

Operadora:

Boa tarde. Sejam bem-vindos à teleconferência da Randon referente ao Plano de Expansão e Desenvolvimento da Companhia dos anos de 2012 a 2016. Estão presentes os senhores David Abramo Randon, Diretor Presidente, Sr. Astor Milton Schmitt, Diretor de Relações com Investidores, e Hemerson Fernando de Souza, Executivo de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e que durante a apresentação da Empresa todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de assistência durante a teleconferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando *o.

O áudio e a apresentação estão sendo apresentados simultaneamente na Internet, no endereço www.randon.com.br/ri.

Gostaríamos de esclarecer também que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Randon, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da Randon e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Astor Milton Schmitt, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Astor, pode prosseguir.

Astor Milton Schmitt:

Muito obrigado. Permitam-me dizer boa tarde a todos e a todas e dizer também que, nesta teleconferência especial ou extraordinária, estamos novamente tendo a oportunidade de conversar conjuntamente exatamente a nove dias da teleconferência anterior, que ocorreu no dia 8 de maio, quando então reportávamos os nossos resultados e a nossa performance do 1T12.

Hoje vamos conversar sobre o plano de expansão e desenvolvimento para o período de 2012 a 2016. Ao fazê-lo, eu gostaria de já dizer que vamos fazê-lo sob três pontos básicos. Primeiro, vamos tecer algumas considerações sobre Randon, como sempre fazemos, e que são pertinentes a este plano. Segundo, vamos usar esta oportunidade de hoje para fazer uma espécie de prestação de contas do que foi e de como se conduziu o plano quinquenal anterior, que nós materializamos e que havíamos anunciado por iguais meios, lá atrás, no ano de 2005, e que cobria o período de 2005 a 2009. No terceiro ponto vamos falar no plano presente e seus detalhes.

Nas consideração sobre Randon, eu iniciaria recordando, como certamente muitos ou todos dos senhores sabem, que nós somos uma empresa que opera desde 1949, e desde

muito cedo aprendemos e nos demos conta de como era importante desenvolvermos parcerias, sobretudo com o mercado e suas instituições, e a evidência material disso é que já em 1971, portanto há muitos anos e há várias décadas passadas ocorreu nosso IPO, e de lá para cá nós tivemos certamente recorrentes oportunidades, talvez 25 ou 26, de ofertas de *follow on* primárias, secundárias ou ambas.

Estamos hoje no nível 1 da Bovespa, portanto somos uma empresa muito tradicional no mercado e certamente com uma longa história. Terminamos, no momento presente, com 12.640 funcionários, que dá uma ideia do que é nosso aparato de Recursos Humanos no âmbito das empresas Randon.

Na lâmina a seguir, só quero recordar a vocês, como também nunca deixamos de dizer, que somos uma provedora de soluções para o transporte e logística, e dentro desse escopo militamos na cadeia automotiva, segmento de veículos comerciais, onde operamos basicamente duas divisões de negócios. A divisão de veículos e implementos, onde a Randon hoje oferece e ostenta certamente um dos mais completos portfólios de veículos para o transporte de cargas de que se tem notícia, globalmente falando. Nós andamos na estrada, no transporte rodoviário com os nossos reboques e semi-reboques. Nós andamos nas ferrovias, com nossos vagões ferroviários de carga, e também movimentamos materiais, quer terra, quer minérios, fora de estrada com nossos caminhões fora de estrada e com nossas máquinas de movimentação, como é o caso das retro-escavadeiras.

Essa divisão representa aproximadamente 50% da nossa atividade, enquanto o segundo 50% são representados por componentes de sistemas automotivos que constituem a nossa assim chamada divisão de auto peças, que é vocacionada e dirigida para nichos de mercado, como é o caso de materiais de fricção, freios, eixos, suspensões e componentes e sistemas de acoplamento e articulação, entre veículo rebocado e veículo trator. Esses componentes, assim vocacionados, são direcionados ao nosso consumo cativo em nossas linhas de montagem, como ao mercado de montadoras de caminhões, chassis de ônibus e mesmo de semi-reboques.

Operamos também o que nós chamamos de um braço de serviços financeiros, que é claramente uma atividade-meio, onde registramos as operações na nossa administradora de consórcios, empresa já tradicional e com mais de duas décadas de operação, e o recente Banco Randon S/A, que opera desde o final de 2010, banco cativo, que visa agregar valor à nossa cadeia comercial, portanto financiando clientes e fornecedores de forma cativa.

Ao longo dos anos, e à medida que fomos construindo a nossa história, temos plena consciência de que, em primeiro lugar, somos líderes. Temos a liderança do mercado, e ao dizermos que exercemos liderança, nos vejam como líder no quarto maior mercado de veículos comerciais hoje do mundo, que é o Brasil. Estamos também entre os quatro maiores fabricantes globais de veículos rebocados, posição esta que muito nos orgulha.

Desenvolvemos relevante posição no mercado mundial no segmento de auto peças, principalmente nas bases de montadoras aqui do Brasil, da Argentina e do NAFTA, nomeadamente Estados Unidos, México e Canadá.

