



Local Conference Call
Marfrig Global Foods S.A.
Resultados do 1T18
15 de maio de 2018

Operadora: Boa tarde senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Marfrig Global Foods S.A., para apresentação e discussão dos resultados referentes ao 1T18.

O áudio dessa teleconferência está sendo transmitido simultaneamente pela Internet no endereço: www.marfrig.com.br/rj, onde também se encontra a respectiva apresentação em PowerPoint para “download”.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

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

Considerações futuras não são garantias de desempenho. Envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar os resultados futuros da empresa e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaria de passar a palavra ao Sr. Martin Secco – CEO da Marfrig Global Foods. Por favor, Sr. Martin, pode prosseguir.

Sr. Martin Secco: Obrigado, bom dia a todos. Gostaria de agradecer por mais uma apresentação que nós vamos fazer para vocês sobre o resultado da Marfrig Global Foods. Hoje falaremos sobre o resultado do 1T e também atualizaremos vocês sobre a estratégia da companhia.



Comigo está Eduardo Miron, nosso DRI e CFO global. Por favor gostaríamos que fossem para o slide número três. Na área estratégica o destaque foi a decisão e posterior anúncio no início de abril da aquisição do controle da National Beef, a quarta maior processadora de carne bovina dos EUA. Com essa transação uma redirecionamos o foco da Marfrig para o core em bovinos.

Com esse redirecionamento estratégico entendemos que deveríamos acelerar ainda mais nosso processo de desalavancagem. Para isto decidimos e comunicamos juntamente com essa aquisição o início do processo da venda da Keystone Foods.

No que tange ao desempenho operacional o destaque do 1T18 foi a receita líquida da Marfrig, uma expansão de 24% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho é explicado principalmente pelo crescimento de 42% do abate da divisão beef que totalizou 887.000 cabeças no trimestre.

Destaco ainda o maior volume de exportação, o que no caso de carne in natura só registrou alta de 67% na comparação com o 1T17. Essa importante expansão refletiu os esforços da companhia em maximizar suas vendas no mercado externo frente a um ambiente complexo no mercado doméstico brasileiro, do qual comentarei com mais detalhes mais na frente na apresentação.

Por fim, fechamos os destaques comentando que o Ebitda ajustado da divisão foi 30% superior ao mesmo período de 2017.

No slide quatro farei um pouco sobre onde estamos nesse movimento estratégico. Sobre a venda da Keystone apesar de ser fato público é um processo confidencial, e não posso entrar em detalhes neste momento. O que posso compartilhar com vocês é que temos um forte interesse por parte dos investidores dentro de nossa expectativa para um ativo dessa qualidade. Seguimos trabalhando e confiantes de que poderemos finalizar esta negociação no curto prazo.

Em relação à National Beef o objetivo é concluir o plano de integração que contempla em diversas frentes: operacional, contábil, financeira, planejamento e comunicação. Ressaltamos a natureza complementar dessa aquisição, ou seja, não esperamos nenhum tipo de mudança na estrutura da National Beef. A integração para nós se baseia na busca de oportunidades e como estaremos reportando a empresa em conjunto com a Marfrig a partir do resultado do 2T.

Com relação à disciplina financeira apenas queria reforçar uma vez mais nosso compromisso em negociável de redução de alavancagem. Com a finalização das operações



deveremos iniciar uma nova fase do processo de liability management da empresa. Além disso, uma vez concluídas essas etapas trabalharemos na atualização e reestruturação do plano estratégico de longo prazo que esperamos compartilhar com vocês no médio prazo.

Passando para o slide cinco queria comentar sobre o mercado de bovinos do 1T do ano. Conforme observado no gráfico superior à esquerda do slide, o abate de bovinos no Brasil e o Uruguai, países nos quais a Marfrig tem produção, totalizou 6,4 milhões de cabeças, alta de 4,5% na comparação com o 1T do ano anterior. Esse aumento é explicado pelo positivo momento do ciclo do gado no Brasil e um verão menos chuvoso no Uruguai, o que alterou as condições de pastagem acentuando a oferta de gado para abate.

A evolução do custo de gado nos países conforme demonstrado no gráfico inferior à esquerda refletiu esses movimentos.

