

Operadora:

Sejam bem-vindos à teleconferência da GOL Linhas Aéreas Inteligentes, referente ao resultado do 4T05. Estão presentes Constantino de Oliveira Junior, Presidente, e Richard Lark, Vice-Presidente Financeiro.

Informamos que a apresentação é gravada e todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para analistas da indústria, quando mais instruções serão fornecidas. Logo após as perguntas dos analistas, iniciaremos a sessão para jornalistas. Caso alguém necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador digitando *0.

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 essa teleconferência, 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 a Constantino de Oliveira Junior, Presidente da GOL, que iniciará a apresentação. Por favor, Constantino, pode prosseguir.

Constantino de Oliveira Jr.:

Muito obrigado, bom dia. Gostaria de agradecer a todos por participarem da teleconferência de resultados da GOL, referente ao 4T05. Nesse trimestre nós reafirmamos o nosso ciclo virtuoso, exibido na tela número 2, que cria as condições necessárias para a popularização do transporte aéreo no Brasil e na América do Sul.

Agora passamos para a tela número 3, intitulada “Destaques”. O 4T05 foi mais um período de crescimento lucrativo para a GOL. Nosso lucro líquido, o maior da nossa história, foi de R\$ 170 milhões em US GAAP. A GOL manteve suas altas margens operacionais, evidenciadas por nossa margem de lucro antes dos impostos, de 24%, apesar dos aumentos recentes nos custos com combustíveis, sustentada pelo nosso foco constante em baixar custo, alta produtividade, e gestão inteligente da receita.

A nossa posição de companhia aérea de mais baixo custo no mercado brasileiro, e líder mundial em termos de lucratividade permanece inalterada. A GOL continuou 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 4T05, o acréscimo de novas aeronaves na nossa frota possibilitou um aumento de capacidade de 61%, e a adição de 58 novas frequências diárias. Uma maior capacidade, combinada com o aumento de 1 ponto na taxa de ocupação, que atingiu 74,2%, contribuiu para um aumento de 62,8% nos RPKs, em comparação ao mesmo trimestre no ano anterior.

Esses fatores resultaram em uma maior participação da GOL no mercado doméstico, que atingiu aproximadamente 30% em dezembro de 2005. Estamos focados em reduzir os nossos custos, oferecendo tarifas mais baixas, e consequentemente aumentando a demanda pelos nossos serviços.

A tela número 4 mostra as recentes adições na nossa frota e malha. No 4T, nós adicionamos 4 aeronaves 737, e finalizamos o ano de 2005 com uma frota de 42 aeronaves. A nossa expectativa é de encerrar o 1T06 com 45 aeronaves 737 em nossa frota. Planejamos expandir a malha com novos destinos na América do Sul, e frequências adicionais apoiados pela expansão da nossa frota de novos Boeings 737-800 de nova geração.

Em outubro de 2005 e janeiro de 2006 foram adicionados 6 novos mercados, elevando o número total de aeroportos atendidos pela companhia para 49, antecipando as nossas previsões.

Agora vou passar a palavra ao nosso Vice-Presidente Financeiro, Richard Lark, que irá discutir mais detalhadamente o desempenho financeiro e operacional do trimestre. Richard, por favor.

Richard Lark:

Obrigado Junior, bom dia a todos. Vamos passar agora para a tela número 5 da apresentação, nesse slide podemos observar detalhadamente a expansão da capacidade de malha. Durante o trimestre, a GOL operou com uma frota média de 40 aeronaves, um incremento de 54% sobre a capacidade no 4T04, e 8% maior do que a capacidade no 3T05. Comparado com o mesmo trimestre do ano anterior, a capacidade aumentou em 61%, em termos de volume de ASKs, para 3,9 bilhões, e nossa RPK cresceu 63%, para 2,9 bilhões. Quando comparado com o 3T05, a capacidade cresceu 8,5%, e o RPK foi 9,1% maior. Essa expansão de capacidade possibilitou que a GOL alcançasse aproximadamente 400 vôos diários ao final do 4T05.

Passando agora para a tela número 6, vemos que a receita líquida no 4T05 cresceu 31,4%, para R\$ 821,1 milhões, quando comparado com o mesmo período do ano passado. A combinação de maior capacidade com maior produtividade desempenhou um papel importante no crescimento das receitas no 4T05. A GOL aumentou sua produtividade em função da maior taxa de utilização das aeronaves, que atingiu 14 horas/bloco por dia, e da maior taxa de ocupação, que foi de 74,2% no período.

A habilidade de oferecer baixas tarifas tem sido o fator chave no crescimento da receita total. Como provedora do transporte aéreo de menor custo da América do Sul, a GOL

estimula a demanda, por meio de baixas tarifas, propiciando o crescimento no número de passageiros em nossos vôos.

Uma redução de 5,2% na tarifa média, e um aumento de 3,6% na etapa média resultaram em um yield de R\$ 0,273, 18,2% inferior ao do 4T04. Menores yields combinados com maiores taxas de ocupação conduziram a uma receita por assento quilômetro oferecida, o RASK, de R\$ 0,212, uma redução de 18,3% em relação ao 4T04. Comparado ao 3T05, fatores sazonais, competitivos e em ambiente de demanda altamente estimulada, contribuíram para aumentos do yield em 8%, e aumento do RASK em 8,6%.

A comparação ano-a-ano de nossos resultados operacionais está na tela número 7 no webcast. Apesar da redução de 18,5% no RASK, conseguimos reduzir o CASK em 8,7%, que combinado com a expansão de 60,7% no ASK resultou em um aumento do EBITDAR de 4,1%, atingindo R\$ 252 milhões no trimestre. O EBITDAR é um indicador de resultados operacionais antes de contabilizar os custos relacionados a propriedade de aeronaves, como, por exemplo, o arrendamento. O custo operacional por assento quilômetro oferecido, CASK, de R\$ 0,167 diminuiu R\$ 0,016 por ASK, decorrente de maior produtividade, menores despesas de prestação de serviço e de seguros de aeronave, e redução em vendas e marketing, despesas de vendas e marketing, além de 19,4% de apreciação do real frente ao dólar americano, parcialmente compensado pelo aumento dos custos com combustível.

As despesas de combustível por ASK no trimestre aumentaram 12,1% na comparação ano a ano, devido a um aumento de 11% no preço por litro. Vale a pena destacar que comparativamente ao 4T04, a apreciação do real frente ao dólar americano, de 19,4%, compensou em grande parte o aumento no preço internacional do petróleo, representado por um aumento de 24% no preço de WTI, e um aumento de 42% no preço de querosene de aviação, preço do Golfo do México. Isso significa que a GOL foi menos impactada do que seus pares de baixo custo e baixa tarifa internacional, pelo aumento nos preços internacionais de combustível.

Conforme destacado no slide, o nosso CASK sem combustível, R\$ 0,992, mostrou uma significativa redução no trimestre. O CASK ex-combustível apresentou uma queda de 19% no período, o fortalecimento do real não apenas conteve o aumento das despesas de combustível, se compararmos com os nossos pares de baixo custo e baixa tarifa, como também contribuiu para uma 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 aquisição de aeronaves.

