



Local Conference Call

Marfrig Global Foods S.A.

Resultados do 2T18

15 de agosto 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 2T18.

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, e 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. Marcos Molina, Presidente do Conselho de Administração do Grupo. Por favor, Sr. Marcos, pode prosseguir.

Sr. Marcos Molina: Bom dia a todos. Antes de passar a palavra ao Martin gostaria de parabenizar a todos pelo sólido resultado da Marfrig nesse trimestre, em especial a National Beef, que demonstrou que nossa decisão de focar na proteína bovina e diversificar geograficamente para uma plataforma de produção também na América do Norte foi correta e no momento certo e também para entrar no setor, cuja perspectiva do negócio está até melhor do que a gente previa e continua sólido.



Eu lembro que o redirecionamento da estratégia também contempla a venda da Keystone e isso eu queria afirmar com certeza que nosso principal objetivo agora é concluir com sucesso a venda da Keystone. O processo segue bem avançado e devemos concluir brevemente como o Miron já comentou no call em inglês.

Vale destacar também que a Keystone é um excelente ativo que continua performando bem. Seu modelo de negócio se diferencia dos demais concorrentes no mercado pela sua estabilidade de resultados.

Aproveito ainda para ressaltar que a estratégia da Marfrig permanece a mesma e nosso compromisso com a alavancagem e disciplina financeira permanece inegociável. Quando finalizado o processo da venda da Keystone seremos a empresa brasileira com menor alavancagem no setor.

Passo a palavra agora ao Martin Secco para dar início à apresentação dos resultados do trimestre, muito obrigado.

Sr. Martin Secco: obrigado Marcos bom dia a todos, obrigado pelo interesse em participar em mais um call da companhia. Gostaria de agradecer a todos por acompanhar-nos nesse call e além de apresentar os resultados do 2T também comentaremos sobre a transação da venda da Keystone. Estão comigo aqui no call Eduardo Miron, nosso CFO global e Roberta Varella, nossa diretora de RI.

Gostaria que vocês acompanhassem no slide número três. Em abril desse ano comunicamos o redirecionamento estratégico de crescimento da companhia com foco em bovinos e com essa decisão colocamos em andamento dois grandes projetos: o primeiro que já discutimos extensamente com vocês foi a aquisição do controle da National Beef concluída agora em junho; o segundo a venda da Keystone Foods.

Como divulgamos na primeira quinzena de julho recebemos as ofertas vinculantes que foram analisadas ao longo do mês e estamos na fase de negociação. Eu sei que vocês gostariam de receber mais detalhes, mas infelizmente o que posso compartilhar com vocês até o momento é isso.

Em relação a nossas operações eu gostaria de destacar o excepcional resultado do 2T, que reflete a assertiva decisão da companhia de expandir geograficamente com foco na proteína bovina. O Ebitda ajustado proforma da Marfrig foi R\$ 918 milhões com expansão de 87% com relação ao 2T do ano passado, impulsionado principalmente pelo bom momento do setor no mercado norte-americano.



Se vocês olham no slide número 4 vocês vão ver quem é a Marfrig hoje. Com uma plataforma de produção concentrada no eixo das Américas e uma capacidade diária de abate de 32.000 cabeças de gado, a Marfrig é uma das líderes de fornecimento de carne bovina a nível global.

Nossa diversificação geográfica nos permite fornecer para os principais mercados consumidores do mundo. Como vocês podem observar o mercado doméstico dos EUA correspondeu a 62% de nossa receita no trimestre; a China considerada também Hong Kong, Japão e Europa foram responsáveis por 17% da nossa receita. Destaco ainda a forte presença que temos na América do Sul, uma das principais regiões emergentes do mundo e que representou 15% da receita no 2T.

Gostaria de passar a palavra e para o Eduardo Miron que vai dar começo à apresentação dos resultados financeiros.

Sr. Eduardo Miron: obrigado Martin, boa tarde a todos. Passando agora para a parte de resultados do 2T pelo slide número 5 aqui antes de entrarmos mais em detalhes nós teremos comentar especificamente quais são as premissas usadas para essa apresentação. Como vocês sabem estamos no meio de uma transição, integração, então existem algumas... então é importante que nós colocássemos essa pequena explicação.

Com a conclusão da aquisição da National Beef nós apresentamos os principais indicadores operacionais em base proforma, ou seja, ela considera integralmente o resultado da empresa tanto no 2T18 como 2017. Esse é o proforma.

