



REUNIÃO PÚBLICA COM INVESTIDORES

Apresentação:
Sr. José Rubens de la Rosa
Sr. Carlos Zignani
Sr. José Antonio Valiati
Sr. João Luiz Borsoi

São Paulo, 8 de agosto de 2006.
Rio de Janeiro e Porto Alegre, 9 de agosto de 2006.

Marcopolo S/A

AGENDA:

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| Parte I | Visão Geral |
| Parte II | Visão Setorial |
| Parte III | Desempenho Operacional |
| Parte IV | Cenários e Visão 2º Sem/2006 |
| Parte V | Corporação Marcopolo |

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

Parte I:
VISÃO GERAL

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

A EMPRESA

Marcopolo S/A

ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO

- **Tecnologia**
 - **Linha completa de produtos**
 - **Design próprio**
 - **Processos/sistemas produtivos**
- **Comercialização/Logística**
 - **Presença Global: diversificação de mercados**
 - **Produtos customizados**
- **Custos Competitivos**
 - **Verticalização**
 - **Recursos humanos/treinamento**
 - **Economias de escala**
 - **Global Sourcing**
- **Crescimento**
 - **Novas operações: Rússia e Índia**

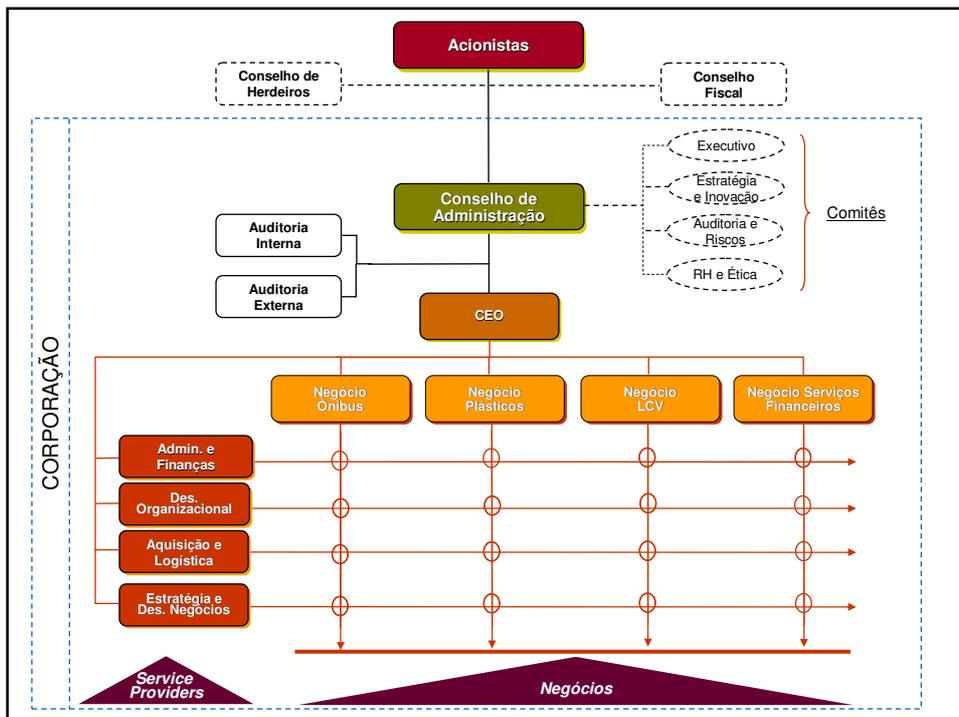
5

continua ...