Estamos também, sistematicamente e de forma recorrente, entre as melhores empresas para se trabalhar. Isso evidentemente também nos enche de orgulho e é uma forma de

sermos, digamos assim, vistos como um empresa líder. Somos também uma empresa que, ao longo dos anos, cresceu rapidamente, vou voltar a isto. Somos uma empresa competitiva porque, se assim não fosse, não seríamos um dos principais fornecedores da cadeia de veículos comercial do Brasil. Hoje somos um dos sistemistas mais relevantes da indústria montadora instalada em nosso País. Cremos também e temos consciência do respeito de que somos alvo, sendo uma das marcas mais admiradas e reconhecidas no segmento de transporte da América Latina.

Na lâmina a seguir, mostramos a vocês como, em termos de números e usando como indicador um indicador de receita bruta total, tem sido um desempenho e a nossa taxa de crescimento, não de algum tempo e sim dos últimos 15 anos, nos quais, a despeito de todas as turbulências, todas as dificuldades conjunturais eventuais, dentro e fora do Brasil, diante de todas as mudanças que, ao longo desses 15 anos, tivemos certamente no processo de crescimento ou não das economias, nas taxas de juros, no câmbio etc., a despeito de tudo isso, nós conseguimos, ao longo de 15 anos, ostentar esta brilhante marca de taxa de crescimento médio de 17,1%. Isso eu acho que é um atestado muito claro de que fomos bem sucedidos e conseguimos performar dentro da expectativa.

Dito isso, que eu acho que são algumas considerações, como eu disse, sobre Randon S/A, eu gostaria também, como segundo ponto da nossa teleconferência de hoje, dizer a vocês que sim, lá atrás, em 2005, já se vão quase sete anos, nós anunciávamos, da mesma forma que estamos fazendo hoje, um plano de expansão quinquenal, assim chamado. Naquela oportunidade, nós dizíamos que para atingirmos as taxas de crescimento desejadas, nós precisaríamos investir cerca de R\$800 milhões no período. Feitas as contas, materializados os planos, entre 2005 e 2009 investimos exatos R\$855 milhões, portanto atingindo plenamente os objetivos a que nos propusemos.

Podem ver em sequência também que, dentro do mesmo plano, imaginávamos crescer as nossas receitas brutas totais de R\$2,3 bilhões para R\$4,4 bilhões. Quando encerramos o ano de 2008 já havíamos chegado a R\$4,5 bilhões, portanto plenamente atingido.

Também almejávamos crescer as nossas exportações a partir do Brasil, evoluindo dos então U\$119 milhões que registramos em 2004 para U\$294 milhões em 2009. Este talvez seja o único item que atingimos parcialmente, chegando a U\$287 milhões em 2008, e como estamos aqui no Rio Grande do Sul, eu diria em bom 'gauchês' que tiramos pena no objetivo, nos aproximando perigosamente.

Também, e por último, quando montamos esse plano de expansão, dizíamos que almejávamos crescer os nossos empregos diretos em 2.630 pessoas no período. Feitas as contas e encerrado o período, criamos na verdade 3.174 novos postos de trabalho, o que também mostra que atingimos perfeitamente a meta.

Usei esses indicadores para dizer a vocês que sim, atingimos as nossas metas, mas também dizer sim, que quando tentamos nos avaliar, planejar, estabelecer nortes, o fazemos de forma consistente, bem pensada, de tal forma que, decorrido o período, possamos dizer que foi legal, foi um grande objetivo e está plenamente atingido.

Oxalá o novo plano de expansão que estamos hoje comentando com vocês possa ter também o mesmo desempenho e poderemos dizer daqui a cinco anos que, a despeito de

eventuais desafios, dificuldades, talvez hoje não conhecidos, conseguimos nos sair bem, porque mesmo aceitando que haja dificuldades, a face oposta da mesma moeda são as oportunidades que também às vezes nos surpreendem.

Este nosso novo plano, 2012–2016, atende a sua ambição, se eu posso assim chamar, a quatro ou cinco pontos muito importantes, como mostra a lâmina nove. Nós queremos consolidar e ampliar as posições no mercado doméstico e, portanto, sustentar e manter a nossa liderança. Queremos continuamente sermos reconhecidos como importante *player* no mercado internacional.

Nós queremos e isto está muito claro, manter o nosso *core business*. Acho que vocês não devem esperar das empresas Randon incursões em segmentos de negócio não relacionados com o nosso *core business*. Nós queremos também, sim, ampliar as nossas taxas de crescimento para além daquilo que presumivelmente o crescimento orgânico do mercado brasileiro e dos mercados externos, nos quais atuamos, permite. Isso evidentemente será através de esforços em investimentos não-orgânicos.

E por último, queremos também manter para que siga muito legal a nossa convivência com quem conosco labuta, quem aposta e investe em nós, manter e ampliar as margens operacionais e os resultados. Estes são os nossos fundamentos básicos, são os pilares do novo plano de expansão.

