

Operadora:

Boa tarde e sejam bem-vindos ao evento público da GOL Linhas Aéreas Inteligentes, para apresentação e discussão dos resultados referentes do 2T06.

Informamos que o evento está sendo gravado e todos os participantes estarão, inicialmente, apenas acompanhando a apresentação da Companhia. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas da indústria, quando mais instruções serão fornecidas. Logo após as perguntas dos investidores e analistas, iniciaremos a sessão para jornalistas.

O áudio e os slides dessa teleconferência estão sendo apresentados, simultaneamente, na Internet – no endereço www.voegol.com.br/ri. Neste endereço é encontrada a respectiva apresentação para download, na plataforma do webcast, seção Relações com os Investidores.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esse evento, relativas às perspectivas de negócios da GOL, 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 GOL e conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Ricardo Tadeu Martins, Diretor de Relações com Empresas da Apimec - SP – a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais de São Paulo, que conduzirá os trabalhos. Por favor, Sr. Ricardo, pode prosseguir.

Ricardo Martins:

Obrigado. Boa tarde a todos, esse evento público de discussão dos resultados referentes ao 2T06 da GOL está sendo organizado em conjunto com a APIMEC. O nosso objetivo é preparar os profissionais de investimento para liderar o processo de fomento e desenvolvimento do mercado financeiro.

Vale ressaltar que esse é o quinto evento que a GOL realiza em 2006, o que ratifica o compromisso da companhia com sua estratégia integrada de comunicação. Essa estratégia contém três elementos principais: relatórios financeiros obrigatórios, divulgações suplementares voluntárias e interação com investidores intermediários, elementos que são consistentes, mutuamente sinérgicos e em linha com as melhores práticas do processo de divulgação exemplar da GOL. Estão presentes hoje conosco Richard Lark, Diretor Vice-Presidente Financeiro, e o comandante David Barioni, Diretor Vice-Presidente Técnico.

Lembramos que os participantes que nos acompanham pela teleconferência podem fazer suas perguntas, digitando *1. Da mesma forma, todos aqueles que nos acompanham pelo webcast, podem encaminhar perguntas, a qualquer momento, pela própria plataforma, no ícone “Pergunte ao Palestrante”. Nossa equipe de apoio estará intercalando as perguntas para maior dinamismo.

Antes de iniciarmos a apresentação de hoje, informamos que a Diretoria da GOL tem um compromisso previamente agendado para as 13h30, portanto teremos um tempo limitado para perguntas e respostas.

Eu gostaria de acrescentar também que a GOL recebeu o selo assiduidade APIMEC – SP, três anos, em 13 de março de 2006. Agora gostaríamos de passar a palavra ao Richard, que iniciará a apresentação. Por favor, Richard.

Richard Lark:

Bom dia. Nesse trimestre, nós reafirmamos nosso “ciclo virtuoso”, exibido na tela número dois, da apresentação do webcast, que cria as condições necessárias para a popularização do transporte aéreo no Brasil e na América do Sul.

Passamos agora para a tela número três, intitulada “Destaques”. O 2T06 foi mais um período de crescimento lucrativo para a GOL. Nosso lucro líquido foi de R\$ 107 milhões.

A GOL manteve suas altas margens, evidenciadas por nossa margem de lucro antes dos impostos de 19%, sustentada pelo nosso foco constante em baixar custos, alta produtividade e gestão inteligente da receita.

Nossa posição de crescimento de companhia aérea de mais baixo custo no mercado brasileiro e de um líder mundial em termos de lucratividade permanece inalterada. A GOL continua comprometida em fornecer serviços de transporte aéreo com alta qualidade e em reduzir cada vez mais as tarifas, com o objetivo de criar e estimular a demanda, o chamado “Efeito GOL”.

No 2T06, o acréscimo de novas aeronaves à nossa frota possibilitou um aumento de capacidade de 50% e a adição de 62 novas frequências diárias. Uma maior capacidade, aliada a um aumento de 3,3 pontos na taxa de ocupação, que atingiu 75,9%, contribuiu para um aumento de 57% nos RPKs, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Esses fatores resultaram em uma maior participação da GOL no mercado doméstico, que atingiu aproximadamente 35% em junho de 2006. Estamos focados em reduzir nossos custos, oferecendo tarifas mais baixas e, conseqüentemente, aumentando a demanda de nossos serviços.

A tela número quatro mostra as recentes adições à nossa frota e malha. No 2T06 nós adicionamos cinco aeronaves 737 e finalizamos o período com uma frota de 50 aeronaves. Nossa expectativa é de encerrar o 3T06 com 56 aeronaves 737 em nossa frota. Planejamos expandir a malha com novos mercados no Brasil e na América do Sul e frequências adicionais, apoiados pela nossa expansão da frota

com novos Boeing 737-800NGs. Durante o 2T, foi adicionado um novo mercado, elevando o número total de aeroportos atendidos para 50, antecipando nossas previsões.

Vamos passar para a tela número cinco da apresentação.

Nesta tela, podemos observar detalhadamente a expansão da capacidade e malha. Durante o trimestre, a GOL operou uma frota média de 48 aeronaves, um incremento de 50% sobre a capacidade no 2T05, e 12% maior que o 1T06.

Comparado com o mesmo trimestre do ano anterior, a capacidade aumentou em 50,4%, em termos de volume de ASKs, para 4,6 bilhões, e nosso RPK cresceu 57,3% para 3,5 bilhões. Quando comparado ao 1T06, a capacidade cresceu 6,9% e o RPK foi 14,9% maior.

Essa expansão de capacidade possibilitou que a GOL alcançasse 500 vôos diários ao final do 2T06.

Passando agora para a tela número seis, vemos que a receita líquida no 2T06 cresceu 50,1% para R\$ 844 milhões, quando comparada com o mesmo período do ano passado. A combinação de maior capacidade com maior produtividade desempenhou um papel importante no crescimento das receitas no 2T06. A GOL aumentou sua produtividade, em função da maior taxa de utilização de aeronaves, que atingiu 13,9 horas-bloco por dia e de uma maior etapa média, que apresentou crescimento de 14,7%.

A habilidade de oferecer baixas tarifas tem sido fator chave no crescimento da receita total. Como provedora do transporte aéreo de menor custo na América do Sul, a GOL estimula a demanda por meio de baixas tarifas, propiciando crescimento no número de passageiros em nossos vôos.

O aumento de 9,6% na tarifa média, combinado com o aumento de 14,7% na etapa média resultou em um yield de 22,3 centavos de Real, 4,7% inferior ao do 2T05. Menores yields conduziram a uma receita por assento-quilômetro oferecido, ou RASK, de 18,2 centavos de Real, praticamente estável em relação ao 2T05. Comparado ao 1T06, o yield diminuiu em 17,5% e o RASK caiu 8,5%. O ambiente mais fraco de yields no trimestre foi também influenciado por fatores competitivos, que afetaram a indústria no curto prazo.