- **Rentabilidade**
 - **Geração de valor**
- **Governança Corporativa**
 - **Nível II**
 - **Conselho de Administração**
 - **Comitês do Conselho de Administração**
 - **Conselho de Herdeiros**
 - **Conselho Fiscal**
 - **Código de Conduta**
- **Resultados: últimos 5 anos (2000/2005)**
 - **Aumento receitas: 2,1 vezes**
 - **Aumento produção: 2,0 vezes**
 - **Aumento resultados: 4,8 vezes**
 - **Aumento valor de mercado: 3,5 vezes**
 - **Valorização da ação: 2,5 vezes**

6

ESTRUTURA CORPORATIVA



POSICIONAMENTO GLOBAL



Marcopolo S/A

ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

NOVAS OPERAÇÕES

Marcopolo S/A

1. RÚSSIA

1. OPERAÇÃO RÚSSIA

• RUSPROMAUTO

- **Dados Econômicos:** (faz parte do grupo empresarial SIBAL - Siberian Aluminium)
 - Receitas anuais **US\$ 3,0 bilhões**
 - Produtos: **Caminhões para diversos usos, veículos comerciais,ônibus e Vans**
 - Ônibus: produção por segmento, em 2005:
 - Midi **13.700 unidades**
 - Urbanos **2.485 unidades**
 - Escolares **2.300 unidades**
 - Rodoviários **207 unidades = 18.500 unid.**
 - Vans **37.000 unidades**

• **Mercado de ônibus na RÚSSIA**

- **Produção total** 25.000 unidades/ano
- **Produção RUSPROMAUTO** 18.500 unidades
(entre 5 a 6 mil unidades de rodoviários usados são importados anualmente da Europa)
- **Market Share RUSPROMAUTO** entre 70 e 75%
(não inclui Vans)

• **Dados da JOINT VENTURE**

- **Receitas:**
 - **Ano 1** 200 unidades US\$ 15 milhões
 - **Ano 2** 400/500 unid. US\$ 30 milhões
 - **Ano 3** 750/1.000 unid. US\$ 60 milhões

15

continua ...

- **Território de Comercialização:** Rússia + Leste Europeu
- **Produtos** Rodoviários
- **Market Share esperado** 20% do mercado de Rodov.
- **Investimentos** US\$ 6,5 milhões
- **Participação da Marcopolo** 50%
- **Administração** compartilhada
- **Componentes para montagem dos ônibus:**
Primeiras 200 unidades com componentes Marcopolo-Brasil. A partir de 2007, gradativa nacionalização.
- **Início das atividades** 4º trimestre 2006

16

2. ÍNDIA

2. OPERAÇÃO ÍNDIA

• TATA MOTORS

- **Dados Econômicos:** (todos relativos ao exercício encerrado em 31.03.06)
 - **Receitas** US\$ 4,7 bilhões
 - **Margem Operacional** 12 a 12,5%
 - **Produtos:** Veíc. comerciais e automóveis
 - **Prod. por segmento** 215 mil e 189 mil, respectivamente, mais 50 mil exportados
 - **Partic. de Mercado** 60% e 17%, respectivamente
 - **Outros dados Econômicos:**
 - **Nº de Empregados** 22.000

• **Mercado de ônibus na Índia** (2005)

- **Produção total** **45.000 unidades**
- **Produção TATA Motors** **22.000 unidades**
- **Market Share TATA** **entre 48 e 49%**

• **Dados da JOINT VENTURE**

- **Receitas:**
 - **Ano 1** **US\$ 98 milhões**
 - **Ano 2** **US\$ 175 milhões**
 - **Ano 3** **US\$ 290 milhões**
 - **Ano 4** **US\$ 380 milhões**
 - **Ano 5** **US\$ 395 milhões**

19

continua ...

- **Território de Comercialização: Índia + mercados de exportação (exceto NAFTA e Pacto Andino)**
- **Market Share esperado** **25%**
- **Investimentos** **US\$ 13,3 milhões**
- **Participação da Marcopolo** **49%**
- **Administração** **compartilhada**
- **Componentes para montagem dos ônibus:**
serão adquiridos/produzidos localmente
- **Produtos** **rodoviários, urbanos,**
micros e miniônibus
- **Prazo do contrato** **10 anos**
- **Início das atividades** **2º semestre de 2007**