Alguns indicadores que eu acho importante mencionar, no que diz respeito à opção ao crescimento, é nosso objetivo chegarmos a 2016 com uma receita estimada da ordem de R\$10,2 bilhões, partindo de R\$6,4 bilhões do ano-base de 2011 e, portanto, crescendo no período algo como 60%.

Claro que também, e para ajudar a sustentar essa taxa de crescimento continuamente acelerada, também objetivamos fazer com que os mercados externos representem não menos de 25% da receita líquida consolidada do Grupo, o que evidentemente, em relação aos níveis de hoje, seria dobrar a participação relativa dos nossos negócios no exterior.

Esses obviamente serão conquistados pela ampliação permanente das exportações a partir do Brasil, em mercados em que temos competitividade, e pressupõe também a ampliação e a expansão das bases de produção no exterior, quer as existentes, como é o caso de Argentina, Estados Unidos e China, quer novas.

No que diz respeito às principais estratégias, no que diz respeito à divisão de veículos e implementos, nós temos bem claro para nós que todo esforço será direcionado para manter e ampliar a liderança de mercado aqui no Brasil, obviamente. Queremos e desejamos ampliar a atuação no mercado ferroviário progressivamente, onde, mesmo jovens, mesmo como *new commerce*, já assumimos posição e participação relevantes, sendo o segundo maior fabricante nacional. Queremos ampliar o *mix* e a oferta de produtos, sobretudo na área de reboques e semi-reboques, onde claramente se desenvolvem novos nichos de mercado que poderemos, no futuro atender, nos quais hoje não participamos.

Também, evidentemente, esperamos ampliar de forma significativa os negócios nos mercados-alvo para veículos de transporte de carga, que são os mercados da América Latina e da África.

No que diz respeito a auto peças, as principais estratégias estão calcadas no desenvolvimento de vendas para OEMs na Ásia, assim como eu disse, estamos muito bem posicionados como sistemistas dos montadores instalados no Brasil, sobretudo na Argentina e na América do Norte. Também não é menos verdade que Ásia segue sendo um desafio, ainda é um mundo novo para nós, mas estamos olhando com muita atenção e muito interesse. Obviamente ali vemos uma expressiva e importante oportunidade de desenvolver expansão e crescimento.

Queremos, evidentemente também, alavancar as vendas na reposição, com linhas de produtos competitivas para esse mercado. Estamos avaliando ativamente oportunidades de integração na cadeia de componentes e sistemas, e isso certamente poderá implicar eventualmente em projetos de *greenfield* ou eventualmente também de aquisições. O futuro nos dirá qual dos dois ou se ambos.

Também, e este conceito é muito importante, vamos desenvolver e explorar oportunidades que tenham sinergia com o nosso processo industrial e instalado. Nós todos sabemos que temos uma calderaria, uma facilidade para calderaria, estamparia, pintura etc., altamente modernas e eficientes, e também que tenham sinergia com a cadeia de suprimento de insumos. Essas são as estratégias principais relacionadas com o nosso plano de expansão.

No que diz respeito aos sistemas financeiros, evidentemente estamos em franco processo de ampliação das atividades do consórcio Randon, através de novas bases de operação e de vendas, seja diretamente, seja através de franquias da nossa RACON, e estamos em processo de consolidação das operações do Banco Randon, que foram iniciadas no final de 2010 e hoje o banco, no seu processo normal e natural de *ramp up*, já, se me permitem dizer, “dobrou a curva” dos R\$100 milhões em ativos e segue no seu processo de implantação e crescimento. Todo esse plano, se olharmos como oportunidades de emprego, deverá gerar mais ou menos 4.000 postos de trabalho.

No que diz respeito aos investimentos, nós estimamos hoje os investimentos do período em R\$2,5 bilhões, os quais estarão divididos em R\$2 bilhões de investimentos fixos e cerca de R\$500 milhões de capital de giro adicional. Claro que os investimentos fixos e de giro contemplarão aqueles orgânicos, que vocês conhecem, que têm relação com atualização tecnológica, reposição de ativos, pesquisa e inovação, ampliação de capacidade e por aí vai. Contemplarão também investimentos não-orgânicos ou novos negócios dentro do escopo que eu já coloquei e que poderão ser materializados através de processos de aquisição, fusão, *greenfield*, parcerias estratégicas etc. Esses são evidentemente os destinos.

Se segmentarmos esses investimentos, na lâmina 19, mostramos que é nossa intenção no âmbito deste plano, destinarmos R\$1,5 bilhão para investimentos assim chamados orgânicos, quer dizer, tudo aquilo relacionado com a atividade atual, sua expansão, seu desenvolvimento. Estamos também alocando até R\$500 milhões para não-orgânicos, com as características que eu já coloquei, e, além de capital de giro, isso nos fecha a conta em R\$2,5 bilhões.

Os recursos para este plano de investimento nós obviamente vamos procurar manter a nossa postura e aquilo que temos feito ao longo da história, principalmente recente, em bancar com recursos próprios cerca de 60% desse montante. O que são esses recursos próprios? São os recursos financeiros gerados pelos resultados da própria operação e seu reinvestimento, e também algum eventual recurso novo de acionistas ou de capital próprio.

