

Operadora:

Boa tarde. Sejam bem-vindos à teleconferência da Eucatex referente aos resultados do 1T08. Estão presentes os senhores José Antonio Goulart de Carvalho, Vice-Presidente Executivo e Diretor de Relações com Investidores, e Sérgio Henrique Ribeiro, Diretor de Controladoria.

Informamos que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando *0.

O áudio está sendo apresentado simultaneamente na Internet, no endereço www.eucatex.com.br/ri.

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

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. José Antonio Goulart de Carvalho, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. José Antonio, pode prosseguir.

José Antonio Goulart de Carvalho:

Boa tarde, senhoras e senhores. Muito obrigado por participarem desta nossa teleconferência relativa aos resultados do 1T08.

De forma geral, os números que passaremos a apresentar aos senhores estão dentro do planejado pela Empresa. Continuamos, trimestre a trimestre, a apresentar resultados crescentes; não obstante, nesse trimestre que passou agora, tenhamos registrado importantes aumentos de insumos significativos em nossos custos. Apesar desses aumentos fomos capazes, por um *mix* de produtos mais rico e também por ajuste de preço, de manter ou preservar as nossas margens.

Convido os senhores a passar diretamente ao slide número quatro, pulando, desta forma, o aviso que já foi dado pela nossa operadora e o roteiro. Nesse slide de número quatro nós destacamos algumas informações relativas ao 1T08, começando pela receita bruta, que registrou um crescimento de praticamente 18%, atingindo R\$212,6 milhões, com um crescimento expressivo tanto no EBITDA nominal como no percentual, atingimos R\$36 milhões no 1T, com um crescimento de 37% sobre o 1T07, e nossa margem cresceu praticamente 3 p.p., atingindo 20,7%.

Tivemos um expressivo crescimento no nosso lucro líquido, atingindo praticamente R\$19 milhões ante R\$10 milhões do trimestre anterior, um crescimento da ordem de 83%.

Esse crescimento e esses resultados melhores são principalmente devidos ao aumento de vendas no mercado interno, onde nós destacamos o crescimento de tintas, com 44% em termos de volume, e de pisos laminados com 37% relativamente ao mesmo período do ano passado.

Destacamos, também, a continuidade da implantação da nova linha de THDF, que deve entrar em operação no 1S09 e que, quando atingir sua plenitude, deverá gerar um faturamento bruto para o Grupo, adicional, de até R\$250 milhões e uma geração de caixa EBITDA de R\$90 milhões.

Indo adiante, no slide número cinco, trazemos a segmentação da nossa receita bruta por produto, com destaque para o segmento de tintas, que vem crescendo em participação na receita bruta. Nós saímos de uma situação de 13% para 16% a participação de tintas, e crescimento também no seguimento de MDP, de uma situação de 34% para 36%.

Na parte de baixo deste slide, é interessante notar a importância crescente dos seguimentos de indústria moveleira e construção civil; os dois principais seguimentos de mercado da Empresa, que nós, por todas as informações que dispomos, acreditamos que devem continuar registrando resultados crescentes e positivos.

Seguindo adiante, vamos trazer algumas informações de cada uma das nossas unidades de produção. Vamos começar com a unidade de Salto, na qual registramos um crescimento do faturamento bruto de 7,2%, com uma utilização, vocês podem ver no gráfico de torre aqui ao lado esquerdo, embaixo, de 87% da capacidade.

Há de se registrar que, no meio de janeiro deste ano, nós ficamos por volta de 15 dias com uma parada planejada, com uma intervenção nas linhas. O objetivo dessa intervenção, e de outras tantas que foram feitas ao longo de 2007, foi de trazer uma maior capacidade de produção, de tal forma que nós acreditamos que, após as intervenções que terminaram, a nossa produção em Salto deve experimentar um crescimento na ordem de 10% em volume.