Nós temos também em alguns locais a operação continuada. A que se refere? Se refere aos dados das demonstrações financeiras de resultado do jeito que está sendo reportado o resultado nosso, onde temos no caso a National Beef apenas a partir de junho que foi quando nós adquirimos, ou seja, tem quatro semanas de resultado apenas da National Beef nessas demonstrações que chamamos de operação continuada. Por que junho? porque foi o mês da conclusão da aquisição, e nesse dado só reforçando ele não considera... na operação continuada não considera a Keystone, nenhum resultado da Keystone e devido ao fato de ter sido uma operação já colocada como disponível para venda no 1T do ano.

Por fim não necessariamente material, mas nesse trimestre nós também tivemos a reclassificação da operação da Argentina para continuada, de novo nada material, mas apenas pauta alertá-los disso e uma vez que o processo passou um ano que foi colocado à venda temos que atender algumas regras de IFRS.

Bom, tendo falado isso e indo já para a parte da receita vocês têm esse gráfico número 6, um pequeno snapshot, um perfil da receita da empresa. Então o que acontece? Além da produção da América do Sul que anteriormente estava dentro da divisão Beef agora também



ela contém, essa divisão na parte da América do Sul, Brasil, Uruguai, Chile e Argentina, depois da aquisição da National Beef inclui também na nossa receita a operação da National Beef que nós chamamos a América do Norte.

Então temos América do Sul, América do Norte com a participação e então com o objetivo de facilitar o entendimento da dinâmica dessas regiões nós decidimos abrir as explicações de receita entre América do Norte e América do Sul, que no trimestre como vocês veem representaram 71% e 29% respectivamente da receita consolidada da empresa. Nós estendemos aqui do lado direito tudo o que as marcas, certificações, basicamente são as marcas da empresa para que vocês tenham uma ideia da qualidade da receita, da onde está vindo... uma vez que nós entendemos que é uma vantagem competitiva todas as certificações e qualificações que nós temos, diversificação dos produtos dentro do nosso portfólio.

Especificamente agora no slide número 7 nós vamos comentar a da receita líquida proforma. Como a gente comentou vocês podem observar no gráfico nós estamos utilizando três bases para demonstrar os principais fatores que levaram à variação da receita. São eles volume, preço e o câmbio. Então nesse caso no 2T a receita atingiu R\$ 9,9 bilhões, uma alta material de 21% na comparação com mesmo período do ano anterior com maior volume de vendas que contribuiu com uma variação de R\$ 1,3 bilhão e compensou o menor preço médio que gerou no caso do preço, na coluna preço, impacto negativo de R\$ 478 milhões. A depreciação do real, que é um componente que tem a ver com a conversão e as exportações que nós temos e a conversão para as operações internacionais, teve impacto positivo de quase 1 bilhão, ou seja, R\$ 929 milhões. Então essa é a composição dos 21% quebrados em três grandes blocos para melhor entendimento.

Especificamente nas regiões na região América do Norte o maior volume é explicado pela forte demanda pela proteína a nível global associada à maior oferta de gado disponível para abate. O abate da indústria nos EUA foi por volta de 6,6 milhões de cabeças, alta de 4% em relação a 17. Os fatores compensaram o menor preço de venda que seguiu a linha com a dinâmica do mercado.

Voltando para a América do Sul aqui a estratégia no caso do Brasil de reabertura das plantas para atender à crescente demanda foi afetada e compensada pelo menor volume no caso do Uruguai. Em relação voltando agora à operação brasileira a contribuição foi do maior volume de vendas, foi 53% de variação e foi parcialmente compensadas no caso do preço médio em relação ao trimestre anterior, ou seja, no mercado doméstico se observou maior oferta de carne bovina e uma acirrada competição entre proteínas.

No caso do mercado externo houve aumento de vendas para mercados de menor... uma vez que o processo de certificação para a exportação das plantas reabertas para mercados nossos continua em andamento e é um trabalho que nós estamos atacando.



Vale ressaltar que nesse mesmo cenário falando da parte de receita tivemos incremento importante de 58 milhões na receita de vendas de produtos industrializados, ou seja, o equivalente a 40% de crescimento em relação ao ano anterior, e interessante expansão para mercados premium como Inglaterra e EUA, o que só reforça o momento positivo desse mercado, o mercado americano, que é uma grande aposta da Marfrig como o Martin comentou agora há pouco, mais de 60% para aquela região e nossa exportação para lá também mostra quão saudável está isso.