A comparação “ano-a-ano” de nossos resultados operacionais está na tela número sete. Apesar da redução de 4,7% no yield, reduzimos o CASK em aproximadamente 1%, que, combinado com a expansão de 50,4% no ASK, resultou num aumento do EBITDAR de 42,3%, atingindo R\$ 221,6 milhões.

O EBITDAR é um indicador de resultados operacionais antes de contabilizar os custos relacionados à propriedade de aeronaves como, por exemplo, o arrendamento.

O custo operacional por quilômetro oferecido (CASK) de R\$ 0,153 diminuiu R\$ 0,0014 por ASK decorrente de melhora no consumo de combustível, maior produtividade, maior etapa média, redução em despesas com vendas e marketing e menores despesas com arrendamento de aeronaves além de 11,7% de apreciação do real frente ao dólar americano parcialmente compensado pelo aumento de custos de manutenção decorrente de serviços agendados no trimestre.

As despesas de combustíveis por ASK no trimestre reduziram 1,9% na comparação “ano-a-ano”, apesar do aumento de 11% no preço de combustível por litro, devido à gestão eficiente de combustível, maior etapa média e resultados positivos de nossas operações de hedge. Vale a pena destacar que, comparativamente ao 2T05, a apreciação do real frente ao USD de 11,7% compensou em grande parte o aumento no preço internacional do petróleo (representado por um aumento de 33% no preço de WTI, e o aumento de 30% no preço do querosene de aviação no Golfo do México). Isso significa que a GOL foi menos impactada do que seus pares de baixo custo/baixa tarifa pelo aumento nos preços internacionais de combustível.

Nosso CASK sem combustível (em R\$ 0,092) mostrou uma leve redução no trimestre, apresentando queda de 0,2%. O fortalecimento do Real não apenas conteve o aumento das despesas de combustível, se compararmos com os nossos pares de baixo custo/baixa tarifa, como também contribuiu para a redução das outras despesas denominadas em Dólar, tais como leasing de aeronaves, seguro e manutenção, assim como desembolsos denominados em dólar, tais como adiantamentos para a aquisição de aeronaves.

Na próxima tela, tela número oito, na apresentação Webcast, temos a evolução de nosso resultado financeiro líquido. Nossa receita financeira cresceu R\$ 11,1 milhões e atingiu R\$ 53,1 milhões, principalmente devido aos ganhos financeiros com hedge de combustível contabilizados na receita financeira e às receitas provenientes da aplicação de um maior saldo em caixa. Nossas despesas financeiras aumentaram R\$ 7,7 milhões no 2T06, atingindo R\$ 24,5 milhões, devido a um aumento planejado de empréstimos e financiamentos. Nosso resultado financeiro líquido no trimestre foi de R\$ 28,6 milhões.

Na próxima tela, tela número nove, exibimos a evolução de nosso lucro líquido em comparação ao 2T05. No 2T06, o lucro líquido foi de R\$ 107 milhões, representando uma margem líquida de 12,6% e um crescimento nominal de 45,4% comparativamente ao 2T05.

Explicando as principais diferenças. Conforme mencionado anteriormente, as receitas líquidas cresceram R\$ 281,8 milhões. Abrindo os custos, os custos com combustíveis cresceram em R\$ 91,2 milhões, devido a um aumento de 54,8 milhões de litros consumidos e ao aumento de 11% no preço do combustível, entretanto reduziu 1,9% por ASK, devido à gestão eficiente de combustível e operações de hedge.

Despesas comerciais cresceram R\$ 25 milhões, refletindo o maior volume de vendas, entretanto diminuíram 12,5% por ASK em função da redução de comissões e aumento de venda de passagens pelo website da GOL - 82% no trimestre, foi vendido pelo site e essas reduções foram parcialmente compensadas por gastos de marketing.

Despesas com pessoal cresceram R\$ 33,3 milhões, ou 6,0% por ASK, devido ao dissídio de 6,0%. O quadro de colaboradores mostrou crescimento de 80,6%, relacionado à expansão planejada da capacidade.

Outras despesas operacionais cresceram R\$ 84,8 milhões, principalmente em função do aumento de 114,7% por ASK nas despesas de manutenção, e de 35,9% por ASK nas despesas de prestação de serviços, parcialmente compensados por reduções de 21,8% no arrendamento de aeronaves por ASK e 5,7% em outras despesas operacionais por ASK. As maiores despesas foram manutenção de cinco motores de aeronaves, consumo de peças e acessórios e reparo de materiais rotáveis. Conforme mencionado, o resultado financeiro líquido aumentou R\$ 3,5 milhões no trimestre.

Esses foram os principais impactos em nosso lucro. Mais explicações sobre as despesas estão em nosso release de resultados, que vocês devem ter recebido e que também pode ser acessado em nosso website – www.voegol.com.br/ri.

No 2T06, o lucro foi de R\$ 0,54 por ação, ou US\$ 0,25 por ADS, representando um aumento de 42,1% no Lucro por Ação, ou 56,3% no lucro por ADS, comparativamente a igual período em 2005.

Um pagamento líquido de dividendos intercalares de R\$ 27,2 milhões, representando aproximadamente R\$ 0,14 por PN, e aproximadamente US\$ 0,064 por ADR, foi aprovado na reunião de Conselho no dia 16 de junho de 2006, a ser pago no dia 15 de agosto de 2006 a título de juros sobre o capital próprio, para acionistas registradas em 20 de junho de 2006.

Na tela número dez, temos a evolução do fluxo de caixa para o 2T06. Ao final do 2T06, o saldo de caixa foi R\$ 1,3 bilhões. Durante o trimestre, o nosso saldo de caixa e de aplicações financeiras aumentou em R\$ 342,5 milhões.

O fluxo de caixa operacional foi positivo em R\$ 2,1 milhões, principalmente em decorrência do melhor resultado das operações, compensado por uma redução nas contas a pagar, um aumento líquido nos depósitos para manutenção de aeronaves e uma redução em outras obrigações. A GOL possui atualmente US\$ 195 milhões depositados com nossos arrendadores para futuras manutenções de aeronaves.

Utilizamos R\$ 152,1 milhões em atividades de investimento, principalmente adiantamento para aquisição de aeronaves, no valor R\$ 98,9 milhões e adições de propriedade e equipamento – no valor de R\$ 49,9 milhões. A GOL possui atualmente US\$ 240 milhões em adiantamentos com a Boeing para aquisição de aeronaves.

O caixa advindo de atividades de financiamento foi de R\$ 492,5 milhões, principalmente devido a um aumento de R\$ 565,9 milhões em financiamentos de longo prazo, parcialmente compensado pelo pagamento de dividendos em R\$ 73,6 milhões.

Mudando para a tela número 11, mostramos que a GOL fortaleceu a sua capitalização no trimestre, com o fechamento de três financiamentos de longo prazo. Em 5 de abril de 2006, a GOL fechou uma emissão nos mercados de capitais de dívida no valor principal de US\$ 200 milhões de bônus perpétuos, sem vencimento determinado, podendo ser resgatados pela Companhia em cinco anos. Os bônus perpétuos pagarão juros de 8,75% por ano e receberam notas de avaliação de crédito de Ba2 da Moody's e de BB da Fitch. Os recursos serão utilizados para expansão da frota.