Os demais 40% serão constituídos por recursos de terceiros, e aí nós alocamos todos aqueles recursos oriundos do sistema financeiro por crédito a investimentos. Como vocês sabem, na nossa história recente temos tido oportunidade de contar com as principais instituições de crédito a investimento, como é o caso do BNDES, do IFC, como também com incentivos fiscais proporcionados principalmente pelo Estado do Rio Grande do Sul, com quem, hoje pela manhã, em solenidade no palácio Piratini em Porto Alegre, e com a presença do nosso excelentíssimo governador Tarço Genro, nós assinamos um protocolo de intenção através do qual este plano de expansão da Randon poderá contar também com incentivos do assim chamado Fundopem, no Rio Grande do Sul, e também no projeto Integrar RS. Com essa formatação nós evidentemente fechamos a equação de origem de recursos.

Ao finalizar, eu gostaria de dizer ao senhores que este é o nosso plano de voo, este é nosso norte, e vamos desenvolver como sempre fizemos o máximo dos nossos esforços e vamos contar com todos os nossos recursos, com os nossos *stakeholders*, com os nossos apoiadores e sobretudo com os nossos colaboradores e nossos funcionários para que este plano quinquenal, que é recorrente nas empresas Randon, possa, quando da sua conclusão e ao longo do seu período de desenvolvimento, representar mais um capítulo na bonita história que temos escrito até aqui.

Dito isso, eu quero dizer que vou me colocar à disposição, juntamente com meus companheiros, nosso presidente David Randon e também o Hemerson de Souza, que aqui nos acompanha nesta teleconferência de hoje, e também registrar que, após a sessão de perguntas e respostas, dado que temos o privilégio de contar hoje, nesta teleconferência, com a participação pessoal do nosso presidente, ele certamente também nos brindará com seus comentários e suas considerações finais antes de encerrarmos nossa teleconferência de hoje. Quero dizer muito obrigado pela vossa atenção, e seguimos conectados.

Bruno Savaris, Credit Suisse:

Boa tarde a todos e obrigado pelo *call*. Eu tenho basicamente duas perguntas. A primeira seria relacionada ao slide dez, no qual vocês colocam o crescimento de receita estimada pela Randon, que poderia chegar a R\$10,2 bilhões em 2016. Desse valor, não ficou claro para mim se vocês já estão considerando alguma parcela de receita de *greenfield* ou de aquisições. Vocês poderiam, por favor, detalhar isso?

E a segunda seria relacionada à base de *labor* que vocês estariam montando, ou seja, são 4.000 postos de trabalho. Como vocês fariam para juntar toda essa equipe, dado atualmente o *shortage* de mão de obra qualificada hoje no Brasil? Basicamente isso. Obrigado.

Astor Milton Schmitt:

Bruno, muito obrigado pela sua pergunta, é um prazer te ouvir. Evidentemente o objetivo de R\$10,2 bilhões contempla também uma parcela de receitas de origem, digamos assim, para manter o nosso jargão, não-orgânica. Eu não tenho exatamente presente neste momento o percentual dessa receita não-orgânica, mas vou deixar registrado, e o nosso companheiro Hemerson de Souza poderá detalhar essa informação, se você me permite, em contato posterior.

Realmente não recordo; o que posso garantir é que evidentemente não chegaríamos a R\$10,2 bilhões somente com crescimento orgânico tendo em vista o crescimento da economia e do mercado brasileiros e dos mercados onde estamos presentes. Hemerson está me fazendo um sinal, ele talvez tenha algum comentário. Vamos ouvir.

Hemerson de Souza:

Bruno, e a todos vocês que estão acompanhando, boa tarde. Dos R\$10,2 bilhões, até 25% disso nós consideramos que possam ser de iniciativas não-orgânicas, onde nós incluímos também o projeto não só de aquisições e fusões mas também parcerias estratégicas e eventualmente algum novo *greenfield*.

Bruno Savaris:

OK. Muito obrigado.

Astor Milton Schmitt:

Bruno, é muito legal ter alguém com os números na cabeça bem presentes. E quanto ao *labor*, pode parecer assim um número muito alto, 4.000 pessoas, mas acho que esse negócios é recorrente. Eu lembraria que, no período anterior, nós geramos aproximadamente 3.200 empregos novos, e essas coisas se desenvolveram normalmente.

Acho que existe, sim, uma carência de mão de obra especializada no Brasil, mas nós acreditamos também que, em primeiro lugar, fazemos um esforço interno de desenvolvimento de recursos humanos através dos diversos programas de educação que nós temos, contemplando pessoas desde tenra idade, como é o caso do Florescer, Qualificar, cursos profissionalizantes, desenvolvimento gerencial etc. Um esforço interno.