20

Marcopolo S/A

Parte II:
VISÃO SETORIAL

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

DEMANDA DO
MERCADO MUNDIAL

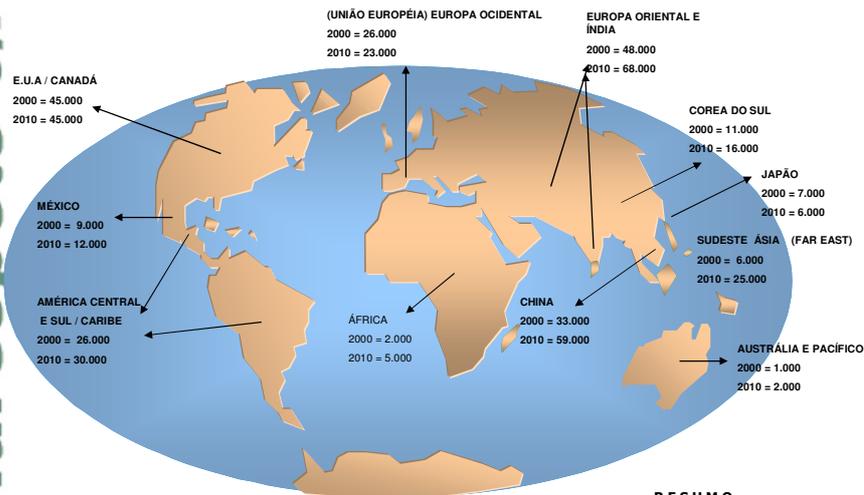
Marcopolo S/A

- A produção é de aproximadamente 214 mil unidades/ano;
- Indústria pulverizada: grande número de pequenos fabricantes;
- O crescimento da demanda está concentrada em regiões:
 - em desenvolvimento;
 - com alta densidade demográfica.
- Mercados de primeiro mundo apresentam indústria madura;

Ex: EUA, Europa.
- Regiões com forte crescimento populacional tendem a demandar transporte coletivo.

Ex: China, Índia, Rússia, Paquistão, Tailândia, Indonésia;
- Movimentos de renovação de frota são grandes impulsionadores de demanda. Ex: América Latina, Oriente Médio e África do Sul.