A exportação por sua vez cresce 20% entre os dois períodos. No caso do Brasil o volume exportado foi 21% superior ao 1T17, sendo que o preço médio da venda ficou praticamente em linha entre os períodos. Esse movimento mais direcionado ao mercado externo além de favorável o cenário global também é explicado pelo acirramento da competição entre proteínas no mercado doméstico brasileiro, em especial com carne de frango, em função da suspensão temporária de algumas plantas para vendas ao mercado externo.

Como podem observar no gráfico inferior à direita a tendência do preço da carne bovina que vinha acompanhando a dinâmica do preço do gado sofreu maior pressão de queda ao longo do trimestre principalmente no que tange aos cortes de dianteiro.

No slide número 6 comentarei sobre o resultado da divisão beef. O abate da Marfrig foi de 887.000 cabeças, alta de 42% comparado com mesmo período do ano anterior, destacando-se a expansão de 50% dos abate no Brasil em função da estratégia de readequação de seu parque fabril para capturar o positivo ciclo do gado, bem como o atendimento da crescente demanda a nível global.

O crescimento de 12% do abate do Uruguai aproveitando-se da maior oferta de animais nos períodos. O maior volume de vendas compensou o menor preço médio da divisão, levando o forte crescimento da receita líquida que atingiu R\$ 2,9 bilhões no 1T de 2018, 44% acima da registrada no mesmo período do ano anterior.

Ambos os mercados apresentam crescimento relevante com destaque para a receita do mercado externo que expandiu 60%. No mercado interno registramos crescimento na ordem de 30% na comparação com o 1T17.



Em relação ao preço médio do mercado interno o mesmo foi afetado pela maior oferta e competição entre as proteínas, e também pela forte contração do preço de subprodutos como couro, farinhas, etc.

No 1T18 o lucro bruto atingiu 358 milhões, crescimento de 37% em comparação com mesmo período do ano anterior. O maior volume de vendas e os melhores preços de exportação foram parcialmente compensados pela contração das margens no mercado doméstico brasileiro. Já o Ebitda ajustado totalizou 190 milhões com alta de 30% na comparação anual.

No slide 7 queria comentar um pouco mais sobre o perfil das vendas da divisão na categoria de produtos in natura. Essa categoria de produtos apresentou forte crescimento em ambos os mercados, em especial no mercado externo, alta de 67%. Essa performance foi materialmente acima da média registrada em ambos os países de 20%. Tal performance acompanhou o sucesso no aumento da capacidade de abate brasileiro.

Também é necessário destacar que no momento onde o Brasil desponta negativamente no cenário internacional no tocante às exigências sanitárias, a manutenção e conquista de novas habilitações foi fundamental, e continuamos nesse processo tanto Brasil como o Uruguai. As expectativas são positivas. Estamos em processo de habilitação de novas unidades no Brasil para o Oriente Médio, China e Europa e da mesma forma o Uruguai para o Japão.

Não menos relevante, os volumes destinados ao mercado interno apresentam crescimento de 49%, e nesse mercado cabe especial detalhamento. Nesse 1T, um ingrediente diferente: além dos desafios recorrentes como redução do consumo dada a pressão das despesas extras como escolas, impostos, sobre o orçamento das famílias, com maior oferta de proteínas em destaque para a carne de frango. A relação de preço entre as proteínas bovina e frango se distanciou consideravelmente, e por consequência a houve maior competição.

De forma a mitigar os efeitos desse cenário altamente desafiador buscamos potencializar os canais de food service e varejo impulsionados pelas marcas Bassi e Montana, que no trimestre representaram 54% do nosso volume de vendas no mercado doméstico, e não paramos por aí. Continuamos apostando fortemente nesses canais de marcas.

Passo agora a palavra para Eduardo Miron.

Sr. Eduardo Miron: Obrigado Martin. Antes de começar eu queria só chamar a atenção de que a Keystone, como vocês notaram, foi colocada uma operação descontinuada, então o



foco da apresentação tem sido muito mais voltado para nosso core, que é bovinos, e vamos tentar ser um pouco mais simples na discussão de Keystone, até mesmo pelo processo de venda que está em andamento.

De qualquer forma, partindo agora para o slide número 8, a Keystone começou 2018 com um trimestre sólido no que tange o volume de vendas e receitas, mas enfrentou desafios durante o período que afetaram a rentabilidade. Esses impactos foram temporários e já podemos observar uma tendência de normalização no final da segunda metade do trimestre.