Registramos também o crescimento do mercado de painéis e divisórias, onde a Empresa tem uma liderança destacada no mercado, com 80% de participação, tendo crescido os painéis e divisórias, em volume, 27% nesse 1T08.

Além disso, registramos também a conclusão da automação das duas prensas que se localizam nessa unidade, e que a economia gerada por essa automação, em termos anualizados, deve atingir R\$5 milhões.

Como já mencionamos no slide anterior, iniciamos as obras da nova linha de THDF e também de um novo pátio de madeira, que irá servir não só à nova linha que está sendo instalada nessa unidade como também às duas existentes, gerando uma economia anual na ordem de R\$6,5 milhões.

Finalmente neste slide, do lado direito, embaixo, registramos também o aumento de nossa participação no mercado de chapa de fibra. Essa participação foi principalmente conseguida através do direcionamento de produtos que antes estavam sendo exportados, para o mercado interno.

Vamos seguir adiante para o slide sete, com informações a respeito da nossa unidade de Botucatu. O primeiro registro é a elevação contínua do nosso índice de qualidade na produção de MDP; atingimos 98% de produtos de primeira e tivemos expressivo crescimento na receita bruta, tanto no segmento de painéis MDP quanto no de piso laminado.

É interessante ou importante chamar a atenção que no segmento de MDP houve uma importante recuperação de preços, porque o volume físico de MDP cresceu 9% enquanto a receita cresceu 25%. Registramos também a colocação de pedidos já para o final deste ano e começo do ano que vem para o lançamento da segunda geração do nosso produto Lacca. Esse produto Lacca é exclusivo da Eucatex, é um acabamento em FF de alto brilho para os painéis de MDP. Isso vem consolidar a nossa estratégia de diferenciação de mercado, onde cabe também o registro que, nesse 1T08, 95% dos produtos que a Empresa expediu, foram de MDP, foram de painéis revestidos.

Nesse slide ainda, vamos chamar a atenção dos senhores para o nosso aumento de market share. Aumentamos 1 p.p. de market share no seguimento de pisos laminados e, não obstante tenhamos aproveitado e crescido no seguimento de MDP, como já mencionamos, 9% em volume, permanecemos estáveis em termos de market share, porque o mercado também cresceu.

Vamos adiante para o slide de número oito. Este slide é interessante porque retrata bem a estratégia da Eucatex. A nossa estratégia é procurar nos diferenciar em relação aos nossos concorrentes. Nós, de fato, não queremos trabalhar com commodities, que seriam basicamente os painéis nus, o que nós procuramos fazer é trabalhar com painéis revestidos, é agregar valor aos nossos produtos.

Nosso principal cliente é a indústria moveleira. É interessante sabermos que, via de regra, nossos clientes são chamados a fazer investimentos no que eles chamam de um enxoval para a loja; quer dizer, um cliente nosso, quando quer entrar em uma Casas Bahia ou em uma Marabraz, ou em um Ponto Frio, ele é chamado a preparar um certo número de móveis que serão utilizados como mostruário de loja. Isto demanda desse nosso cliente um investimento significativo. Quando ele faz este investimento utilizando o nosso produto, utilizando nosso padrão, dificilmente ele nos troca, porque isso significaria que ele teria que renovar este investimento. Então, isso traz um nível de fidelização muito grande dos clientes para com a nossa Empresa.

Para vocês terem uma idéia, em contrapartida a essa nossa expedição de 95% de produtos revestidos, quando a gente olha o mercado, à direita, aquele gráfico de torre, a gente enxerga que o mercado expediu somente 25% dos produtos revestidos; 75% foram commodities, produtos nus, que podem ser facilmente trocados.

Caminhando para o slide número nove, nós trazemos informações, fazemos uma comparação entre a capacidade instalada do setor e a demanda interna. Os dados até 2007 são reais, e os dados a partir de 2007 são projetados. O interessante é a gente olhar primeiro essa curva de consumo aparente, que na verdade é a produção local mais as importações, contra a curva de oferta, a curva de capacidade instalada.

