

Local Conference Call
Marfrig Global Foods S.A.
Resultados do 3º trimestre de 2018
06 de Novembro de 2018

Operadora: Bom dia 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 3T18.

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. 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 Miron, que comentará sobre nossos resultados, gostaria de fazer alguns comentários. Eu considero esse trimestre no trimestre especial, porque é o primeiro trimestre que inclui 100% da National Beef e mostra recorde de vendas e Ebitda. O mais importante, o retorno que é a geração de caixa positiva. E também mostra forte receita em dólares, o que nos dá um hedge natural, que mesmo com alta expressiva no trimestre do dólar nossos índices ficam totalmente estáveis.

Continuaremos focados na execução de nosso plano estratégico, crescimento orgânico, aumento de produtos de valor agregado e com isso gerando valor sustentável para todos os acionistas. Parabenizo todo o time da Marfrig pelos resultados alcançados.

Passo a palavra para o Miron para o início da apresentação.

Sr. Eduardo Miron: obrigado Marcos, bom dia a todos. Gostaria de agradecer a todos pela participação em mais uma divulgação de resultados da Marfrig Global Foods. Hoje além de falarmos sobre o resultado do terceiro trimestre também atualizaremos sobre as operações estratégicas da companhia.

Estão presentes no Call Marco Spada, vice-presidente de finanças e DRI e devido ao importante momento de transição da empresa temos conosco Miguel Gularte, CEO da operação América do Sul para a sessão de perguntas e respostas.

Por favor, eu gostaria que fossem para o slide número três, onde daremos início à nossa apresentação. Em relação à estratégia, conforme apresentado no call sobre a nova estrutura da Marfrig também compartilhamos com vocês os cinco pilares que vão suportar a geração de valor sustentável para a companhia.

Eu queria aqui reforçar isso. Uma empresa simples e focada como uma plataforma de produção diversificada no ratio das Américas e acesso aos principais mercados consumidores, e nossa missão é produzir e fornecer a carne bovina de melhor qualidade do mundo. Para isso desenvolvemos alianças e parcerias estratégicas com produtores, entidades de classe e órgãos governamentais, na busca das melhores práticas para todo o processo.

O compromisso com qualidade e segurança alimentar faz parte da nossa cultura e permeia toda a cadeia de valor. Além da excelência operacional também buscamos a contínua melhoria da estrutura de capital da companhia, o que fará com que a Marfrig se torne uma das principais empresas do setor com consistente geração de lucro e caixa livre. No próximo slide darei uma atualização das ações que deverão tornar nosso objetivo de geração de valor sustentável uma realidade.

Em relação ao processo de venda da Keystone além das aprovações do BNDESPAR e dos órgãos reguladores de EUA e Japão, anunciamos ontem a aprovação da entidade chinesa e

ainda em andamento está a aprovação da Coréia do Sul, que esperamos ocorra ainda em 2018. Após finalizarmos a transação teremos a entrada dos recursos que permitirão avançarmos em mais uma etapa do processo de liability management, em linha com nosso objetivo de manutenção da solidez financeira. De imediato temos o pagamento do bridge loan utilizado para a aquisição do controle da National Beef. Frente aos cuidados do compromisso de manter uma posição robusta de liquidez, dado que o cenário de volatilidade que ainda temos no Brasil e nossa expectativa é também de liquidar outras dívidas de curto prazo.

No caso específico da Marfrig eu gostaria de lembrar como nosso ano foi desafiador. Com o redirecionamento estratégico para o crescimento com foco em bovinos, tivemos dois grandes projetos, sendo que a venda da Keystone encontra-se em fase final. Isso levou a uma transformação importante na companhia, que a nosso ver está apenas na fase inicial.

Em setembro tivemos a visita do senior management da operação América do Norte a algumas das operações na América do Sul. O foco foi na região sul, de onde já vendemos para os EUA. Visitamos nossa planta de industrializados no Rio Grande do Sul e a planta em Taquarembó no Uruguai, além da nossa planta de porcionados e de Pet em Itupeva, São Paulo.

Nessa primeira etapa foi gerado um mapa de oportunidades com foco nas áreas comercial e de produção, e para cada oportunidade analisada foram identificados responsáveis para cada uma das operações e ações necessárias para que essas oportunidades possam se transformar em realidade.