Na tela número 8, apresentamos o impacto dos preços do combustível em nossos resultados operacionais. O CASK de combustível representou 40% do CASK durante o trimestre, um aumento de 12,1% no CASK de combustível, combinado com a redução de 18,5% no RASK, resultou em uma redução de 5% no lucro operacional. O lucro operacional, excluindo as despesas com combustível, aumentou 9% no período, na comparação ano a ano.

Tomando como base as despesas com combustível no 4T04, o lucro operacional foi de R\$ 202 milhões no 4T05, o que representa uma margem operacional de 25%. Para o

1T06, a GOL realizou hedges de aproximadamente 55% de sua exposição aos preços de combustível, e aproximadamente 21% para o restante de 2006.

Na próxima tela, tela número 9, temos a evolução de nosso resultado financeiro líquido. Nossa receita financeira cresceu R\$ 32,2 milhões, e atingiu R\$ 40,8 milhões, principalmente devido às receitas provenientes da aplicação de um maior saldo em caixa. Nossas despesas financeiras aumentaram R\$ 15,7 milhões no 4T05, atingindo R\$ 20 milhões, refletindo o aumento nos financiamentos de capital de giro comparativamente ao 4T04, assim como variação cambial negativa de depósitos denominados em dólar, mas sem o efeito sobre o caixa. Nosso resultado financeiro líquido no trimestre foi de R\$ 21 milhões.

Na próxima tela, tela número 10, exibimos a evolução de nosso lucro líquido em comparação com o 4T04. No 4T05, o lucro líquido foi de R\$ 171 milhões, um recorde, representando uma margem líquida de 21%, e um crescimento nominal de 38%, comparativamente ao 4T04.

Explicando as principais diferenças. Conforme mencionado anteriormente, as receitas líquidas cresceram R\$ 196 milhões. Abrindo os custos, os custos com combustível cresceram em R\$ 110 milhões, ou 12,1% por ASK, devido a um aumento no preço do combustível. Despesas com pessoal cresceram R\$ 11 milhões, devido ao crescimento de 65% no quadro de funcionários, ao dissídio de 6% aplicado aos salários em dezembro, e ao provisionamento para o nosso programa de participação de resultado. Entretanto, reduziram-se 1,1% por ASK, sem considerar provisionamento de PPR, em função da maior produtividade.

Despesas comerciais cresceram R\$ 18 milhões, refletindo um maior volume de vendas. Entretanto, diminuíram 25% por ASK, em função da redução dos incentivos, e método da venda de passagens pelo website da GOL. Essas foram parcialmente compensadas por aproximadamente R\$ 3 milhões de gastos em campanhas institucionais de marketing, e abertura de 4 novas bases no 4T.

Outras despesas operacionais cresceram R\$ 61 milhões, principalmente em função do aumento de 9% por ASK nas tarifas de pouso, de 7% por ASK nas despesas de depreciação, parcialmente compensados por reduções, cerca de 19% no aluguel de aeronaves por ASK, de 32% de redução nas despesas de seguro por ASK, e de 18% nas despesas de manutenção por ASK.

As maiores despesas foram manutenção de 3 motores de aeronaves no trimestre, consumo de peças e acessórios e o reparo de materiais rotáveis, incluindo ajustes por obsolescência de estoque. Conforme mencionado, o resultado financeiro aumentou R\$ 17 milhões no trimestre.

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

No 4T, o lucro foi de R\$ 0,88 por ação, ou aproximadamente US\$ 0,39 por ADS, acima das estimativas de mercado, e representando um aumento de 33% no lucro por ação, ou 63% de aumento no lucro por ADS, comparativamente ao igual período em 2004. E

vale a pena mencionar que ontem o nosso Conselho de Administração aprovou o pagamento de dividendos referentes a 2005, no valor de aproximadamente R\$ 0,51 líquido por ação. Isso vai ser pago aos acionistas registrados em 21 de março de 2006, e as ações vão negociar ex-dividendo em 22 de março de 2006, um aviso aos acionistas também foi enviado hoje.

Na tela número 11, temos a evolução do fluxo de caixa para o 4T05. Ao final do 4T05, o saldo do caixa foi de R\$ 869 milhões. Durante o trimestre o nosso saldo de caixa de aplicações financeiras aumentou em R\$ 35 milhões. O fluxo de caixa operacional foi positivo, em R\$ 168 milhões, principalmente em decorrência de um melhor resultado das operações, compensado pelo aumento nos recebíveis e nos depósitos para manutenção de aeronaves.

A GOL possui atualmente US\$ 165 milhões depositados com nossos arrendadores para futuras manutenções de aeronaves. Utilizamos R\$ 135 milhões na atividade de investimento, principalmente adições de propriedade e equipamento, no valor de R\$ 98 milhões, e adiantamento para aquisição de aeronaves, no valor de R\$ 37 milhões. O caixa advinda de atividades de financiamento foi de R\$ 2,2 milhões. O saldo de caixa, somado com uma 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 1T06, até 8 de março, a ADR da GOL mostrou uma rentabilidade de 9%, superior à apresentada pelo índice de Companhias Aéreas da American Stock Exchange, e um desempenho 11% superior ao apresentado pelos seus pares no setor de aviação de baixo custo mundial. As ações na GOL na bolsa brasileira tiveram um desempenho 6% inferior ao apresentado pelo índice Ibovespa no mesmo período.

Também até 8 de março de 2006, o nosso volume médio diário de negociações na Bolsa de Nova York atingiu US\$ 22 milhões por dia e nossa média de negociações na Bolsa de São Paulo atingiu R\$ 7 milhões por dia.

Na tela número 13 mostramos que nossas taxas de crescimento e margens de lucro continuam sendo referências no setor mundial de companhias aéreas. Nosso múltiplo P/L, preço dividido pelo lucro, está com um desconto de mais de 25% em relação às outras grandes companhias aéreas 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 o nosso plano de frota atual para os próximos cinco anos. Aumentamos recentemente o nosso plano de frota, com base na nossa necessidade crescente por ASK para atender a demanda por serviços e transporte aéreo, além do maior número de destinos que estaremos oferecendo de maneira lucrativa. O acréscimo de 16 aviões Boeing 737 em nossa frota em 2006 permitirá uma expansão de 45% em nossa oferta de assentos. Nós esperamos que a demanda da indústria cresça entre 18% - 20% em 2006.

Para o final de 2006, esperamos contar com 58 aeronaves 737 em plena operação em nossa frota. Já para o final do ano de 2011, estimamos uma frota com 90 aeronaves,

composta, em sua maioria, por aeronaves 737-800, representando uma taxa média de crescimento anual de 16% nos assentos durante os próximos cinco anos.

A incorporação de novos 737-800 à frota da GOL propiciará uma substancial redução de custos. A redução na idade média da frota da GOL, de 8,3 anos em 2005, para 4,8 anos até o final de 2007, contribuirá para uma redução de nossas despesas de manutenção, 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 nosso CASK em aproximadamente 4%.

Essas economias de custo possibilitarão que GOL continue a reduzir tarifas, e a estimular demanda por seus serviços.