Nesta curva de capacidade instalada nós agregamos os dois tipos de painéis: painéis de MDP e MDF. Estamos fazendo essa estatística de forma conjunta, porque nós entendemos que, em muitas aplicações, esses painéis são intercambiáveis. Então, na

nossa percepção, faz mais sentido fazer esta análise de forma agregada do que em separado.

A projeção de capacidade instalada está, a partir de 2007, feita com as informações que foram divulgadas pelos diversos concorrentes, dando conta de instalação de novas linhas. Já a de consumo aparente, a partir de 2007 projeta um crescimento de 12% ao ano. Utilizamos esse crescimento porque, quando a gente retroage de 2002 até 2007, a gente verifica que o crescimento agregado de MDP e MDF foi da ordem média de 12% ao ano. Então, nós estamos utilizando esse mesmo percentual para projetar o crescimento para os anos que estão por vir.

De certa maneira, essa é uma projeção até certo ponto conservadora, porque os segmentos principais que compõem a demanda por estes produtos estão vivendo um momento muito positivo e as expectativas futuras para esses segmentos - indústria moveleira e construção civil - são muito melhores que aquelas registradas no passado.

Finalmente, nós temos na parte superior deste gráfico, uma curva onde nós temos percentuais que seria a relação entre consumo aparente e a capacidade instalada; o quanto desta capacidade instalada está sendo absorvida por esse consumo aparente. Nós vemos que o período onde há menor absorção é no ano de 2010, onde somente 73% da capacidade instalada poderá ser absorvida nessa projeção nossa pelo consumo aparente.

Mas essa é uma situação que o setor já viveu. Quando a gente olha os anos de 2002, 2003, a gente vê que esses percentuais não são inéditos. Por outro lado, a gente também vê a nossa situação, a situação do setor mais confortável, porque o volume de MDF nesta composição, nesta oferta de capacidade instalada, é muito maior do que aquele que existia em 2002, em 2003. E o MDF, como sabemos, é um produto que é facilmente exportável.

Então, a gente entende que essa diferença entre a capacidade instalada e a demanda pode facilmente ser exportável, principalmente pela maior quantidade de MDF que compõe essa oferta.

Vamos adiante, para o slide número dez, onde trazemos algumas informações, alguns destaques a respeito da nossa unidade de tintas. Primeiro, registramos um crescimento de 45% no faturamento, é um registro importante, a gente tem visto que as estratégias que a Empresa vem desenvolvendo e o trabalho que a equipe vem realizando têm dado muito resultado. Quando a gente olha a tabela que está do lado direito, embaixo, deste slide, a gente vê que a Empresa vem registrando crescimentos expressivos; crescemos 34% em 2006 sobre 2005, depois 52% em 2007, e, neste 1T, 44% de volume.

Um aspecto importante que tem sustentado este crescimento é o aumento da nossa base de clientes atendidos; nesse trimestre, crescemos 37% em relação ao ano anterior. Também gostaríamos de registrar aqui o crescimento da atuação no nosso sistema tintométrico, que são aqueles equipamentos que os senhores encontram nas lojas e que permitem a formulação de cores no momento da compra.

Não obstante este crescimento significativo, que inclusive, elevou nosso market share, que estimamos estar hoje em torno de 7% para o mercado, há que se registrar que existe uma capacidade instalada ainda bastante disponível, que permite um

crescimento futuro bastante grande, ainda, do segmento de tintas, sem que haja necessidade de qualquer tipo de investimento.

Passando ao próximo slide, o slide número 11 traz uma série de informações a respeito dos CPVs dos principais produtos da Empresa, são informações normalmente bastante utilizadas pelos analistas. Mas o que a gente gostaria de chamar a atenção aqui são dois aspectos principais.

