

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2004

1. Perfil da Empresa

A Marcopolo foi constituída em 6 de agosto de 1949 e tem como atividade a fabricação de carrocerias para ônibus, detendo 47,0% da produção brasileira ao final de 2004. Internacionalmente, é uma das principais fabricantes, contribuindo com 6,0% a 7,0% da produção mundial. Possui a mais completa linha de produtos, que abrange os modelos rodoviários, com as marcas: *Paradiso*, *Viaggio* e *Andare*; os urbanos: *Allegro*, *Viale* e *Torino*; os micros: *Sênior* e Minis: *Fratello* e *Viccino*, com destaque para o *Volare*, que constitui uma família completa de produtos, atendendo às necessidades específicas num nicho próprio de mercado. As atividades são desenvolvidas em três unidades fabris no Brasil, sendo duas em Caxias do Sul, Estado do Rio Grande do Sul, e outra em Duque de Caxias, Estado do Rio de Janeiro. No exterior, a Companhia tem fábricas de ônibus na Argentina, Colômbia, México, Portugal e África do Sul. Ela também controla, no Brasil, a MVC - Componentes Plásticos Ltda., uma fábrica de componentes plásticos de alta tecnologia, localizada em São José dos Pinhais - Paraná. Esta controlada, possui duas unidades no Brasil e uma no exterior.

Há 55 anos, a Marcopolo mantém suas atividades de forma ininterrupta, tendo nesse período produzido mais de 150 mil ônibus. A capacidade total de produção da Marcopolo é de 110 ônibus/dia e conta com um quadro de 10.500 colaboradores.

2. Quadro Resumo

Indicadores Econômicos e Financeiros

(em milhões de reais, exceto percentagens e lucro por ação)

DADOS CONSOLIDADOS	2004	2003	Varição (%)
Desempenho Geral			
Receita operacional líquida	1.605,4	1.288,5	24,6%
- Receitas no Brasil	758,8	652,5	16,3%
- Receitas de exportações e no exterior	846,6	636,0	33,1%
Lucro líquido	85,0	80,9	5,1%
Lucro por ação	0,757	0,720	5,1%
Retorno s/Capital Investido ⁽¹⁾	21,3%	16,5%	4,8pp
Retorno s/Patrimônio Líquido ⁽²⁾	22,3%	23,8%	(1,5)pp
Desempenho Operacional			
Lucro bruto	273,4	249,8	9,4%
EBITDA (ajustado) ⁽³⁾	156,0	142,4	9,5%
Lucro operacional (antes do resultado financeiro)	116,9	77,9	50,1%
Investimentos no ativo permanente	48,9	47,5	2,9%
Posição Financeira			
Caixa e equivalentes a caixa	257,6	383,2	(32,8%)
Ativo total	1.185,4	1.084,8	9,3%
Passivo financeiro de curto prazo	268,4	404,7	(33,7%)
Passivo financeiro de longo prazo	175,3	103,7	69,0%
Passivo financeiro líquido	186,1	125,1	48,8%
Patrimônio líquido	427,9	381,1	12,3%
Passivo financeiro líquido/Patrimônio Líquido	43,5%	32,8%	10,7pp
Resultado financeiro líquido	(2,2)	26,6	(108,3%)
Margens e Índices			
Margem bruta	17,0%	19,4%	(2,4)pp
Margem EBITDA ajustada	9,7%	11,1%	(1,4)pp
Margem operacional (antes do resultado financeiro)	7,3%	6,0%	1,3pp
Margem líquida	5,3%	6,3%	(1,0)pp

Notas: ⁽¹⁾ ROIC (*Return on Invested Capital*) = $[EBIT (Earnings Before Interest Taxes) / (\dot{X} \text{ estoques} + \dot{X} \text{ clientes} + \dot{X} \text{ imobilizado} - \dot{X} \text{ fornecedores})]$; \dot{X} = Média;

⁽²⁾ ROE (*Return on Equity*) - Retorno sobre o Patrimônio Líquido;

⁽³⁾ O EBITDA (*Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*) ajustado exclui os ganhos ou perdas por variações cambiais sobre investimentos e sobre adiantamentos de contrato de câmbio;

p.p = pontos percentuais.

3. Destaques do Setor de Carrocerias para Ônibus

Para o setor de carrocerias, o ano foi particularmente exigente em termos de esforços de produção, totalizando 24.676 unidades, um crescimento de 15,4% sobre 2003. Incluindo-se o modelo Volare, a produção foi de 27.664 unidades, ou 13,2% sobre igual período.

É de se observar que na indústria de carrocerias para ônibus cada subgrupo apresenta características típicas e ciclos diferenciados de demanda. Em 2004, a produção dos modelos **rodoviários** registrou o maior volume dos últimos anos, situando-se 34,1% acima de 2003. As exportações foram seu principal elemento de alavancagem. No mercado doméstico, o crescimento decorreu da reposição das frotas. Em regiões importantes, a expansão continuou contingenciada por questões de ordem política na renovação das concessões, gerando algumas incertezas nos operadores do sistema.

Os **urbanos** registraram evolução de 18,7% sobre 2003. Em 2004, as exportações de urbanos ficaram muito próximas às de 2003. O crescimento alicerçou-se no mercado nacional, onde os frotistas, mais confiantes após a regulamentação do serviço de transporte urbano em mercados, como São Paulo, Goiânia, Recife e Brasília, retomaram as compras, principalmente de urbanos leves, fato que se refletiu no desempenho de micros e minis.

Os **micros e miniônibus** que, a partir de 1999, vinham registrando taxas anuais de crescimento surpreendentes, em prejuízo dos urbanos, apresentaram uma acomodação em 2004, e a produção de 8.785 unidades experimentou uma queda de 3,7% em relação às 9.124 de 2003. Assim mesmo, merece menção o desempenho dos micros e minis, posto que, em pouco mais de cinco anos, representam 32,0% da produção de ônibus.

Produção Brasileira de Carrocerias/Ônibus (em unidades)

Produtos/Anos ⁽³⁾	2004	2003	2002 ⁽²⁾	2001	2000
Rodoviários	6.251	4.662	5.140	5.834	5.776
Urbanos	12.628	10.643	11.528	11.758	8.923
Micros	4.747	4.613	3.330	3.078	3.400
SUBTOTAL	23.626	19.918	19.998	20.670	18.099
Mini (LCV) ⁽¹⁾	1.050	1.463	1.789	1.010	-
TOTAL	24.676	21.381	21.787	21.680	18.099

Fonte: **FABUS** (Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus) e **SIMEFRE** (Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários)

Notas: ⁽¹⁾ Os dados da Produção dos Minis (LCV - *Light Commercial Vehicles*) não incluem a produção de unidades integrais tipo Volare e Furgões;

⁽²⁾ Em face da FABUS ter informado a produção de 2002 da Irisar, a qual não havia sido registrada naquele exercício, os dados da produção brasileira de carrocerias de 2002 foram revistos e atualizados em 2003;

⁽³⁾ A partir de 2001, as unidades exportadas em KD (desmontadas) passaram a ser incluídas nas quantidades produzidas.

4. Destaques da Marcopolo

A **receita líquida consolidada** de 2004 atingiu R\$ 1.605,4 milhões, ou 24,6% superior a de 2003. Para melhor entendimento da receita líquida, vide itens 5.1 e 5.2.

O **lucro líquido** do exercício foi de R\$ 85,0 milhões, uma evolução de 5,1% quando comparada com os R\$ 80,9 milhões do exercício anterior. Vide item 14.

O **EBITDA (LAJIDA)** ajustado de 2004 foi de R\$ 156,0 milhões, contra R\$ 142,4 milhões no exercício anterior, ou 9,7% e 11,1% da receita líquida, respectivamente. Mais detalhes, vide item 11.

A **produção mundial** da Companhia, no exercício de 2004, foi de 15.938 unidades, sendo 12.950 carrocerias convencionais e 2.988 do modelo Volare, contra 14.362 em 2003 (11.314 convencionais e 3.048 Volare). Destaque especial deve ser dado ao desempenho e à contribuição dos miniônibus integrais do tipo Volare. Mais detalhes, vide item 6.1.