E creio também que o aparato brasileiro e no exterior de preparo de mão de obra, bem ou mal deverá contemplar as necessidades, porque isso é progressivo ao longo do tempo. Nós sabemos que capital humano qualificado, preparado, comprometido é uma coisa cada vez mais desafiante; agora, não é impossível. Um plano dessa magnitude e com essa amplitude tem evidentemente muitos desafios, mas nós acreditamos que esses desafios poderão ser superados e as coisas acontecerem ao longo do tempo e progressivamente. Temos essa convicção.

Bruno Savaris:

Obrigado.

Renato Mimica, BTG Pactual:

Boa tarde a todos, obrigado pelo *call*. Tenho algumas perguntas, a primeira delas na estratégia de veículos e implementos, até que vocês mencionaram no slide 12 as principais estratégias nesse segmento. Colocando em perspectiva o cenário competitivo atual de um mercado de implementos que veio se fragmentando com *players* menores, sendo cada vez mais agressivos, qual seria a melhor forma de ampliar a liderança de mercado, como vocês colocaram? Vocês acabaram não mencionando M&A especificamente nesse segmento, como vocês fizeram no slide seguinte, de auto-peças. Gostaria de saber se M&A está fora da mesa nesse segmento específico. Se não, o que vocês estariam buscando, seriam *players* mais de nichos, ou consolidar por meio de aquisição de *player* maiores? Seria essa a primeira pergunta, por favor.

Astor Milton Schmitt:

Renato, muito obrigado. Acho que a pergunta é muito oportuna. Sem dúvida nenhuma o mercado tem se fragmentado, e a fragmentação eu penso que é consequência absolutamente normal e natural, e nós não somos exceção a ninguém, do rápido processo de crescimento e desenvolvimento do mercado.

Essa fragmentação evidentemente reacomodou os market shares. Para nós está muito claro, e quando falamos em veículos e implementos dissemos que queríamos manter e ampliar a nossa liderança, e essa manutenção e ampliação da nossa liderança certamente terá duas vertentes principais. A primeira é a entrada em nichos de mercado para reboques e semi-reboques dos quais nós ainda não participamos, e existem vários e vão aparecendo à medida que o transporte vai se especializando e se tornando mais vocacionado, por um lado, sem dúvida. Então novos nichos de mercado são alvo muito importantes.

Também é importante, e aí venho para M&A, sem dúvida nenhuma esse processo de fragmentação na matriz de fabricantes brasileiros de veículos rebocados permitirá, e certamente isso vai acontecer em algum momento para frente, um processo progressivo e certamente importante de consolidação. Quando as condições para esse processo forem se mostrando favoráveis e oportunas, certamente as empresas Randon olharão.

Renato Mimica:

Perfeito, está ótimo. A minha segunda pergunta é um pouco relacionada ao *time table* deste plano de investimento que vocês colocaram, e dentro desse contexto também, de alguma forma colocar a parte de financiamento. Tem algumas linhas que o próprio Brasil, Plano Maior disponibilizou, que são linhas temporárias. Vocês estariam pensando em talvez jogar esses investimentos um pouco mais para os primeiros anos, para se aproveitar de alguma linha nesse sentido? Vocês poderiam falar um pouco mais sobre a parte de benefícios fiscais? Para mim não ficou muito claro que tipo de benefícios fiscais vocês acabaram conseguindo negociar com o Governo, exatamente. Obrigado.

Astor Milton Schmitt:

Bem Renato, como você sabe, o plano prevê um prazo de cinco anos. Não é novo, é recorrente. Nós costumamos, na nossa prática de planejamento estratégico, olhar o horizonte de cinco anos.

Quanto a financiamentos, eu parto do princípio de que, primeiro, financiamentos se disponibilizam permanentemente sob diferentes circunstâncias, mas sempre acreditando em algumas coisas básicas. Primeiro, na reputação de quem está se habilitando ao financiamento; segundo, para propostas, quais são os objetivos a serem atingidos com esses financiamentos; e terceiro, particularmente nós olhamos isso sempre no horizonte e no contexto do longo prazo, e nessa linha nós temos, ao longo dos tempos, merecido apoio recorrente das nossas principais instituições financeiras. Eu poderia citar, por exemplo, BNDES, o BR/BE aqui do Sul do Brasil, o IFC, Banco Mundial, além de outras instituições de mercado que têm sido os nossos parceiros tradicionais.

É claro que estamos conversando com todos eles e, conquanto não tenhamos nada para anunciar no momento, e é natural que isso seja assim, o plano está sendo recém tornado público, é evidente, Renato, que nós estamos contando continuamente com o apoio dessas instituições, e acredito que podemos e até devemos contar, porque sempre nos apoiaram e não tem porque imaginar que não continuarão apoiando. Essa é a nossa percepção.

Quanto aos benefícios fiscais, nós estamos sendo enquadrados basicamente em dois programas particulares do Estado do Rio Grande do Sul. O primeiro se chama Fundopem/Integrar RS, que nada mais é do que um programa de incentivos baseado em um rebate do ICMS incremental gerado com o plano de expansão. É um programa que vige normalmente por até 12 anos; repito, ele é representado por uma parcela do ICM incremental gerado pela empresa nas suas operações comerciais.