Indo agora para o slide do resultado, os indicadores, de novo isso é proforma, então está lá no título do slide número 8. Destacamos aqui três principais indicadores e então no primeiro a questão da disponibilidade de gado que levou a incremento de 21% no abate em 2018 contra 2017, que foi associado a uma forte demanda a nível global que levaram à expansão de margem no período.

Falando sobre isso essa melhora é explicada pelo incremento de margem principalmente, agora indo para a parte de margem bruta, pela margem da América do Norte e direcionada basicamente pelo ciclo, o ciclo bovino na região. Reforça a mensagem inicial do Marcos sobre o timing da nossa entrada e nossa crença com relação a esse movimento que deve durar.

E pela contínua e boa performance da operação no cone sul. O cone sul que é a região que nós chamávamos de internacional. Então esses fatores com pensaram a menor margem da operação brasileira, que foi impactada pelo preço médio como nós já explicamos e pela alta da matéria-prima entre os períodos, uma vez que todos lembram o 2T ele foi afetado por fatores exógenos à dinâmica do setor. Então a comparação tem um fator importante a ser considerado sobre quando se vê a alta.

Nesse contexto o Ebitda ajustado, a consequência de tudo isso, e proforma vale lembrar da Marfrig, totalizou R\$ 918 milhões, uma expansão realmente fantástica de 87% em relação ao mesmo período do ano anterior basicamente pelas razões que nós comentamos anteriormente onde o ciclo é um dos principais fatores.

Indo agora para o próximo slide onde nós falamos da parte de dívida e alavancagem que é o slide de número 9, ele ilustra o perfil da nossa dívida e alguns indicadores financeiros da companhia. Antes de iniciar meus comentários eu gostaria só de ressaltar que esses números de dívida aqui apresentados eles contentam primeiro o empréstimo ponte, ou seja, nós chamamos de bridge-loan da aquisição da National Beef e o Ebitda ajustado proforma nos últimos doze meses dessa operação. Então aqui dentro tem o bridge e ao mesmo tempo nós estamos considerando os últimos doze meses proforma da National Beef.

Ele contempla também o resultado e a dívida da Keystone, que como vocês sabem nesse 1T a ainda está como ativo disponível para fazer sentido, a dívida e o Ebitda doze meses



estão sendo considerados uma vez que nós não estamos colocando nenhum benefício da venda dessa operação. Então ela faz parte dessa conta.

Por último o resultado da operação da Argentina, não material mas só para garantir que foi devidamente informado.

Então tendo dito isso em 30 de junho a dívida líquida da Marfrig foi de R\$ 16,3 bilhões, alta de 3,7 bilhões na comparação com o 1T do ano. Esse incremento é explicado primeiro pela forte depreciação do real em relação ao dólar entre o fim dos períodos - para ter uma ideia da dimensão disso nós estamos falando de 17% de variação - e pelo ajuste da dívida da National Beef.

Nós havíamos comentado que a National Beef viria com uma dívida de 400 milhões de dólares, então aí dentro desse número existe esse valor, que houve uma variação entre o primeiro e o segundo que foi basicamente uma distribuição de dividendos que já havia sido devidamente concordada entre as partes e que foi devidamente executada por eles.

Falando ainda da dívida é importante destacar o perfil da nossa dívida, que tem 30% com vencimento de curto prazo apenas, e mesmo nesse caso é a questão... que eu mencionei com a adição do financiamento da aquisição que é o bridge-loan que foi feito no caso da National Beef.

Vale ressaltar também a redução do custo para 6,6% ao ano. Ainda no campo... deve ser ressaltado os indicadores da dívida para nós eles são transitórios uma vez que temos o bridge-loan da aquisição nesse número e ainda não temos a entrada de recursos da venda da Keystone Foods.

Bom, tendo dito isso nós temos a dívida em dólar que foi de 4,2 bilhões de dólares, em reais 16 bilhões como eu havia comentado. Como vocês podem observar na tabela na parte inferior do slide a alavancagem proforma medida pela dívida líquida conforme já mencionado na aquela composição, e o Ebitda dos últimos doze meses conforme foi também falado atrás, encerrou com 4,2x. Importante: esse resultado está afetado por uma defasagem entre os câmbios que foram utilizados nisso daí, por volta de 7%, ou seja, se você eliminar esse gap de câmbio entre câmbio médio e câmbio final nós teríamos uma alavancagem abaixo de 4x.

