

Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da American Banknote para discussão dos resultados referentes ao 2T07.

Estão presentes hoje conosco os senhores Sidney Levy, Diretor-Presidente; Sylio Ferreira Swerts, Diretor Financeiro; e Carlos Affonso D'Albuquerque, Diretor de RI da Companhia.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Logo após as perguntas dos analistas, iniciaremos a sessão para jornalistas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando *0.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet via *webcast*, podendo ser acessado no endereço www.abnote.com.br/ri, onde se encontra disponível a respectiva apresentação.

A seleção dos slides será controlada pelos senhores. O *replay* deste evento estará disponível logo após o encerramento.

Lembramos que os participantes do *webcast* poderão registrar antecipadamente no *website* perguntas a serem respondidas durante a sessão de perguntas e respostas.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da American Banknote, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis.

Considerações futuras não são garantia de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros, e portanto dependem de eventos que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da American Banknote, e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Sidney Levy, Diretor-Presidente. Sr. Levy, pode prosseguir.

Sidney Levy:

Bom dia, pessoal. Muito obrigado por estarem hoje aqui conosco, na nossa conferência dos resultados do 2T. Eu vou, como sempre, dar uma passada nos slides, que eu espero que vocês tenham aí, com vocês.

Primeiro, nesse 2T, nós temos alguns números que nós estamos muito satisfeitos, e o primeiro deles é que nós chegamos ao EBITDA de R\$31,1 milhões nesse trimestre. Nós, ano passado, vínhamos com um máximo de R\$29 milhões, no 1T nós chegamos a chegamos a R\$30 milhões, que foi um recorde, e agora nós chegamos a R\$31,1 milhões, que é um número que a gente estava perseguindo realmente.

A nossa margem chegou a 28,2%. Só para vocês terem uma comparação, ano passado foi 27%, então nós continuamos a subir nossa margem.

Esses números só foram possíveis porque nós conseguimos fazer um *turnaround* na divisão de serviços gráficos, que começou a mostrar resultados melhores do que a gente vinha alcançando, demonstrando aí que as medidas que a gente tomou deram certo. Eu vou, mais tarde, detalhar um pouco melhor isso.

Um outro fato relevante nesse trimestre foi que nós voltamos a uma margem líquida que a gente estava esperando, de 18%. No 1T, não sei se vocês se lembram, essa margem líquida tinha caído, porque nós não tínhamos conseguido pagar os juros sobre patrimônio líquido. Então, nós voltamos aos 18%, como a gente tinha prometido.

E, com isso, nós chegamos a um semestre com o EBITDA de R\$61,5 milhões, uma receita líquida de R\$220 milhões, e uma margem líquida de 16,7%. Esses são números superiores aos que a gente tinha alcançado nesse mesmo semestre do ano passado.

Ainda nos *highlights* desse trimestre, a gente comprou uma empresa argentina, que é a líder do cartão magnético e telefônico na América Latina. A gente ainda não fez o *closing*, a gente vai convocar uma assembléia essa semana, e a gente está agora esperando o *closing* para 1 de setembro. Mas já temos uma equipe grande lá trabalhando, estamos muito otimistas com esse passo.

Nós também, como eu já havia anunciado antes, assinamos o contrato com o Banco do Brasil. Nós já assumimos as operações, agora, no final de julho. Evidentemente que um processo desse tipo você começa com os custos deles, você está operando com as pessoas deles, no lugar deles; conseqüentemente, as margens são mais baixas na entrada. Nós esperamos até o final do ano ter trazido todos esses ativos para nossas próprias operações, e aí começar a ter a margem que nós temos nas nossas operações.

Então, isso também foi um passo muito importante. Nós, com o Banco do Brasil, também assinamos nosso primeiro contrato de venda de cartões *smart*, faz parte do escopo do processo, que também é um fato, para nós, muito relevante.

Nós pagamos agora, nesse 1S, R\$0,2174 por ação, que é, aproximadamente, 30% do lucro líquido que nós alcançamos, e, com isso, nós então estamos dentro da meta que nós nos propusemos a pagar, 30% do lucro líquido.

Nós fechamos o semestre com um caixa líquido relevante, de aproximadamente R\$50 milhões, o que nos prepara para os próximos passos que a gente quer dar.