Começando agora pelo lado esquerdo da página nós vemos o volume de vendas. No 1T18 os volumes foram 276.000 toneladas representando uma redução de apenas 1% no consolidado quando comparado com o 1T17. Nos EUA nós continuamos a observar o crescimento de volume nos canais food service e varejo e conveniência de 1% em ambos.

O aumento do food service foi em função do fortalecimento dos nossos clientes globais de QSR, comida rápida, na medida que eles superaram seus pares através de reposicionamento de imagem, inovação tecnológica e atividades promocionais que levaram a aumento no tráfego das lojas e dos valores médios dos tíquetes. O aumento no varejo e conveniência foi pelo lançamento de novo produto para determinado cliente, além da adição de um novo cliente no nosso portfólio.

A redução foi no canal industrial e foi resultado da substituição de um grande cliente por novos, como já tinha sido explicado num call anterior. Os volumes desses novos clientes estão ainda em fase de ramp up, de crescimento, e isso vai ser gradual entre janeiro e março, já começou entre janeiro e março e vemos isso de forma positiva.

Finalmente os volumes de subprodutos, que são a venda de partes na questão de frango, elas caíram tendo em vista o melhor aproveitamento dessas partes na produção interna, o que é uma coisa positiva, é algo positivo para o negócio.

Na Ásia/Pacífico o volume cresceu 7% em função do fortalecimento dos canais. O aumento no food service se deu pelos mesmos fatores que a gente observou no mercado americano em relação aos restaurantes de comida rápida. No canal do food service a gente vem com crescimento forte na China, Tailândia, Malásia, Austrália.

Ainda em relação agora a parte das receitas, no gráfico do centro ela encerrou com 678 milhões de dólares no 1T, aumento de 2% na comparação com o 1T17, e isso se deve ao forte crescimento na Ásia/Pacífico de 10%, que foi compensado pela redução no caso dos EUA de 2%.



Do lado direito da página o Ebitda ajustado foi de 54 milhões de dólares e a margem encerrou em 8%, representando uma redução de 17%, 178 bps na comparação anual respectivamente. E isso teve como principal fator: paradas e custos associados aos ajustes de produção das iniciativas de ramp up tanto nos EUA como na Malásia e na Tailândia, que influenciaram esse resultado.

Apesar do impacto de curto prazo essas iniciativas darão mais flexibilidade e maior eficiência operacional para a Keystone futuramente.

Então em suma, apesar da operação ter enfrentado desafios, a divisão Keystone continua entregando seus principais objetivos estratégicos, incluindo crescimento de volume com os clientes atuais, o posicionamento da Keystone como parceiro preferencial com clientes através de múltiplos canais como foi mencionado, e o aprimoramento do seu mix de produto de maior valor agregado.

Na medida em que a nova capacidade de produção nesses países como Malásia e Tailândia alcance seu potencial nós teremos melhor condição de atender as necessidades de nossos clientes e alcançar maior patamar de eficiência operacional no nosso negócio. Com isso esperamos melhora da rentabilidade dos EUA, conforme a produção interna aumentar, em substituição a produção em terceiros que nós tivemos que utilizar.

Indo agora para o próximo slide, nesse slide nove comentarei sobre o resultado combinado da Marfrig, que contempla o resultado da operação continuada, ou seja, da divisão beef, e também do resultado da Keystone Foods.

No 1T do ano o volume de vendas totalizou 615.000 toneladas, alta de 21% em relação ao ano anterior sendo que a divisão de beef foi a principal responsável por esse resultado. Na divisão Keystone destaca-se o crescimento de quase 7% no volume da Ásia direcionado por China, Tailândia e Malásia.

A receita líquida combinada cresceu 24% atingindo R\$ 5,1 bilhões, novamente direcionada pela divisão de beef, que respondeu por 57% desse total contra 49 no trimestre de 2017, 1T17.

Em relação ao Ebitda ajustado combinado da Marfrig registrou alta de 5% atingindo R\$ 351 milhões. O incremento do resultado da divisão beef compensou a menor contribuição da Keystone conforme já foi explicado.

Passando para slide 10 comentarei sobre a nova captação que fizemos em janeiro e que faz parte do contínuo processo de liability management. Mais uma vez nós fomos bem-sucedidos em atingir o objetivo de reduzir custos e estender o prazo de endividamento da



companhia. Apesar das incertezas em relação ao cenário político e econômico brasileiro nós fomos capazes de capturar a janela de oportunidade no mercado de dívida e concluímos em janeiro uma emissão de 1 bilhão em bonds com vencimento em 2025, com demanda que foi quatro vezes superior à oferta e os papéis foram emitidos a uma taxa de juros de 6,875 ao ano.