Dividendos/Juros sobre Capital Próprio. Em 17 de dezembro de 2004, o Conselho de Administração aprovou a distribuição de R\$ 38.208.142,26 a título de juros sobre o Capital Próprio, imputados ao dividendo do exercício pelo seu valor líquido. Mais detalhes, vide item 21.

5. Desempenho da Marcopolo (Dados Consolidados)

A Administração da empresa esperava que 2004 se caracterizasse por um abrandamento na política monetária, com maior disponibilidade de recursos para financiamento a taxas declinantes de juros. Esses fatores, aliados às eleições municipais, haveriam de compor um ambiente propício a um maior crescimento no nível de emprego, na renda real e na demanda de ônibus dentro de um ambiente de baixas taxas de inflação. A expansão da economia mundial abria perspectivas favoráveis para as exportações e negócios no exterior. O ano se diferenciou por um ritmo de produção acima das expectativas iniciais, exigindo esforços adicionais na produção para garantir a entrega das encomendas. Os dados finais do ano mostram que a produção das unidades locais absorvidas pelo mercado doméstico cresceu 2,3% sobre 2003, enquanto a produção exportada avançou 24,3%. A produção mundial da Companhia evoluiu 11,0% sobre o exercício de 2003. Com tal desempenho, tudo poderia ter sido perfeito, não fossem os significativos e incontrolláveis aumentos nos preços das matérias-primas, aliados à situação específica do câmbio e à reversão na taxa declinante dos juros. As duas primeiras variáveis, em particular, resultaram numa perversa combinação de fatores que influíram decisivamente nas margens e na rentabilidade, conforme adiante comentado.

5.1 Receita Líquida Consolidada

Neste exercício, a receita líquida consolidada alcançou R\$ 1.605,4 milhões, ou 24,6% superior a de 2003. O mercado interno contribuiu com R\$ 758,8 milhões, 16,3% superior a do exercício anterior. Os negócios no exterior alcançaram R\$ 846,6 milhões, um crescimento de 33,1% em relação aos de 2003.

As receitas por produto e por mercado de destino são apresentadas na tabela e no gráfico abaixo.

Receita Líquida Total Consolidada - Por Produtos e Mercados (em R\$ Mil)

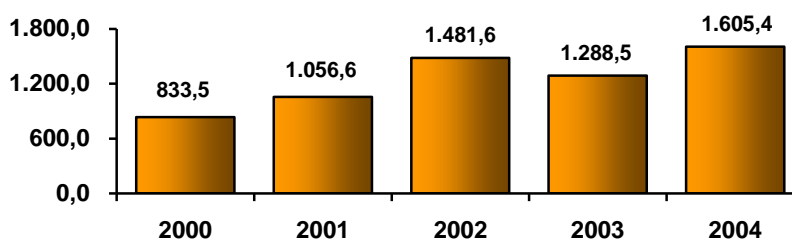
Produtos/Anos ⁽³⁾	2004		2003		Total	
	MI	ME	MI	ME	2004	2003
Rodoviários	218.070	416.517	163.468	298.672	634.587	462.140
Urbanos	195.452	206.236	144.233	180.698	401.688	324.931
Micros	49.446	57.723	60.061	34.763	107.169	94.824
Minis - LCV	12.418	10.142	14.570	9.522	22.560	24.092
Subtotal carrocerias	475.386	690.618	382.332	523.655	1.166.004	905.987
Volares e Furgões ⁽¹⁾	202.044	43.089	181.774	13.706	245.133	195.480
Total carroc/Volare/Furgões	677.430	733.707	564.106	537.361	1.411.137	1.101.467
Chassis ⁽²⁾	6.229	37.943	4.718	27.250	44.172	31.968
Peças e outros	75.173	74.963	83.687	71.401	150.136	155.088
Total chassis/peças/outras	81.402	112.906	88.405	98.651	194.308	187.056
TOTAL GERAL	758.832	846.613	652.511	636.012	1.605.445	1.288.523

Notas: ⁽¹⁾ A receita dos Volares inclui os chassis;

⁽²⁾ A receita de chassis refere-se a outras unidades comercializadas, exceto aquelas contabilizadas na receita do Volare;

⁽³⁾ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo.

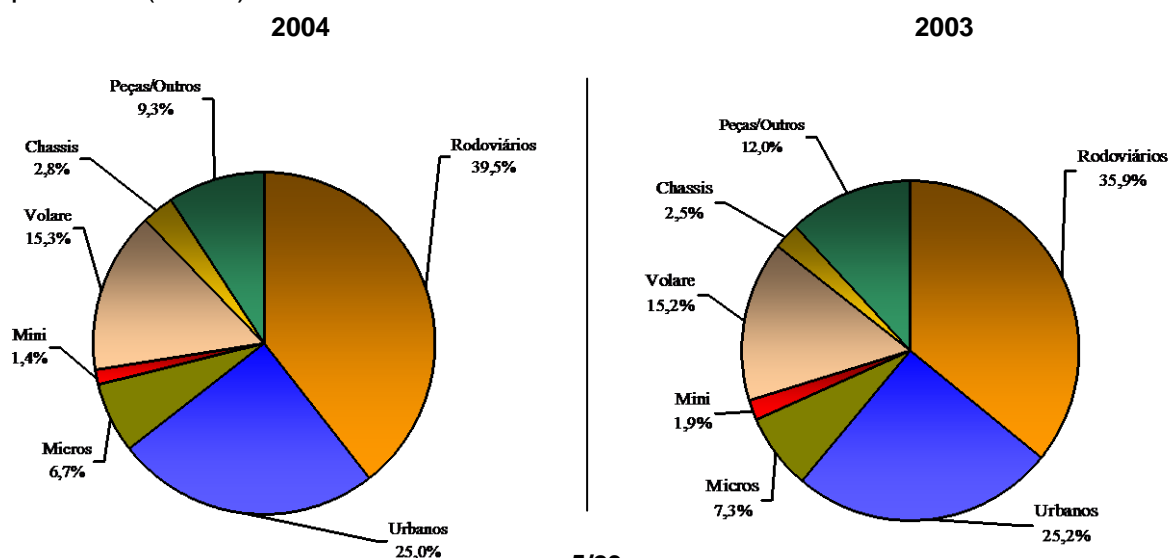
Receita Líquida (em R\$ milhões)



5.2 Composição da Receita Líquida Consolidada (em %)

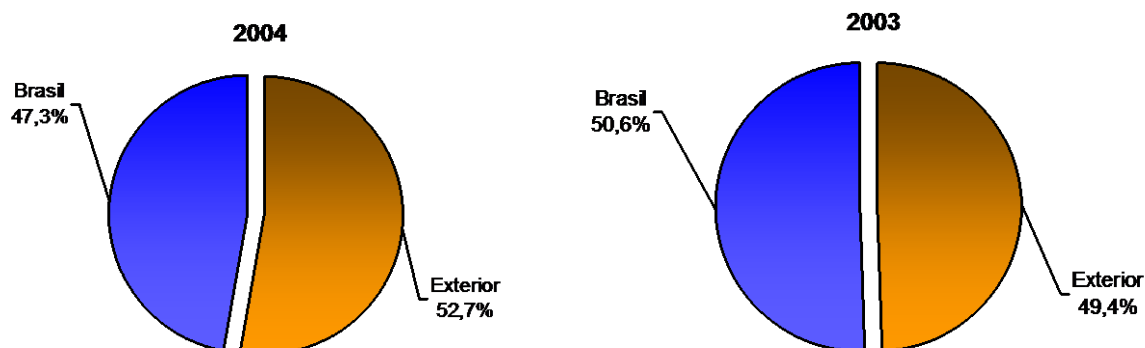
Da receita líquida total consolidada, em 2004, 87,9% originaram-se das vendas de carrocerias, 2,8% da comercialização de chassis e 9,3% de partes e peças.