MERCADO MUNDIAL DE ÔNIBUS



Marcopolo tem 6,5% mercado Mundial

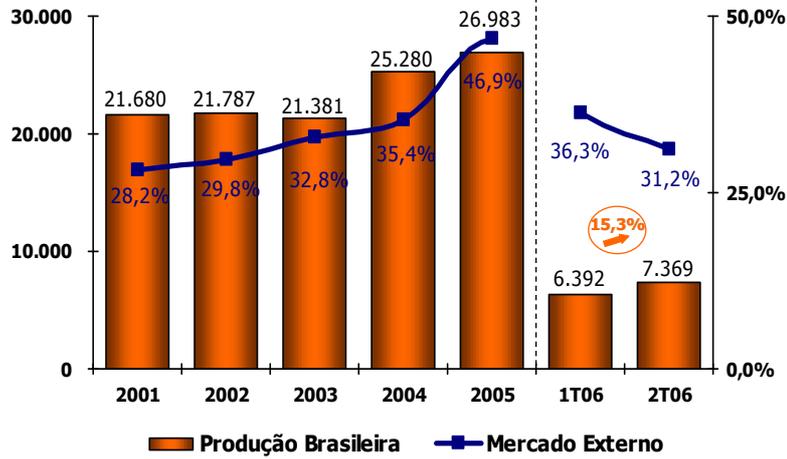
RESUMO
 2000 = 214.000
 2010 = 291.000

MARCOPOLO: PRESENÇA MUNDIAL E DESEMPENHO

MERCADOS: PRESENÇA MUNDIAL



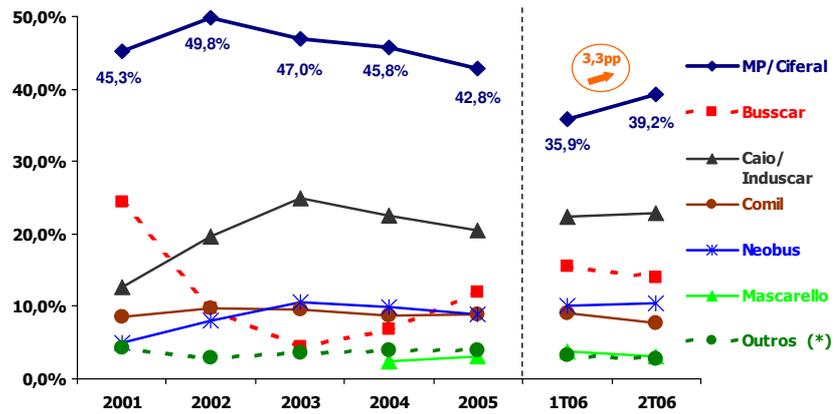
PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CARROCERIAS PARA ÔNIBUS (em UF's) E MERCADO EXTERNO (em %)



27

Fonte: Simefre

PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO BRASILEIRA (em %)



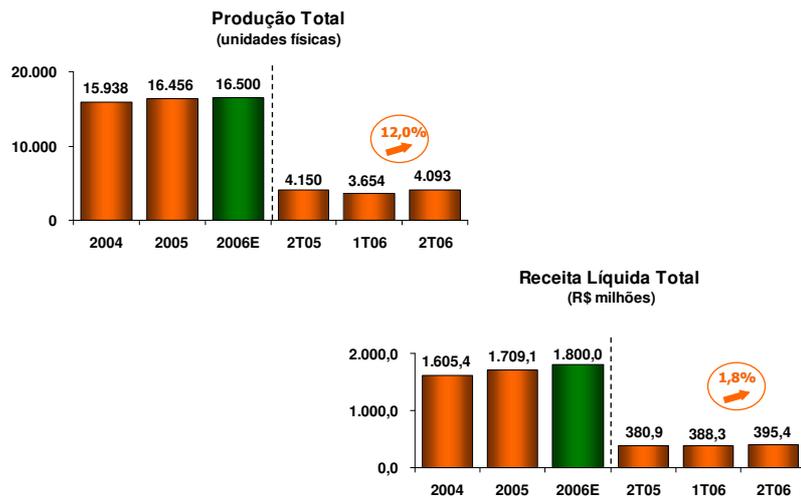
Fonte: Simefre

(*) Irizar, Maxibus.

28

Parte III: DESEMPENHO OPERACIONAL

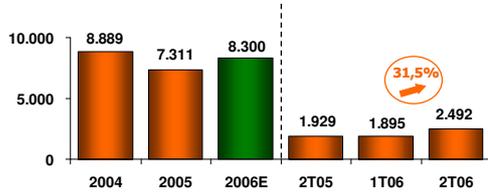
DESEMPENHO DO 2T06



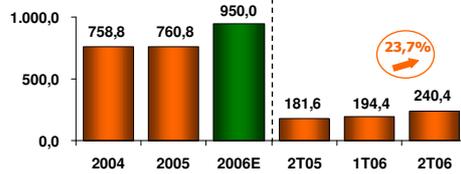
MI = Mercado Interno
ME = Mercado Externo
2006E = Estimativa

DESEMPENHO DO 2T06

Produção no Brasil
(unidades físicas)



Receitas no Brasil
(R\$ milhões)

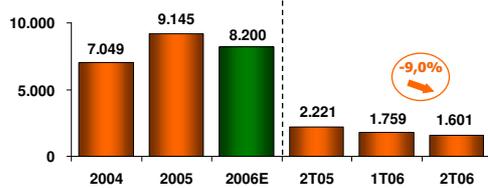


31

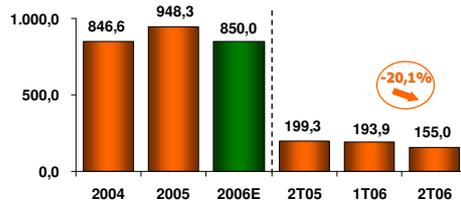
2006E = Estimativa

DESEMPENHO DO 2T06

Produção no Exterior/Exportações
(unidades físicas)