Na tela número 15 temos nossas previsões financeiras, um dos elementos chaves do processo de divulgação da GOL. A estratégia empregada pela GOL para a divulgação corporativa contém 3 elementos principais: relatórios financeiros obrigatórios, divulgações suplementares e interação com investidores e intermediários, elementos que são consistentes e mutuamente sinérgicos.

No que se refere ao 1T06, falando do 1T06, a adição programada de 3 aeronaves novas permitirá 50% de aumento na capacidade de assentos disponíveis, relativamente ao mesmo período em 2005. Para o 1T06, projetamos uma taxa de ocupação no intervalo de 70% - 72%, com yields no intervalo de R\$ 0,27 – R\$ 0,28. No curto prazo, esperamos um ambiente de estabilidade do real, apoiado por bons fundamentos econômicos no Brasil, prevemos que os preços elevados de petróleo continuarão impactando os custos de combustível. Para o 1T06, esperamos que o CASK ex-combustível ficará no intervalo de R\$ 0,9 – R\$ 0,10.

O nosso guidance para o ano de 2006 inteiro está baseado na expansão de capacidade planejada, e na forte demanda de serviços de transporte aéreo na GOL, aliados aos fortes fundamentos econômicos brasileiros e baixas tarifas, estimulando a demanda. Estimamos um aumento de 3 – 5 pontos na margem operacional, principalmente baseado em reduções orçadas de custos.

Produções indicam um intervalo de lucro de R\$ 3,90 a R\$ 4,30 por ação, representando um crescimento de mais de 50% sobre o resultado de 2005.

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

Gostaria agora de passar a palavra novamente para o nosso Presidente, por favor, Junior.

Constantino de Oliveira Jr.:

Obrigado, Richard. Gostaria de passar agora para a tela número 16 da 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 e administradores

experientes, para sempre entregar ao consumidor serviços de alta qualidade, com baixas tarifas, e o menor custo do mercado, a fim de mantermos a nossa marca forte e a alta rentabilidade.

Mudando para a tela número 17, a GOL é uma das primeiras empresas na América Latina a certificar a eficácia dos seus controles internos sobre as demonstrações financeiras, e atingir os requerimentos da seção 404 da lei Sarbanes-Oxley de 2002.

Na tela número 18, apresentamos um breve resumo dos nossos programas de responsabilidade social, dos quais nós nos orgulhamos de participar. Nós exercemos a responsabilidade social na comunidade de diversas maneiras, seja apoiando a educação e a saúde, ou patrocinando diversos eventos culturais e esportivos, permitindo aos colaboradores participar efetivamente dos programas sociais.

Nós atualmente trabalhamos com 12 diferentes organizações beneficentes, que atuam em diversas áreas na comunidade.

Agora que concluímos essa breve apresentação, gostaria de agradecer a atenção de todos, e passar para a seção de perguntas e respostas, durante a qual teremos o maior prazer em responder quaisquer dúvidas.

Operadora: Obrigada. Iniciaremos agora a seção de perguntas e respostas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, digitem *1.

Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando a tecla #. As perguntas serão atendidas na ordem em que são recebidas. Solicitamos a gentileza de tirarem o fone do gancho ao efetuarem a pergunta. Dessa forma, uma ótima qualidade de som será oferecida. Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Nossa primeira pergunta vem do Sr. Carlos Albano, do Unibanco.

Carlos Albano, Unibanco:

Bom dia Richard, bom dia Junior, a primeira pergunta é sobre as despesas de marketing e manutenção, que acho que veio um pouco acima do que todo mundo estava esperando, eu vi que vocês comentaram que marketing foi pela campanha, e pela adição de novas bases, queria entender um pouquinho melhor essa despesa, e principalmente manutenção, que eu acho que foi onde surpreendeu mais. Vocês comentaram aí dos motores, eu queria saber se é alguma coisa a ver com o 737-300, que nessa nova projeção de aviões que vocês têm contemplam mais o 737-300, então se isso vai afetar a manutenção para frente; e como é que dá para a gente ter uma idéia desse nível de manutenção de vocês para frente, já que a gente viu que tem uma volatilidade grande por trimestre, se dá para usar a média do ano de 2005 para projetar isso para frente. É essa a primeira pergunta. Obrigado.

Richard Lark:

Bom dia Albano. Acho que você pode usar um pouco do histórico, com a chegada das novas aeronaves 737-800, que começou em julho, temos 11 chegando em 2006, isso

deve produzir um efeito de uma redução gradual nas despesas de manutenção a partir da chegada dessas aeronaves.

Vamos supor, para curto prazo você pode usar esses indicadores históricos. No 4T, especialmente no ano, é como você falou, quer dizer, as manutenções são programadas, e no 4T especificamente falando, a gente teve uma manutenção um pouco maior de três motores que acabou custando mais ou menos R\$ 10 milhões no trimestre, e o consumo de peças, e fizemos uma baixa de estoque também, e outros efeitos, que quando você soma os dois, deram R\$ 16 milhões de despesas no 4T, que, vamos dizer, era um aumento trimestral versus a curva histórica que você vem acompanhando.

Mas para as projeções, eu diria que você pode usar o histórico, e a partir de julho de 2006 em nossas projeções a gente começa reduções graduais em função da incorporação dessas novas aeronaves que vêm com quilometragem zero, a frota que vai reduzir a necessidade de manutenção em 2006, 2007 e 2008 para uma boa parte da frota.

Carlos Albano:

Entendi. Outra pergunta em relação ao yield: vocês têm divulgado aí já em janeiro e fevereiro que o yield está caindo, se eu não me engano, 4% e 9%, se eu não me engano, respectivamente em janeiro e fevereiro em relação ao ano passado, e eu queria ver como é que vocês estão vendo esse ambiente competitivo em relação à tarifa, já teve aí o anúncio da Varig estendendo a promoção que fizeram no carnaval, a gente começa a entrar agora na baixa sazonalidade do 2T; você anunciaram a promoção dos R\$ 50, eu queria também entender como está indo essa promoção dos R\$ 50, até quando ela vai, e um comentário geral de como é que vocês estão nesse ambiente de tarifas para 2006.

Constantino de Oliveira Jr.:

Com relação à expectativa nossa de yield, realmente, o yield de janeiro e fevereiro ficou abaixo do yield no mesmo período do ano passado, mas eu diria que as promoções, que estão exatamente demonstrando aí a entrada da baixa temporada, vamos dizer, que sempre marca realmente alguma redução de tarifa ou promoções para que se possa estimular a demanda, e no caso nosso eu aproveito para responder a pergunta dos R\$ 50, quer dizer, as promoções visam exatamente estimular a demanda sem que haja uma transferência de passageiros que utilizam o sistema normalmente, e que estão acostumados a pagar as tarifas normais, as promoções oferecem algumas restrições que direcionam a venda para clientes novos, vamos dizer assim, clientes que realmente não tinham a expectativa de voar, gerando um incremento na demanda, e eventualmente até um incremento na receita por assento/km.

Então, eu não acredito que essa promoção... Naturalmente ela vai interferir em termos de yield, mas tem também o reflexo positivo do lado da ocupação. Em termos de RASK a gente não espera uma redução significativa.

E com relação a ambiente competitivo, basicamente as ações que estão sendo tomadas agora são típicas exatamente da chegada da baixa temporada. É normal nós esperarmos promoções mais agressivas durante a baixa temporada em relação à alta temporada.