Alguns exemplos: aumento do portfólio de produtos industrializados para venda no mercado dos EUA; venda de produtos da América do Sul para Japão e Coréia via força de vendas já existente da operação na América do Norte; troca de melhores práticas no processo de produção entre as operações. Esses são apenas alguns exemplos do que foi discutido durante essa visita.

Em relação ao trimestre gostaria agora de passar para o slide número 5. Aqui gostaria de ressaltar o excepcional resultado que fomos capazes de gerar: recorde de vendas, recorde de abate, recorde de Ebitda e com geração de caixa. O terceiro trimestre além de ser o primeiro trimestre onde consolidamos 100% do resultado da operação da América do Norte é também o trimestre no qual retomamos a geração positiva de caixa. O fluxo de caixa livre, mesmo ainda em um cenário onde não consideramos ter a estrutura de capital normalizada, foi de R\$ 271 milhões.

Em relação à receita, mesmo como uma semana a menos de abate na América do Norte registramos crescimento percentual de 21% e uma receita recorde de 11 bilhões. Registramos também Ebitda recorde trimestral de R\$ 1,1 bilhão, o que reforça nossa estratégia assertiva de foco em proteína bovina com diversificação geográfica.

Considerando o recebimento dos recursos da venda da Marfrig seremos capazes de reduzir nosso endividamento em quase 50% e seremos uma das empresas do setor com menor nível de alavancagem financeira, 2,57x considerando o acumulado do terceiro trimestre de 2018. Quando mensurada em dólares, dado nosso nível de internacionalização essa alavancagem é ainda menor de 2,3x.

Estamos assim no caminho de ter uma empresa mais simples, focada e com estrutura de capital adequada ao setor. Gostaria agora de passar a palavra ao Marco Spada que irá comentar sobre os resultados do terceiro trimestre.

Sr. Marco Spada: obrigado Miron, bom dia a todos. Gostaria de pedir que vocês fossem para o slide número 7, onde vou dar sequência à apresentação. Nesse slide eu comentarei um pouquinho sobre a variação da receita líquida consolidada da Marfrig no terceiro trimestre de 2018 em relação ao mesmo período de 2017. Como vocês podem observar no gráfico utilizamos três bases para demonstrar os principais fatores que levaram a essa variação: são eles volume, o preço e o câmbio. Especificamente para esse trimestre também expurgamos a análise do impacto do menor número de semanas do resultado contábil da operação na América do Norte.

No terceiro trimestre de 2018 a receita atingiu um pouco mais de R\$ 11 bilhões, alta de 21% na comparação com mesmo período do ano anterior. O maior volume de vendas decorrente do incremento do abate na América do Sul contribuiu com uma variação positiva de R\$ 857 milhões, enquanto o preço médio acompanhou a tendência de mercado e gerou o impacto negativo de 367 milhões. A depreciação do real em relação ao dólar nas exportações brasileiras e na conversão do resultado das operações internacionais para o real teve impacto positivo de R\$ 2 bilhões. Isso reforça o perfil de internacionalização da companhia, que hoje é a Marfrig.

Destaco também o menor número de semanas do resultado contábil da operação da América do Norte no 3T18, que foram 13 semanas em relação ao mesmo período do ano anterior, quando houveram 14 semanas. Essa diferença levou a variação negativa na receita de R\$ 576 milhões.

A receita da operação na América do Norte respondeu por 67% da receita total da Marfrig no terceiro trimestre e atingiu R\$ 7,5 bilhões, alta de 16% em comparação com mesmo período do ano anterior. Essa alta é explicada pelo efeito da depreciação do real em relação ao dólar entre os dois períodos. Quando mensurada em dólares a receita teve queda de 8% em função do menor número de cabeças abatidas, que decorre do menor número de semanas entre os períodos conforme acabei de explicar.

Já no caso da América do Sul a receita totalizou R\$ 13,6 bilhões, 35% superior ao 3T17. Esse crescimento é explicado pelo maior volume de vendas e pelo efeito da depreciação do

dólar, que compensaram o menor preço médio. Vale destacar que apesar do desafiador cenário político e econômico no Brasil crescemos nosso volume de vendas em dois dígitos no mercado doméstico.