E temos também um programa que é muito importante para nós, de deferimento na base de ICMS para compras dentro do Estado. Isso evidentemente vai estimular a cadeia de fornecedores locais ou regionais às nossas bases principais de operação, que estão em Caxias do Sul. Temos também um plano de redução de base de cálculo de ICMS para vendas dentro do estado. E mais, no processo também de benefícios fiscais, um deferimento de pagamento de ICMS para investimentos em ativos, quer nacionais, quer estrangeiros.

Esse é o pacote que nós negociamos com o Estado do Rio Grande do Sul e que hoje mereceu uma publicação em solenidade aqui no Palácio de Piratini, em Porto Alegre.

Renato Mimica:

Perfeito, está ótimo. E só puder fazer um *follow up* nessa última pergunta, alguma forma de quantificar esses benefícios fiscais agora, algum tipo de impacto que ele poderia ter no resultado, alguma avaliação inicial de vocês em termos de números? Conseguem adiantar alguma coisa ou ainda é cedo?

Astor Milton Schmitt:

Existem, sim, simulações e exercícios. O que eu posso dizer é que nesses cinco anos em crescendo a receita de R\$6,4 bilhões para R\$10,2 bilhões, nós deveremos gerar um ICMS incremental no entorno de R\$110 milhões, R\$120 milhões, e os programas Fundopem contemplam um rebate na ordem de até 75%. Eu digo “até” porque entram outras variáveis, de geração de emprego etc., que são extra arrecadação direta, geração de empregos, zoneamento no Estado etc. É um conjunto de indicadores, mas que se todos fossem plenamente atingidos, isso poderia chegar a 70%, 75% desse ICMS em um plano de cinco anos, Renato.

Renato Mimica:

Perfeito. Muito obrigado. Boa tarde.

Bruno Giardino, Santander:

Olá, boa tarde a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação ao crescimento; considerando que as vendas entre empresas estão dentro desse número de R\$10,2 bilhões, vocês veem espaço para um crescimento maior da receita líquida do que da receita bruta? Na verdade, a receita líquida é aquilo que nós usamos nas nossas projeções, então isso teria até um impacto maior nos nossos modelos.

E uma segunda pergunta, em relação às margens. Durante esse período de crescimento que vocês estão se propondo, vocês veem as margens dentro dos intervalos históricos que a Randon tem apresentado, ou tem algum fator que possa causar desvio? Obrigado.

Astor Milton Schmitt:

Bruno, o Hemerson vai te posicionar sobre essa pergunta com muito prazer.

Hemerson de Souza:

Olá Bruno, boa tarde. Nós consideramos que a nossa receita líquida consolidada deve permanecer na mesma proporção que nós temos hoje de receita bruta total. Eventualmente, se nós fizermos alguma iniciativa, como integração na cadeia de fornecedores ou eventualmente um *greenfield* diferente dos negócios que nós temos, que em algum momento tenha vendas menores ou maiores *intercompany*, isso pode mudar, mas não é o que prevemos. Achamos que ainda vai se manter a proporção relativamente similar, com um viés talvez um pouco mais, mas nada representativo.

Bruno Giardino:

Você está falando de receita líquida consolidada? Após os *intercompanies*?

Hemerson de Souza:

Consolidada, exato. Falando em margens, Bruno, nós perseguimos, sim, manter a rentabilidade e os níveis de margem que temos tido nos últimos anos. É de conhecimento

do mercado que patamar de margem nós perseguimos e obviamente não vamos fazer investimentos que possam destruir ou que mexam com o nível de rentabilidade da Companhia. Isso torna o trabalho um pouco mais difícil, e esse é o desafio de poder repetir nos nossos novos negócios a mesma performance que tivemos até então com os negócios que estamos operando.

Bruno Giardino:

Está ótimo. Muito obrigado.

Cristiane Fensterseifer, Geração Futura:

Boa tarde. Minha pergunta vem mais em relação a esse montante total de investimentos de R\$2,5 bilhões, já tirando um pouco o capital de giro, mas como deve se distribuir isso entre a divisão de implementos e auto peças. Vocês imaginam que deva ser mais focado o valor de investimento total em auto peças e implementos, e como vocês imaginam que vai ficar essa distribuição de receitas no final desse período entre esses dois segmentos?

Também uma pergunta em relação ao retorno estimado nesses novos investimentos, se vocês têm um retorno mínimo que estão considerando ao executar um investimento. Como vocês estão fazendo essa análise?

Hemerson de Souza:

Oi Cristiane, boa tarde. Desde a construção deste plano, que já faz algum tempo que vimos trabalhando nele, sempre consideramos manter equivalentes as posições entre os segmentos de atuação que nós temos. Portanto os investimentos, em grosso modo, também são alocados relativamente proporcional. Nós queremos, sim, manter essa equidade de 50% das receitas na divisão de veículos e implementos, e a outra metade na área de auto peças.