Carlos Albano:

A última pergunta: vocês estão, como vocês mencionaram aí, estão adicionando 16 novos Boeings em 2006. Eu queria saber se dá para dividir, pelo menos a grosso modo, como isso vai ser dividido, essa ofertas de ASKs em termos de aumento de frequência e em termos de novas rotas, e se dá para ter uma idéia de quais serão as novas rotas, cidades para 2006.

Constantino de Oliveira Jr.:

Bom, com relação a novas cidades, nós esperamos agora para o final desse mês, princípio do mês de abril, inaugurar a base em Santarém, e, basicamente – eu não tenho um breakdown preciso, mas esse aumento de frota vai se dar em grande parte aumento de frequências, notadamente nos mercados de São Paulo, Rio, Brasília, quer dizer, os grandes centros – São Paulo, Rio, Brasília, Belo Horizonte, basicamente, e poucas frequências a mais.

O importante é também frisar o nosso plano de expansão na América do Sul, que foi incrementado agora no mês de janeiro, ou seja, nós estamos ainda em período de maturação desses gols, o que é muito significativo, é muito importante para nós na medida em que o mercado internacional passa a representar 8% da nossa oferta, ou seja, o mercado América do Sul, indicando aí uma possibilidade boa de crescimento.

Richard Lark:

Quer dizer, é, vamos dizer, uns 8% dessa expansão vai ser dedicado a produzir ASKs nas rotas internacionais, que para nós é América do Sul.

Carlos Albano:

Está OK. Obrigado.

Daniela:

Bom dia a todos, é a Daniela que está falando. Com relação a... Daria, Richard, para dar uma idéia de yield nessas rotas internacionais, se são atraentes, se não, esse é o primeiro ponto, dado que agora 8% da sua oferta de assentos vai estar nessas rotas. E o segundo ponto é com relação à sua estratégia de hedge – me corrija se eu estiver errada, mas parece que agora você também está fazendo hedge do 2T ao 4T, conforme está no press release, e isso é uma novidade, não é, porque a GOL sempre fazia hedge de curto prazo só nos primeiro três meses, rolando esse hedge.

Então, você poderia comentar primeiro a yield em rotas da América do Sul, e segundo essa estratégia de hedge? Obrigada.

Richard Lark:

Sim, claro. Bom dia Daniela. Os yields, vamos dizer, isolados nas rotas internacionais para nós na América do Sul, principalmente Cone Sul, Argentina, Uruguai, Paraguai, Uruguai, Bolívia, são geralmente de 25% a 30%, em termos de yields, menores do que os yields que nós temos no mercado doméstico, lembrando que a etapa média desses vôos tende a ser mais longo, e tende a ter mais concorrência, não somente das empresas domésticas, mas também das empresas internacionais que conseguem transportar passageiros também para esses países.

Então, em termos absolutos, são 25% a 30% menores. Porém, dentro da nossa maneira de operar nossa malha, essas rotas são altamente integradas com o resto da malha da GOL, não são somente vôos ponto a ponto entre Guarulhos e essas cidades internacionais; são vôos e uma malha que permite um alto grau de conectividade, igual ao que a gente tem dentro do mercado brasileiro, onde mais ou menos 50% dos nossos passageiros fazem conexões ou escalas. Então, não tem nenhuma rota dentro da nossa malha que não é rentável, porque nós conseguimos, através desse alto grau de interconectividade, nós conseguimos maximizar a rentabilidade pelos assentos que estamos oferecendo dentro da nossa malha.

Em termos do hedge, ao longo do 3T e do 4T do ano passado, alguns fatores novos entraram na cena, primeiro nosso preço de petróleo, preço de querosene de aviação, domesticamente, como nós temos correlações menos fortes dos que a gente vem observando historicamente com o WTI e instrumentos mais básicos, e ter mais correlações com a volatilidade que estava sendo experimentada em outros países.

Acho que o primeiro ponto a mencionar é que o preço de querosene de aviação no aviação no Brasil começou a ser um pouco mais volátil, e dificultando bastante a efetividade de operações de hedge. No mesmo período, começando com o fim do code share entre Varig e TAM no 2T, começou a ter mais expressão competitiva em função do ambiente do repasse de aumentos de custo impactados pelo aumento de preço de querosene de aviação, esse repasse para as tarifas e para o consumidor final começou a reduzir, também.

É importante mencionar que o mercado mais sensível a preço sem dúvida está crescendo, a GOL vem observando que, consistentemente, mais ou menos 10% de nossos passageiros estão voando pela primeira vez, e esses 10% têm se mantido ao longo de nosso crescimento. Então, temos muito mais passageiros voando no mercado brasileiro agora, e são passageiros que também são mais sensíveis a preço, e também estão voando por causa da acessibilidade a baixas tarifas que estão sendo oferecidas no mercado.

Em função desses vários fatores - fatores externos, fatores internos -, de forma que o preço de querosene de aviação está sendo precificado no Brasil, e no momento a sensibilidade ao preço dos passageiros nós, no final do ano passado, alongamos um pouco o nosso programa de hedge para mais ou menos um ano, mas em duas fases com um alto grau de proteção a curto prazo, geralmente a gente fica na faixa de 50% a 70% hedgeado curtíssimo prazo, 60 a 90 dias, e em graus menores de hedge para trimestres prospectivos; por exemplo, no 2T, 3T e 4T de 2006 estamos mais ou menos 20% hedgeados de nossa exposição projetada de petróleo.

Em função do que está acontecendo no mercado em si desta commodity, petróleo, e o impacto dele no segmento de aviação no preço do mercado local, e o comportamento próprio da indústria, seja os consumidores e os concorrentes.

A gente acredita que ainda tem um alto grau de pricing power no Brasil, nossos yields ainda têm uma forte correlação com o dólar, por exemplo, e essa redução, vamos dizer, essa apreciação do real tem impactado tem contribuído para as reduções no yield, os custos dolarizados baixam, e isso também produz um efeito de menos pressão no mercado e nos concorrentes quando a gente fala de yield. Então, esse ponto também volta a ter impacto no yield.

É uma análise complexa, que envolve muita análise estatística, porque GOL também usa a contabilidade, e SFAS 133, e exige um alto grau de correlação, e efetividade entre os instrumentos que você usa e a exposição que você está protegendo. Mas, em linhas gerais, é basicamente isso.

Daniela:

A estratégia de hedge para câmbio mudou, ou...?

Richard Lark:

Não, a gente continua com um alto grau de hedge de câmbio curtíssimo prazo, vamos dizer, 60 dias, nessa faixa também de 50%-60% para dar a gente a proteção caso haja um aumento brusco no câmbio, e baseado no custo muito alto de hedge a câmbio, nós não temos feito nenhum tipo de alongamento.

Daniela:

Por fim eu queria parabenizar vocês, porque você abriu então o resultado financeiro aí para a receita e a despesa, juros capitalizados e perdas cambiais, então facilitou bastante a nossa vida.

Richard Lark:

Obrigado.