Já no caso de exportações registramos incremento de volume em todos os mercados onde atuamos, o que fez com que nosso mix de volumes de exportação na comparação com o 3T17 tivesse maior participação dos países da chamada lista geral, que não exigem as certificações específicas e que ainda estão em processo de aprovação, o que acabou afetando nosso preço médio de vendas.

Passando para o próximo slide aqui eu mostro em linha com meu comentário anterior, onde destaco o perfil de internacionalização da Marfrig. Nossa diversificação geográfica nos permite fornecer para maiores de principais mercados consumidores de carne bovina do mundo. Como vocês podem observar, o mercado doméstico dos EUA respondeu por 58% da nossa receita no trimestre; China, considerando aqui também Hong Kong, Japão e Europa juntos foram responsáveis por cerca de 20% da nossa receita.

Com uma plataforma de produção concentrada no eixo das Américas e a capacidade diária de abate de 32.000 cabeças de gado, a Marfrig é hoje uma das líderes de fornecimento de carne bovina em nível global.

Indo agora para o slide número 9, nesse slide eu comentarei sobre a evolução dos principais indicadores operacionais da Marfrig no terceiro trimestre de 2018 na comparação com mesmo período do ano anterior. O abate foi de 1,8 milhão de cabeças de gado no 3T, 4% superior ao mesmo período do ano passado. Esse incremento é explicado pelo maior nível de abate na América do Sul em função da readequação do parque fabril da operação brasileira. Destaque também para o Uruguai, onde aumentamos moderadamente nosso share de abate para 22%. Cabe ressaltar que esse aumento seria ainda maior se não fosse a diferença no número de semanas da operação da América do Norte, como já mencionei.

No trimestre a Marfrig registrou lucro bruto consolidado de R\$ 1,5 bilhão. O Ebitda ajustado foi de R\$ 1,080 bilhão, recorde trimestral. Essa performance é explicada pelo resultado da operação da América do Norte, cuja melhora de margem seguiu em linha com a dinâmica de mercado, refletindo o positivo ciclo bovino no país, e também pelo perfil internacional da companhia, que beneficiada pela depreciação do real obteve resultados que compensaram o maior custo de matéria-prima na América do Sul, que no 3T17 havia sido positivamente beneficiado por fatores externos ao setor.

Indo agora para o slide dez onde vou falar um pouco sobre dívida e alavancagem da empresa. Esse slide ilustra o perfil da nossa dívida em alguns indicadores financeiros da companhia, encerrado o processo estratégico de venda de Keystone. Em 30 de setembro a

dívida líquida da Marfrig e incluindo os dados de Keystone foi de R\$ 16,9 bilhões, 4% superior ao 2T18, influenciada pela apreciação do dólar entre os períodos.

Considerando a entrada de recursos da venda de Keystone a dívida líquida da Marfrig seria de R\$ 8,3 bilhões, o que representa queda de quase 50%. Nas mesmas bases em termos de alavancagem, como vocês podem observar no gráfico à direita do slide, o índice medido pela relação dívida líquida/Ebitda ajustado nos últimos doze meses cairia para 2,57x. Importante destacar que esse Ebitda de R\$ 3,2 bilhões já exclui o resultado da Keystone Foods.

Dada a maior internacionalização da companhia com uma maior representatividade tanto das receitas quanto do endividamento em dólar, entendemos que a partir desse trimestre uma boa métrica para a variação do índice de alavancagem é demonstrá-lo também nessa moeda. Fixando o valor do resultado em dólar histórico de cada trimestre a alavancagem da companhia seria ainda menor, de 2,3x, ou seja, após as recentes transações estratégicas a Marfrig torna-se a empresa brasileira com um dos menores índices de alavancagem do setor.

Indo para o próximo slide falar um pouco sobre o fluxo de caixa gostaria de ressaltar que esse é o 1T onde temos em todos os meses o resultado integral da operação da América do Norte, que foi aprovada em junho deste ano. Destaco também que esse fluxo não contempla o resultado de Keystone. Nesse contexto o fluxo de caixa operacional da Marfrig foi de R\$ 804 milhões, refletindo o forte resultado de suas operações em um ambiente mais normalizado de capital de giro após o impacto negativo da greve dos caminhoneiros no 2T deste ano.