Em algum momento, obviamente, pela velocidade ou pelas oportunidades que vão se apresentando, poderá ter alguma distorção com relação a isso. Não sabemos precisar hoje como isso vai ocorrer ao longo do tempo, mas lá no final, pelo planejado, deverá se manter equivalente e, portanto, também a mesma equivalência de investimento.

Quanto ao retorno, acho que está muito em linha também com o que falei de margens. Nós buscamos retornos nos mesmos níveis que nós operamos hoje. Eventualmente, em algum negócio que possa ser uma aquisição ou algum acordo, uma parceria estratégia, isso pode ter alguma variação para cima ou para baixo, mas nós vamos poder sempre perceber e avaliar considerando a visão do prazo e percebendo se é possível ou não manter a rentabilidade e os retornos que temos nos nossos negócios atuais, que é o que nós perseguimos para o futuro.

Astor Milton Schmitt:

Eu diria, Cristiane, se você me permite, em complemento ao Hemerson, nós temos tido retorno sobre patrimônio da ordem de 20% ao ano, às vezes um pouco acima. No momento

presente, ligeiramente abaixo, mas isso me permite dizer que, em média, trabalhamos como um retorno em torno de, no máximo, cinco anos e gostaríamos de mantê-lo.

Cristiane Fensterseifer:

Está certo, então. Muito obrigada.

Murilo Freiburger, Bank of America:

Boa tarde a todos. Uma pergunta, na verdade, a respeito do crescimento de receita vinda de mercados externos. Hoje, mais ou menos uns 10% dessa receita de vocês vem de mercado externo, e o *target* é chegar em 25% em 2016, que parece ser uma diversificação bem interessante, mas é um desafio bem ambicioso. Esse crescimento vem orgânico, ou podemos considerar que uma parcela significativa daqueles R\$500 milhões em crescimento não-orgânico, que vocês colocaram, aqueles R\$500 milhões de investimento em crescimento não-orgânico pode ser feito lá fora também? Em outras palavras, vocês estão olhando para aquisições fora do Brasil também?

Astor Milton Schmitt:

Murilo, obrigado pela pergunta. Sem dúvida nenhuma mercados externos estão merecendo, já há algum tempo, alta prioridade. Nós, sim, continuaremos sendo uma companhia fundamentalmente voltada ao mercado interno, porém também objetivamos crescer rapidamente no externo. Hoje, o mercado externo, se medidas as exportações a partir do Brasil, representa 11%, 12% da nossa atividade, e a geração de receita em operações no exterior também cresce rapidamente.

Quando dissemos que queremos crescer nossa receita com mercados externos, de 10% a 25%, Murilo, contemplamos as duas hipóteses, as exportações a partir do Brasil, sem dúvida, que nós faremos tudo para que cresçam, e também, sem dúvida nenhuma, o crescimento das receitas geradas no exterior.

Recentemente, nós ampliamos nossa fábrica na Argentina, nós instalamos e já estamos ampliando a unidade da Fras-le no Alabama, instalamos e estamos ampliando nossa unidade na China, e, desde o ano passado e certamente a partir deste ano, essas unidades já terão uma representação bem mais relevante do que vinham tendo na composição das receitas, sobretudo daquelas geradas no exterior.

Nunca escondemos, também, que estamos olhando oportunidades novas nos mercados com os quais temos íntima convivência, e não se descarta a hipótese de investimentos de aquisição, de *greenfield*, ou de fusões em mercados onde temos experiência, prestígio e história consolidada, como é o caso do mercado do NAFTA, no que diz respeito a auto peças e sistemas automotivos.

O mercado da Ásia, que estamos começando a desbravar com a nossa unidade em Pingu, na China, e em mercados emergentes do continente africano e sul-americano, onde, sobretudo com nossos reboques e semi-reboques, temos já uma longa história, uma excelente participação e uma imagem muito boa também.

Certamente essas regiões e essas iniciativas é que nos permitirão cumprir com essa meta de, repito, termos nos negócios fora do Brasil, quer com exportação a partir daqui, repito, quer com receita gerada lá fora, um crescimento das receitas externas muito significativo. Achamos o objetivo de 25%, Murilo, bastante realista.

Murilo Freiburger:

OK, então. Muito obrigado pela resposta.

Rogério Araújo, Flow Corretora:

Olá, bom dia a todos e obrigado pelo *call*. Tenho duas perguntas, na verdade. A primeira delas, o crescimento orgânico que vocês estão planejando depende de vocês mas depende também do cenário macro. Gostaria de saber quais são as premissas que vocês estão utilizando, tanto para mercado de veículos pesados como reboques, tanto no curto prazo quanto no médio/longo.

Minha segunda pergunta é em relação à expansão no mercado externo. Gostaria de saber se vocês podem utilizar a Fras-le como um dos principais veículos para essa expansão lá fora; vocês já estão expandindo substancialmente as plantas de Alabama e China. Gostaria de saber se boa parte dessa expansão pode ser através de Fras-le. São essas as minhas perguntas. Obrigado.