Silvânia Ferreira:

Bom dia a todos. Richard, gostaria de fazer uma pergunta sobre a expectativa de crescimento da demanda para 2006. Você disse que vocês estão esperando entre 18% e 20%, e isso praticamente é o mesmo crescimento que a gente teve em 2005. Você não considera que é um pouco otimista esse percentual, pelo segundo ano consecutivo?

Richard Lark:

Oi, bom dia Silvânia. Sim, nós estamos vendo, eu diria que, não somente no ano passado, mas também no ano anterior, uma retomada no crescimento do setor de transporte aéreo no Brasil, eu diria que é um crescimento secular, não somente em função dos fatores curto prazo; no ano passado ele cresceu múltiplos muito altos do PIB, quer dizer, historicamente ele tem crescido 2x o PIB, mas nós achamos que essas estatísticas, essas relações estão sendo refeitas, e vamos experimentar ao longo dos próximos anos um crescimento secular com dois dígitos – se no ano passado cresceu 20%, a gente acha que pode crescer 20% esse ano. Isso é função de uma maior disponibilidade de assentos, as tarifas alcançáveis para uma maior parte da população.

Historicamente, vamos dizer, antes da entrada da GOL no mercado de ponte aérea no Brasil, o consumidor estava muito concentrado em, vamos dizer, passageiros de negócios, consumidores classe A, e, historicamente, ele foi muito radicado em mais ou menos 5 milhões de CPFs por ano viajando.

Hoje, estamos chegando a quase 9 milhões de CPFs viajando. Então, a gente tem tido uma entrada muito grande de pessoas novas voando, e voando pela primeira vez. Mas mesmo quando você fala de 9 milhões, 9 milhões é um número muito pequeno, eu acho que a gente que manter a perspectiva que a GOL e a visão da GOL foram feitas em função da visão de uma base de consumidores potenciais de 20 milhões de pessoas. Tudo bem, quando a GOL iniciou, talvez tivesse um pouco mais que 5 milhões de passageiros consumindo transporte aéreo por ano, agora está chegando a 9, mas ainda estamos muito distantes, muito trabalho a ser feito para chegar à nossa visão de um mercado de consumidores de 20 milhões de pessoas. É importante levar isso em conta, obviamente taxas de 20% de crescimento são altas, são altas para qualquer indústria, mas estamos indo com uma base relativamente pequena, é importante levar isso em conta.

Silvânia Ferreira:

OK. Minha próxima pergunta é que para crescer 20% em 2005 foi necessário trabalhar com tarifa abaixo do patamar de 2004. Você acredita que é possível essa política de tarifa novamente em 2006?

Constantino de Oliveira Jr.:

Olha, nós acreditamos que a política de tarifas de 2006 deve ser bastante parecida realmente em relação a 2005. Talvez não haja uma redução nos yields tão significativa quanto houve em 2005 quando comparado com 2004, ou seja, a gente espera uma manutenção dos níveis de yield nos níveis atuais, ou seja, já houve uma redução janeiro e fevereiro em relação ao mesmo período de 2005, e essa trajetória deve se manter.

Silvânia Ferreira:

OK. E com esse crescimento entre 18% e 20%, qual a expectativa de vocês de market share no mercado doméstico?

Richard Lark:

Obviamente o nosso planejamento não está orientado a market share, quando você tem um mercado muito pequeno eu diria que market share não é realmente o ponto, mas quando você pega a produção de crescimento do mercado em si em termos de demanda, e nossas produções de aumento de capacidade, eu diria que a gente deve chegar ao final do ano na faixa de, em termos do mercado doméstico, não sei, 35% a 38% de market share, lembrando que o mercado está crescendo e pode crescer até 20%; e lembrando também que até 8% de nossa produção vai ficar fora do mercado doméstico.

Silvânia Ferreira:

OK, muito obrigada.

Vanessa Ferraz, Itaú Corretora:

Bom dia a todos. Minha pergunta é referente a outras despesas operacionais, que nesse trimestre teve aumento de 23% se você comparar com o trimestre passado. Eu queria saber se esse aumento deve postergar para os próximos trimestres, dado que os vôos diretos devem ser mais freqüentes daqui para frente.

Richard Lark:

Você estava perguntando dos vôos internacionais?

Vanessa Ferraz:

Não, na verdade é que aqui em outras despesas operacionais vocês justificam que teve um aumento porque vocês tiveram mais vôos diretos. Eu queria saber se esse custo deve continuar mais alto nos próximos trimestres.

Richard Lark:

Eu diria que sim. Quer dizer, relativamente falando, sim. É uma despesa pequena, mas em termos de aumento de gastos com hospedagem, diárias, que nós temos uma operação em vários países e uma operação que tem uma expansão geográfica muito grande, tanto do lado das tripulações, como os custos envolvidos com os passageiros quando você tem vôos interrompidos etc., ele começa a ficar um pouco mais complexo, e a gente deve ver essa despesa em 2006 ficando um pouco mais alta.

Não esqueça que nós temos lá também custos de, quer dizer, estamos crescendo muito o nosso número de bases instaladas, e quando a gente abre bases novas, geralmente tem despesas que estão muito vinculadas com a abertura de bases, e, por exemplo, essas bases operacionais que a gente abriu em janeiro, Córdoba e Rosário e Paraguai e Uruguai, a gente teve várias despesas extras nos meses de novembro e dezembro relacionadas especificamente com a abertura dessas novas bases, e dentro dessa linha de outras despesas também tem hospedagem, diárias, então tem muitas despesas com o nosso pessoal quando a gente faz esses pulos de bases fora do

Brasil, a gente tem despesas, tem um pouco de despesa que está vinculada, mas porque a GOL está ainda em fase de expansão, quando eu falo curto prazo em 2006 a gente deve ver esse tipo de despesa. 2007 para frente, quando estaremos não abrindo novas bases, mas colocando mais frequências dentro da malha existente, essas despesas irão cair.

Vanessa Ferraz:

OK, obrigada.

Marcelo Luna:

Bom dia Constantino, bom dia Richard, na verdade eu estou representando o Steve Trent aqui nessa ligação. A gente queria tentar entender um pouco melhor sobre os mercados dentro do Brasil, os mercados específicos em que vocês estão experimentando um crescimento mais significativo, ou em que o yields estão em um nível mais alto, e do outro lado os mercados em que vocês estão sofrendo mais pressão dos competidores. É claro que a gente sabe que a ponte aérea, por exemplo, por ser tão importante na geração de receita de vocês, vai ser um desses mercados, mas não sei se dá para falar um pouco mais sobre outros mercados dentro do Brasil. Obrigado.

Constantino de Oliveira Jr.:

Às vezes é complicado a gente falar de mercados especificamente, é importante que haja um entendimento com relação ao conceito da nossa malha, quer dizer, é uma malha superintegrada que permite muita conectividade, muita distribuição de passageiros. Então, depende, a forma de avaliar uma rota pode levar em consideração exatamente a margem de contribuição daquele mercado pra a malha toda, ou tráfico específico em um determinado trecho que pode ser inclusive o primeiro trecho.

Então, eu estou dizendo isso pelo seguinte: naturalmente que os grandes mercados oferecem uma melhor perspectiva de crescimento e de manutenção dos yields do que os mercados de menor densidade, mas isso não significa que os mercados de menor densidade não agreguem à malha uma margem de contribuição bastante significativa.