Primeiro, a importância da energia elétrica na composição dos custos, tanto de chapa de fibra quanto de MDP, e a gente destaca que, neste quesito, a Empresa tem contrato celebrado com fornecedores de energia garantidos até o ano de 2012; até 31 de dezembro 2012 a Empresa tem sua questão de energia elétrica equacionada a preços extremamente competitivos, tanto para as plantas existentes quanto para a expansão prevista a acontecer na unidade de Salto.

E o segundo aspecto interessante para a gente destacar aqui é a questão da energia térmica, que é um insumo igualmente importante, principalmente na chapa de fibra. E aí nós temos um projeto bem interessante, que nós vamos falar um pouco mais para frente, que é o nosso projeto de reciclado; mas no que diz respeito à energia térmica nós temos auto-suficiência garantida por esse projeto, que abastece duas caldeiras nossas de biomassa .

Vamos seguir para o slide número 12. Aqui, nós trazemos algumas informações já disponibilizadas em teleconferências anteriores; mas, rapidamente, o que a gente queria comentar sobre esta linha de HDF é que, como nós mostramos alguns slides atrás, nós também acreditamos fortemente no crescimento do setor de painéis, tanto pela demanda da indústria moveleira quanto pela demanda da construção civil.

Só que, mais uma vez, dentro da nossa estratégia de diferenciação, de trabalhar nicho, nós escolhemos fazer uma linha de produtos finos, enquanto a grande maioria da concorrência optou pela montagem de fábricas para a produção de chapas grossas. A gente entende que chapas finas são usadas de forma complementar às chapas grossas, quer dizer, não é possível se fazer um móvel de escritório sem fazer o fundo da gaveta; não é possível se fazer um rack de televisão sem colocar o fundo do rack. Tanto o fundo de gaveta quanto o fundo do rack são chapas finas, elas estão sendo utilizadas de forma complementar às chapas grossas.

Além disto, as chapas finas permitem uma diversificação de utilizações. Nós podemos utilizar chapas finas para fazer portas e divisórias, segmentos onde a Empresa é líder; chapas finas também são utilizadas para pisos laminados; e, pelo seu alto valor agregado, são chapas facilmente exportáveis. Então, a gente entende que a nossa estratégia para esta nova planta nossa está bastante diferenciada e nos dá uma segurança muito grande com relação aos resultados futuros.

O que se registra aqui, também, é que os equipamentos já foram todos encomendados, devemos receber todos eles até o final deste ano. O projeto está dentro do cronograma e deve se iniciar no 1S09. Quando nós atingirmos a plenitude, quando essa fábrica estiver à pleno, nós já temos esta informação, nós podemos gerar até R\$250 milhões de faturamento bruto com EBITDA de R\$90 milhões.

Seguindo para o slide número 13, abordamos rapidamente a questão de sustentabilidade. A nossa Empresa é basicamente de base florestal; a questão da madeira é absolutamente estratégica para empresas do nosso tipo. Quando a gente

olha para um estado como São Paulo, e isso também é válido para outros estados do Brasil, a gente vê que as florestas que são livres, que não são cativas, que não estão ligadas aos grandes consumidores, essas áreas são relativamente poucas, o que faz com que o mercado livre de floresta seja um mercado relativamente pequeno. E sendo um mercado pequeno, ele é bastante volátil e sujeito a preços que oscilam, às vezes, bastante.

Então, pode-se ter momentos em que a madeira no mercado acaba tendo uma relação de preço que não guarda relação com custo. E isso pode trazer uma dificuldade de competitividade para aquelas empresas que dependem substancialmente de madeira de terceiros.

No caso da Eucatex, nós dispomos de um volume, de uma área de fazenda suficiente para atendermos não só as plantas existentes como a nova planta. Há que se registrar que nós temos comprado alguma madeira de mercado, mas isso é muito mais para vencer um descompasso de idade de floresta do que de falta de área.

Plantamos nesse 1T 1.000 hectares, mas a nossa projeção, nosso programa para este ano deve ser por volta de 5.000 hectares; deveremos repetir, aproximadamente, o mesmo volume de florestas que plantamos no ano passado.