Então, esse mais ou menos é o resumo do que aconteceu no trimestre com a empresa. Eu vou passar para a segunda parte, que é a parte dos cartões.

O resultado em cartões, com o EBITDA de R\$16 milhões nesse trimestre, é superior ao trimestre do ano passado, e no semestre, superior 13,5% ao que aconteceu no ano passado.

E aí, a pergunta que nós estamos ouvindo incessantemente desde que publicamos o resultado é: como pode o volume de vendas do cartão só ter aumentado 1,5% nesse trimestre, ou 1,9%, quando ele vinha aumentando a taxas bem mais altas nos trimestres anteriores?

Aí nós temos um dilema muito difícil de resolver, que é como é que nós vamos explicar isso em detalhes a vocês sem entregarmos para a nossa concorrência, que está na linha,

os nossos custos, os nossos preços. Então, nos trouxe uma situação muito difícil para explicar isso aí, mas eu vou tentar, de qualquer maneira.

A primeira questão é que existe, como a gente já vem dizendo há bastante tempo, uma mudança na proporção no nosso negócio, entre os cartões bancários e telefônicos. Nós, nesse trimestre, especificamente, caímos de 76% no trimestre passado para 72% nesse trimestre. É uma mudança que aparentemente é pequena, mas que tem um efeito grande, porque são mercados com preços, margens e custos, principalmente, muito distintos entre si.

Quando nós vemos a questão do volume, apesar de no trimestre o aumento foi de 1,9%, no semestre, que nós achamos que é mais significativo, foi de 7,7% o aumento do lucro; que é resultado de um aumento diferente entre os dois tipos de cartão: o telefônico cresceu 6,5% e o bancário cresceu 11%.

Essa tendência, no trimestre, se radicalizou, por isso que deu 1,9%. O cartão telefônico, no trimestre, caiu 2%, e o cartão bancário, no trimestre, cresceu 13%. Quando você coloca isso naquelas proporções, dá aquele número, e aí a pergunta que vem é "Ah, meu Deus, então o cartão telefônico começará agora uma queda dramática?", alguma coisa assim. A gente não acredita nisso, a gente analisou o assunto cuidadosamente, e, sinceramente, não vemos o menor indício disso.

Sim, temos confiança e certeza, praticamente, que o crescimento do cartão telefônico será menor do que o bancário, e será menor que os 10%; o que a gente acredita há muito tempo. Houve uma pequena mudança, por exemplo, no perfil do que é o telefone celular pré-pago sobre o total: nós tínhamos no ano passado um número de 85%, e esse ano está em 81% - o que até nos ajuda um pouco na questão das contas, porque eu também faço contas telefônicas lá no outro lado do meu negócio.

Mas o crescimento da própria base de telefone celular não será o que era antes, eu tenho dito isso claramente há um ano, todo trimestre eu tenho dito isso. O crescimento do cartão telefônico não será o que foi no passado. O 2T06 foi espetacularmente alto, absolutamente nos surpreendeu, a gente pensou "Como pode isso estar acontecendo?". E agora o resultado está aí: quando a gente compara os dois trimestres, ficou 2% abaixo.

A gente não acha que é uma tendência, a gente acha que o número que mede o que está acontecendo no nosso *business* de cartão é o número do semestre, que é um aumento de volume no cartão telefônico de 6,5%, e um aumento no cartão bancário de 11%. A gente acha que esse é um número indicador de tendência.

O EBITDA, que no semestre tem um aumento de 3,5%, por que nós não vamos conseguir? Por quê? Nós aumentamos - e aí eu me empenho de colocar um valor absoluto, para vocês entenderem: um aumento de R\$1,75 milhão nos cartões bancários, que é muito significativo. Cartão bancário está com um desempenho espetacular, e essa questão dos volumes do cartão telefônico nos levou a uma queda no valor absoluto no cartão telefônico.

A margem, que é a outra questão: a gente fez uma puxada da margem dos cartões desde o início do ano passado, quando a gente... Isso foi em outubro. De trimestre a trimestre, e eu vou repetir os números para vocês: no 1T de 2006 foi 33,2; no 2T, foi 33,9; no 3T, foi 34,1; no 4T, foi 31,5; no 1T07, foi 33,3; e agora foi 33.