Então, essa avaliação, fazendo ela no caso macro, ela identifica o seguinte: os mercados do Sul e do Sudeste são mercados de high yield com potencial de crescimento, e os mercados do Norte e Nordeste são mercados de, são destinos mais turísticos, com passageiros mais sensíveis a preço.

Eu não sei se eu consegui responder da sua dúvida, Marcelo.

Marcelo Luna:

OK, faz sentido.

Richard Lark:

E também, Marcelo, é muito em função pela época do ano, a gente fala de equações sazonais também, mas como a gente tem os efeitos sazonais também do cone sul também, onde tem muitos fluxos sazonais em certas épocas do ano, o caso das questões de clima e férias; mas novamente no mercado Sul e Sudeste tem uma alta concentração de passageiros de negócios, e é um mercado também sensível a preço, mas bastante inelástico a preço e necessidade de locomover por questões de negócios, sudeste e sul do Brasil, e obviamente a gente tem uma grande oferta, uma grande participação de mercado nesses principais aeroportos e rotas, e, como o Júnior falou, nossa malha cobre todo o Brasil, todas as capitais brasileiras. A GOL é a única empresa que tem serviço a todas as capitais brasileiras e também as principais capitais no cone sul. Tem muito fluxo de negócios, o fluxo para o mercado internacional para nós tende a ser mais lazer hoje em dia em função da estrutura da nossa malha e isso também tem o efeito nos menores yields que a gente tem no mercado internacional.

Então, voltando ao primeiro ponto, Júnior, muito em função do tipo de malha que nós temos que privilegia e facilita conexões, e obviamente, dentro dos mercados principais, nós temos uma malha muito interessante, muito apropriada, tanto para o passageiro de negócios, como lazer que tende a garantir para nós uma boa rentabilidade e yields relativamente altos nos nossos mercados de maior volume.

Marcelo Luna:

Está certo, e em termos de crescimento de receita, seria em linha com o que vocês estão dizendo agora, ou seja, vocês observam também que no sul e no sudeste, digamos, nos últimos trimestres – e até pensando um pouco em 2006 – são os mercados em que vocês vão esperar ver um maior crescimento de receita.

Constantino de Oliveira Jr.:

Naturalmente, os principais destinos dos nossos vôos serão exatamente os grandes centros, notadamente São Paulo e Rio, através dos aeroportos de Guarulhos e Galeão; e Brasília, Belo Horizonte também, nós estimamos um crescimento, ou seja, basicamente região sudeste.

Richard Lark:

Mas também a gente tem planos de aumentar a nossa atividade nesses aeroportos grandes, internacionais, tipo Guarulhos, que vão dar à GOL a possibilidade de também crescer mais no mercado de lazer, transportando passageiros que estão fazendo a conexão em Guarulhos, através de vôos internacionais para destinos turísticos no Brasil.

Marcelo Luna:

Em termos desses principais mercados que a gente está falando agora, mas especificamente, dá para falar onde que a pressão yield está sendo maior. Talvez seja uma pergunta óbvia. É claro que a ponte aérea vai ser importante. Tem algum outro comentário que vocês podem fazer sobre pressão competitiva?

Constantino de Oliveira Jr.:

Eu acho que a competição se erradia em todas as rotas, é difícil precisar um rota. É importante a gente também lembrar que o ambiente competitivo sempre existiu, pelo menos a GOL sempre se deparou com esse ambiente ao longo do tempo. Nós não estamos esperando para 2006 um ambiente mais competitivo do que foi, por exemplo, 2005, nós já vivemos esse ambiente competitivo há algum tempo. Naturalmente estamos entrando em baixa temporada, tem a questão da sazonalidade, mas não existe, nós não temos uma expectativa concentrada em algum mercado para que existe pressão sobre yield, ou alguma coisa do tipo. Realmente não.

Marcelo Luna:

Está claro, obrigado.

Carlos Albano, Unibanco:

Sobre o Voe Fácil, Júnior, se você pudesse dar uma idéia para a gente como é que o Voe Fácil está indo, se você já tem um número de quantas pessoas que estão cadastradas, se vocês já têm, pelos primeiros números que vocês estão fazendo aí, alguma idéia de quanto tempo vocês estão parcelando. E também, Richard, se isso pode ter algum impacto no recebível da empresa nos próximos trimestres. Obrigado.

Constantino de Oliveira Jr.:

Albano, o Voe Fácil, nós lançamos o produto no final do ano passado, em torno de novembro, eu diria, não fizemos nenhum grande esforço de marketing, a não ser algumas ações isoladas, e o programa tem, na nossa visão, sido um sucesso, porque estamos naturalmente aperfeiçoando o programa, mas o número de cadastros já efetuados, todos através da internet, eu diria que são bastante satisfatórios para nós, apesar de que o número de cadastro não tem se repetido em volume expressivo de vendas ainda, até porque o programa realmente começou a efetivamente funcionar, ou seja, as pessoas receberem seus cartões, efetivamente terem seus cadastros aprovados, e condições de comprar agora, basicamente no mês de janeiro. Mas, o programa tem atendido às nossas expectativas, naturalmente, em função do baixo investimento o volume ainda não é expressivo, mas tem se demonstrado uma ferramenta importante em termos de novo meio de pagamento e provisão de crédito. O prazo médio das vendas tem sido em torno de 12 a 14 meses, variando nessa faixa.

Eu vou passa a segunda parte da resposta para o Richard.

Richard Lark:

Nós não investimos em mídia ainda, quer dizer, fizemos um soft launch e a gente não fez um grande investimento em mídia para turbinar as vendas, mas, em termos de impacto financeiro, de recebíveis, o impacto vai ser mínimo a curto prazo. A gente não espera fazer mais que 1% a 2% de nossas vendas através desse meio de pagamento em 2006. É um mecanismo importante para atrair ou fazer o preço da passagem mais atraente para a classe B – C, sem dúvida, mas não vai gerar grandes impactos financeiros em 2006 para o nosso balanço, principalmente falando da questão se vai

ter impacto – talvez tenha impacto de aumento dos recebíveis de 4 ou 5 dias num prazo médio desse segmento, não é grande coisa.

Carlos Albano:

Agora, vocês pretendem, isso que vocês colocaram aí, vocês pretendem fazer, Júnior, algum investimento mais expressivo em mídia e mais para frente para melhorar a aceitação do programa ou vão deixar ele crescer por si só com a divulgação boca a boca?

Constantino de Oliveira Jr.:

Não, nós pretendemos investir um pouco mais; como o Richard falou, nós fizemos o soft launch, então estamos agora aprimorando todo o processo para torná-lo mais atraente, mais conveniente, inclusive, para os nossos potenciais clientes e estamos terminando essa fase e estamos exatamente desenvolvendo uma pesquisa, um estudo para que não haja dispersão no investimento, ou seja, que o nosso objetivo seja realmente atingido. Mas nós pretendemos, sim, investir um pouco mais nesse produto.

Carlos Albano:

OK, obrigado.

Operadora:

A sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas está encerrada, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para jornalistas.

Renata Stuani, Agência Estado:

Olá pessoal, eu queria saber se vocês podem me dizer quanto foi o yield do total de 2005.