Os gráficos a seguir mostram a composição da receita consolidada por linha de produtos (em %).



5.3 Relação das Receitas no Brasil e Mercado Externo (em %)

Em 2004, a contribuição das receitas de exportações e negócios no exterior atingiu 52,7%, enquanto que, em 2003, representou 49,4% da receita líquida consolidada.



6. Produção, Vendas e Participação no Mercado

6.1 Produção e Vendas

Em 2004, a Marcopolo registrou um crescimento de 11,0% na produção mundial em unidades físicas. O desempenho é atribuído principalmente a: (i) crescimento de 22,2% na produção de unidades rodoviárias; (ii) crescimento de 25,5% na produção de unidades urbanas. Registrou-se estabilidade no volume de micros e redução de 10,0% nas carrocerias para miniônibus e veículos comerciais leves, fato atribuído à entrada de novos competidores no mercado.

A produção mundial é detalhada nos quadros que seguem:

MARCOPOLO - Produção Mundial Consolidada Por Empresa (em unidades)

Empresas/Anos	2004	2003	Variação (%)
BRASIL			
Marcopolo ⁽¹⁾	11.494	10.723	7,2%
Ciferal	3.085	2.368	30,3%
SUBTOTAL	14.579	13.091	11,4%
Eliminações KD's ⁽²⁾ exportados	2.990	2.409	24,1%
TOTAL NO BRASIL	11.589	10.682	8,5%
EXTERIOR			
México	2.102	1.687	24,6%
Portugal	176	119	47,9%
África do Sul	406	399	1,7%
Colômbia	1.665	1.475	12,9%
TOTAL NO EXTERIOR	4.349	3.680	18,2%
TOTAL GERAL	15.938	14.362	11,0%

Notas: ⁽¹⁾ Inclui a produção do modelo Volare e dos Furgões;

⁽²⁾ Carrocerias parcial ou totalmente desmontadas.

MARCOPOLO - Produção Mundial Consolidada
Por Produto e Mercado (em unidades)

Anos	2004			2003		
Produtos/Mercados ⁽¹⁾	MI	ME ⁽²⁾	TOTAL	MI	ME ⁽²⁾	TOTAL
Rodoviários	1.608	2.065	3.673	1.352	1.654	3.006
Urbanos	3.451	2.567	6.018	2.586	2.209	4.795
Micros	1.115	1.478	2.593	1.399	1.104	2.503
Mini (LCV)	217	449	666	452	558	1.010
SUBTOTAL	6.391	6.559	12.950	5.789	5.525	11.314
Volare e Furgões	2.498	490	2.988	2.903	145	3.048
PRODUÇÃO TOTAL	8.889	7.049	15.938	8.692	5.670	14.362

Notas: ⁽¹⁾ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo;

⁽²⁾ Na produção total do ME estão incluídas as unidades exportadas pela controladora em KD (carrocerias desmontadas). Em 2004 foram exportadas 2.990 unidades e 2.409 em 2003;

No quadro que segue é demonstrada a produção e vendas no Brasil. A Companhia somente produz mediante pedidos confirmados. A diferença entre produção e vendas decorre da variação entre os estoques iniciais e finais de cada exercício.

Produção e Vendas no Brasil - Marcopolo/Ciferal (em unidades)

Anos	2004			2003		
Produtos/Mercados ⁽¹⁾	MI	ME ⁽³⁾	TOTAL	MI	ME ⁽³⁾	TOTAL
Rodoviários	1.608	1.921	3.529	1.352	1.676	3.028
Urbanos	3.451	2.685	6.136	2.586	2.189	4.775
Micros	1.115	579	1.694	1.399	377	1.776
Mini (LCV)	217	15	232	452	12	464
SUBTOTAL	6.391	5.200	11.591	5.789	4.254	10.043
Volare e Furgões ⁽²⁾	2.498	490	2.988	2.903	145	3.048
PRODUÇÃO TOTAL	8.889	5.690	14.579	8.692	4.399	13.091
VENDAS TOTAIS	9.142	5.606	14.748	8.447	4.409	12.856

Notas: ⁽¹⁾ MI = Mercado Interno; ME = Mercado Externo;

⁽²⁾ As unidades de Volare e Furgão (LCV) estão incluídas nas tabelas de produção Marcopolo apenas para melhor compreensão da ampla linha de produtos, da capacidade de produção e por estarem contabilizadas na receita líquida. A produção desses veículos não faz parte dos dados do SIMEFRE e da FABUS, nem da participação de mercado da Marcopolo ou da produção do setor;

⁽³⁾ Na produção total do ME estão incluídas as unidades exportadas em KD, 2.990 unidades em 2004 e 2.409 em 2003.

6.2 Participação de Mercado

A participação de mercado por grupo de produto no decorrer do quinquênio 2000/2004 é mostrada na tabela que segue. Os dados esclarecem que, de cada 100 ônibus **rodoviários** fabricados no país, em 2004, cerca de 56 unidades saíram das linhas de montagem da Marcopolo. Nesse grupo, estão incluídos os modelos de grande porte, do tipo *Double Decker*, cuja fabricação exige muito mais tempo, embora, para efeitos estatísticos, sejam considerados como uma unidade similar a um urbano ou micro. O quadro revela um significativo crescimento do *market share* da Marcopolo em 2002 e 2003, período em que alguns fabricantes do setor diminuíram sua produção. O retorno dessas empresas ao mercado reduziu parcialmente a participação da Companhia, entretanto, mantendo-se em níveis superiores aos de 2000 e 2001.

No segmento de **urbanos**, o *market share* voltou a ampliar-se em 2004 e a participação de 48,6% reflete o sucesso do modelo CITMAX, lançado em setembro de 2003.

Nos **micros**, a participação da Companhia, em 2000, situava-se ao redor de 46,0%. Com a entrada de novos competidores, o *market share* situa-se em 35,7%, nível que a administração considera relevante e satisfatório.

Participação na Produção Brasileira - Marcopolo/Ciferal (em %)

Produtos/Anos	2004	2003	2002	2001	2000
Rodoviários	56,5	64,9	64,9	50,7	45,8
Urbanos	48,6	44,9	46,5	43,3	46,1
Micros	35,7	38,5	40,9	45,9	45,9
Mini (LCV) ⁽¹⁾	22,1	31,7	43,8	34,7	-
TOTAL	47,0	47,0	49,8	45,3	46,0

Fontes: FABUS e SIMEFRE

Nota: ⁽¹⁾ O Volare e os Furgões não são computados para efeito de participação no mercado.

7. Resultado Operacional: Custo dos Produtos Vendidos e Lucro Bruto

A significativa desvalorização da moeda brasileira, em 2002, beneficiou as margens das exportações - que representam mais de 50,0% das receitas da Companhia - proporcionando resultado operacional incomum naquele exercício. Contrariamente, a valorização do real a partir de abril de 2003, que se estendeu por todo o exercício de 2004, aliada ao expressivo crescimento nos custos dos insumos - principalmente produtos siderúrgicos, derivados de petróleo, petroquímica e fretes - rompeu o equilíbrio na relação receitas/custos refletido na margem bruta da Companhia. A Administração vem perseguindo o restabelecimento da relação através de realinhamento de preços, o que tem ocorrido, embora com alguma defasagem temporal. Aumento da produção, gestão da produtividade e controle de custos são outras ferramentas que a Companhia vem adotando, com o intuito de minimizar a ascensão dos custos das matérias-primas e da valorização do real. A margem bruta encolheu para 17,1%, comparada com 19,4% obtidos no exercício de 2003.

8. Despesas com Vendas

As despesas com vendas foram de R\$ 94,1 milhões, ou R\$ 4,9 milhões abaixo dos R\$ 99,1 despendidos em 2003. Nesse ano, foi constituída a Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa no valor de R\$ 17,8 milhões, relativos a créditos de clientes no mercado argentino, enquanto que, em 2004, foram provisionados R\$ 2,9 milhões. Excluindo-se a provisão constituída em 2003 e 2004, as despesas com vendas teriam sido de R\$ 91,3 milhões em 2004 e R\$ 81,3 milhões em 2003, representando, respectivamente, 5,7% e 6,3% da receita líquida de cada exercício. O crescimento nominal nas despesas com vendas, em 2004, foi decorrente do crescimento das receitas.