Então a nossa conclusão é que não existe uma tendência. Esse é um número que varia ao redor de um número de 32,5, 33; e no semestre foi de 33,5 para 33,2.

Então, nós também não vemos aqui nenhum motivo de nervosismo, e queremos ainda avisar vocês que isso continuará sofrendo transformações grandes, e a próxima, que já vai acontecer no último trimestre desse ano, quando nós entrarmos no cartão *smart*, ele tem um preço de venda mais alto e tem uma margem mais baixa, mas deixando, acreditamos nós, em valores absolutos, mais do que hoje nos deixa o cartão magnético.

Então, esses números estão em permanente mutação. Acreditamos que, embora os analistas, a maioria deles, tenha feito uma análise maior do que essa para o resultado, o nosso EBITDA de R\$16 milhões nesse trimestre, e de R\$33,5 milhões no semestre, para nós é um número satisfatório.

Essa é a nossa análise, e eu tenho certeza que depois vocês vão conversar mais sobre isso.

Nós tivemos um pequeno aumento do preço médio, que não é uma recuperação de preço, é simplesmente um resultado no *mix*; não é que eu estou montando nesse preço, eu estou com a mesma pressão de preço que eu sempre tive, mas o *mix* é marginalmente diferente dessa pequena mudança do preço médio, certo?

O que é importante para nós é segurar que a margem global do nosso *business* vá ao nível de 33%. É uma tarefa complexa, é uma tarefa bastante complexa, é um *business* bastante competitivo. Nós não vamos chegar agora a 35% ou 36%, isso não vai acontecer, então o nosso trabalho é segurar esses 33%, e eu acho que nós temos todas as condições do mundo de segurar isso.

Então, esse é o movimento do cartão. Eu vou passar para os Sistemas de Identificação.

Sistemas de Identificação está dando show. Nós não temos nem palavras, nós estamos muito satisfeitos. A gente fez uma estratégia e esperou que ela desse resultado, e o resultado foi muito acima do que a gente esperava. A gente está trabalhando com produtos de preço médio mais baixo, mas com isso conseguindo aumentar a margem global do *business* de maneira muito significativa.

Nesse trimestre, nós saímos de uma margem de 32% para 34,1%, que é, sinceramente, muito acima do que a gente esperava. A gente esperava um ponto, e deu 2,1% na margem, que é bastante.

Por isso, nesse trimestre, agora, o EBITDA... O ID, do nosso EBITDA total, é 36,3%. Nós temos nesse *business*, nesse momento, muita atividade, a gente tem muitos estados estudando a adoção da carteira de identidade com o uso do *fingerprint*, e uma base de dados automática para a captura de *fingerprint*, que é o nosso produto que causou esse aumento.

E nós estamos extremamente animados com esse negócio, porque viemos de uma etapa muito difícil. Nós também ganhamos, no leilão eletrônico, o título de carteiras de trabalho, que era durante muitos anos feito pela Casa da Moeda. Agora abriu um leilão, e nós ganhamos esse pedido, estamos começando a fazer isso agora.

Então, esse *business* foi muito bem nesse trimestre e muito bem neste ano, e existem muitas possibilidades para o futuro.

A área de serviços gráficos, na próxima página, foi, nesse trimestre, talvez a nossa maior alegria. Como vocês se recordam, trocamos tudo mesmo, em 1 de janeiro começamos

com um *management* novo. Tomamos muitas medidas, levamos uma paulada no 1T, com números abaixo do que a gente esperava, e agora começa uma recuperação, e uma recuperação que é no local que a gente gosta mais, que é no volume, que é *market share*. Ou seja, a gente começou a recuperar o nosso *market share*, o mercado também se aqueceu, é fato, então nós tivemos um EBITDA muito acima do mesmo trimestre do ano passado.

E no ano, no semestre, nós fizemos igual ao ano passado, apesar da pancada que levamos no 1T. Então, nós conseguimos recuperar, e nossa estimativa é que o resultado deste ano será superior ao do ano passado, e isso é um motivo...

Esses números não indicam ainda a mudança da planta, que é um negócio em que a gente está trabalhando e está construindo, então acreditamos que o cenário é muito positivo para o futuro.