Em junho de 2006, a GOL firmou um contrato de empréstimo de seis anos de R\$ 75,7 milhões junto ao BNDES com juros de 2,65% acima da Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP). Os recursos serão utilizados na construção do Centro de Manutenção de Aeronaves e em investimentos em TI.

Também em junho, a GOL contratou um financiamento de sete anos de US\$ 50 milhões junto ao International Finance Corporation (IFC), o braço para o setor privado do Grupo Banco Mundial. O financiamento do IFC será utilizado na aquisição de peças de reposição de aeronaves para o estoque e em capital de giro.

Os recursos dos empréstimos do BNDES e do IFC entrarão no caixa em julho. O saldo do caixa somado com a receita financeira e lucros retidos serão as principais fontes de recursos para a aquisição de aeronaves no futuro.

Passando para a tela número 12, vemos o desempenho relativo das ações da GOL tanto na NYSE como na BOVESPA. No ano de 2006, até 18 de julho, o ADS da GOL mostrou rentabilidade 11,7% superior à apresentada pelo Índice de Companhias Aéreas da American Stock Exchange e um desempenho 39,9% superior ao apresentado pelos seus pares no setor de aviação de baixo custo. As ações da GOL na bolsa brasileira tiveram um desempenho 6,9% inferior ao apresentado pelo índice Bovespa no mesmo período.

Também em 2006 nosso volume médio de área de negociações na Bolsa de NY atingiu US\$ 29 milhões por dia e nossa média de negociações na BOVESPA atingiu R\$ 9 milhões por dia. A GOL é uma das empresas aéreas mais líquidas e uma das empresas brasileiras mais líquidas, fazendo parte desde maio de 2006 do índice IBR-X 50 da BOVESPA.

Na tela número 13 mostramos que nossos caixas de investimento e margens de lucro continuam sendo referências no setor mundial de companhias aérea. Nosso múltiplo P/L está com um desconto significativo em relação às outras grandes companhias áreas de baixo custo, apesar de nossa maior taxa de crescimento de

lucros e elevada margem de rentabilidade, que se encontram entre as maiores na indústria global.

Mudando para a tela número 14, exibimos nosso plano de frota atual para os próximos seis anos. O acréscimo de mais 12 aeronaves Boeing 737 na nossa frota em 2006 permitirá uma expansão de 45% na oferta de assentos. Para o final de 2006 esperamos contar com 62 aeronaves 737 em plena operação em nossa frota. Já para o final do ano de 2012 estimamos uma frota com 96 aeronaves composta em sua maioria por aeronaves 737-800, representando uma taxa média de crescimento anual de 10,4% nos assentos durante os próximos seis anos.

A incorporação de novos 737-800 à frota da GOL propiciará substancial redução de custo. A redução na idade média da frota da GOL de 7,3 anos em 2006 para 4,8 anos até o final de 2007 contribuirá para uma redução de nossas despesas de manutenção.

Agora eu vou passar a palavra ao nosso Vice-Presidente Técnico, Comandante David Barioni, que irá discutir mais detalhadamente três assuntos muito importantes para a GOL nos próximos dois meses. David, por favor.

David Barioni:

Bom dia a todos. Obrigado, Richard. Na tela número 15, temos imagens das novas aeronaves 737-800 nova geração da GOL aqui mostradas em vôos de testes, que passam a integrar a frota a partir da semana que vem. As novas e maiores aeronaves são capazes de pousar em pistas curtas, o que vai permitir pousos dessas aeronaves em maiores aeroportos com pistas mais curtas, como o aeroporto Santos Dumont no Rio de Janeiro, um dos mais movimentados aeroportos do Brasil.

À medida que a GOL cresce com novas aeronaves, com 25% a mais de capacidade de assentos, com winglets, que economizam combustível, e com custos financeiros mais baixos, esperamos reduzir o CASK em aproximadamente 4%. Essas economias de custo permitirão que a GOL continue a reduzir tarifas e a estimular demanda para seus serviços.

Na tela 16 podemos ver fotos recentes do nosso novo centro de manutenção de aeronaves no Aeroporto Internacional de Confins em Belo Horizonte, Minas Gerais, que contará com as mais modernas tecnologias de manutenção de aeronaves do mundo. Quando em plena operação no mês que vem, esperamos obter significativas reduções nos nossos custos com manutenção de aeronaves e aumentos da nossa taxa de utilização de aeronaves.

Na tela 17 aqui mostrada podemos ver o próximo destino internacional da GOL, Santiago do Chile. Com cinco milhões de habitantes, Santiago concentra cerca de 1/3 da população chilena e é a mais importante cidade do país e um dos mais importantes centros financeiros da América do Sul. Devemos iniciar as operações na capital chilena em meados de agosto, com vôos entre São Paulo e Santiago, Buenos Aires e Santiago também. Aliás, a rota Buenos Aires-Santiago é a

segunda mais movimentada na América do Sul, depois da rota São Paulo-Buenos Aires.

Gostaria agora de passar novamente a palavra ao nosso Vice-Presidente Financeiro, por favor, Richard.

Richard Lark:

Obrigado, Barioni. Na tela número 18 temos nossas projeções financeiras, um dos elementos chaves no processo de divulgação da GOL e a estratégia integrada da GOL para devolução corporativa contém três elementos principais: relatórios financeiros obrigatórios, divulgações suplementares e a interação com investidores e intermediários.

No que se refere ao 3T06, a adição programada de seis aeronaves permitirá 45% de aumento na capacidade de assentos disponíveis, relativamente ao mesmo período de 2005. Para o 3T06 projetamos uma taxa de ocupação no intervalo de 75%-77%, com yields no intervalo de R\$ 0,26-0,28. No curto prazo esperamos um ambiente de estabilidade do real, operado por bons fundamentos econômicos no Brasil. Prevemos que os preços elevados do petróleo continuarão a impactar os custos de combustível e para o 3T06 esperamos que o CASK ex-combustível permaneça no intervalo de R\$ 0,09-0,10.

O nosso guidance para o ano de 2006 está baseado na expansão de capacidade planejada e na forte demanda de serviços de transporte aéreo da GOL, aliados aos fortes fundamentos econômicos brasileiros e baixas tarifas, estimulando demanda.

Esperamos uma taxa de ocupação maior do que prevista, de aproximadamente 75% para o ano inteiro. Posições indicam um intervalo de lucro de R\$ 3,90-4,30 por ação, representando um crescimento de mais de 50% sobre o resultado de 2005. Para 2007 esperamos adicionar no mínimo três aeronaves à frota e expandir a capacidade em no mínimo 30% para atender adequadamente a demanda e adicionar novos mercados.