Richard Lark:

O yield do total de 2005 ficou um pouco acima de R\$ 0,26.

Renata Stuani:

Em 2004, quanto foi?

Richard Lark:

Em 2004 foi R\$ 0,296.

Renata Stuani:

Então caiu um pouco, não é? Você fez algum guidance de yield para o mercado, para 2006?

Richard Lark:

Para 2006, não. Para o 1T06 a gente estima um yield na faixa de R\$ 0,26 a R\$ 0,28.

Renata Stuani:

R\$ 0,26. Eu vi também que vocês modificaram o projeto de expansão da frota, são 4 aviões a mais do que o número anterior, não é, vocês tinham falado de 54 e agora são 58. E isso se deve a que, vocês acham que a demanda vai continuar forte?

Vocês não têm medo que comece a haver excesso de oferta?

Constantino de Oliveira Jr.:

Renata, na verdade, nós temos confiança no crescimento do mercado, o crescimento deve continuar forte, principalmente em função da oferta exatamente de tarifas mais atraentes, ou seja, nós entendemos que o mercado está altamente estimulado. No nosso planejamento nós pretendemos continuar estimulando o mercado, gerando um crescimento, o que a gente chama de Efeito GOL. Na medida em que a empresa opera hoje em todas as capitais, esse efeito das tarifas baixas se multiplica em todo o país e permite um crescimento realmente bastante expressivo, então nós temos a expectativa de um crescimento forte para esse ano e principalmente motivado pelo estímulo das tarifas baixas.

Renata Stuani:

Certo, porque eu vi que vocês estão prevendo de 18% a 20% de crescimento no mercado doméstico total esse ano, não é? E vocês também revisaram, porque acho que no final do ano passado vocês estavam falando entre 12% e 15%, não é?

Constantino de Oliveira Jr.:

Exato.

Renata Stuani:

OK. Como é que está a promoção dos R\$ 50, porque a gente tem ouvido reclamações de pessoas que não conseguem fazer a compra, etc?

Constantino de Oliveira Jr.:

A promoção, que aconteceu no final da semana passada, foi o primeiro final de semana da promoção, ela realmente superou as nossas expectativas principalmente com relação à quantidade de acessos que nós tivemos em nosso website, foi realmente bastante expressivo o aumento, e, naturalmente, acho que isso gerou algum transtorno para alguns clientes nossos que estavam tentando comprar o bilhete, mas os objetivos da promoção, tirando esse contratempo, foram atingidos, ou seja, os bilhetes disponibilizados foram vendidos, foi um volume expressivo, e por questões estratégicas nós não temos divulgado exatamente o volume, mas um volume expressivo, dentro da nossa expectativa.

E, naturalmente, não é, Renata, que o número de assentos é finito, nós não temos alguns destinos, os assentos disponíveis realmente se esgotaram realmente muito rapidamente, e algumas pessoas viram suas expectativas frustradas porque naquele momento já não tinha mais assento disponível, e nós não temos flexibilidade para aumentar o número de assentos disponíveis por avião com essa agilidade.

Então, eu diria que, apesar desses contratemplos, a promoção foi um sucesso, atingiu um público enorme, e vamos retornar, agora, a partir de 22h com a promoção nesse final de semana; de novo vamos ofertar um volume expressivo de assento e esperamos estimular algumas pessoas que não pensavam em viajar em quem sabe adquirir a passagem nesse final de semana e viajar nos próximos 70 ou 90 dias.

Renata Stuani:

Pois é, ela termina em março, mas vocês estão pensando em reeditá-la depois ao longo do ano?

Constantino de Oliveira Jr.:

A promoção prevê um período de venda nos quatro finais de semanas de março, e para vôo até o final do mês de maio, este prazo está mantido; nós não estamos avaliando a possibilidade de ampliar esta promoção, especificamente, além desse período.

Renata Stuani:

OK. E vocês têm alguma novidade em relação à operação lá no México?

Constantino de Oliveira Jr.:

Com relação à nossa operação no México, nós estamos aguardando o título de concessão, estamos submetendo às autoridades mexicanas as nossas solicitações e estamos, agora, exatamente, aguardando o final do processo.

Renata Stuani:

Quando você acha que sai essa concessão?

Constantino de Oliveira Jr.:

É difícil precisar, Renata, eu prefiro não prever uma data porque depende do andamento processual, burocrático, junto às autoridades mexicanas. É difícil precisar uma data.

Renata Stuani:

Vocês já decidiram qual vai ser o fornecedor da frota?

Constantino de Oliveira Jr.:

Ainda não.

Renata Stuani:

Está certo, e vocês têm alguma idéia de quando vocês vão anunciar isso?

Constantino de Oliveira Jr.:

Eu prefiro não passar expectativa com relação à data para não ter... é muito cedo para falar qualquer coisa.

Renata Stuani:

Está certo então, obrigada.

Constantino de Oliveira Jr.:

De nada.

Romina Nicaretta, Bloomberg:

Bom dia. As perguntas são para o Júnior. Olhando agora esse desempenho da GOL, quando vocês fizeram o business plan da GOL lá em 2000, comecinho, olhando o desempenho da GOL, isso realmente superou em muito as suas expectativas? Como é a avaliação que você está olhando agora em termos do crescimento da empresa e do tamanho da empresa no mercado doméstico?

Constantino de Oliveira Jr.:

Olha, Romina, bom dia, obrigado pela pergunta. Quando nós começamos a colocar o projeto de pé, realmente, nós tínhamos a visão que o modelo de negócios adequado para o perfil da população brasileira é um modelo de negócio de baixo custo, então nós partimos para isso. Nós imaginávamos naquela época, como continuamos imaginando hoje, que existe um volume potencial de passageiros de 20 milhões de pessoas no Brasil.

Levando em consideração as dimensões continentais do país, levando em consideração que 130 milhões de pessoas viajaram de ônibus interestadual no ano de 2002 – 2003, eu posso estar errado num ano ou outro, e percebendo que um país com 180 milhões de habitantes, com toda essa distribuição, seria natural que nós conseguíssemos atingir 20 milhões de pessoas.

Estamos buscando esse objetivo, 20 milhões de pessoas voando pode significar um volume muito maior de passageiros ao longo de um ano, estamos perseguindo este objetivo. Talvez o que aconteceu no mercado o ano passado, um crescimento de 20% em relação ao ano anterior, ou seja, quase 8 milhões de passageiros a mais no ano passado, isso se deve exatamente ao Efeito GOL, que a gente chama, das tarifas baixas estimulando mercado.

Quando começamos a empresa, acreditávamos nesse potencial, continuamos acreditando, sem dúvida que o crescimento é bastante acelerado, os desafios são enormes, mas nós continuamos acreditando que em pouco tempo o transporte aéreo no Brasil realmente vai ser, vamos dizer, popularizado, ou vai permitir o acesso de mais pessoas ao sistema.

Renata Stuani:

Mas o fato é, quando você fez o seu business plan, vocês já esperava ter nesse ano o market share aí que vocês estão tendo de 30%, final do 3T, quer dizer, está de acordo com os seus planos ou superou a expectativa do seu plano inicial?