Astor Milton Schmitt:

Bem Rogério, muito obrigado pela pergunta. Quanto a crescimento orgânico e a sua participação no plano, o Hemerson vai nos dar detalhes. Depois eu converso sobre mercado externo.

Hemerson de Souza:

Rogério, boa tarde e obrigado pela pergunta. Nós prevemos que, deste crescimento estimado, 75% ou próximo dele vai vir de crescimento orgânico, e utilizamos, obviamente, as premissas básicas de mercado. Nós consideramos que o nosso país, ou os mercados que nós atendemos, de nossas bases de produção hoje ainda preservam possibilidades de crescimento relativamente satisfatórias para o futuro. Nós entendemos que o mercado doméstico, onde nós temos uma atuação mais intensa hoje, também preserva sinais de crescimento robusto para o futuro, seja por crescimento do mercado de caminhões, que em nosso entendimento também há possibilidade de manter renovação em níveis maiores, seja por necessidade de transporte, seja pela amplitude da matriz de transporte que nós atuamos, que é o ferroviário e o rodoviário. Também considerando que o País vive em uma condição diferente, um pouco, do restante do mundo, favorável ao crescimento econômico no longo prazo. Por isso, acreditamos que é possível, sim, fazer 75% de crescimento considerando o movimento orgânico.

Astor Milton Schmitt:

Rogério, quanto à expansão no mercado externos, eu diria que temos três vetores. O primeiro, você citou Fras-le. Fras-le indiscutivelmente é a empresa hoje com a melhor

inserção internacional no Grupo e obviamente deverá continuar expandindo de maneira importante suas operações no exterior, sobretudo no que se relaciona ao mercado norte-americano e à Ásia. Sem dúvida, a Fras-le é a empresa mais preparada, mais madura do Grupo nessa direção.

Segundo vetor, Randon Implementos, com presença e participação histórica nos mercados emergentes da África e da América Latina. Nessas regiões, o instrumento evidentemente principal serão as atividades e a expansão da Randon Implementos.

No que diz respeito ao terceiro vetor, como vocês sabem nós temos três joint ventures muito importantes e estratégicos, com parceiros que são líderes mundiais em seus segmentos e são referência mundial, como é o caso da Mérito e da Jost, e sem dúvida nenhuma há uma fatia de mercado muito importante que nós expandimos e trabalhamos através do *network* desses parceiros em mercados determinados. Com essas três possibilidades é que nós contamos para que possamos atingir essa meta de ter, fora do Brasil, ao cabo desses cinco anos, algo como aproximadamente 25% da nossa atividade.

Rogério Araújo:

OK, bastante claro. Se eu puder fazer só um *follow-up* em relação a essa última questão. Os investimentos não-orgânicos, então, também podem ser feitos através de Fras-le, que entrariam nesses R\$500 milhões de *guidance* de investimento. É isso mesmo?

Astor Milton Schmitt:

Eventualmente sim, sem dúvida nenhuma.

Rogério Araújo:

OK. Muito obrigado. Boa tarde a todos.

Hemerson de Souza:

Na verdade, o seu Ari Armando Peres fez uma pergunta anterior que já foi respondida ao longo da teleconferência. Só queria registrar a chegada da pergunta dele.

Operador:

Obrigado. Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. David Abramo Randon para as últimas considerações. Sr. David, por favor, pode prosseguir.

David Abramo Randon:

Em primeiro lugar, eu gostaria de agradecer a participação de todos vocês. A pedido desta teleconferência extraordinária, realmente vem com a relevância deste plano que nós tivemos em um evento com o Governo do Estado e este plano de expansão. Também nós temos, pelo lado da nossa governança, de trazer, para que todos os nossos acionistas e investidores estejam cada vez mais informados e bem claros na situação.

Vale salientar que esse 1T no Brasil, nos nossos resultados, não foram os mais esperados. Preocupou um pouco por termos no 1T um resultado não tão satisfatório, e apontam para um 2T não muito bom neste momento.

Mas acho que o importante é que todo esse projeto que está sendo feito, de proposta de expansão para as empresas Randon, com todas as empresas, é uma proposta que normalmente se pensa sempre a médio e longo prazo, e visto que no passado, também, nos outros projetos que nós fizemos, tivemos, em parte, alguns anos com algumas crises mas conseguimos fazer com que esses projetos pudessem ser maturados.

E nossa ideia, olhando cinco anos para frente, olhando o País do jeito que está crescendo, as oportunidades que estão aparecendo, os novos negócios que estão para vir, a Randon está acreditando principalmente, não só no nosso Estado, na nossa cidade, mas também no crescimento do Brasil e as oportunidades, repetindo, fora do País.

Esta seria, na verdade, a mensagem que eu gostaria de dar a todos. Que nós possamos, dentro deste plano, colocar todo o desenvolvimento e a capacidade que têm as empresas Randon de podermos crescer para o futuro.

Operador:

Obrigado. A teleconferência sobre o Plano de Expansão e Desenvolvimento da Randon dos anos de 2012 a 2016 está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas, e tenham uma boa tarde.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o *website* de Relações com Investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição.”