Planejamos continuar popularizando o transporte aéreo na América do Sul por meio da expansão, da inovação tecnológica, do aprimoramento da eficiência operacional, da administração focada na redução de custos e de menores tarifas.

Gostaria de passar agora para a tela número 19 de nossa apresentação webcast, onde destacamos as nossas vantagens competitivas, que são essenciais na manutenção do nosso bem-sucedido modelo de negócio e do “ciclo virtuoso”.

Nós contamos com uma equipe altamente produtiva, administradores experientes, para sempre entregar ao consumidor serviços de alta-qualidade com baixas tarifas e o melhor custo do mercado a fim de mantermos nossa marca forte e alta rentabilidade.

Agora que concluímos essa breve apresentação, gostaríamos de agradecer a sua atenção e passar para a sessão de perguntas e respostas, durante a qual teremos o maior prazer em responder quaisquer dúvidas sobre a GOL.

Alexandre, Bradesco Corretora:

Richard, eu tenho algumas perguntas e vou dividir em duas etapas até para não fazer tudo na corrida. Richard, vocês já tem os slots garantidos para essas seis aeronaves que vocês vão estar adquirindo ou vocês estão negociando ainda com a ANAC? Vocês vão entrar naquele sorteio? Como é que está esse processo?

Richard Lark:

O processo segue normal em termos do processo de pedido de slots e já sabemos onde a gente vai alocar as seis aeronaves novas do 3T, a que você está se referindo.

Alexandre:

Vocês têm mais ou menos uma idéia de que região, onde é que vocês vão estar focando?

Richard Lark:

Não, porque não é assim que funciona nossa malha. Nossa malha é integrada; são vários vôos e frequências novas em vários mercados já existentes em que nós servimos. Como destacamos também, tem parte dessa capacidade que está sendo alocada para expansão internacional, por exemplo, vamos ter alguns vôos por dia entre alguns mercados já existentes e Santiago do Chile.

Mas é importante lembrar também que esses vôos novos, vamos dizer, não são aeronaves dedicadas, essas seis aeronaves entram na nossa malha e se pode ter uma aeronave cobrindo rotas já existentes da GOL com novas frequências e dentro dessa mesma aeronave ela pode ficar também atendendo novos mercados durante as 24 horas que ela fica voando.

Então essas seis aeronaves ficam integradas à nossa frota e a maior parte dessa expansão da capacidade em curto prazo está sendo alocada dentro do mercado brasileiro e tem uma parte que está indo para fora do Brasil. Mas o grande destaque, eu diria a curtíssimo prazo, é Santiago, como o Barioni falou, que vamos iniciar com algumas frequências diárias entre São Paulo e Buenos Aires e Santiago.

Alexandre:

Richard, a outra questão é em relação à tarifa; a gente já vê que está tendo um aumento da tarifa média basicamente em decorrência do efeito Varig, que hoje você tem uma condição de oferta/demanda muito justa. Só que o seguinte: maiores tarifas significam também, talvez, um menor crescimento de RPKs. Como

é que vocês estão balanceando essa questão? Vocês estão falando: “Não, olha, a gente pode realmente... talvez RPK vai ficar um pouco mais fraco, mas oferta/demanda está justo então a gente vai priorizar rentabilidade.” Como é que está esse balanço dentro da GOL?

Richard Lark:

Eu acho que as estatísticas da indústria, dos últimos 3-6 meses falam por si, que o aumento da capacidade da GOL, oferecendo mais assentos a tarifas mais acessíveis à população está tendo um efeito interessante em aumentar o tamanho total do mercado e dentro do mercado há vários tipos de clientes. Quer dizer, o consumidor de passageiros de negócios continua crescendo forte, mas está tendo um crescimento mais forte ainda do setor de, que a gente chama de passageiros flexíveis e de lazer, que estão estimulados a consumir transporte aéreo pela questão do preço, ou se não é transporte aéreo eles têm outros meios de se movimentar.

Então esse é um fenômeno que está acontecendo em função da maior quantidade de assentos a tarifas menores, mas dentro desse contexto, a gente trabalha para maximizar receita, dada a situação do ambiente competitivo e das épocas sazonais a longo do ano. Mas o que estamos vendo é um crescimento que a gente acha que é secular na demanda da indústria; estamos vendo um crescimento do segmento dos passageiros mais sensíveis e é importante lembrar que a base de clientes no mercado de transporte aéreo no Brasil ainda está muito concentrado na classe A e na classe B, então é um mercado muito pequeno ainda.

Então, quando a GOL iniciou no final de 2001, foi traçada uma visão que esse mercado poderia crescer, que naquela época se apresentavam 5,5 milhões de consumidores que poderia crescer para 20 milhões. Talvez hoje estejamos na faixa de 8 milhões, então ainda tem muita demanda a criar e isso só vai ser através de mais assentos a preços menores e, para ter rentabilidade, como você falou aqui: “como a gente faz o balanço entre crescimento e rentabilidade?”; é só através de custos baixos que você consegue fazer isso e custos baixos vêm em função de uma gestão eficiente da frota, uma utilização muito alta das aeronaves, que entra nas complexidades de como é que a GOL opera, mas nossa visão é sobretudo popularizar o transporte aéreo.

Ainda temos muito trabalho a fazer nesse sentido e especialmente no lado de custos para poder reduzir as tarifas cada vez mais, para poder oferecer um ponto de preço que atraia uma pessoa que ou não está viajando hoje ou está viajando por ônibus ou está viajando menos frequentemente e trazer ela para dentro de nossas aeronaves.

Então, a questão de rentabilidade está muito vinculada à questão de custo, mas é importante lembrar que às vezes as pessoas perdem um pouco a referência, que ainda estamos com um mercado relativamente pequeno vis-à-vis seu potencial em termos de base de consumidores, que o grupo hoje em dia está altamente concentrado na classe A e nos segmentos de negócio. Temos muito trabalho a fazer ainda no segmento de passageiros mais sensíveis ao preço.

Então eu estou falando isso porque seria um pouco a visão a muito curto prazo, esse foco muito grande em exprimir a rentabilidade. Estamos muito mais focados nesse ano em crescer nossa capacidade para poder crescer o mercado, para poder trazer mais pessoas para dentro do setor de transporte aéreo como consumidores e os yields e tarifas acabam sendo em função de uma gestão inteligente de curto prazo para maximizar o que está acontecendo em termos de oferta e demanda ao mesmo tempo.

Mas a maior parte do nosso foco é garantir que a gente continue investindo nosso fluxo de caixa nesse crescimento de capacidade, para que daqui a quatro, cinco ou seis anos tenhamos um mercado verdadeiro de 20 milhões de consumidores. Então isso eu gostaria. Obviamente que a GOL é uma empresa altamente focada em custos e gestão de receitas para maximizar a rentabilidade, sem dúvida, mas isso acaba sendo um resultado de uma estratégia maior que é estimular a demanda.