Esse resultado nas três divisões também reforça uma tese que eu tenho há muito tempo batido, que é a necessidade de nós termos as três divisões. Nos momentos negros da gráfica e nos momentos de grande alegria da área de cartões, eu ouvi muitas sugestões, dizendo "Puxa, por quê vocês ficam carregando essa gráfica, enquanto o cartão é o negócio da empresa?", etc., e nós não gostamos dessa análise.

Nós temos que ter as três divisões, o nosso *business* é muito competitivo, e, com isso, tendo um portfólio você pode lutar melhor nas áreas e compensar eventuais *short terms* que você vai acabar tendo. É do nosso negócio, aqui e ali; os *mix* mudam, volumes mudam, tem concorrentes todos os dias, e é assim que a gente vive.

Entrando agora na área dos gráficos, vocês primeiro vêem os gráficos do cartão. O mais importante para nós aí é que no ano passado nós tínhamos uma margem... Acabamos o ano de 2006 com uma margem EBITDA de 33,1%, e esse ano estamos, no semestre, com 33,2%; então, nós estamos tendo êxito em segurar essa margem nesse ponto, que é um assunto muito relevante para nós, e o crescimento do semestre, em volume, foi 7,7%, a receita foi 4,6%, e o EBITDA foi 3,5%.

Esse número vai melhorar com a entrada do Banco do Brasil, de uma maneira escalonada, e vai se transformar com a entrada dos cartões inteligentes no final do ano. E vai se transformar de novo quando conseguirmos botar aquele aspecto aqui dentro.

Então, esses são os números em mudança, em evolução. A nossa luta é manter o 33%, manter o nosso *market share* de pelo menos 40% das unidades vendidas no país.

Indo para frente, na área de ID, vocês vêem aí que na margem do ano passado nós acabamos com 32%, e esse ano nós estamos com 34,1% no semestre, e no trimestre chegamos a 34,9%, que foi um espetáculo.

A receita está subindo bem, o EBITDA está subindo 16,8%, que é um número muito, muito bom. A gente está muito feliz, e acreditamos que vivemos um momento bom.

A gráfica, então, vocês vêem aí basicamente um número semelhante ao dos passados. Se vocês pegarem o do EBITDA, por exemplo, em seis meses nós fizemos R\$6,4 milhões; ano passado nós fizemos R\$13 milhões. Então, nós achamos que este ano vamos fazer algum número melhor que R\$13 milhões, e pior que \$18 milhões, que foi o do ano retrasado. 2005 foi o melhor ano até hoje. Nós vamos trabalhar em um número superior a R\$13 milhões, talvez 10%; vamos ver. E isso, então, é o sinal dessa recuperação.

Na área de... Um *breakdown* da agenda; nós estamos fechando o semestre com R\$221 milhões, precisamos dobrar isso para uns R\$440 milhões, e nós achamos que vamos no mínimo a R\$450 milhões este ano, ou um pouco acima disso. É mais ou menos nossa estimativa.

O *breakdown* está se mantendo – 45%, 29% e 26%. Achamos que ele vai ficar por aí, cremos que isso não vai se alterar, daqui até o final do ano.

Na performance global, nós temos um aumento de EBITDA de 7,7%; a nossa meta é chegar a um mínimo de 10%, e a gente acredita que vai conseguir, em relação ao ano passado, que isso vai melhorar.

A margem EBITDA no semestre ficou 27,8%, nós fechamos o ano passado com 27%, e neste trimestre tivemos 28,2%. Estamos segurando aí.

A margem líquida foi 15,9% ano passado, e nós ficamos com 16,7% no semestre. Achamos que também pode ficar por aí, que dá, e também cumpre a nossa meta de ganhar um ponto a cada ano.

Os desafios nas nossas mãos são muitos. Nós temos que implementar esse contrato do Banco do Brasil, é um contrato muito lento, e acredito que seja o maior contrato de cartão do Brasil, e nós temos que operar dentro da área do Banco do Brasil em Brasília e trazer isso, tanto os ativos quanto os (...), tudo para a nossa operação em São Paulo, sem *disruption* do serviço.

Então, é um assunto complexo. Quanto mais cedo nós conseguirmos trazer para a nossa operação, mais dinheiro a gente vai ganhar, e isso é uma execução complexa que a gente está trabalhando neste momento.