O Capex foi de R\$ 198 milhões, influenciado pelo efeito da depreciação do real nas operações internacionais e pelos gastos em manutenção e novos projetos, como por exemplo, a ampliação do portfólio de produtos industrializados e porcionados.

As despesas de juros totalizaram R\$ 336 milhões. A forte apreciação do dólar de 10% no trimestre e o incremento pontual na linha de juros decorrente de gastos com o bridge loan para a aquisição do controle da National Beef no valor de R\$ 77 milhões foram os principais fatores. No gráfico ressaltamos esse efeito temporário dos 77 milhões na linha de juros, pois este é um valor que será reduzido e imediatamente após o recebimento dos recursos de venda de Keystone.

Com isso o fluxo de caixa livre do trimestre foi positivo em R\$ 271 milhões, marcando assim nossa retomada na geração positiva de caixa. Essa geração positiva no fluxo de caixa livre corrobora com a estratégia da Marfrig em ter uma plataforma diversificada de produção, focada na proteína bovina.

Hoje somos uma empresa com melhor capacidade de geração de caixa e com um portfólio de ativos capaz de servir nosso custo de dívida, que ainda está elevada. Uma vez encerrado

o processo de venda de Keystone além do pagamento de bridge loan e de outras dívidas de mais curto prazo, também temos como desafio ter um custo de dívida adequado nessa nova empresa, ou seja, um dos meus objetivos pessoais é também seguir melhorando a estrutura de capital da Marfrig pela redução do custo médio do nosso endividamento.

Gostaria agora de devolver a palavra ao Miron para as considerações finais.

Sr. Miron: obrigado Marcos. Hoje temos um modelo de negócio mais simples, focado e com plataforma de produção diversificada geograficamente para atender aos principais mercados consumidores do mundo. Com uma ampla oferta de gado e impulsionada por forte demanda tanto no mercado doméstico como internacional, o setor dos EUA tem registrado resultados recordes e a expectativa é de que esse ciclo perdure pelo menos pelos próximos três anos.

No Brasil a perspectiva para o ciclo bovino também é positiva e sua importância para o atendimento do crescimento da demanda a nível global é irrefutável. Soma-se a esse cenário uma expectativa de que a economia brasileira volte a crescer de forma estrutural, elevando o nível de confiança do consumidor e ampliando o consumo por carne bovina.

Nesse contexto e conforme comentei no início de minha apresentação nosso foco está na busca pela excelência operacional e na geração de valor sustentável. Mais uma vez reforço o que não muda em todo esse processo, que é nosso compromisso inegociável com a disciplina financeira.

Encerro aqui nossa apresentação e daremos agora início à sessão de perguntas e respostas, obrigado.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: obrigada. Com licença senhoras e senhores, iniciaremos 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, estrela dois.

A primeira pergunta vem de Daniela Eiger, Bank of America.

Sra. Daniela Riger: oi bom dia pessoal. Eu tenho na verdade duas perguntas, a primeira relacionada a esse mapa de oportunidades que vocês comentaram de achar melhores práticas, enfim, sinergias entre as duas operações. Se vocês pudessem dar um pouquinho mais de cor nisso no sentido... não sei se já tem alguma estimativa de ganho de margem o timing que a gente pode começar a ver isso no resultado.

E complementando esse ponto o que vocês veem como margem sustentável para a companhia depois de implementadas todas essas melhoras e considerando os dois business.

E minha segunda pergunta em relação a essa questão do mix de vendas na exportação do Brasil. A gente pode esperar que esse efeito continue nos próximos trimestres ou vocês entendem que foi uma coisa mais pontual no 3T? É isso obrigada.

Sr. Eduardo Miron: Daniela obrigado pela pergunta. Começando pela questão do mapa de oportunidades eu gosto sempre de colocar tudo isso em contexto. A aquisição da National Beef ela teve como razão a complementaridade das operações. Então o mapa de oportunidade ele está baseado em aproveitarmos basicamente a estrutura comercial que nós temos por parte da operação da National Beef para que nós possamos, usando essa capilaridade, acessar aquele mercado e não só o americano. Como você viu nós temos agora uma participação nossa de 58%, então isso é uma base muito forte lá; e também mercados prêmio que eles atuam como Japão e Coréia.