Marco Müller, FGV:

Na última reunião eu tive a oportunidade de até brincar com o Presidente Constantino que ele trabalhava no terceiro andar em um prédio sem elevador, no fundo e tenho notado que nas atas das assembléias mais recentes, o endereço constante não é mais o da Rua Tamoios, mas o da Rua Gomes de Carvalho. A GOL está mudando de sede? Mudou de sede? Vai informar isto?

Richard Lark:

No final de 2006 vamos ser uma empresa mais jovem do que quando a gente começou. Semana que vem começa a entrar nossas aeronaves novas do nosso pedido com a Boeing; o Barioni mostrou o novo centro de manutenção de aeronaves; estamos muito entusiasmados sobre isso e também, faz algumas semanas a gente consolidou nossos funcionários administrativos, que estavam ocupando três prédios na Rua Tamoios, ao lado do aeroporto, em um prédio só na Vila Olímpia. A GOL estava crescendo nos últimos anos alugando casinhas e facilidades aonde tinha disponibilidade.

A gente tinha um plano para localizar nossa sede dentro do aeroporto de Congonhas, o que acabou não acontecendo. E por questões de um desejo de ter todo mundo no mesmo prédio e também oferecer um ambiente de trabalho mais adequado para os nossos funcionários, acho que faz três semanas que mudamos mais ou menos uns 500 funcionários – hoje que GOL tem uns sete mil funcionários -, mas mudamos uns 500 funcionários para um prédio dentro da Vila Olímpia. E, por incrível que pareça a gente conseguiu reduzir o custo equivalente dessas facilidades, basicamente.

Marco Müller:

E isso não implica mudança da matriz oficialmente?

Richard Lark:

Legalmente vai mudar sim da Rua Tamoios para a Vila Olímpia. Não sei se, oficialmente, foi mudada na junta comercial, mas vai mudar para lá sim.

Marco Müller:

Segunda pergunta; metade do lucro desse trimestre foi de uma operação financeira do hedge bem feito e que deu R\$ 53 milhões de lucro. Ou seja, se não houvesse o hedge, operacionalmente o lucro seria também de R\$ 53-54 milhões. A tendência é de que essas operações financeiras sejam importantes nos resultados da empresa nos próximos trimestres?

Richard Lark:

Eu não sei da onde você tirou os seus dados, não foi tanto assim não. A gente vem realizando...

Marco Müller:

O senhor apresentou aí, R\$ 53 milhões de lucro de hedge.

Richard Lark:

Não, essa foi a receita financeira. O lucro de ganhos de hedge foi R\$ 16 milhões, reconhecido dentro da linha de receita financeira. E dentro da linha operacional nós temos também alguns ganhos de hedge que cada trimestre a gente realiza em função do consumo do período. Por questões contábeis, nós realizamos um ganho especial no 2T, que eu não chamaria de extraordinária, mas foi resultado da alta volatilidade do mercado de petróleo recentemente, que fez essa contribuição de R\$ 16 milhões na receita financeira.

Nosso programa de hedge de petróleo e de USD é permanente, é constante. A gente tem reduzido marginalmente nossos custos, mas o foco do nosso programa de hedge, o primeiro foco, não é reduzir os custos, é criar uma proteção contra altas do preço de petróleo. E o que a gente tem feito ao longo do tempo é comprado proteções contra altas, realizado um pouco de ganho ao longo do caminho, mas o mais importante é que a gente fica protegido a curto prazo – eu diria curto prazo agora é três a seis meses – contra variações muito bruscas ou catastróficas no preço do petróleo.

O que tem reduzido nos últimos 12 meses, é importante falar, é que tem acontecido muito menos repasse do aumento do preço de combustível para os preços; essa é uma condição da indústria. Então essa proteção tem sido um pouco mais importante recentemente. Mas, contando isso como um programa disciplinar e regular, não-especulativo, porém de vez em a situação do mercado produz esses efeitos de ganho, mas não é uma coisa que a gente necessariamente planeja repetir no futuro, pelo menos a linha de receita financeira.

Marco Müller:

Nos últimos dois meses a GOL perdeu aproximadamente 20% de valor de mercado se a gente considerar um pico de R\$ 81,60 no meio de maio e ontem a R\$ 65,30. A empresa se preocupa com essa variação nas suas cotações, ainda que essa queda tenha se dado no meio de uma turbulência geral de mercado e, possivelmente, a gente não consiga administrar diretamente isso? Uma observação do senhor seria importante.

Richard Lark:

É difícil administrar o preço da oferta/demanda para ações de qualquer papel, mas eu diria que um aspecto interessante da GOL, eu acho que você está destacando, é que tem uma volatilidade muito alta. Acho que nós temos uma das ações mais voláteis, mais que 40% de volatilidade no mercado brasileiro e isso vêm em função das influências que afetam oferta/demanda para papéis de empresas aéreas.

Primeiro, realmente somos uma empresa brasileira, então tem os efeitos do risco Brasil. Segundo, nosso maior insumo está baseado em petróleo; empresas aéreas geralmente estão correlacionadas ao longo do tempo, pelo menos as americanas têm uma correlação de quase 100% com o preço de WTI. E, por último, temos os efeitos do câmbio, que outras empresas aéreas, por exemplo, nos Estados Unidos, não têm, que quase 50% dos nossos custos são linkados ou correlacionados com o USD.

Então quando se junta esses efeitos que são externos, que não tem a ver com o resultado direto na GOL, são efeitos de curto prazo, variações diárias no preço de combustível, variações diárias na taxa de câmbio e essas volatilidades recentes, não de risco, relacionadas com os mercados emergentes, você joga dentro de uma ação, uma coisa que está sujeito a bastante volatilidade.

E se o preço, se não me engano o preço tem variado, eu diria que caiu e subiu e acho que recentemente tem variado um delta muito grande de talvez quase uns US\$ 2 bilhões de valor de mercado, de cima para baixo. Mas ao longo do tempo, se você olhar a história da Gol desde que abriu capital, o aumento de valor de mercado da GOL tem sido 100% baseado no aumento de lucro – queria dizer earnings driven.

O múltiplo tem crescido um pouco, mas muito pouco, talvez tenha crescido 1-2 p.p. do múltiplo. Então a expansão do múltiplo não explica a maior parte do crescimento de valor de mercado da GOL. Está muito mais explicado pelo crescimento de lucro, mas a gente espera que vai continuar essa volatilidade, porque a empresa aérea está sujeita a essa preocupação do preço de combustível. Qualquer investimento na Bolsa brasileira, dos investidores estrangeiros, têm essa preocupação do câmbio, de risco-país etc.

Mas a gente não consegue realmente se preocupar muito mais do que o nosso custo de capital, que a gente tem trabalhado muito. Mostramos que no último trimestre fizemos algumas captações de dívidas ao longo prazo, o que a gente considera custos baixos, que vai ajudar a gente a financiar a um custo capital menor ainda para o crescimento nos próximos anos.