Como vocês sabem os recursos dessa nova emissão foram utilizados para a oferta de recompra dos bonds de 2018 e 19 cujo valor principal recomprado totalizou aproximadamente 280 milhões de dólares. O saldo de 2018 de 89 milhões de dólares foi liquidado na semana passada dia 9, e com a redução do preço da opção de compra do bond de 2019 proximamente em junho, a gente deve anunciar sua recompra conforme foi discutido e comentado na estratégia durante a emissão.

Nos gráficos a gente mostra a curva proforma... desculpa, a curva do novo cronograma de vencimento, schedule de pagamento dos bonds, onde a gente observa o incremento do prazo médio por essa entrada dessa nova dívida de 2025, e a média seria 5,1 anos.

Slide 11 agora ilustra o perfil da nossa dívida e alguns indicadores financeiros da companhia. Antes de iniciar meus comentários eu gostaria só de ressaltar as premissas que utilizamos aqui. No anúncio de aquisição de 51% das ações da National Beef a companhia passa a ser a controladora da empresa, o que permite que 100% dos resultados e da dívida da National Beef sejam consolidados no balanço da Marfrig.

Sendo assim, a análise que a gente apresenta aqui ela considera os dados aí sim proforma com a National Beef e o bridge loan, o empréstimo para compra da mesma, ou seja, para nós é o que mais reflete a situação atual da Marfrig.

Adicionalmente apesar da Keystone já estar desconsolidada nas demonstrações financeiras, mas como o processo de negociação está em andamento para uma melhor análise nós mantivemos os dados de Ebitda e dívida. Isso obviamente será alterado uma vez que tivermos os valores líquidos da venda da Keystone.

Bom, então voltando para a apresentação e indo agora para o gráfico na parte superior do slide quero comentar o endividamento da companhia proforma. Então a dívida totalizou 5,7 bilhões de dólares, incremento por volta de 2 bilhões em relação ao trimestre anterior sendo 1 bilhão refletido na entrada da nova emissão e 1 bilhão devido à dívida para aquisição da National Beef. Em reais a dívida bruta fica em R\$ 19 bilhões.

Destaca-se aí todavia o perfil de longo prazo da dívida com apenas 25% dos vencimentos no curto prazo, mesmo com a adição do financiamento da aquisição, ou seja, o bridge loan.



Importante mencionar que esses indicadores de prazo e custo médio são transitórios uma vez que o processo de liability management proposto em janeiro ainda não foi totalmente concluído, e pela existência do bridge loan para aquisição da National Beef, o qual será liquidado mediante a venda da Keystone Foods.

Então encerramos o trimestre com posição de caixa maior, 1,9 bilhão de dólares, essa alta em função da emissão do bond como a gente já mencionou.

Com isso a dívida líquida da companhia ficou em 3,8 bilhões de dólares e em reais a dívida líquida foi de 12,6 bilhões.

Como vocês podem observar na tabela na parte inferior do slide a alavancagem proforma medida pela relação dívida líquida/Ebitda ajustado dos últimos doze meses encerrou o trimestre 3,62x. Vocês veem que existe um pequeno crescimento em relação ao dado apresentado no anúncio da aquisição da National Beef e ele é explicado pelo fluxo de caixa negativo da companhia nesse 1T, que a gente vai falar daqui a pouquinho no próximo slide.

Para 2018 a gente espera colher os frutos da adequação estratégica da companhia chegando ao objetivo de alavancagem em torno de 2,5x. Então repetindo que nós todos da liderança da Marfrig e estamos absolutamente comprometidos em executar nosso plano estratégico para esse fim.

Finalizando mudando para o slide doze apresentamos o fluxo de caixa do trimestre da operação continuada, ou seja, a divisão beef. Então aqui é o fluxo de caixa da divisão beef apenas, que é a operação continuada da Marfrig.

Então a Marfrig registrou o fluxo de caixa operacional negativo, 45 milhões. Ele está influenciado pela sazonalidade do período, ou seja, o primeiro trimestre; o consumo de capital de giro foi R\$ 69 milhões, que reflete a normalização da conta de fornecedores em relação ao 4T. Isso é comum na indústria, onde do quarto trimestre para o primeiro trimestre existe consumo maior e postergação de alguns pagamentos para fornecedores no final do ano.