9. Despesas Gerais e Administrativas

Mesmo com o crescimento de 24,6% na receita líquida, as despesas gerais e administrativas foram, em 2004, de R\$ 67,5 milhões, ou 4,2% da mesma. No exercício de 2003, haviam sido despendidos R\$ 66,3 milhões, ou 5,2% da receita líquida. Os reajustes compulsórios sobre a Folha de Pagamento, resultante de dissídios coletivos, foram neutralizados por economias em outras contas.

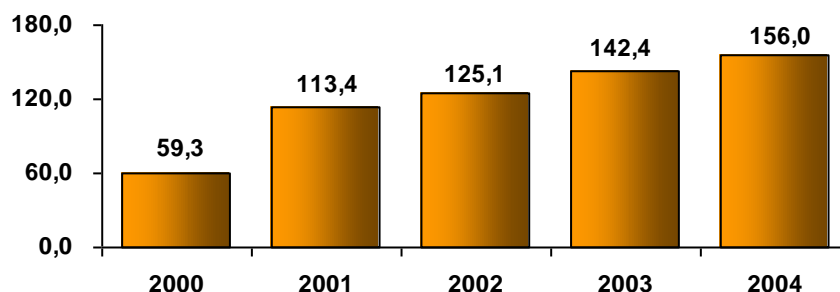
10. Resultado Financeiro Líquido

Apesar de apresentar passivo financeiro líquido de R\$ 182,0 milhões no final de 2004, o monitoramento financeiro das operações comerciais e uma gestão racional dos créditos à exportação e seus impactos no caixa permitiram reduzir o custo do financiamento para apenas R\$ 2,2 milhões.

11. Resultado Operacional e EBITDA (LAJIDA)

O EBITDA (LAJIDA) ajustado foi de R\$ 156,0 milhões, contra R\$ 142,4 milhões no exercício anterior, ou 9,7% e 11,1% da receita líquida, respectivamente. Os índices apresentados estão ajustados para evitar distorções da metodologia tradicional, que não reflete adequadamente os resultados das operações em economias com alta volatilidade do câmbio e, principalmente, em empresas com significativa parcela das receitas provenientes de exportações e negócios no exterior.

EBITDA (LAJIDA) ajustado
(em R\$ milhões)



EBITDA (R\$ mil)	2004	2003	2002	2001	2000
Resultado operacional	114.732	104.526	90.714	46.623	27.662
Receitas financeiras	(110.419)	(114.596)	(122.924)	(72.592)	(24.838)
Despesas financeiras	112.634	87.965	244.950	115.878	47.587
Depreciações/Amortizações	28.928	24.623	24.983	21.549	19.256
EBITDA	145.875	102.518	237.723	111.458	69.667
Variação cambial s/ investimentos nas controladas	2.792	8.635	(37.545)	(3.555)	(6.215)
Variação Cambial sobre Adiantamentos de Contratos de Câmbio (ACC)	7.298	31.295	(75.078)	5.460	(4.107)
EBITDA (ajustado)	155.965	142.448	125.100	113.363	59.345

12. Outras Receitas e Despesas Operacionais

Em 2004, o saldo líquido dessas contas foi de R\$ 5,2 milhões positivos, tendo origem, principalmente, em: (i) R\$ 2,8 milhões em ganhos por recuperação de tributos; (ii) R\$ 10,5 milhões em ganhos por reversão de parcela de provisões para créditos de liquidação duvidosa; (iii) R\$ 2,8 milhões em perdas com variação cambial sobre investimentos em controladas no exterior (sem efeito no caixa); (iv) R\$ 4,9 milhões por encargos correspondentes à amortização do ágio (também sem efeito no caixa), vinculado à aquisição da Ciferal; (v) R\$ 0,4 milhão por despesas tributárias e outras despesas operacionais.

Em 2003, o resultado havia sido de R\$ 6,5 milhões negativo decorrente de: (i) R\$ 7,9 milhões em ganhos por recuperação de tributos; (ii) R\$ 8,6 milhões em perdas com variação cambial sobre investimentos em controladas no exterior (sem efeito no caixa); (iii) R\$ 4,9 milhões por encargos correspondentes à amortização do ágio (também sem efeito no caixa), vinculado à aquisição da Ciferal; (iv) R\$ 0,9 milhão por despesas tributárias e outras despesas operacionais.

13. Resultado Não Operacional

O valor de R\$ 7,1 milhões de despesas, em 2004, compõe-se de: (i) R\$ 1,9 milhão relativo à baixa de ativos diferidos em pesquisa e desenvolvimento de produtos; (ii) R\$ 4,6 milhões relativos a ajuste a valor de mercado sobre imóveis no exterior; (iii) R\$ 0,6 milhão relativo a custo com baixas de imobilizado.

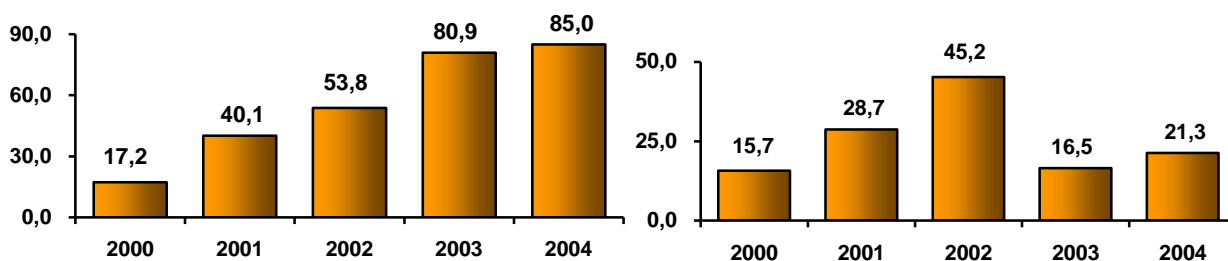
14. Lucro Líquido/ROIC

O lucro líquido, em 2004, foi de R\$ 85,0 milhões, um crescimento de 5,1% sobre os R\$ 80,9 milhões contabilizados em 2003. O retorno sobre o capital investido (ROIC) foi de 21,3% em 2004 e 16,5% em 2003.

Embora o impacto da valorização do real e do aumento nos insumos, a Companhia melhorou o desempenho operacional. Excluídos os resultados financeiros líquidos de 2004 (R\$ 2,2 milhões negativo) e de 2003 (R\$ 26,6 milhões positivo), o resultado das atividades operacionais teria sido de R\$ 116,9 milhões e R\$ 77,9 milhões, respectivamente, ou 7,3% em 2004 e 6,0% em 2003.

LUCRO LÍQUIDO (em R\$ milhões)

ROIC (em %)



15. Geração Operacional de Caixa

Em 2004, as atividades operacionais geraram recursos de R\$ 4,1 milhões, contra R\$ 109,6 milhões em 2003. As atividades de investimentos no permanente consumiram R\$ 48,9 milhões e as de financiamento outros R\$ 80,8 milhões no pagamento de empréstimos e juros. Como resultado, o saldo inicial de caixa de R\$ 383,2 milhões no início do exercício foi reduzido para R\$ 257,6 milhões no final do ano. As demonstrações do fluxo de caixa estão apresentadas em demonstrativo específico sob esse título, onde constam informações adicionais sobre a gestão dos recursos financeiros.

A baixa geração de caixa decorreu principalmente do aumento nas vendas e, por conseqüência, nos saldos das contas clientes e estoques. Os estoques foram impactados pela escassez de containeres e navios para envio de produtos ao exterior, fato que aumentou o ciclo operacional. Também afetou a geração de caixa o crescimento na conta de impostos a recuperar, decorrente das restrições impostas pelo estado na restituição e/ou transferência desses créditos.