Receitas no Exterior/Exportações
(R\$ milhões)

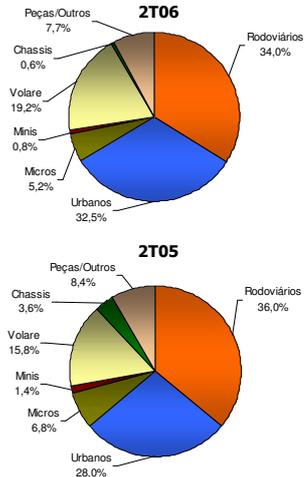


32

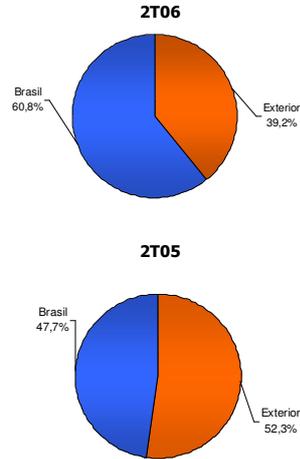
2006E = Estimativa

DESEMPENHO DO 2T06

Composição da Receita Líquida



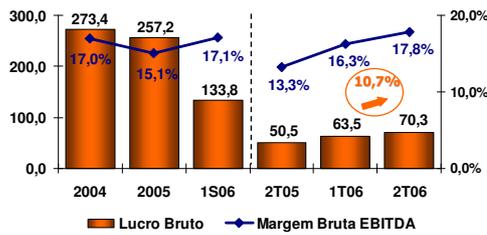
Relação das Receitas no Brasil e ME



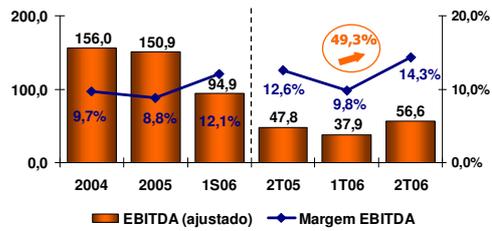
33

DESEMPENHO DO 2T06

Lucro Bruto (R\$ milhões)

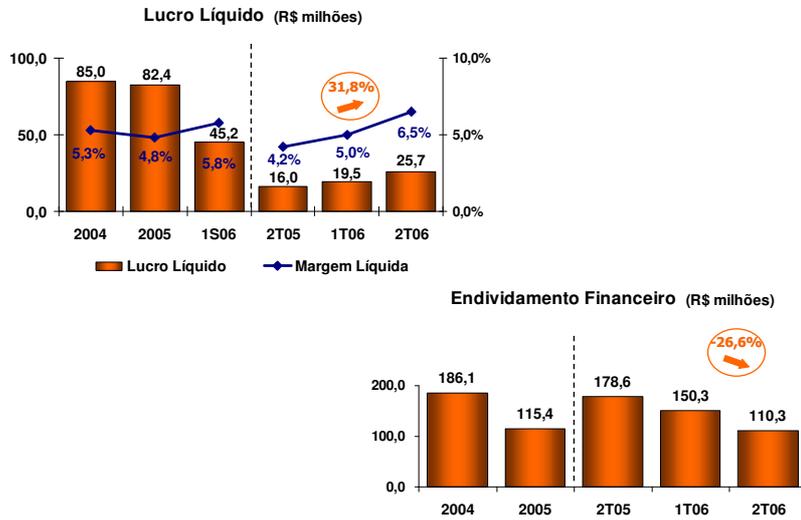


EBITDA (ajustado) (R\$ milhões)