E isso foi parcialmente compensado pela queda de estoques e variação positiva de contas a receber decorrente do menor nível de atividade que acontece também no primeiro trimestre do ano.

Com relação à Capex a gente quis entrar um pouco mais em detalhes para ajudar no trabalho de vocês. O investimento totalizou 113 milhões; 57% refere-se à manutenção, 21% investimentos relacionados a ganhos de eficiência e 22% ainda relativos à finalização de alguns processos de abertura de plantas.



No caso das despesas de juros elas encerraram em 203 milhões, um incremento, incremento pontual, de 23 milhões em função da nova emissão destinada à recompra dos bonds de 2018 e 2019, que nós falamos há pouco. Então nós ficamos com essa dívida e isso aumenta o accrual dos juros e é assim que a gente mede esse fluxo de caixa.

Com isso agora eu passo a palavra para o Martin para dar continuidade à apresentação.

Sr. Martin: obrigado Eduardo. Comentarei agora sobre as perspectivas do setor para a América do Sul. Por favor no slide número 13, apresento os dados estimados para o Brasil de acordo com as estatísticas do USDA. O positivo ciclo do gado associado à melhoria da produtividade, como exemplo a maior integração entre a lavoura e a pecuária, deverá levar a um aumento de produção em relação a 2017. É esperado que essa maior oferta seja absorvida pelo crescimento da demanda, tanto no mercado doméstico como internacional, refletindo uma recuperação do cenário macroeconômico em relação ao ano anterior.

O ponto de atenção nesse cenário é o desbalanceamento pontual nas proteínas como ocorreu no 1T.

No slide número 14, falarei sobre o setor de bovinos no Uruguai. As condições climáticas adversas que o Uruguai tem enfrentado deverão levar a uma redução no gado disponível para abate em 2018 comparado com 2017. Todavia, a expectativa é que as margens permaneçam saudáveis, uma vez que as exportações deverão ainda permanecer em patamar elevado e direcionadas cada vez mais a negócios com melhor rentabilidade.

O Uruguai está em processo de aprovação de exportações de carne in natura para o Japão, um dos principais importadores de carne bovina do mundo e com preço muito atrativo. Essa aprovação é esperada para o segundo semestre de 2018.

No caso da Marfrig acreditamos ter uma posição diferenciada, aproveitando-se do atendimento via National Beef desse mercado, lembrando que a National Beef tem uma presença de mais de 25 anos comercializando carne no Japão.

No slide número 5... desculpa, no slide número 15 falarei sobre o cenário de bovinos nos EUA, só comentando que esses comentários que vou fazer agora foram feitos por Tim, o CEO da National Beef, no call em inglês.

O primeiro gráfico mostra a evolução do estoque do gado. Após um ciclo de gado negativo chegando no mínimo em 2014 os EUA deram início à reversão do ciclo do gado e a expectativa que esse período de reconstrução do estoque se mantenha até pelo menos 2020. Esse aumento consequentemente deverá levar à maior disponibilidade de gado disponível para abate conforme pode ser observado no gráfico na parte inferior do slide.



Mas porque o mercado tem a expectativa que se ciclo seja diferente, com margens mais saudáveis, o passado recente levou ao fechamento das plantas de abate que permite que um frigorífico hoje esteja operando com taxas de utilização elevadas. Adicionalmente, não vemos nenhum anúncio de entrada de novas plantas.

Diante desse cenário espera-se um ciclo positivo mais prolongado, em consequência um cenário de continuidade de margens saudáveis para os frigoríficos americanos... norte-americanos.

No slide 16 queria falar de outro ponto sumamente importante no mercado americano no que se refere à qualidade da carne. Nos EUA o governo classifica a carne com base na marmorização, ou seja, o teor de gordura. Quanto mais marmorizada melhor o sabor, e portanto o produto tem maior valor.

Prime é a classificação de carne mais marmorizada dos EUA e representa apenas 4% do abate, seguida pela classificação Choice. Como a demanda por produtos de maior qualidade veio crescendo globalmente ao longo dos anos, os pecuaristas e fazendeiros americanos vieram investindo em melhoria genética e alimentação para produzir cada vez mais produtos de maior qualidade. Conforme vocês podem observar esses produtos representam hoje 80% do abate americano.

Esse comprometimento com a qualidade é o que também diferencia nossa carne nos tornando os principais produtores a nível global.