16. Desempenho das Controladas

As controladas têm desempenhado um papel estratégico importante na internacionalização da Marcopolo. Operam de forma integrada, utilizando todas as vantagens competitivas dos mercados onde atuam, montando os ônibus a partir

dos componentes fabricados no Brasil e tornando economicamente viáveis as vendas de determinados produtos. A Companhia opera com cinco fábricas no exterior, sendo três nas Américas: México (Polomex), Colômbia (Superpolo) e Argentina (Marcopolo Latinoamerica); uma na Europa: Portugal (Marcopolo Indústria de Carroçarias); e uma na África do Sul (Marcopolo South Africa).

Em 2004, foram montadas 4.349 carrocerias no exterior, respondendo por 27,3% da produção total da Companhia. A produção por controlada é detalhada em tabela específica constante no item 6.1. Apesar de estar com as atividades paralisadas na Argentina, a Companhia retomou as exportações diretas para empresas daquele país, que efetuam suas compras com pagamentos antecipados. Além dessas controladas que operam no segmento de ônibus, a Marcopolo controla a MVC Componentes Plásticos Ltda., com sede no Paraná e com fábricas no México, Rio Grande do Sul e Goiás. A MVC detém as mais modernas tecnologias em plástico, como: o RTM - *Resin Transfer Molding*, *Vaccum Forming* e laminação contínua, tecnologias competitivas nas áreas automotivas, construção civil, mobiliário urbano, multimídia e em outras aplicações. Esses processos são especialmente adequados às indústrias que possuem grande variedade de componentes e moderado volume de produção, a exemplo das montadoras de ônibus, caminhões, equipamentos agrícolas e móveis.

17. Governança Corporativa

A Marcopolo foi a primeira empresa do setor industrial brasileiro a aderir aos padrões e regras de "Governança Corporativa Nível II da BOVESPA". A Companhia está comprometida e continuará adotando ações harmônicas com as melhores práticas internacionais de boa governança. A administração tem como princípios a justiça e o respeito aos direitos dos acionistas minoritários. Entre outros compromissos assumidos com o programa, a Companhia adotou o *Tag Along* de 100,0% aos acionistas minoritários detentores de ações ordinárias e de 80,0% aos acionistas detentores de ações preferenciais, em caso de alienação do poder de controle; direito de voto restrito aos acionistas detentores de ações preferenciais em matérias específicas. Para estimular a liquidez de seus papéis, a Companhia comprometeu-se a manter em circulação no mercado (*free-float*) pelo menos 25,0% das ações, bem como dar transparência nas negociações de ações por parte dos administradores e controladores.

Na questão da transparência e prestação responsável de contas, na preparação das demonstrações da situação patrimonial e dos resultados das operações são observados padrões contábeis rigorosos. A Companhia, além de divulgar o calendário anual de eventos corporativos, vem estimulando a presença ativa de acionistas em assembleias gerais. Em linha com esse princípio, em 2004 realizou reuniões em São Paulo e Porto Alegre com a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais (APIMEC); promoveu "*Conference Calls*" ao final de cada trimestre, e participou de diversos encontros de "*small & mid cap day*" organizados por bancos de investimentos e instituições vinculadas ao mercado de capitais. O relacionamento da Marcopolo com seus

acionistas e potenciais investidores é feito pela área de Relações com Investidores. Em 2004, foram recebidos analistas do país e do exterior e realizados inúmeros contatos telefônicos. A reformulação do *site* trouxe mais conteúdo e melhoria na navegabilidade para consultas às Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes e demais Informações divulgadas pela Companhia.

A Companhia, concomitantemente com adesão às novas práticas de governança corporativa, tem um Conselho de Administração composto por seis membros: dois internos, um externo - eleito pelos acionistas controladores e três independentes, sendo um eleito pelos acionistas minoritários, um eleito pelos acionistas detentores de ações preferenciais e o outro pelos controladores. O Conselho Fiscal é composto de três membros, com sua maioria representando os acionistas minoritários e acionistas detentores de ações preferenciais. Apenas um dos membros foi indicado pelos controladores.

18. Ativos Intangíveis

A Marcopolo é titular de várias marcas registradas no Brasil e nos principais países onde comercializa seus produtos, ou tem planos de comercializar. São mais de 200 registros e/ou pedidos de registros de suas marcas em mais de 20 países. A Companhia tem, ainda, mais de 40 registros e/ou pedidos de registros de patentes. As principais marcas mantidas pela Companhia são: *Marcopolo, Volare, Ciferal, Paradiso, Viaggio, Andare, Allegro, Viale, Torino e Sênior*.

19. Auditores Independentes

19.1 Troca de Auditores Independentes

Atendendo disposição legal, em reunião de 17/12/04, o Conselho de Administração decidiu nomear para auditores da Companhia, a partir do exercício de 2005, a empresa *PRICEWATERHOUSECOOPERS* - Auditores Independentes, com sede na Rua Mostardeiro, 800, 8º e 9º andar, em Porto Alegre (RS), em substituição aos auditores KPMG Auditores Independentes.

19.2 Instrução CVM 381/03

A Companhia registra, ainda, para efeitos da Instrução CVM 381/03, que não contratou e nem teve serviços prestados pela KPMG Auditores Independentes não relacionados à auditoria externa. A política de atuação da empresa se fundamenta nos princípios internacionalmente aceitos, de que os auditores externos não devem auditar os seus próprios serviços, não exercer funções gerenciais e nem promover o interesse da Companhia.

20. Mercado de Capitais

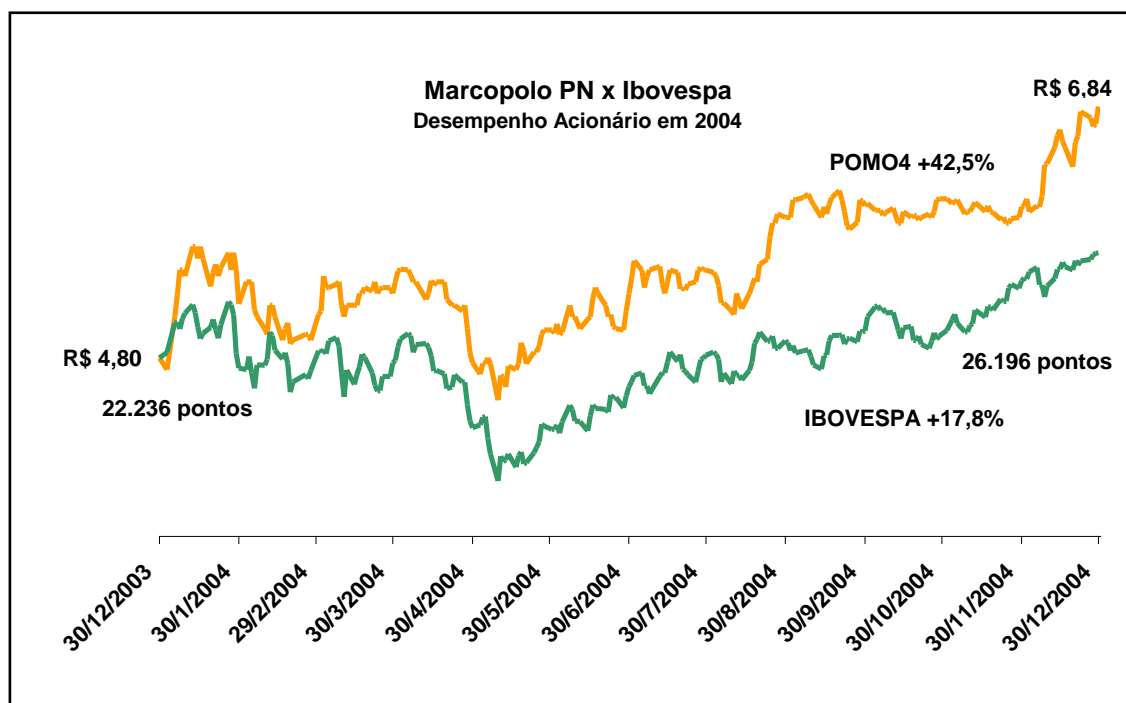
20.1 Capital Social

O capital da Companhia, de R\$ R\$ 226,0 milhões, está dividido em 112.376.889 ações, sendo 42.703.218 ações ordinárias (38,0%) e 69.673.671 ações preferenciais (62,0%), todas nominativas, escriturais e sem valor nominal.