Vamos adiante, para o slide número 14. Este traz informações sobre o nosso trabalho de reciclagem, nós já abordamos este tema por mais de uma vez. O que eu acho que é interessante registrar aqui, está do lado direito do nosso slide, são os resultados reais registrados nesse 1T. Nós captamos 27.500 toneladas de resíduo durante esses 90 dias.

E é interessante a gente fazer um raciocínio que, se a gente anualiza esse volume e considera a produtividade das florestas do Estado de São Paulo, e ao mesmo tempo o custo de um hectare de fazenda no Estado, a gente pode chegar à conclusão que a Eucatex economizou R\$10 milhões este ano em termos de aquisição de terras. Com esse reciclado, nós evitamos ter que adquirir R\$10 milhões em terra para produzir a biomassa necessária para geração de energia térmica nas nossas instalações.

Indo para o slide número 15, caminhando para o nosso final, a gente traz alguns destaques financeiros. Nós já comentamos o crescimento da receita líquida. É interessante registrar aqui, também, a questão da margem bruta; nós comentamos os aumentos de insumos ocorridos nesse 1T. E apesar desses aumentos, como nós dissemos, por termos trabalhado com um *mix* de produtos mais rico, por termos feito alguns ajustes de preço, nós conseguimos, ou melhoramos a nossa rentabilidade em praticamente 3 p.p., com 33% de margem bruta.

Aqui também registramos um crescimento das despesas administrativas e comerciais, saímos de R\$30,7 milhões para R\$32,2 milhões. Mas esse crescimento das despesas é basicamente da parte variável das despesas comerciais; como há mais vendas, há mais comissões, há mais frete. Mas o interessante é registrar que a representatividade dessas despesas vis-à-vis a receita líquida caíram. No 1T07 elas representavam 20,5% do faturamento, e passaram a representar 18,5% do faturamento líquido.

Crescemos também, nós já mencionamos, no EBITDA, acrescentamos R\$10 milhões ao EBITDA nominal nesse 1T, e registramos um lucro líquido de R\$18 milhões ante R\$10 milhões do ano passado.

Avançando para o slide número 16, trazemos informações a respeito dos investimentos da Empresa; investimentos um volume parecido com o do 1S07. Uma parte disso foi dirigida para sustentação, tanto sustentação fabril quanto florestal, e a outra parte para os projetos que já foram mencionados nos slides anteriores, que são: o da nova linha, do novo pátio, ampliação de capacidade instalada, automação das saídas de prensa etc., além do plantio dos 1.000 hectares de floresta.

Vamos para o slide número 17. Aqui nós trazemos informações a respeito do endividamento financeiro. Encerramos esse 1T com uma dívida líquida por volta de R\$81 milhões, uma queda importante em relação ao valor do 1T07. Não obstante a gente ter investido um volume de recursos importante, nós diminuimos nosso endividamento líquido.

É importante registrar também a redução do endividamento de curto prazo, de 25% para 18%; e também que essa nossa dívida de longo prazo, que aí aparece como R\$68 milhões, boa parte dela, ou a grande maioria dela, nós temos aproximadamente dez anos para pagar esse valor. Finalmente, olhando os gráficos de barra na parte inferior do slide, a gente vê que a nossa dívida líquida é da ordem de 0,6x o EBITDA anual da Empresa.

Passando para o slide número 18, com uma série de informações a respeito de mercado de capitais. A primeira dela é a EUCA4, nossas ações preferenciais, terminaram o 1T cotadas a R\$5,84; tivemos uma valorização desde o início do ano anterior, de 2007, de 99% na EUCA4.

Não obstante essa valorização, a gente entende que a Eucatex é uma oportunidade de investimento muito interessante, principalmente quando a gente olha ou quando a gente compara os múltiplos da Empresa, os múltiplos do EBITDA da Empresa, tanto com os nossos concorrentes locais – na parte superior, do lado direito do nosso slide – quanto com os nossos competidores estrangeiros, na parte direita inferior.