Constantino de Oliveira Jr.:

É interessante essa pergunta porque a gente sempre coloca que market share não é objetivo, a gente entende que o mercado é um mercado muito pequeno e eu te responderia a pergunta da seguinte forma: a nossa expectativa realmente é que o mercado continue crescendo, nós nos preparamos ao longo do tempo para esse crescimento, quer dizer, tanto é que nós efetuamos a capitalização da empresa, evoluímos, em todos os sentidos, para suportar que a empresa tivesse suporte financeiro e econômico, além da capacidade técnica, para esse crescimento acelerado.

Ou seja, a nossa expectativa é que o mercado continue crescendo, agora, naturalmente que nós fazemos um planejamento flexível, a gente tem condições de revisar esse planejamento periodicamente. Mas nós confiávamos no crescimento, tá, eu não posso dizer que nós esperávamos 30% de market share, 20% de market share, e continuamos confiando que nós temos muito que crescer no Brasil em termos de volume de passageiros transportados.

Renata Stuani:

E, agora, olhando toda essa história de vocês, a gente viu, por exemplo, na semana passada vocês anunciaram um pequeno aumento aí, o exercício de opções da Boeing, quer dizer, foi a 5ª vez que a GOL fez um aumento, um exercício de opções em um ano; não sei se foi exercício, até aumentou, às vezes, numa ordem passada vocês até aumentaram o tamanho da ordem firme. Como que está o financiamento disso? Vocês têm aumentado esses pedidos muito rápido, e eu não sei se vocês, por exemplo, vão ter de ir a mercado novamente para adaptar essa expectativa de aumento, essa chegada de novos aviões – eu sei que vocês fizeram IPO, mas eu queria entender um pouco melhor como é que está a parte financeira para estruturar esse aumento.

Richard:

Romina, nós temos relacionado especificamente com a compra de Boeings 737-800, que é o nosso pedido, temos 67 firmes e um pedido potencial de 101, vamos usar uma garantia que a gente tem do Banco Ex-Im norte-americano, para ter 85% do valor dessas aeronaves, e essa garantia a gente pôde casar com financiamentos bancários. Vai permitir um custo basicamente LIBOR, com garantia do governo americano para a compra dessas aeronaves.

Então, eu diria que a fonte de financiamento são bancos comerciais num mercado bastante estabelecido, o risco para os bancos acaba sendo o governo americano, e garante para a gente um custo abaixo do nosso custo de captação no mercado, a gente não pretende financiar a compra dessas aeronaves de outra forma.

Obviamente os outros 15% que nós temos de pagar de nosso próprio caixa já está financiado através das duas captações de ações que a gente fez no mercado em 2004 e em 2005.

Renata Stuani:

Está certo. E a última pergunta, vocês continuam cobrando, na média, 25% menos em termos de tarifa, em relação à competição? Como está essa situação?

Constantino de Oliveira Jr.:

Na média, sim, alguns casos até 95% a menos, agora com a tarifa de R\$ 50.

Renata Stuani:

Então, esse, mais do que o crescimento econômico do Brasil, é o fato de vocês oferecerem tarifas mais baixas que você acha que tem sido o maior estímulo para o crescimento da GOL, então, nesses últimos anos, inclusive esse ano?

Constantino de Oliveira Jr.:

Sim, além, naturalmente, dos investimentos que têm sido feitos aí com relação à área de turismo, infra-estrutura, o turismo receptivo tem melhorado bastante, a gente deve ressaltar também esse esforço aí integrado, talvez de alguns setores do governo, que têm ajudado a aumentar, ampliar o volume de passageiros embarcados no Brasil.

Renata Stuani:

Está ótimo, muito obrigada.

Denise Maria Luna, Reuters:

Júnior, bom dia; Richard. Eu estava querendo saber com vocês sobre expansão na América Latina, que em 2005 vocês começaram vários destinos novos e eu queria saber quais são os planos para 2006.

Constantino de Oliveira Jr.:

Denise, bom dia. Nós, na verdade, inauguramos a maioria das bases na América do Sul, agora, já em janeiro de 2006, o reflexo dessas bases vai acontecer no ano de 2006. Nós inauguramos em janeiro bases em Córdoba, Rosário, Assunção, e Montevideú. Já operávamos em Buenos Aires, e em Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia.

Nós estamos mantendo o foco no mercado da América do Sul em todos os destinos com alguma densidade de demanda; naturalmente que a expansão depende de acordos bilaterais, depende de liberdade de tráfego, e tudo mais, então, eu posso adiantar o seguinte, nós estamos mantendo o planejamento permanente, um foco permanente, nos principais mercados da América do Sul, mas eu não tenho como precisar como será a seqüência.

Denise Maria Luna:

Certo, vocês não têm ainda um pedido de entrada em outro mercado, por enquanto.

Constantino de Oliveira Jr.:

Até temos algumas solicitações, mas é muito prematuro dizer se iremos operar, quando iremos operar, e em qual mercado.

Denise Maria Luna:

Mas você poderia dizer quais são essas solicitações? Só para a gente ter uma idéia quais seriam os possíveis primeiros novos destinos que vocês iriam.

Constantino de Oliveira Jr.:

Como eu te disse, os principais mercados, as principais praças na América do Sul esta em nosso foco, se a gente for elencar basicamente Santiago, no Chile; Caracas; não necessariamente nós temos pedidos em todos. Lima, no Peru; e eventualmente até uma readequação de oferta nos mercados em que já operamos, que estão reagindo muito bem à nossa entrada.

Denise Maria Luna:

Certo, agora eu queria saber se, assim, esse ano, que temos tantos eventos, e principalmente as eleições, no final do semestre, se isso pode ter algum impacto na vida da GOL, se você acha que o setor aéreo pode ser impactado de alguma maneira pelas eleições.

Constantino de Oliveira Jr.:

Olha, o nosso negócio está diretamente, historicamente, ligado ao crescimento do PIB, ao crescimento da economia. Então, normalmente ano de eleição gera um bom fluxo de passageiros, é um ano um pouco mais agitado, a economia se movimenta um pouco mais, as ações se intensificam, principalmente do lado do governo, e isso normalmente traz um reflexo positivo para a empresa.

Denise Maria Luna:

Certo, está ótimo, muito obrigada.

Constantino de Oliveira Jr.:

De nada.

Operadora:

Não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Constantino Jr. para suas considerações finais.

Constantino de Oliveira Jr.:

Muito obrigado, mais uma vez, por seu interesse pela GOL, continuaremos comprometidos com nossa meta de tornar a viagem aérea uma experiência mais conveniente, simples e acessível a todos, e ao mesmo tempo criando valor aos seus acionistas e colaboradores.

A GOL está popularizando o transporte aéreo na América do Sul, por meio da expansão do seu negócio, pela inovação de seus serviços, eficiência operacional, gerenciamento de custos, e preços baixos e competitivos. Na GOL o nosso slogan é 'Aqui todos podem voar e investir'.

Se vocês tiverem dúvidas, por favor, sintam-se à vontade para contatar o nosso departamento de RI, ou visitar a sessão em nosso website www.voegol.com.br/ri.

Obrigado, e tenham um bom dia.

Operadora:

O conference call da GOL – Linhas Aéreas Inteligentes está encerrado. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.