Passando às considerações finais, 2017 foi um ano que apesar dos desafios exógenos a companhia tomou decisões importantes, e uma delas foi a retomada do crescimento na operação bovinos. No início de 2018 nos deparamos com a oportunidade de acelerar essa expansão pela aquisição da National Beef, bem como de forma estrutural um balanço da companhia via a decisão da venda da Keystone, e até que tenhamos a finalização desses processos em andamento consideramos que estamos vivenciando um período de transição, com a visão do futuro promissor.

Com a National Beef estaremos nos posicionado nos EUA, um dos maiores mercados produtores e consumidores de proteína bovina. Esta combinação de negócios dará à Marfrig um portfólio mais amplo de produtos e com melhor posicionamento para atender à crescente demanda.

Com os recursos da venda da Keystone, damos início a um novo processo de liability management e nossa expectativa é além de reduzir o endividamento bruto também ser



capazes de estruturar nosso perfil de dívida para um custo mais competitivo. Com isto esperamos atingir nosso objetivo de ser a empresa com melhor saúde financeira do setor.

Encerro aqui nossa apresentação e daremos início agora a sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta por favor digitem asterisco um, e para retirar a pergunta da lista digitem asterisco dois.

A primeira pergunta vem de Thiago Duarte, BTG Pactual.

Sr. Thiago Duarte: Olá boa tarde Martin, boa tarde Miron, boa tarde a todos. Eu queria tocar em dois assuntos. A primeira que nós já discutimos em outros calls no passado mas nesse tri chamou bastante nossa atenção, aquela linha de outras receitas e despesas operacionais que vocês tipicamente ajustam do Ebitda ajustado.

Essa linha veio bem mais alta do que a gente imaginava no tri. Se você pegar no negócio combinado ainda considerando Keystone na casa de R\$ 50 milhões e mesmo pegar na parte de Marfrig beef acho que da ordem de 25 ou R\$ 26 milhões eu queria só um pouco mais de detalhamento na medida do possível para entender como é que isso deveria... primeiro o que obviamente compõe essas linhas e como é que isso deveria vir para frente, seria muito útil.

Segundo eu queria ouvir um pouco de vocês a avaliação que vocês fazem. Martin você acabou nos teus comentários finais de comentar a decisão estratégica de acelerar o abate de bovinos no final do ano passado, vocês reativaram diversas plantas.

Eu queria só ouvir um balanço de vocês o que vocês fazem dessa estratégia. A gente vendo o resultado de vocês, o resultado de outras empresas do setor e inclusive os comentários de mercado que tem sido feito, é que o mercado foi um mercado muito apertado nesse 1T, seja pelo excesso de carne bovina talvez de cortes dianteiros no mercado doméstico.



Vocês apontaram bem na apresentação o impacto que isso teve em preço, ou seja talvez até pelo gado possivelmente pressionado em algumas praças por conta talvez a maior demanda inclusive pela Marfrig, que reativou muita capacidade.

Então eu queria ouvir um balanço que vocês fazem dessa decisão de reativar capacidade e como a que está mais ou menos, em que patamar está o abate semanal de vocês nessas últimas semanas, obrigado.

Sr. Eduardo: Thiago é o Miron. Logicamente que a gente pode entrar com um pouco mais de detalhe; mas sendo bem direto para ser simples na resposta, como a gente mudou agora a Keystone e a estratégia da empresa, nós baixamos os custos todos do IPO. Então a principal variação, são os custos que a gente tinha mantido no balanço e a gente jogou para resultado agora - mas a gente pode entrar em detalhes com você com mais propriedade.

Sr. Thiago: ok, a gente olha depois mais no detalhe; mas só aproveitando o que você interrompeu, inclusive o que a gente olha dentro de Marfrig beef, quer dizer, os custos do IPO eles estariam disseminados tanto na beef como em Keystone?

Sr. Eduardo: você está falando do resultado combinado da empresa não é isso? Então no resultado combinado essa linha de outros ela inclui tanto beef como inclui também essas despesas, onde a principal variação foi essa decisão com a mudança da estratégia e então os custos de IPO foram jogados dentro dessa linha.

Sr. Thiago: perfeito está claro, obrigado.

Sr. Eduardo: não por isso.

Sr. Martin: então para comentar a segunda pergunta de você nós tomamos essa decisão conscientes que nós tínhamos vários desafios na frente, e nós sentimos que tínhamos tido uma performance boa em muitos deles e que em alguns deles obviamente deveríamos continuar melhorando.