O segundo desafio continua ao ser o problema do Correio Híbrido, que é outra pergunta que nós recebemos *non-stop*. E eu vou dar para vocês um resumo do que aconteceu neste último ano em relação a isso. Se vocês se recordam, há exatamente 90 dias nós fomos surpreendidos com uma carta do presidente dos Correios pedindo 90 dias de adiamento para a assinatura do nosso contrato. A gente ficou meio desapontado, fomos conversar com ele. Esses 90 dias se encerraram na última sexta-feira. Ele, aparentemente, está confirmado no cargo, eu estive pessoalmente conversando com ele.

A boa notícia aí é que nós somos sócios do Correio Italiano. E o Correio Italiano é uma empresa do Governo Italiano, que acionou o embaixador da Itália no Brasil para trabalhar conosco, na tentativa de identificar o que vai acontecer. Bem, o embaixador da Itália no Brasil esteve com uma autoridade do altíssimo escalão, eu não estou autorizado a dizer quem é, mas é uma pessoa extremamente poderosa no Brasil, e ela praticamente disse para o embaixador que está preparada para autorizar a assinatura do contrato nos próximos dois meses.

Nós ficamos, com isso, muito otimistas. Então nós temos, por um lado, uma alta autoridade nos dando um incentivo, o Presidente dos Correios nos disse pessoalmente que pretende assinar isso mais para o final de setembro.

Por outro lado, nós temos no Procurador no Ministério Público um indivíduo que está dizendo: “Não, vamos adiar isso, vamos analisar mais”, e tal. Então, nesse momento, nós vivemos nesse dilema. Se isso fosse um termômetro, no trimestre passado estava muito frio, estava quase desistindo, pensei em tomar medidas judiciais. Agora eu estou mais

otimista, bastante mais otimista. Mas eu ainda não tenho uma posição firme para vocês. Essa é a questão, o resumo dessa ópera, essa ópera italiana.

Então, eu ainda não tenho essa posição. Eu espero uma posição, nós temos uma nova reunião, nessa quinta-feira, em Brasília, e existe essa questão do Poder Executivo, do Ministério Público, e aí nós não sabemos bem como isso vai evoluir.

Mas estamos hoje, nesse termômetro, muito, muito mais quente do que estávamos 90 dias atrás. Nesse ano, não vai existir nenhum tipo de efeito no nosso P&L. Se isso for assinado até setembro, nós vamos pegar os nossos R\$50 milhões em *cash* e vamos usar nisso, para montar essa estrutura, pelo menos o início dela, ainda esse ano.

O outro assunto relevante, a reestruturação da divisão de serviços gráficos. Nossa obra está começando agora. O *management*, acredito, está acertado; nós fizemos, inclusive, algum investimento em equipamentos nesse trimestre, para dar conta do que está vindo por aí nesse contrato que a gente ganhou, nós aí estamos bastante otimistas.

O desenvolvimento da estrutura para a produção do *smart card*, nós já temos o nosso primeiro pedido, nós já adquirimos as máquinas, as máquinas estão chegando aí. Nós estamos, nesse momento, fazendo a homologação com a Visa, com a Mastercard e com as operadoras de telefone celular, especialmente concentrando com a Oi, que tem um SIM Card bastante sofisticado, que a gente está trabalhando muito para pegar, que é a homologação sem a qual não existirá pedidos.

E o último desafio é acabar a operação do prospecto, nós estamos esperando o *closing* para o mês de setembro, e absorver prospectos aqui dentro, para a nossa cultura gerencial; existe uma diferença cultural muito grande. Nós somos uma empresa – eu gosto de acreditar – muito objetiva, estamos encontrando uma certa complicação lá, e isso vai nos dar um trabalho grande. Nós estamos, de algumas maneiras já sentindo esse problema cultural, mas nós temos isso para resolver até o final desse ano, para a gente entrar no ano que vem redondo e poder fazer outras expansões.

Em suma, nós estamos, esse ano, com duas metas, que foram definidas desde início do ano, que são: crescer o nosso EBITDA em dois dígitos e construir, simultaneamente, uma nova plataforma, com mais tecnologia, espalhamento geográfico, e nós, acredito, estamos cumprindo isso, entregando isso até o momento.

E eu, então, fico à disposição de vocês para as dúvidas que vocês porventura tenham. Muito obrigado.