20.2 Desempenho das Ações Marcopolo na Bovespa

Durante o ano, foram realizados 11.057 negócios com os papéis da Companhia, envolvendo 45.164.700 ações, ou seja, mais de 40,0% das ações representativas do capital social e, aproximadamente, 57,0% do *free float*. Os valores transacionados alcançaram R\$ 266,5 milhões, superando em 16,0% o montante negociado em 2003.

Dados adicionais são apresentados no gráfico e quadro que segue.



Indicadores/Períodos	2004	2003	2002	2001	2000
Número de transações	11.057	13.300	3.082	1.617	1.404
Ações Negociadas (milhões)	45,2	57,2	26,8	17,9	13,2
Valor transacionado (R\$ milhões)	266,5	229,2	99,4	47,8	32,2
Valor de mercado (R\$ milhões) ⁽¹⁾	768,7	539,4	476,5	266,0	188,8
Ações existentes (milhões) ⁽²⁾	112,4	112,4	112,4	82,1	82,1
Valor patrimonial por ação (R\$)	3,88	3,46	3,10	2,59	2,59
Cotação (R\$ / por ação preferencial) ⁽³⁾	6,84	4,80	4,24	3,24	2,30
Juros sobre Capital Próprio, imputados ao dividendo (R\$/ação)	0,340	0,356	0,190	0,250	0,092

Notas: ⁽¹⁾ Para determinar o valor de mercado, utilizou-se a cotação da última transação do exercício da ação **Preferencial Escritural (PE)**, multiplicado pelo total das ações **(OE+PE)** existentes no final do exercício;

⁽²⁾ Total das ações da Companhia no final do exercício;

⁽³⁾ Cotação das ações PE no último pregão do exercício.

21. Dividendos/Juros sobre Capital Próprio

Em reunião realizada em 17/12/04, o Conselho de Administração aprovou o pagamento de R\$ 38.208.142,26, ou R\$ 0,34 (trinta e quatro centavos) por ação representativa da capital social, a título de juros sobre o capital próprio, sendo que o valor líquido dos referidos juros no montante de R\$ 34.962.958,53 foi imputado ao dividendo obrigatório declarado antecipadamente, por conta do resultado do exercício de 2004. O valor foi creditado na conta individualizada de cada acionista em 27/12/04 e será pago a partir de 28/03/2005. A distribuição foi equivalente a 41,1% do lucro líquido consolidado.

22. Investimentos/Imobilizações

Em 2004, a Companhia destinou R\$ 48,9 milhões às diversas unidades, para investimentos de capital. Desse montante foram aplicados: (i) R\$ 29,5 milhões em máquinas, equipamentos produtivos e novo layout; (ii) R\$ 1,8 milhões em instalações industriais; (iii) R\$ 8,0 milhões em sistemas de softwares, participações societárias, veículos, outras imobilizações em andamento e desenvolvimento de novos produtos; (iv) R\$ 9,6 milhões em prédios e terrenos.

23. Novos Produtos

Durante o exercício de 2004, a Companhia prosseguiu celeremente na adequação dos diversos modelos de carrocerias, adaptando famílias de produtos aos novos modelos de chassis lançados no mercado, ou atendendo demandas específicas de clientes. Também foram desenvolvidos novos produtos, entre os quais destacaram-se os da família **VIALE EUROPA**, voltada ao segmento de ônibus

urbanos, que estão sendo montados na unidade de Coimbra (Portugal), e que disputam espaço nos mercados da comunidade européia. Para concorrer, a partir de 2005, na renovação da frota prevista pelo Projeto TRANSANTIAGO, no Chile, foram desenvolvidos três modelos de carrocerias para atender as especificações técnicas exigidas: **GRAN VIALE**, urbano dedicado, especificamente, a linhas alimentadoras do sistema e **GRAN VIALE ARTICULADO, Low Entry e Low Floor**, urbano de piso baixo de fácil acesso, com grande capacidade de passageiros, que serão utilizadas nas linhas troncais. Os modelos foram qualificados, tendo a Marcopolo sido distinguida para o fornecimento imediato de 1.006 unidades, no montante aproximado de US\$ 53,0 milhões. Atendendo demandas de outros mercados, foi projetado e desenvolvido um modelo incomum de veículo, o **VIALE DD SUNNY**, carroceria de dois pisos, o superior sem teto, para utilização principalmente em *city tours*.

Para complementar o grande sucesso alcançado pelos ônibus da família **CITMAX**, produzidos na unidade Ciferal e introduzidos no mercado em setembro de 2003, a Companhia desenvolveu uma nova e completa família de veículos de menor porte, denominada **MINIMAX**, apresentada ao mercado em julho de 2004. A nova linha de carrocerias pode ser montada sobre a maioria dos chassis até 9 toneladas, fabricados no Brasil.

Desenvolvida pela unidade de negócios **VOLARE**, em Caxias do Sul (RS), foi lançada, em novembro, a nova geração de veículos para transporte diferenciado de passageiros. Os miniônibus sofreram modificações, inclusive na nomenclatura. Antes grifados A5, A6 e A8, passaram para V5, V6 e V8, com exceção do W8, que manteve a sigla anterior. Os novos Volare passaram a utilizar motores eletrônicos, obrigatórios para micros a partir de 2005, e são fornecidos pela MWM e Cummins, com seu Euromec III. A linha Volare está sendo comercializada em cinco diferentes versões: Lotação, Urbano, Executivo, Escolar e Vip. **VOLARE** é a marca de miniônibus mais vendida no mercado nacional. Nos seis anos, a partir do lançamento, já foram produzidas mais de 15.000 unidades.

Em 2003, a controlada **MVC** desenvolveu um conjunto de painéis estruturais compostos a base de plástico reforçado com fibra de vidro (*Fiberglass*), denominados *Wall-System*, para variadas utilizações na construção civil. Alicerçada na mesma tecnologia, a empresa evoluiu para um projeto de moradia popular, denominado "**Casa Prática**". O projeto recebeu aprovação do Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT) e homologação de financiamento pela Caixa Econômica Federal. A MVC está estendendo a oferta para mercados no exterior e, em 2004, foram exportadas algumas unidades para Angola. Os componentes (painéis estruturais) são industrializados pela MVC e fornecidos diretamente para as empresas que fazem a montagem e entrega ao cliente final. A partir de 2005, a Companhia espera alavancar substancialmente o volume de negócios dessa controlada, contando para isso com uma significativa contribuição do novo produto.

24. Gestão do Meio Ambiente

Em 2004, a Marcopolo consolidou o seu Sistema de Gestão Ambiental com a conquista da certificação ISO 14001, cuja Auditoria inicial ocorreu em janeiro/2005. A importância dessa certificação é a oportunidade de poder demonstrar, com bases documentadas, que a empresa gerencia e controla os aspectos ambientais que geram impactos significativos no meio ambiente, sem contar o benefício de manter boas relações com a comunidade, satisfazer critérios de investidores, melhorar o acesso ao capital e fortalecer a imagem e a participação no mercado.

Outro reconhecimento recebido pela empresa foi o Prêmio ABS Ambiental 2004. Este objetiva agraciar as empresas que demonstram ações continuadas com resultados comprovados na proteção do meio ambiente e melhoria contínua do sistema de gestão.