Mas quando começamos os desafios eram comercial, industrial, recursos humanos, investimento em equipamento para melhora de produtividade. Mas também como uma interrogante grande se essas plantas que haviam estado paradas há algum tempo podiam suportar uma atividade diária como não tínhamos planejado.

Esse primeiro ponto nós já não temos nenhuma dúvida. As plantas estão performando na capacidade que nós esperávamos. Comercialmente avançamos muito tanto no mercado interno como em alguns mercados de exportação com essas plantas. Estamos falando de mercados no extremo oriente, mercados de China, mercados da América do Sul.



Conseguir recursos humanos para operar com eficiência as plantas foi um desafio gigante. Você sabe que hoje a maior parte do parque industrial do Brasil está funcionando e portanto toda a nossa política de recrutamento e treinamento foi um desafio importante. Então estamos sumamente satisfeitos e conscientes e confiantes que a decisão foi correta e que nós vamos continuar buscando esse volume que a Marfrig determinou.

Então o desafio como você falou sim, muitos; mas também muito satisfeitos com a performance do nosso time para buscar os resultados esperados.

Sr. Thiago: obrigado.

Operadora: a próxima pergunta vem de João Pedro Soares, Bradesco.

Sr. João Pedro Soares: boa tarde Martin, Miron, boa tarde a todos. Eu tenho duas perguntas, a primeira em relação a esse ponto de bovinos Brasil. Hoje vocês já estão vendo algum ajuste de capacidade da indústria pelo menos na parte dos médios e pequenos?

E dado que, supondo que a indústria continue operando nesse nível de abate vocês acham que essa utilização que vocês estão operando hoje acima de 80% é sustentável para o resto do ano?

E eu tenho uma segunda pergunta em relação a M&A, se quiserem o pergunta depois.

Sr. Martin: nós sinceramente não temos... informação do que está ocorrendo com os concorrentes nossos. Sabemos que tem um desafio grande para todo mundo posicionar-se; mas nós, volto a comentar o que respondi à primeira pergunta que foi feita, estamos 100% confiantes em nossa decisão e nossa estratégia.

Sr. João Pedro: perfeito Martin. A segunda em relação a M&A eu já tinha levantado esse ponto no call do 4T, mas supondo um valor bem conservador para a venda da Keystone a gente ainda está imaginando a empresa rodando em uma alavancagem abaixo do target de 2,5x para o final do ano.

Agora a gente já está ouvindo alguns nomes interessantes, recentemente até a Friboi apareceu na mídia precisando de recursos; então hoje vocês veem um cenário Brasil mais convidativo para M&A? Isso está na estratégia de vocês para esse ano ainda? Ou o fato é venda de Keystone e parou o M&A para o resto do ano?

Sr. Martin: nosso foco está hoje temos três frentes muito importantes: manter nosso nível operacional, nossa eficiência operacional e depois dar conclusão a duas operações estratégicas que foram anunciadas. Obviamente o foco nosso segue sendo atender esse objetivo para o fim de 2018, ele já virão tempos que não vamos poder pensar, ver se é



tempo ou não para novas aquisições. Não temos hoje nenhum plano exceto os três que já comentei anteriormente.

Sr. João Pedro: perfeito Martin obrigado.

Operadora: a próxima pergunta vem de Luciana Carvalho, Banco do Brasil.

Sra. Luciana Carvalho: Olá pessoal boa tarde a todos. Eu queria só fazer um follow up quanto à National Beef, se tem alguma novidade no cronograma, se vocês dessem algum overview quanto à aprovação no BNDES, antitrust lá nos EUA, se estão enxergando algum risco para essas aprovações? Obrigada.

Sr. Eduardo: Luciana é Miron. Com relação à parte de antitrust já está vencida, nós estamos agora só esperando finalizar a parte de aprovação junto ao BNDES. Então esperamos que isso aconteça muito rapidamente, a qualquer momento.

Sra. Luciana: ótimo obrigada.

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Martin Secco, CEO da companhia, para as considerações finais.

Sr. Martin: Eu queria mais uma vez agradecer a todos pelo acompanhamento nesse call e ficamos à disposição de vocês se tem mais alguma pergunta ou comentário do call, obrigado.

Operadora: A áudio conferência da Marfrig Global Foods S.A. está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.