Carlos Eduardo Martins, Credit Suisse:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira é com relação ao ID. Como vocês falaram, tem diversas frentes de estar produzindo a carteira de identidade em alguns outros estados. Primeiro, eu queria saber quais estados vocês estão vendo isso mais no curto prazo, possibilidades de já ter assinado algum contrato; e em que estágio estaria a questão da licitação.

E a segunda pergunta seria com relação à parte do *print management*. A gente viu já que teve uma elevação de margem bastante relevante já em função das medidas que vocês começaram a implementar para reestruturar todo o negócio. Mas eu queria saber até onde essa margem pode ir, principalmente quando vocês fizerem a estruturação, a parte da planta, e quando que isso seria, efetivamente, implementado. Obrigado.

ABNote:

Carlos, é o seguinte: a primeira pergunta eu não vou te responder. Eu não vou te responder, porque é uma concorrência muito intensa; todo mundo quer saber onde a gente está trabalhando. Existirão concorrências públicas. Mas antes da concorrência entrar em campo, é um trabalho legítimo que a gente faz de mostrar o nosso *site* para as autoridades que estão preparando os termos da concorrência. Então, eu não quero dizer para o meu concorrente onde eu estou, estou certo?

Então, eu acho que eu estaria fazendo um desserviço aos meus acionistas se eu dissesse isso para você. Então, eu vou me furtrar, tem uns três ou quatro, tem uns dois bastante grandes, então a gente está, por isso, animado. Mas infelizmente eu não vou lhe dizer onde eu estou.

A segunda pergunta, os serviços gráficos, nós já tivemos uma margem de 15% de EBITDA no serviço gráfico. Nós acreditamos que temos todas as condições de ter 15% quando tivermos a fábrica nova. A fábrica nova vai ficar pronta em abril do ano que vem.

Então, mais ou menos, é isso que eu posso te dizer. Eu acho que a nossa luta, tem uma luta de curto prazo, que é manter esse bicho aí em 13%. OK? Então essa luta é agora no 3T, no 4T e no 1T08, e depois, gradativamente a gente vai puxando, como sempre acontece com o nosso *business*, no primeiro momento, como vai acontecer com Banco do Brasil, e tal, a margem é menor no início do movimento, porque parte da nossas qualidade, digamos, é ir sabendo buscar aquele adicional de margem na medida em que você vai rodando. Então a gente, para responder de uma maneira (...) eu espero chegar a 15% no ano que vem.

Carlos Eduardo Martins:

Está certo. Obrigado.

Operadora:

Gostaria de passar a palavra para a Companhia para suas considerações finais.

Sydney Levy:

Bem, pessoal, eu queria agradecer de novo a vocês. Nós estamos abertos a qualquer dúvida que surja a qualquer momento. Nós fizemos uma pequena mudança na nossa organização nesse último mês, nós estamos promovendo Carlos Affonso para dedicação exclusiva a Relação com Investidores.

Nós fizemos isso por duas razões. A primeira é que a área financeira, que o Sylio dirige, está com uma sobrecarga grande, com a nossa expansão agora para a Argentina, então eu acho que está trazendo uma sofisticação grande aqui na empresa, está necessário, então estamos concentrando isso nele.

Estamos também sentindo que a nossa necessidade de ter um contato permanente exclusivo com os investidores é uma coisa que veio para ficar. Então, nós promovemos o Carlos Affonso, aí inclui uma outra promoção que nós tínhamos feito em janeiro, de um diretor geral para a gráfica, e a nossa Diretoria agora ficou com seis pessoas, inclusive comigo. Saímos de quatro, no ano passado, para seis. É um aumento grande, mas nós acreditamos que é um bom investimento para a empresa, estamos com essa sensação. Nós temos, nesse momento, projetos que talvez nunca tenhamos tido, projetos

complexos, e temos que continuar entregando esses números a cada trimestre, e completar essa infra-estrutura de mais tecnologia que a gente está construindo nesse momento.

Eu acho que é só. Estamos vivendo eu acho que um bom momento, um momento também de muita necessidade de deliberação e investimentos, e estamos aqui fazendo o que os nossos acionistas estavam esperando.

Qualquer dúvida, estamos à disposição, Affonso, Syllo e eu. Muito obrigado, e até a próxima.

Operadora:

A teleconferência da ABnote está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.