Então sempre trabalhando, vamos dizer, com os mercados de capitais tentando captar recursos nos mercados de capitais a custos atraentes, um pouco a frente da necessidade quando o mercado está receptivo. Em lugar de captar recursos nos mercados de capitais, seja em equity ou dívida, quando nós precisamos captar quando o mercado está interessante e tem sido um fator que nós conseguimos controlar dentro da GOL, mas esses fatores externos é a praia dos analistas e investidores analisarem os valores relativos e quando é momento atrativo de comprar e vender, que é um pouco fora de nossa responsabilidade.

Daniela Belthauer:

Oi, Richard. Bom, três perguntas. Primeira para o Barioni: estratégia de frota agora com a venda da Varig para a VarigLog, me parece que vocês tinham alguns aviões da Varig que vocês estavam negociando. Essa efetivação da venda da Varig para a VarigLog muda em alguma coisa, por exemplo, a GOL vai conseguir pegar aqueles aviões ou não? Essa é a primeira pergunta.

David Barioni:

Você quer que responda agora, ou você faz as outras e a gente emenda, o que você prefere?

Daniela Belthauer:

Pode responder agora, porque as outras vão ser para o Richard.

David Barioni:

OK, então. Bem, Dani, a GOL negocia aeronaves do mercado com os lessores, nós não negociamos aeronaves com empresas aéreas. Nós temos aeronaves hoje que voam na nossa frota que já foram de outras empresas aéreas, inclusive brasileiras, então, na realidade, nós não temos essa... Não tem como te informar se aeronaves que nós vamos negociar virão dessa ou daquela empresa, porque isso a gente foca no lessor, que é o proprietário do ativo.

Com relação à modificação da nossa frota ou não, nós já tornamos pública a nossa política de crescimento de frota, que vamos encerrar o ano com 62 aeronaves, isso não tendo a ver com qualquer situação de outra concorrente no Brasil.

Daniela Belthauer:

É que no caso específico da Varig, insistindo ainda na pergunta, é um pouco mais complicado, porque ela está com uma certa blindagem, então assim, de repente o lessor quer passar o avião para a GOL, mas por motivos da estrutura da operação ele não pode.

David Barioni:

É como eu te disse: se ele não tiver o ativo disponível para colocar no mercado, nós não negociaremos com um determinado lessor que não tem o ativo. Quando um lessor nos procura é porque o ativo já está liberado, seja ele qual empresa for ou até um equipamento novo. Quer dizer, enquanto o ativo não está liberado, o lessor pode ter um avião novo, que o fabricante ainda não liberou, ou pode ter um ativo usado que está sendo operado por outro lessee, por outra empresa aérea, e ele não vai colocar no mercado enquanto o avião não estiver liberado.

Daniela Belthauer:

Então não existe chance da GOL revisar para baixo a seu número de aviões em função desse desfecho da história da Varig.

David Barioni:

Não vejo essa possibilidade.

Daniela Belthauer:

OK. Agora a pergunta para o Richard, relacionada ao yield. Então, no 2T, uma coisa que eu queria ver se você conseguia codificar para a gente: me parece que mais do que a situação Varig, o impacto do seu yield no 2T teve mais a ver com o fato de que você começou com uma promoção de R\$ 50 que depois baixou para R\$ 25, e que, de certa forma, foi mais ampliado do que as promoções que você fez no passado, ou seja, mais assentos, e por um período de dois meses, que o passageiro podia voar mais junho com essas tarifas promocionais. Você acha que isso impactou mais o seu yield no 2T? E qual vai ser a estratégia promocional da GOL daqui para frente para estimular a demanda sem que isso pese no yield da companhia?

Richard Lark:

A questão das promoções também está muito vinculada com a gestão de estoque, sempre com visão de maximizar o RASK dadas as situações de demanda e competitivas, mas se, obviamente; no 2T fizemos algumas promoções que aumentaram a ocupação, e esses assentos foram vendidos a preços menores, teve impacto no yield nessas promoções, mas eu não diria que teve um impacto material. Depende do período de comparação, por exemplo: o que teve maior impacto no yield, estruturalmente, foi o aumento na etapa média, que você pode dizer que as tarifas não aumentaram acima do aumento da etapa média, e que nós percebemos em nosso dia-a-dia, em nossa malha; e que os consumidores estão mais focados na tarifa do que se ele tem que fazer conexão ou vôo direto.

Então, ele prefere se configurar através da malha da GOL fazendo conexão, mas sempre errando na hora do preço.

Estamos ainda, hoje em dia, com 50% dos nossos passageiros fazendo conexões. Poderia apresentar uma oportunidade de fazer outros vôos diretos, desde que o passageiro esteja interessado em pagar uma tarifa maior para um vôo direto, que não tem sido a nossa experiência.

Então, o maior impacto foi na etapa média, tem um segundo impacto, e o que eu diria que teve alta correlação com o câmbio, que o dólar se desvalorizou ainda mais, e isso impactou através do repasse do que está acontecendo no lado de custo - então impactou os custos -, então, também o mercado competitivo ajustou as tarifas para baixo, o que não tem acontecido. O que aconteceu no passado, talvez até o fim do codeshare com Varig e TAM, em final de maio de 2005, foi uma alta correlação, um alto repasse dos custos de combustível. Por alguma razão, o mercado hoje está olhando se repassamos os efeitos do dólar, ou pelo menos as correlações estão se mantendo, e não do lado do combustível - as correlações com combustível, desde junho/julho do ano passado caíram para muito pouco, abaixo de 20%, às vezes perto de zero, tanto a correlação com o dólar quanto nos 60-70%.

Então essa, vamos dizer, falta de repasse do que estava acontecendo no efeito do combustível, eu diria, desse aqui também foi um fator que não ficou presente nos yields. E, por último, sim, tem os efeitos das promoções, em nosso caso. Obviamente, no mercado geral, esse 2T particularmente foi sujeito a bastante atividade promocional. Indo para frente, nós usamos as promoções para atingir vários objetivos, mas sempre aliado à estimulação de demanda, e geralmente no 2T do ano é uma época de menor demanda, você tem menos atividades acontecendo em vários sentidos, então é sempre um trimestre em que sofrem um pouco nos yields, por exemplo, enquanto no 3T, julho e janeiro em comparação são meses onde tem muita demanda, e têm uma demanda que os yields subam. Mas quando, como e de que forma a gente faz essas promoções depende muito de nossos objetivos.

Também você deve ter percebido que uma dessas promoções que a gente fez foi vinculada a um meio de pagamento que nós temos que chama Voe Fácil, que foi um benefício especial oferecido a detentores do cartão Voe Fácil, que eles tinham acesso àquela promoção de R\$ 25 antes do que os outros clientes, então foi uma promoção também feita para estimular o uso do Voe Fácil. Então, depende de uma série de coisas. Por outro lado, não espere uma promoção de R\$ 25 e R\$ 50 nos próximos meses.