O crescimento da dívida em relação ao 1T tem a ver também com o fluxo de caixa, que é o próximo slide que nós vamos falar. Partindo então para o slide número 10 nós apresentamos o fluxo de caixa do trimestre e da operação de novo continuada. Então quero reforçar, ou seja, dentro desse fluxo de caixa só existe o fluxo da operação da National Beef pelo período que ela foi adquirida, ou seja, só tem quatro semanas da operação da National Beef e não tem nenhum tipo de fluxo vindo da Keystone, que foi colocada como operação desse



continuada. Então aqui o fluxo deve ser visto mais como sendo dirigido pela operação mais brasileira e com pouco impacto no caso da National Beef.

Nessas bases as operações o fluxo foi negativo 150, fluxo operacional foi de 156 milhões negativo, é o primeiro bloco, e ele é explicado principalmente pelos estoques que nós tivemos no caso da operação, principalmente da operação brasileira devido à greve dos caminhoneiros, imaginamos e calculamos os efeitos por volta de 100 milhões.

Temos um impacto pequeno da parte da National Beef dentro desse número um dentro da aquisição, mas o principal driver desse fluxo foi efetivamente a parte dos estoques.

No próximo bloco que é o Capex não inclui, obviamente, o valor da aquisição e então esse número é apenas o Capex normal. Ele tem uma alta em relação ao trimestre anterior, mas nós tomamos uma decisão, uma decisão que devido ao efeito da greve e ao fechamento de algumas plantas nesse período nós decidimos acelerar manutenções que aconteceriam no curso do ano e com isso nós tivemos esse número um pouco mais estressado.

Também tivemos o início de alguns projetos importantes e eu queria ressaltar um projeto de um túnel de congelamento em uma unidade nossa que é de produção e outros projetos de modernização. Mas esses dois pontos são os principais que responderam pelo acréscimo na parte de Capex, mas uma decisão gerencial a decisão da empresa de fazer... na hora certa por causa da greve.

No caso das despesas de juros, que é o próximo bloco, nós temos R\$ 255 milhões, teve uma alta por volta de 50 milhões em relação ao trimestre anterior. Essa alta tem como principal direcionador o câmbio, a variação de 17% que já mencionamos, e tem o incremento pontual e volto para a questão... do empréstimo ponte que está sendo considerado dentro desse número ainda. Então esses dois fatores são os principais que responderam pelo aumento na parte de juros. Com isso o trimestre ficou em R\$ 568 milhões negativos.

Com isso eu concluo minha parte e gostaria de passar de volta para o Martin para a conclusão da nossa apresentação.

Sr. Martin: obrigado Eduardo. No próximo slide comentarei um pouco sobre os passos da nossa programação de curto prazo. Em relação à National Beef deveríamos avançar agora no 2S no nosso plano de integração. Conforme já comentamos gostaria de ressaltar a natureza complementar desta aquisição, ou seja, não esperamos nenhum tipo de mudança de estrutura e nossa integração está baseada nas oportunidades de como nós seremos aqui na frente.



Por exemplo, posso comentar para vocês que estamos em processo de implementar dois comitês globais de segurança alimentar e sustentabilidade de bem-estar animal com o objetivo de garantir nossas melhores práticas.

Sobre o tema sustentabilidade destaco durante este período a parceria estratégica com a Embrapa para certificação de carne de carbono neutro. Essa parceria é mais um avanço na cadeia de valor do setor e reforça o compromisso da Marfrig com o sistema de produção sustentável, lembrando que a Marfrig é a empresa pioneira no Brasil nesse tipo de produção e nesse tipo de práticas.

Em termos de nossa estratégia comercial seguimos buscando ampliar nosso portfólio de produtos de maior valor agregado. No Brasil daremos início à construção de uma nova planta de hambúrguer para atendimento do canal food service com investimento da ordem de R\$ 85 milhões com capacidade de 20.000 toneladas/ano, e deverá ficar em pronta em abril de 2019.

No que tange nosso processo de liability management uma vez concluído o processo de venda deveremos comunicar as próximas etapas do mesmo. Concluídas essas etapas avaliaremos a utilização e reestruturação do plano estratégico de longo prazo que deveremos compartilhar com vocês no médio prazo em um novo Marfrig Day.

No último slide eu queria fazer uns comentários finais que esperamos concluir em breve mais uma etapa de um plano estratégico do negócio, que contribuirá como compromisso da companhia com desalavancagem e melhoria da estrutura de capital.