O nosso último slide da apresentação, com algumas considerações finais. Primeiro, um registro: dentro do nosso setor, nós fomos a Empresa que apresentou a menor variação de CPV, a menor majoração de custo de produto vendido, ao mesmo tempo em que registramos um aumento da receita de 16,5%. Temos a nossa nova fábrica, que deve estar entrando em operação no final do ano que vem, e a gente entende que é uma fábrica, por aqueles aspectos que nós mencionamos, estrategicamente diferenciada do restante da concorrência.

Nós da Eucatex estamos com os custos de energia, tanto energia elétrica quanto energia térmica, sob absoluto controle por conta de contratos e por conta do nosso projeto de reciclado; temos auto-sustentabilidade do ponto de vista florestal, garantida ainda essa sustentabilidade por dois importantes certificados, que são o ISO14001 e o Selo Verde.

Estamos registrando, e pretendemos continuar registrando, crescimentos significativos no mercado de tintas, registrando que temos uma capacidade instalada disponível para sustentar essa expansão sem necessidade de investimento. E, como mencionamos lá atrás, os nossos dois principais mercados, que são o mercado de construção civil e a indústria moveleira, com perspectiva extremamente otimista para o futuro. E como vimos no slide anterior, com um grande potencial de valorização das nossas ações, já que nossos múltiplos estão bastante menores que os da concorrência.

Em linhas gerais, são essas as informações que gostaríamos de transmitir aos senhores, e nos colocamos à disposição, neste momento, para as eventuais perguntas.

Renato Andrade, CLK Investments:

Boa tarde, senhores. Eu gostaria de saber qual é o raio médio entre as florestas e fábricas da Eucatex.

José Antonio Goulart de Carvalho:

Todas as florestas da Eucatex são localizadas no Estado de São Paulo, assim como as nossas duas plantas consumidoras. O nosso raio médio para a fábrica de Botucatu, onde nós produzimos os painéis de MDP, é de aproximadamente 60 quilômetros, e o raio médio para a fábrica de Salto, onde produzimos as chapas de fibra, é de aproximadamente 120 quilômetros.

Renato Andrade:

OK. Muito obrigado.

Augusto Caramico, Ágora Corretora:

Primeiramente, bom dia a todos, parabéns pelo resultado. Eu gostaria de perguntar a respeito das perspectivas do *guidance* não-operacional e do *guidance* operacional para este ano. Vocês teriam como disponibilizar uma projeção estimada, talvez?

José Antonio Goulart de Carvalho:

Em termos de expectativa de projeções operacionais, separando um pouco, fatiando um pouco a minha resposta; no que diz respeito às duas fábricas produtoras de painéis, elas estão próximas, como a gente pôde ver, das suas capacidades instaladas. A gente deve continuar operando com uma estratégia de diferenciação de produto, não dá para crescer muito no volume. Pudemos crescer um pouco em Salto, onde a gente mencionou aquele crescimento de 10%, mas, de forma geral, a gente crescerá menos em volume e procurará continuar trabalhando mais na diferenciação e no valor agregado.

No que diz respeito ao segmento de tintas, a gente espera, e está bastante confiante em continuar crescendo nos percentuais que nós apresentamos no passado recente, e temos, como nós mencionamos, uma capacidade instalada suficiente para absorver esse crescimento por vários anos sem necessitar investimento.

E acho que o grande divisor de águas da Empresa será a implantação da nova linha na unidade de Salto, que vai trazer uma mudança substancial tanto do ponto de vista de faturamento quanto de EBITDA. Na plenitude, podendo registrar um EBITDA da ordem de R\$85 milhões, para uma empresa que tem uma expectativa para quem registrou R\$115 milhões ano passado, é uma perspectiva muito interessante e importante.