25. Gestão do Valor Agregado

Gestão de Valor Agregado (GVA) é a filosofia adotada pela Companhia a partir do exercício 2001 e direciona o foco e as ações operacionais para a agregação de valor ao negócio. O sistema GVA foi desenvolvido com a participação da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (EAESP). O programa treinou o pessoal no desenho e uso de instrumentos de desenvolvimento, aferição e controle do atingimento das metas estabelecidas no Planejamento Estratégico. Como instrumento de trabalho, facilita a simulação e análise da eficiência na gestão do capital de giro e dos efeitos de novos investimentos na rentabilidade da Companhia. O sistema de remuneração variável adotado também utiliza a metodologia do GVA para avaliação de desempenho dos colaboradores.

26. Gestão dos Fatores de Risco

26.1 Fatores Macroeconômicos

A economia brasileira se caracteriza por apresentar instabilidade, sendo impossível assegurar que tal situação melhore ou venha a se tornar mais severa. O principal aspecto decorrente da instabilidade e que poderá afetar negativamente o desempenho da Companhia diz respeito à taxa de câmbio, que tem significativa importância nas receitas e custos e pode pressionar as margens. Internamente, os recentes aumentos nos preços das matérias-primas básicas também têm efeitos perniciosos nos custos e margens. As receitas e os resultados consolidados também podem ser significativamente afetados pelas flutuações do câmbio nos mercados onde a Companhia efetua negócios. Para diminuir os efeitos dessas combinações, a Companhia adotou as seguintes práticas: (i) aumento de preços no mercado interno e no mercado externo; (ii) redução dos custos de produção e dos custos fixos.

É igualmente crítica a oferta de linhas de crédito e financiamento a clientes, para aquisição dos bens fabricados pela Companhia e o patamar de juros a ser

estabelecido pelo Governo. Não é possível, à Companhia, assegurar que as atuais linhas de crédito e financiamentos continuarão disponíveis no futuro. Caso venha a ocorrer uma redução na oferta de crédito ou uma elevação significativa na taxa de juros, a demanda pelos produtos poderá sofrer impacto. Objetivando reduzir a dependência por financiamentos, encaminhou pedido ao Banco Central para a constituição de uma instituição financeira com a finalidade de financiar os produtos da empresa.

A taxa de crescimento econômico brasileiro e a dos mercados no exterior podem impactar a demanda dos bens fabricados e comercializados pela Marcopolo. O governo tem exercido influência preponderante na economia brasileira. As alterações na política monetária, fiscal e tributária podem afetar os negócios, a condição financeira e os resultados da Marcopolo. Para diminuir esses impactos, a empresa diversifica mercados e clientes, de forma que nenhum deles represente mais de 5,0% das vendas.

A possível adoção de instrumentos de apoio governamental à renovação de frotas (ModerBus), similar a que se fez para o setor agrícola, poderá ser importante ferramenta impulsionadora das vendas no mercado doméstico. Para minimizar os riscos da dependência, a Companhia tem adotado estratégias e políticas que minimizam a repercussão nos resultados, como por exemplo o foco nas exportações e a implantação de unidades fabris em blocos econômicos importantes. As exportações para esses blocos, bem como as atividades desenvolvidas nos mesmos representam mais de 50,0% da receita. Os portos brasileiros, um dos gargalos da infra-estrutura, são uma ameaça real às exportações, porque as suas instalações estão saturadas e existe escassez de *containers*.

26.2 Fatores Setoriais

A prestação de serviços de transporte público em âmbito urbano, interestadual e internacional está sujeita à legislação específica. Tendo em vista que parte dos clientes da Marcopolo são prestadores de serviços de transporte público e sujeitos à legislação pertinente, eventuais alterações nas normas atualmente em vigor poderão influir na demanda de ônibus. As tarifas reduzidas para estudantes e a gratuidade para idosos, policiais militares, oficiais de justiça e outros, atingem 35,0% da lotação dos ônibus, diminuindo a receita e capacidade de investimentos dos operadores do sistema de transporte público.

26.3 Fatores Internos

A eficiência operacional da empresa decorre, dentre outros fatores, do emprego de tecnologia própria. A tecnologia desenvolvida internamente pode vir a ser utilizada por concorrentes e, conseqüentemente, afetar a competitividade e resultados. Consciente desse risco, a Companhia tem constantemente desenvolvido novos processos e sistemas de segurança para proteção de sua tecnologia.

A Marcopolo tem a proteção contra efeitos das flutuações cambiais sobre os passivos financeiros denominados em dólares por meio de operações de *swap*. Essas operações são administradas de acordo com a estratégia preestabelecida e são acompanhadas por adequados sistemas de controle. Os contratos de *swap* são efetuados com instituições de primeira linha. Para limitar o risco de crédito, por garantias dadas nos financiamentos aos clientes (operações de vendedor), a Companhia adota como política a venda do produto, com reserva de domínio, com garantias reais e avais pessoais dos clientes. Nas exportações, a empresa adota como prática a garantia das operações através de cartas de crédito e/ou outras garantias que assegurem a liquidez das operações.

Além das garantias diretas constituídas pelo cliente, são estabelecidos limites de crédito por país e individualizados por cliente. A Companhia, habitualmente, constitui provisões para todas as demandas com prováveis desfechos desfavoráveis. São constituídas provisões para créditos de liquidação duvidosa, assistência técnica aos produtos no mercado e perdas nos estoques. Também são mantidas apólices de seguro de produtos, prédios, máquinas e instalações, lucros cessantes, responsabilidade de produto, além de seguros de crédito.

27. Gestão de Pessoas

27.1 Satisfação dos Colaboradores

Em todas as unidades no Brasil e no exterior, as práticas de gestão de pessoas são norteadas por políticas que resultam na satisfação dos colaboradores. As pesquisas de clima organizacional, realizadas ao longo do ano em cada uma das unidades, resultaram numa média de 82,3% de satisfação nas empresas do Brasil e 71,5% de satisfação nas empresas coligadas do Exterior, o que evidencia o acerto dos programas desenvolvidos e orienta as ações de melhoria que necessitam ser implementadas. Como conseqüência, a Marcopolo foi incluída pela sexta vez consecutiva no Guia Exame, As Melhores Empresas para você Trabalhar no Brasil, selecionada entre 460 inscritas.

27.2 Educação e Treinamento

A Marcopolo reconhece a educação e o treinamento como meios para oportunizar o desenvolvimento de seus colaboradores em competências tanto pessoais quanto profissionais. A concessão de bolsas de estudo, associada a um amplo programa de capacitação técnica, tem mantido o pessoal preparado para executar adequadamente suas funções. A primeira edição do Programa de Trainees no Exterior trouxe resultados positivos, oportunizando a formação de profissionais com foco na internacionalização. Já o Centro Marcopolo de Educação Corporativa (CEMEC), formou as três primeiras turmas em nível de pós-graduação no curso de Gestão Organizacional, realizado em parceria com a Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, totalizando 71 profissionais. No México, programa similar está sendo concluído para 27 colaboradores.

27.3 Carreira e Sucessão

O plano de carreira na empresa tem como base a aquisição gradativa de competências e habilidades. Os colaboradores são orientados sobre as possibilidades de crescimento e dispõem de informações sobre carreira em locais apropriados nas diversas unidades industriais, tais como quiosques, Intranet e quadros de aviso. Como política, a empresa dá prioridade ao aproveitamento de pessoal interno para o preenchimento das vagas existentes, valorizando os profissionais que fazem parte do quadro de pessoal. As funções estratégicas são supridas pelo Processo Sucessório, que identifica, avalia e prepara profissionais de todas as empresas da corporação com potencial para promoção.

27.4 Remuneração e Reconhecimento

O sistema de remuneração é composto por uma parte fixa, determinada pela função que o colaborador desempenha, e uma parte variável, resultante do atingimento de metas estabelecidas em conjunto pela empresa e os colaboradores. Pesquisas salariais periódicas permitem o alinhamento dos valores aos padrões locais, mantendo a competitividade da empresa no mercado de trabalho. Dentre as várias celebrações para reconhecimento dos colaboradores, destacam-se o Prêmio Honra ao Mérito, que valoriza o tempo de serviço dedicado à empresa, e o Dia do Colaborador Marcopolo, realizados em todas as unidades no Brasil. Nas unidades do exterior, festividades específicas valorizam a cultura local, como o *Halloween* no México e o Natal com tradicionais festividades típicas na África do Sul.