Hoje, com um modelo de negócio diversificado geograficamente no seio das Américas e com acesso aos principais mercados consumidores a companhia se consolida como uma das maiores e empresas de carne bovina do mundo.

Com a ampla oferta de gado e impulsionada por uma forte demanda tanto no mercado doméstico como internacional, o setor dos EUA tem registrado resultados recordes.

No Brasil ciclo de bovinos segue favorável e sua importância para o atendimento do crescimento da demanda a nível global é indiscutível. O Brasil está no topo do ranking das exportações e recentemente foi reconhecido pela organização mundial de saúde animal como livre de aftosa com vacinação. Essa certificação poderá ampliar mais ainda as possibilidades de acesso aos mercados internacionais.

E com todo esse processo o que não mudou e que não mudará na companhia é o compromisso inegociável com a disciplina financeira.

Encerro aqui nossa apresentação e dou início ao período de perguntas e respostas.



Sessão de Perguntas e Respostas

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

Nossa primeira pergunta vem de João Pedro Soares, Bradesco.

Sr. João Pedro Soares: bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas, a primeira em relação à América do Sul. Vocês mencionaram no release um certo otimismo em relação ao Chile e com a recuperação na Argentina. Eu queria entender se faz sentido para vocês e expandir em nessas regiões e se por meio de aumento de capacidade ou talvez até algum inorgânico, alguma aquisição.

O segundo em relação a toda a dinâmica agora nos EUA a gente viu uma mudança dramática principalmente no cenário de aves e suínos. A gente queria entender como isso pode estar... vocês não podem falar muito sobre o negócio da venda de Keystone, mas se vocês pudessem dar alguma cor se isso está impactando de alguma forma a negociação iria ajudar bastante, obrigado.

Sr. Martin: com respeito à primeira parte da pergunta - depois vamos pedir para você repetir a segunda parte por que não escutamos bem - como falei na apresentação tomamos a decisão de focar a nível da proteína do beef, e nós vamos obviamente continuar monitorando nossas atividades que temos na América do Sul. Chile você comentou é um mercado excepcionalmente importante para nossa colocação de produtos, mas obviamente não é um país que nós estamos pensando em produzir carne lá, porque é um país basicamente importador; mas a Marfrig tem uma performance muito boa. É isso que posso comentar para você do nosso permanente monitoramento das oportunidades em diferentes regiões que já foram definidas.

Vou pedir para você se pode repetir a segunda parte.

Sr. João Pedro: tá ótimo. Em relação a toda essa situação do mercado americano com guerra comercial com a China, então os preços de aves e suínos, eu queria entender se isso pode ter algum impacto na negociação da venda da Keystone.

Sr. Eduardo: aqui quem está falando é Miron. A Keystone está... há mais de 25 anos sempre foi uma empresa de muito sucesso. Nós não entendemos que há nenhum tipo de impacto de qualquer guerra comercial com relação à questão Keystone.



Sr. João Pedro: tá ótimo Miron obrigado.

Operadora: a próxima pergunta Alex Robarts, Citi.

Sr. Alex Robarts: olá bom dia a todos. Eu quero voltar também na National, algumas perguntas sobre em primeiro lugar a receita. Você falou... recebeu... ano contra ano que teve leve aumento, 3 ou 4% em receita com preços caindo.

Você pode nos falar como foi o 2T contra o 1T quanto ao volume e preço? E sobre esse assunto do preço nos EUA com National o que vocês acham ou o que vocês podem comentar um pouco sobre o efeito potencial no 2S daquela queda nos preços do suíno, frango devido a aquele aumento de tarifas e tal. Você acha que poderia ter um impacto mais acentuado quanto ao preço do boi no varejo relativo essas outras proteínas? Isto é uma parte.

A segunda parte nos 156 milhões de Capex que vocês gastaram no 2T teve uma parte com National, se vocês têm gastado um montante lá e o que você pode nos falar sobre a expectativa de Capex com National.

Eu acho que a pergunta final sobre National é se você pode comentar um pouco sobre sinergias potenciais, se vocês acham que dentro desse plano de integração se pode ter algumas sinergias quanto a receita e custo, muito obrigado.

Sr. Eduardo: Alex você tocou em bastante itens aí, nós vamos tentar dar direcionamento as respostas para você para ver se consegue te ajudar. Vou só fazer uma introdução dizendo logicamente nós estamos num processo como falei no início de transição e de integração. Então uma série de números e detalhes que você pode esperar nesse momento eles não necessariamente estão lá, como por exemplo a questão de variações específicas a respeito do 1T contra o 2T.