Espero ter esclarecido a sua pergunta.

Augusto Caramico:

Certo. Obrigado.

Felipe Ruppenthal, Geração Futuro:

Boa tarde a todos. Nós temos visto as empresas de produtos florestais, principalmente do hemisfério norte, tendo diminuição dos seus resultados principalmente em função do maior custo com madeira. Visto aqui no Brasil nós temos a grande vantagem competitiva florestal, como vocês vêem o cenário das empresas de painéis aqui no Brasil? Dada esta grande quantidade que está entrando pelas empresas, elas tendem a se tornarem exportadoras? A gente pode ver, no futuro, empresas de fora investindo aqui para suprir o mercado internacional? E a visão de vocês hoje sobre o mercado internacional de painéis.

José Antonio Goulart de Carvalho:

Eu acredito que sim. É evidente que o mercado de painéis é um pouco diferente, vamos fazer uma analogia ao segmento de papel e de celulose, por uma questão física. Mas a gente vê que o Brasil, dia após dia, vem se tornando, cada vez mais, um *player* do ponto de vista internacional importante na produção de papel e celulose, justamente por essa vantagem que o País tem para produção de floresta. O eucalipto cresce aqui com em nenhum outro lugar do mundo.

No segmento de painéis, fazendo uma analogia, a gente pode, sim, imaginar um crescimento por conta dessa vantagem florestal. É evidente que alguns tipos de painéis são menos exportáveis; por exemplo, os painéis de MDP que apresentam certa dificuldade pela questão de frete para exportação. Já os painéis de MDF – e principalmente os painéis finos – podem ser exportados, e o Brasil, de fato, pode se tornar uma base importante para produção de painéis em termos mundiais.

Felipe Ruppenthal:

OK. Obrigado.

Ana Paula Martins, Corretora Souza Barros:

Bom dia, parabéns pelo resultado. Eu queria saber se vocês têm interesse em aumentar o *free float*, a participação das ações no mercado para este ano. Obrigada.

José Antonio Goulart de Carvalho:

Sem dúvida nenhuma. A gente tem procurado se aproximar, aumentar a nossa exposição ao mercado; contratamos, no final do ano passado, a Ágora como o nosso *market maker*, sem dúvida nenhuma, esta é a nossa intenção.

O que de certa forma acontece é que o grupo controlador da Empresa tem um pouco mais de 20% da Empresa. O restante está na mão de terceiros, mas esses terceiros, em grande parte, detêm quantidades expressivas, são grandes fundos, e talvez estejam esperando uma valorização maior das ações para disponibilizarem no mercado. Mas a nossa intenção é, de fato, trabalhar e aumentar tanto o volume de negócios quanto o *free float*.

Ana Paula Martins:

OK. Obrigada.

Operadora:

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao Sr. José Antonio Goulart de Carvalho para as considerações finais. Sr. José Antonio, pode prosseguir.

José Antonio Goulart de Carvalho:

Gostaríamos de encerrar esta teleconferência com uma mensagem semelhante àquela que utilizamos na abertura: a Companhia vem registrando resultados crescentes, bem planejados; e possui, como nós procuramos demonstrar ao longo desta apresentação, uma estratégia específica e diferenciada dos demais concorrentes. Nós temos uma estratégia para cada um dos segmentos de mercado em que nós atuamos.

Desta forma, nós podemos dizer que nós estamos em uma situação mais defendida, de certa forma menos dependente das variações de mercado, das flutuações de mercado, com resultados muito mais previsíveis. Entendemos que nossas ações têm uma expressiva margem potencial de valorização, portanto representando uma boa oportunidade.

De forma geral, finalmente agradecemos a todos que participaram desta nossa teleconferência. E acho que no último slide do site tem o nosso nome, o nosso e-mail etc., e nós estamos absolutamente à disposição se houver outras questões que quiserem formular depois.

Muito obrigado a todos.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência de resultados da Eucatex está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.