34

DESEMPENHO DO 2T06



35

DESEMPENHO DO 2T06



2006E = Estimativa

36

RESULTADO CONSOLIDADO

milhões de R\$	2T06	2T05	Var. %	1S06	1S05	Var. %
Produção Física - UF's (mil)	4,1	4,2	(1,4)	7,7	7,9	(2,5)
Receita Líquida	395,4	380,9	3,8	783,7	780,0	0,5
Lucro Bruto	70,3	50,5	39,1	133,8	104,2	28,4
Lucro Operacional (EBIT) ⁽¹⁾	27,0	9,1	196,7	48,5	25,0	93,9
Resultado Financeiro	14,6	22,1	(33,7)	27,8	24,1	15,3
Lucro Líquido	25,7	16,0	61,0	45,2	26,2	72,8
EBITDA (LAJIDA) ajustado ⁽²⁾	56,6	47,8	18,3	94,9	75,4	25,9
EBITDA (R\$/UF's)	13,83	11,53	19,9	12,25	9,49	29,2
Ativos Totais	1.294,5	1.123,6	15,2	1.294,5	1.123,6	15,2
Endividamento Líquido	110,3	178,6	(38,2)	110,3	178,6	(38,2)
Patrimônio Líquido	510,8	453,4	12,7	510,8	453,4	12,7

⁽¹⁾ Antes do resultado financeiro e participações.

⁽²⁾ Resultado operacional antes dos juros, impostos, depreciações, amortizações e participações.

Parte IV: CENÁRIO E VISÃO 2º SEM/2006

Marcopolo S/A

Parte V:
**CORPORAÇÃO
MARCOPOLO**

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

FÁBRICAS

Marcopolo S/A

MARCOPOLO - UNIDADE PLANALTO



Caxias do Sul - RS - Brasil

41

MARCOPOLO - UNIDADE ANA RECH



Caxias do Sul - RS - Brasil

42

CIFERAL INDÚSTRIA DE ÔNIBUS LTDA.



Duque de Caxias - RJ - Brasil

43

MARCOPOLO INDÚSTRIA DE CARROÇARIAS S.A.



Coimbra - Portugal

44

Marcopolo S/A

MARCOPOLO LATINOAMÉRICA S.A.



Rio Cuarto - Córdoba - Argentina

45

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

POLOMEX S.A. DE C.V.



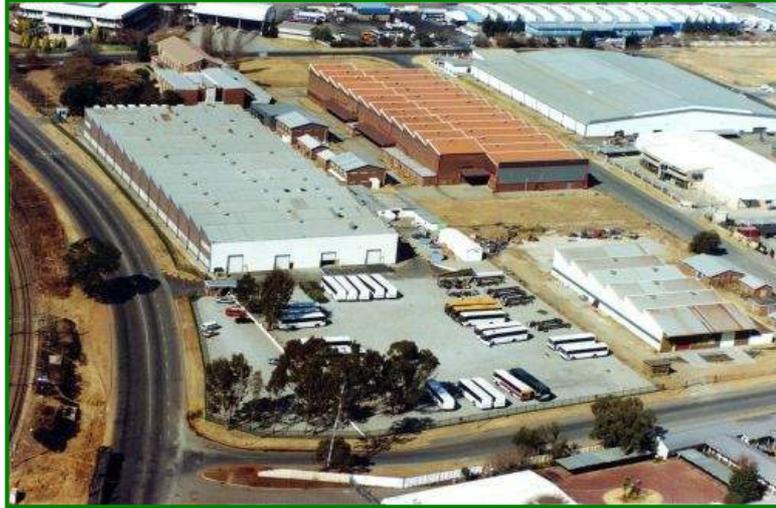
Monterrey - México

46

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

MARCOPOLO SOUTH AFRICA (PTY) LTD.



Johannesburg - África do Sul

47

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

SUPERPOLO S.A.