Então que a gente pode dizer no caso da National Beef é que nós primeiro estamos muito contentes com a performance e estamos com movimentos positivos trimestre a trimestre, o que mostra o que a gente falou um pouquinho antes, a assertividade da estratégia... uma questão, nós temos... nessa parte da National Beef e isso é bastante importante para nós.

O ciclo também é um fator que tem ajudado na parte dos resultados e então uma combinação de um mercado extremamente forte que é o mercado americano, muito saudável, e o ciclo positivo.

Estou expandido agora para uma outra parte da sua pergunta que era a respeito da competição com outras proteínas. Eu estou falando, o Martin pode entrar com o input dele e nós vamos fazer um jogral para tentar te ajudar.



Eu acho que tem um fator bastante interessante na parte do mercado americano que é a maior competição da carne bovina. A carne bovina hoje está muito mais competitiva em relação a outras carnes e isso tem ajudado também na nossa performance naquela região.

Vou tocar na parte do Capex que você mencionou. Sim, o Capex nós temos Capex, as duas operações têm Capex. Dentro do nosso plano de Capex de longo prazo quando a gente olha o tamanho da depreciação de ambos ainda entendemos o número nosso de Capex não mudaria daquele range que nós tínhamos falado anteriormente, por volta de R\$ 500 milhões/ano, mesmo com a não inclusão da Keystone, com a troca que a gente está... não existe uma mudança grande em termos de Capex básico.

Vocês lembram logicamente que no caso da Keystone existia uma demanda para Capex grande por causa do projeto grande de crescimento bastante rápido que a gente estava tentando fazer e isso demandava muito Capex. Então tirando isso e em bases normais nós não temos muita mudança na questão do ano para a questão de Capex do que a gente estaria esperando.

Eu enderecei três ou quatro coisas que você falou, agora talvez tenha algum outro ponto que você talvez o Martin se quiser contribuir com algo ou algo que não ficou e você queira adicionar?

Sr. Alex: acho que foi bom. Só se você pode comentar sobre um objetivo ou se realmente tem espaço de ter sinergias no custo, ou seja, com National se tem uma alavancagem de compra ou algumas ideias que vocês podem comentar conosco.

Sr. Martin: nós começamos já a trabalhar com a National Beef sobre diferentes pontos de relacionamento. O mais importante para nós é o relacionamento comercial, visto que a plataforma onde a National Beef vende a maioria do seu volume de produção é os EUA e nós temos várias produções com valor agregado muito importante na América do Sul que vem para os EUA a serem comercializadas, como posso falar a carne e orgânica certificado ou a carne natural, que são duas linhas que a National Beef não pratica no dia de hoje.

Por outro lado, a National Beef é o principal exportador de carne em valor dos EUA para mercados que são tremendamente importantes para a América do Sul como são no Japão e a Keystone. Como vocês sabem nós estamos habilitados a exportar para o Japão...

Operadora: senhoras e senhores por favor aguardem a reconexão dos palestrantes, obrigada. Senhoras e senhores, por favor aguardem a reconexão do palestrante, obrigada. Podem prosseguir senhores, obrigada.



Sr. Martin: Alex eu espero que você possa ter escutado grande parte dos comentários, mas de qualquer forma eu fico à disposição de você para fazer contato depois se faltou alguma informação e completar essa pergunta que você fez.

Eu queria agradecer a todos pela companhia no dia de hoje e esperamos ter contato com vocês de forma contínua. O Marcos vai dar as palavras para o fechamento do call.

Sr. Marcos: Eu queria só reafirmar algumas de nossas prioridades. A primeira prioridade é concluir com sucesso a venda da Keystone. Segundo, com os recursos pagar as dívidas e ser uma empresa de baixo endividamento e baixar o custo financeiro. Terceiro, aproveitar as sinergias com a National Beef, melhorar nossa eficiência operacional e comercial e ter uma presença global em beef. Quarto, agregar valor no beef em produtos processados e posicionados e melhorar nossas margens. Quinto, ser a melhor em todos os aspectos como uma companhia de alimentos global.

Então tem esse compromisso nosso. Nós estamos no caminho certo e vamos fazer a coisa certa, muito obrigado a todos.

Operadora: A áudio conferência da Marfrig Global Foods S. A. está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham uma boa tarde.