27.5 Qualidade de Vida

O equilíbrio entre vida pessoal e profissional é considerado um diferencial pelos colaboradores da Marcopolo. A empresa mantém inúmeros programas de lazer, esportivos e culturais que envolvem tanto os colaboradores quanto seus familiares, com o objetivo de estimular uma melhor qualidade de vida. Os programas de saúde desenvolvidos em cada unidade da empresa, no Brasil e no exterior, levam em consideração as necessidades locais, informando, orientando e educando para uma vida saudável.

27.6 Responsabilidade Social

Com o lema “Nossos esforços se projetam na vida”, várias ações foram realizadas nas comunidades próximas às plantas industriais, prioritariamente focadas no desenvolvimento social de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Os colaboradores voluntários contribuíram com seu tempo, dedicação e carinho para que um grande número de pessoas pudesse participar de atividades sócio-educativas e receber algum tipo de ajuda para a melhoria de sua condição. No Brasil, o Projeto Recria - Fazendo Arte Educação, apoiado pela Fundação Marcopolo, foi implementado com sucesso na região de Caxias do Sul (RS), oportunizando a participação de cerca de 3.000 crianças e adolescentes em oficinas de música, dança e teatro. Os projetos sociais desenvolvidos pela Marcopolo no Brasil renderam-lhe o Destaque Região Sul no Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa 2004, uma das premiações mais reconhecidas no âmbito brasileiro.

27.7 Quadro de Pessoal

Nº Colaboradores	2004	2003	2002	2001
Controladora	5.460	4.969	5.055	4.541
Controladas no Brasil	2.882	2.428	2.092	1.890
Controladas no Exterior	2.214	1.982	1.711	1.245
Total	10.556	9.379	8.858	7.676
Índice de Rotatividade (%) ⁽¹⁾	0,84	0,77	0,77	0,63

Nota: ⁽¹⁾ Referente à Controladora.

28. Certificações e Premiações

28.1 Certificações

A Marcopolo é uma das primeiras companhias brasileiras recomendada para a certificação das normas que compõem o Sistema Integrado de Gestão, ISO 9.001, OHSAS 18.001, SA 8.000 e ISO 14.001.

28.2 Premiações

No exercício de 2004, a Companhia novamente recebeu um grande número de premiações e distinções, entre as quais, destacamos: **“As 100 Melhores Empresas para se Trabalhar na América Latina”**, concedida pelo *Great Place to Work Institute* do Brasil; **“As 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar”** da Revista Exame; **“Top Ser Humano - Educação Corporativa”** pela Associação Brasileira de Recursos Humanos; **“Prêmio ABS de Segurança e Saúde no Trabalho e Ambiental”** da Agência Brasil de Segurança; **“Prêmio RH Cidadão”** da Revista Gestão e RH. Na área de marketing e vendas: **“Prêmio Exportação”** da Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil; **“300 Maiores Exportadoras do Sul”** da Editora Expressão; **“Destaque de Comércio Exterior”** da Associação de Comércio Exterior do Brasil; **“Prêmio Líderes Automotivos do Brasil”** do Jornal Automóveis e Caminhões. Em técnicas/ inovações tecnológicas: **“4º Prêmio Excelência”** da Revista Plástico Reforçado; **“Prêmio Aplicação do RTM Light no Mercado de Transportes”** concedido pelo Ministério de Pesquisa da França e União Européia; **“Encarregadora do Ano”** da Revista Autodata. Outros: **“Certificado de Responsabilidade Social”** da Assembléia Legislativa do RS; **“Prêmio Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa”** da Revista Exame. A controlada CIFERAL recebeu o **“Prêmio Destaque de Marketing”** da Associação Brasileira de Marketing e Negócios.

29. Expectativas para 2005

A Marcopolo encara o exercício de 2005 com otimismo, porém, com algumas preocupações. A Companhia iniciou o ano com uma carteira de pedidos bastante sólida e acima dos níveis históricos. As unidades do exterior apresentaram planos com apreciável crescimento na produção e receitas. No plano doméstico, foi

previsto para 2005 um moderado crescimento na demanda e expansão mais significativa nas exportações.

Investimentos na produção no Brasil e exterior, exportações e a continuidade da internacionalização serão estratégias para consolidação do crescimento. A empresa continua pesquisando novos mercados para seus produtos em importantes regiões no mundo.

Quanto à lucratividade, o 1º trimestre ainda poderá frustrar as expectativas. A partir de então, se espera uma gradativa recomposição das margens, resultante de uma política mais agressiva na atualização dos preços. A Administração conta com uma forte mobilização do pessoal no sentido de dar suporte ao crescimento local e apoiar a expansão dos negócios no exterior, de melhorar o desempenho, e pela disciplina na aplicação da filosofia do GVA (Gestão de Valor Agregado), gerar resultados que proporcionem um retorno superior ao custo médio do capital empregado no negócio, destarte, agregando valor ao investimento dos acionistas.

Considerando o cenário econômico atual, a Administração aprovou o Orçamento Anual Consolidado que prevê, para 2005, uma receita bruta de R\$ 2,00 bilhões e de R\$ 1,74 bilhão de receita líquida. Condição fundamental para o atingimento dos objetivos é uma situação política e econômica estável e, no mínimo, a manutenção das taxas de crescimento dos mais recentes meses.

A Administração vem acompanhando com redobrada atenção a progressão dos indicadores macroeconômicos do país. A recuperação da economia em 2004, que parecia pouco robusta e sem sustentabilidade devido aos negativos investimentos em bens de capital no 1º semestre, parece estar ganhando força agora. A Pesquisa Mensal da Indústria, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), detectou uma significativa trajetória de alta nos investimentos. O Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI) e a Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) também projetam expansão das importações de bens de capital. Existe consenso de que, em 2005, máquinas e equipamentos de produção deverão liderar as altas das importações em decorrência dos planos de maior investimento na indústria local. O crescimento dos investimentos em bens de capital é indicativo de aceleração da atividade econômica, da geração de novos empregos, de crescimento do PIB e da renda nacional. Embora não exclusivamente, todos eles são fatores que determinam os níveis de demanda de novos ônibus.

Na lista das preocupações, estão o comportamento dos preços das matérias-primas e a valorização do real. A Administração manifesta grande preocupação em relação a imprevisibilidade da trajetória econômica do país, quanto a valorização do real e do aumento nas taxas de juros. A alternativa de compensação via repasse de preços é limitada, diminuindo a demanda agregada e, por conseqüência, também a demanda pelos produtos da Companhia.

Finalmente, o crescimento do setor de carrocerias para ônibus depende, hoje, de um enorme esforço exportador, cujo sucesso está diretamente relacionado a uma taxa de câmbio compatível. A atual política governamental, de elevada taxa de juros e o uso da taxa de câmbio como fatores de controle de inflação, poderá

trazer custos elevados no médio prazo, com uma diminuição da demanda interna e queda das exportações. As exportações de ônibus não se sustentam se for mantida a valorização da moeda nacional. Na questão do financiamento de bens de capital, o custo do dinheiro é relevante. As recentes elevações e a indicação de que novos aumentos na taxa de juros poderão ocorrer, são sérias ameaças ao desempenho do setor.

Com a finalidade exclusiva de ter instrumentos para financiamento dos produtos, a Companhia encaminhou pedido, ao Banco Central, solicitando autorização para constituição de uma Instituição Financeira que operará com as Carteiras de Investimento, Arrendamento Mercantil e Crédito Financiamento e Investimento.

30. Agradecimentos

A empresa agradece aos colaboradores pelo esforço, dedicação e comprometimento que fazem da organização uma empresa de sucesso. Aos clientes e acionistas, pela escolha, fidelidade e confiança, e aos fornecedores, instituições financeiras, autoridades e à comunidade pelo apoio recebido.

Caxias do Sul, 21 de fevereiro de 2005.

A Administração.