responder, assim como a terceira pergunta.

Sr. José Rubens: Sobre as margens esperadas na Índia a gente ainda está mais discutindo a fábrica do que a própria margem. Na realidade, fica muito prematuro talvez a gente entrar numa discussão de margem, na medida que a fábrica ainda demora de seis meses a um ano para iniciar. Então eu acho que a gente poderia um pouco mais a frente comentar isso. Em reuniões anteriores foi comentado se as margens seriam no mesmo percentual ou na mesma expectativa das que a Marcopolo historicamente traz no Brasil e as respostas são: não. As margens esperadas na Índia serão inferiores porque é um mercado diferente. Mas a gente deve entrar nessa discussão um pouquinho mais à frente. Em relação à sua pergunta sobre a notícia de hoje de que a empresa Sabanci estaria entrando e ela tem uma indústria de ônibus chamada Tamsa. Eu conheço pessoalmente essa indústria Tamsa. É uma indústria turca que trabalha com os chassis próprios, então eu também tomei conhecimento na verdade hoje da notícia que saiu na Internet. Então ainda temos que investigar um pouquinho mais. Mas, é importante ressaltar, o mercado brasileiro é um mercado aberto onde não há nenhuma restrição à entrada. Teríamos que entender se essa competidora virá fazer carrocerias. Na realidade, ela é uma indústria de produtos completos, prioritariamente. Então, se for essa a abordagem ao mercado, vai ser de uma forma. Se vier como encarregadora será de outra. Se for com produtos complexos, ela vai ter que enfrentar, antes de mais nada, também a questão de instalação da sua própria rede, assistência técnica e tudo que está por trás. Se for como um encarregador, evidentemente vai entrar como entraram outros, e o Brasil demanda que a manufatura seja feita localmente. Não há espaço para importação de componentes ou outras coisas, então é mais uma empresa que se instalaria e teria que entrar na arena competitiva. Eu não vejo isso como uma situação complexa, é exatamente nessa perspectiva. Se entrar mais um para competir, vamos lá, vamos ter que ver quem vai poder entregar o melhor produto ou o melhor preço na relação custo benefício aos nossos clientes.

Sr. Eurico Oliveira (Santander): Bom dia. Por favor, a respeito dos projetos sobre Rússia e Índia, gostaria de saber se existe expectativa, primeiramente Projeto Rússia que já está em fase de conclusão, para atingimento de break-even operacional. Daqui à fase de início de produção, em quanto tempo esse break-even seria atingido?

Sr. José Rubens: OK, Eurico. A operação da Rússia está bem no início. Ela está começando agora com a entrega prevista de 175 unidades ao longo do ano de 2007. A nossa indústria é uma indústria de baixo investimento em ativos fixos, ou seja, você tem uma relação de custos variáveis muito alta, o que significa que o atingimento do break-even não é muito complicado. Ele é bastante fácil de ser feito se você tiver um preço razoável de venda. Então, já neste início do projeto, neste primeiro ano não haverá perdas. Ao contrário, a empresa já vai apresentar resultados e ao longo de 2008, mais do que a duplicação do faturamento. Então os resultados virão de imediato. Mas já estamos no break-even.

Sr. Eurico: OK, obrigado.

Sr. José Rubens: De nada.

Sr. Eduardo Puziello (Fator): Bom dia a todos. A minha pergunta é com relação à perspectiva para o segmento de ônibus rodoviários em 2007. Queria que vocês comentassem um pouco sobre isso.

Sr. Carlos Zignani: José Rubens, nosso diretor geral responde.

Sr. José Rubens: Bom, Eduardo, a perspectiva é igual à do ano passado, para positiva, influenciada por dois grandes aspectos. O aspecto número um é o mercado, que está mais aquecido de forma geral. Um outro aspecto importante - e a gente sempre comenta - é a questão da própria renovação em si. O Brasil tem uma frota enorme e essa frota estava sendo renovada em taxas abaixo da necessidade, portanto frotas envelhecendo. Há um terceiro aspecto que tem se somado a isso tudo: essa questão da discussão do transporte aéreo ou do apagão aéreo. Muitas das linhas de nossos clientes têm sido impactadas positivamente por uma volta de passageiros que ficaram descontentes ou de alguma forma desatendidos, levando a discussões de um investimento melhor na sofisticação do ônibus, dos seus assentos, e de diminuição de ruído interno e conforto térmico melhor. Então há esses três fatores mixados. Eu diria que, de uma certa forma, até o setor de transporte rodoviário de passageiros foi surpreendido, evidentemente, pelo apagão aéreo, e não estava preparado para oferecer essa qualidade que estes que estavam na linha de desistir de um modal para outro estavam exigindo. Mas há um impacto positivo e a gente espera que esse mercado cresça pelo menos uns 10% a 15%.

Sr. Eduardo: OK.

Sr. José Rubens: Há um outro fator que, quando surgir, será convenientemente informado: a própria discussão das renovações das concessões, item que a gente já comentou em outras oportunidades. Na medida em que essa concessão seja renovada, também às vezes aquele receio de um empresário de fazer um grande investimento será diminuído. Isto somado a um FINAME e taxas de TJLP que estão mais confortáveis de forma geral deve influenciar positivamente qualquer dos segmentos, mas também o mercado de rodoviários.

Sr. Carlos Zignani: Agradecemos a todos os que nos ouviram e ficamos à disposição na Marcopolo para mais esclarecimentos. Sempre que necessário estaremos na empresa - Borsoi, eu e os nossos demais diretores - para algum questionamento. Estaremos à disposição para perguntas de forma isolada, no encerramento desta teleconferência. Agradecemos então a paciência de todos e ficamos à disposição para novos questionamentos. Até uma próxima oportunidade. Obrigado a todos e bom dia.

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