Daniela Belthauer:

E o que você poderia passar para a gente de comportamento de yield em julho, uma vez que o seu guidance para o 3T foi disponibilizado hoje para o mercado - quer dizer, na verdade, ontem à noite -, ele incorpora yields de R\$ 0,26 e R\$ 0,28 para o 3T, é um aumento de 20-25% em relação ao que a gente viu no 2T. Em julho a gente já vê uma amostra dessa recuperação?

Richard Lark:

Sim, em função da sazonalidade. Mas lembre também que o foco é maximizar no RASK. Então eu diria que os loads, as taxas de ocupação continuam sendo acima do histórico, e os yields, vamos dizer, vão refletir o aumento na demanda para o 3T. Mas poderia haver um aumento nos trimestres seqüenciais, 2T para o 3T, já tem 20% nos yields de um trimestre para outro; sujeito a ambiente competitivo.

Mas, por outro lado, por exemplo, a taxa de ocupação no mês de julho até agora está um pouco acima de 80%, que também são recordes. Poderia ser também que a gente vai repetir o que a gente viu no 2T, que são ocupações acima do esperado, com yields menores, porém um RASK que é importante. Mas é interessante ver mais passageiros viajando. É um fenômeno que está acontecendo também, e nós estamos conseguindo operar com taxa de ocupação maior.

Mas a indústria inteira, no mês de julho, está com taxa de ocupação acima de 76% até agora. Então, em termos de volume, vai ser um mês bastante interessante. Vai depender um pouco da racionalidade do ambiente competitivo para monetizar bem essa demanda, e não depende só da gente.

Daniela Belthauer:

OK. E a última pergunta, voltando para o Barioni, e me desculpe se ela já foi feita, eu cheguei atrasada. Na sua experiência, quão rápido uma empresa como a Varig, que agora então tem um novo investidor, conseguirá trazer aviões ou renegociar seus contratos de leasing para recompor a sua frota?

David Barioni:

Dani, eu preferia, sinceramente, não especular em relação à situação da Varig, porque não conheço, e seria anti-ético e até leviano da minha parte.

Daniela Belthauer:

Richard, eu tenho mais duas perguntas que eu queria fazer. Uma é em relação ao percentual que está vendendo pela Internet, 82%. Mas imagino que alguma coisa aí é b2b, é GOL diretamente com as agências de viagem. Então, eu queria saber das agências de viagem hoje, eu sei que no passado foi bem maior, hoje já se reduziu – o que hoje a GOL está pagando de comissão de agentes de viagem em relação ao preço da tarifa, o que é despesa de GDS, só para entender um pouco o seu componente de despesa com vendas aí.

E a outra questão, acho que é endereçada tanto ao Barioni como ao Richard, é a questão de... Bom, a gente tem uma situação de mercado muito interessante, então toda vez que, para qualquer tipo de indústria pode surgir interesse de aparecer um novo entrante, como a GOL surgiu em um momento que VASP e

TransBrasil, uma já tinha parado, e a outra estava parando. Então, se vocês acreditam que existe que existe a possibilidade de um novo entrante no futuro.

Richard Lark:

Em termos de comissões sobre a receita, elas têm reduzido constantemente com o aumento de vendas através do website, nós temos mais que 80% das passagens sendo vendidas através do website estruturalmente, e mais uns 14% que as pessoas compram no call center, então temos quase 95% que é comprado através dos canais virtuais, e o resto é comprado no aeroporto, basicamente.

Mas atrás desses canais de venda tem os sistemas de venda, que às vezes as pessoas confundem um com o outro, e a maior parte das nossas passagens são vendidas através de um sistema de um custo baixo de venda de passagens que versus o GDS, e a gente poupa uns US\$ 8-9 por booking versus o GDS. E do outro lado do canal de compras você tem o sistema de vendas, de outro lado você tem o cliente, e quem faz a interface como canal de compra, que é principalmente a web.

Hoje em dia, 70% de nossas passagens são compradas por agentes de viagem, e os outros 30% são, vamos dizer, venda direta; pessoas indo diretamente para o website, comprando diretamente. Então, ainda tem o costume dos clientes, principalmente empresas, comprar através de agentes de viagem; mas é importante lembrar que eles estão comprando no mesmo sistema, que é nosso site, o agente de viagem vai no nosso site, ou o cliente final, e por trás disso tem o sistema de reserva. Hoje a gente tem uma vantagem substancial versus os sistemas de GDS, que fica mais caro. Temos uma parte da venda que fica em GDS, porque fica disponível uma parte, 5%, porém as tarifas menores estão disponíveis no website. Porém, o agente de viagem tem acesso a isso também.

Ao lado dos agentes de viagem, nós temos esses custos de comissões, que as empresas pagam para os agentes de viagem; no nosso caso varia na faixa de 9-10% que a gente paga para esses agentes de viagem para esses 70% que vêm. Então, mais ou menos, você pega nosso custo de venda, que é mais ou menos 11% da receita líquida, mais ou menos metade de custo é comissões para agentes de viagem.

Em termos de novos entrantes, não sei se você quer responder essa...

David Barioni:

Com relação a novos entrantes, em primeiro lugar, a GOL sempre está aberta para o mercado livre, até porque se assim não fosse, nós não estaríamos aqui, não é? A GOL iniciou, como você lembrou muito bem, em 2001, graças a um mercado aberto que nos deu essa opção de hoje ser a segunda aérea do país.

Com relação a posicionamento de mercado de novos entrantes, na nossa opinião nós acreditamos que para que um novo entrante obtenha sucesso, ele tem que trazer algo novo para o mercado, algo que não está aí, que não foi trazido nem

pela GOL, nem pelas empresas que aí estão, e não vejo uma outra opção, uma outra maneira de se trazer algo novo no mercado hoje. Então, não creio como um novo entrante poderia ter uma janela de oportunidade para se implantar com firmeza nesse mercado.

Daniela Belthauer:

Voltando um pouco aí à questão do GDS, da despesa para o agente de viagem. Se não me engano, vocês falaram de 9-10%, não é? A ótica mudou, antes se pagava valores mais altos, aí mudou o ônus – “Ah, o passageiro que paga o serviço para o agente de viagem”. Eu sei que um dos cases da GOL é justamente buscar [inaudível]... A GOL dá espaço para que você passe a reduzir essa comissão de agente de viagem, não sei, para 6%, 4-5%, vai reduzindo isso ao longo do tempo, ou é quase impossível negociar com pessoal de agência de viagem?

Richard Lark:

Eu acho que o trabalho que a gente sempre faz é criar situações de ganha-ganha em que o agente de viagem ganha com mais volume, e mais volume hoje em dia é estimulação com preço, então está tudo vinculado. Então, a gente tem trabalhado de formas inteligentes com agentes de viagem em termos de aumentar volumes. Sim, você pega outros mercados, como os Estados Unidos, as empresas não pagam mais as comissões, quem paga as comissões é o consumidor, que alinha mais os interesses em termos de agente. Mas o mercado brasileiro não chegou a essa... Cresce, pode chegar a uma situação onde tem outras formas mais inteligentes de trabalhar, onde as comissões em valor absoluto aumentam com ou taxas menores, porque estimula o crescimento, ou o consumidor final acaba arcando com esse custo, e assim ele consegue, vamos dizer, valorizar mais ou não o serviço que está sendo prestado. Mas acho que isso ficaria um pouco mais na frente, o foco hoje é achar formas mais inteligentes de trabalhar junto, de poder reduzir essa comissão em forma relativa através de maiores vendas. E tem potencial para isso.