Bogotá - Colômbia

48

Marcopolo S/A

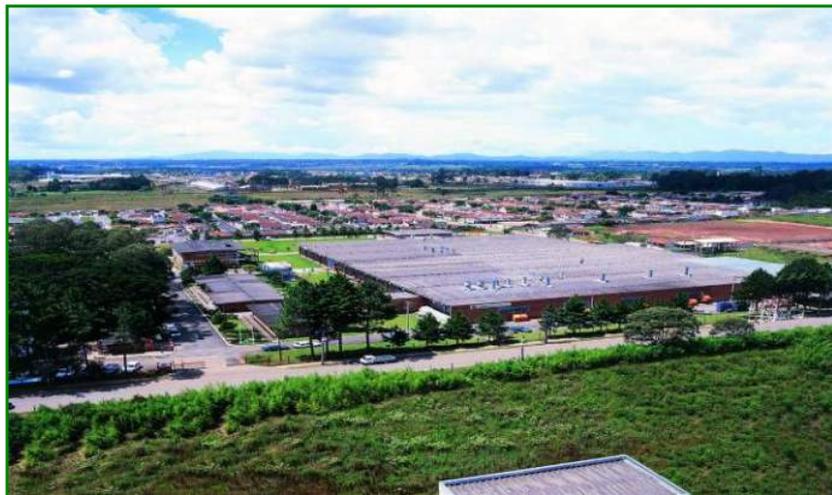
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA



Changzhou - China

49

MVC SÃO JOSÉ DOS PINHAIS



São José dos Pinhais - PR - Brasil

50

MVC CATALÃO



Catalão - GO - Brasil

51

MVC CAXIAS DO SUL



Caxias do Sul - RS - Brasil

52

MVC MÉXICO



Monterrey - México

53

**LINHA DE
PRODUTOS**

Marcopolo S/A

RODOVIÁRIOS

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

MODELO PARADISO

PARADISO 1800 DD



PARADISO 1200



PARADISO 1350



PARADISO 1550 LD

56

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

URBANOS

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

MODELO TORINO

TORINO



TORINO ARTICULADO



**TORINO
BIARTICULADO**



TORINO PISO BAIXO

58

Marcopolo S/A

MODELO VIALE

VIALE



VIALE HI



VIALE PISO BAIXO



VIALE ARTICULADO



VIALE BIARTICULADO



GRAN VIALE DD



VIALE DD SUNNY

MODELO GRAN VIALE

GRAN VIALE



GRAN VIALE ARTICULADO

MODELO CITMAX



CITMAX

**MIDI &
MICROÔNIBUS**

MIDIBUS - SENIOR MIDI



63

Marcopolo S/A

MICROÔNIBUS - SENIOR

SENIOR - Turismo



SENIOR - Taxi



SENIOR - Urbano

64

Marcopolo S/A

Marcopolo S/A

MINIÔNIBUS

Marcopolo S/A

MODELOS – VOLARE – MOTOR EURO III

VOLARE W9



Mercado Nacional

Modelos: Urbano, Taxi, Executivo, VIP, Escolar



VOLARE V5



VOLARE V6



VOLARE V8



VOLARE W8

66



CALHA E PÁRA-CHOQUE



MVC TECNOLOGIA EM PLÁSTICOS
Uma Empresa **Marcopolo**



PEÇAS INTERNAS DA CABINE



TELEFONES PÚBLICOS

67

Marcopolo S/A

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

www.marcopolo.com.br

Diretor de Relações com Investidores

Sr. Carlos Zignani

E-mail: carlos.zignani@marcopolo.com.br

Fone: (54) 2101.4115

Gerente de Relações com Investidores

Sr. João Luiz Borsoi

E-mail: joao.borsoi@marcopolo.com.br

Fone: (54) 2101.4660

68

Marcopolo S/A

Observações:

Esta apresentação contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Companhia. As palavras antecipa, deseja, espera, prevê, pretende, planeja, prediz, projeta, almeja e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e serviços, aceitação dos serviços no mercado, transições de serviço da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, mudanças no mix de serviços oferecidos e outros riscos descritos nos relatórios da Companhia. Esta apresentação está atualizada até a presente data e a Marcopolo não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.



Marcopolo

Pensar na frente é criar o futuro.