Participante:

Duas perguntas para o comandante Barioni: no mês de junho os índices gerais de eficiência, pontualidade, ocupação etc. sofreram pequena retração. Isso pode-se dizer que foi fruto das turbulências de aeroporto com referência a muitos cancelamentos de vôos domésticos da concorrente que estava em crise?

E uma segunda pergunta: se o senhor podia nos dar uma panorâmica rápida sobre os vôos para o exterior, tipo ocupação, receptividade; o que tem acontecido nos vôos do exterior, dentro desse posicionamento da GOL de ocupar algum espaço aqui na América do Sul?

David Barioni:

OK. Em relação à primeira pergunta: historicamente, no Brasil, para inverno, em junho/julho, os índices de regularidade e pontualidade tendem a decrescer um pouco devido ao fechamento dos aeroportos no Sul. O que é importante ressaltar é que, mesmo assim, a GOL manteve o primeiro lugar em pontualidade nesse mês também, já vem mantendo há nove meses como a empresa mais pontual do Brasil.

Richard Lark:

Os vôos internacionais, eles têm a taxa de ocupação entre 70-75%, e hoje representa mais ou menos 8% dos ASKs, e talvez uns 5% da receita.

Guilherme, Unibanco:

Olhando o release do 2T, a gente nota na perspectiva de expansão de frota que existe uma mudança de mix das aeronaves em leasing para aeronaves próprias. Eu queria um breve comentário sobre os motivadores, ou qual é o principal motivador para essa mudança de mix de leasing para próprio.

Richard Lark:

Você está falando na verdade ao longo de cinco anos. Se você olha 2012, a maior parte da frota...

Guilherme:

2003 a 2006 [inaudível] olhando para 2012...

Richard Lark:

Sim. O fato gerador é que temos um pedido para a Boeing para 101 aeronaves ao longo dos próximos 5-6 anos, temos 67 pedidos firmes, e eles começam a ser entregues. Então, tem a questão de como você financiar a compra dessas aeronaves, e tem recursos disponíveis no mercado, basicamente empréstimos e financiamentos bancários que podem aproveitar uma garantia do banco EXIM americano, relacionada com importação de aeronaves Boeing; e assim que tem essa garantia do banco EXIM, o custo acaba sendo um custo LIBOR, porque o banco EXIM é risco Estados Unidos.

Então a questão de separação lá é questão de como financiar, então a gente vai financiar a maior parte dessa aquisição de aeronaves através de financiamentos bancários com essa garantia, para reduzir o custo financeiro.

Tem várias estruturas que a gente pode usar dentro desse ambiente para reduzir o custo financeiro, mas acho que o mais importante que você enxerga naquela tabela é em comparação dessas aeronaves; a questão de como financiar é uma questão financeira, que também tem um aspecto de quanto é o valor residual dessas aeronaves que você vai aproveitar, quer dizer, qual é o valor do ativo que você está comprando, que são questões diferenciadas.

Mas o mais importante para nós, e acho que para os investidores, é que essas aeronaves novas, como o Barioni falou, são aeronaves maiores, têm mais capacidade, têm certas modificações aerodinâmicas que permitem que elas pousem em aeroportos curtos, por exemplo: o 737,-800 hoje em dia, não consegue – alugado, o que nós temos que é alugado -, não consegue pousar em Santos Dumont, e a rota Congonhas-Santos Dumont é uma das rotas mais importantes do Brasil. Então, essa aeronave foi modificada por nós para poder pousar essa aeronave maior, com 25% mais assentos, em Santos Dumont. Quer dizer, aumentando a nossa capacidade de geração de receita, sem precisar de mais slots necessariamente. A gente pode simplesmente os 700 hoje em dia que têm 144 lugares e colocar um 800, que vai ser 187 lugares, é o mesmo custo fixo. E esse foi um projeto que levou dois anos junto com a Boeing para desenvolver essas modificações para essa aeronave, que nas fotos que o Barioni mostrou está... Na verdade, na semana que vem a gente pega a primeira, mas já saiu de teste, e acho que o mais importante daquele quadro são esses fatos, que nós vamos ter algumas economias e reduções de custo relacionadas com o custo operacional com essa aeronave nova, que em 2012 vai representar dois terços dessa frota, aquela aeronave em si, aquele modelo.

E depois a questão de como a gente financiou, que é em função do risco e do custo que a gente fica lá. Quer dizer, a gente também vai fazer uma parte de nosso pedido com a Boeing vai ser financiado através de sale-leaseback. A aeronave sim, vai ser a mesma aeronave, sim, só que não aparecer em nosso balanço, porque tem várias formas de financiar, dentro e fora do balanço, então aqui são questões financeiras.

Mas o mais importante é a presença do ativo em nossa frota, e não se ele fica alugado ou não. Mas o que está lá naquela linha seria as aeronaves novas, enquanto os outros alugados geralmente têm uma idade maior, aquelas aeronaves são aeronaves que nem sempre vêm novas para entrar em nossa frota; e essas aeronaves, vamos dizer, frota própria, cada uma que entra são novas, 0 km.

Ricardo Martins:

OK. Muito obrigado, Richard. A sessão de perguntas está encerrada. Gostaria de lembrar que a equipe de RI da GOL está à disposição pelos seus diversos canais, e também lembrar que os próximos eventos da APIMEC podem ser encontrados em nosso site www.apimecsp.com.br. Volto a palavra ao Richard para fazer as considerações finais.

Richard Lark:

Bom, agradeço pela sua presença de hoje neste evento, e só alguns comentários finais para terminar: a GOL continua comprometida com nossa meta de tornar a viagem aérea uma experiência mais conveniente, simples e acessível para todos, ao mesmo tempo criando valor para os acionistas e colaboradores, essa é a nossa missão. A GOL está popularizando o transporte aéreo na América do Sul e

no Brasil por meio de expansão de nosso negócio, pela elevação de nossos serviços e eficiência operacional, gerência de custos e preços baixos e competitivos. Na GOL nosso slogan é “Aqui todos podem voar”. Se você tiverem dúvidas, por favor se sintam à vontade em contatar nosso departamento de RI, ou visitar a seção em nosso website www.voegol.com.br/ri.

Obrigado, tenham um bom dia, eu acho que estamos fechando a questão do webcast que está acontecendo hoje em dia, mas, se eu não me engano, deixamos um espaço aberto no segmento, se eu não me engano, me corrijam, para questões de jornalistas. Sim ou não?

OK. Então antes de encerrar totalmente, podemos encerrar o webcast, mas tem um tempo aberto aqui para jornalistas, ainda.