Então temos um primeiro foco que é a parte comercial. Então nós não divulgamos e não devemos divulgar quanto isso significa, mas a ideia por trás disso é que juntos faremos mais, vamos aumentar o bolo.

Então alguns exemplos: aumentar o menu de produtos de carne e orgânica e grass fed nos EUA vindo do Uruguai, a gente já tem acesso para o mercado americano. Então as equipes comerciais já estão trabalhando e nós vamos ter uma aceleração desse processo com o trabalho conjunto das equipes, inclusive com potencialmente a formação de uma base comercial única naquele local.

Nós temos, ainda falando de Uruguai, potencial abertura muito em breve do Japão para aquele mercado. É o principal mercado de exportação da National Beef, tem uma base muito forte, uma experiência de anos explorando aquele mercado. Então o relacionamento já existe, então isso facilitará e acelerará nosso acesso a aquele mercado.

Nós falamos também de outras duas oportunidades, uma delas na questão de Pet. Nós hoje já exportamos do Brasil produtos Pet para os EUA e isso você sabe que tem uma oportunidade muito boa, porque ele utiliza o que nós chamamos de co-produto, ou seja, não os produtos principais, mas você aumenta, você adiciona sua margem quando você gera valor em produtos que naturalmente seriam enviados para graxaria, etc. Então todo esse processo está sendo trabalhado em conjunto. Nós temos interesse muito grande para que a gente acelere isso, e isso só falando um pouquinho da parte comercial.

Temos outras experiências interessantes sendo discutidas como, por exemplo, a importação de carne dos EUA para o Brasil. Nós já fazemos, o Brasil é short na parte de picanha e então

nós estamos estudando a importação de carne como uma qualidade muito grande dos EUA para o Brasil para aumentar nosso portfólio aqui no Brasil já nessa situação short.

Além, agora mudando um pouquinho para a parte de produção, nós temos oportunidades tanto na questão de equipamentos de lado a lado, treinamento na parte de processos. Então existe uma série de oportunidades que nós colocamos isso no mapa onde tem mais de dez iniciativas e todas elas movendo e movendo de forma rápida, como você sabe nós não temos tempo, temos que colocar a velocidade em tudo isso.

Então esperamos que os resultados apareçam a partir dos trimestres que chegarão - mas não vamos reportar um número potencial de ganho; mas achamos que temos coisas materiais para serem exploradas. Essa é sua primeira questão.

A segunda questão se não me engano foi a questão do preço de exportação, que nós não temos a informação de uma queda devido ao mix de venda, correto? Essa sua pergunta?

Sra. Daniela: isso, isso mesmo.

Sr. Miron: então como você sabe nós tivemos uma ampliação no abate e na produção e com isso você tem um processo de adequação para os destinos para onde você exporta. Então é um processo natural de ajuste que vai sendo melhorado à medida que nós temos acesso a outros mercados. Como exemplo de melhora que nós esperamos, então a pergunta é vocês esperam melhora com relação a isso? A resposta é sim, esperamos. Uma missão importante que está vindo aqui para o Brasil é a missão chinesa. Eu gostaria até de pedir para o Miguel sobre essa missão e o que nós esperamos fazer e como estamos nesse momento em relação a isso.

Sr. Miguel: bom dia Daniela, bom dia a todos. Realmente a aprovação de destinos quando você começa, o Miron explicou anteriormente, quando você começa a rodar o parque industrial com maior número de fábricas e fábricas que entraram ao mercado você tem uma aprovação básica. Essa aprovação básica à medida que você vai trabalhando essa aprovação vai acontecendo, você vai tendo acesso a mercados que são mais exigentes e conseqüentemente remuneram melhor o produto e isso incrementa o mix de vendas.

No caso agora da China está sendo esperada uma missão que deve acontecer, segundo as informações que nós dispomos no dia 18 de novembro, e essa missão vai visitar três fábricas brasileiras e vai habilitar um grupo de fábricas. Se isso acontecer conforme o planejado nós poderíamos ver a Marfrig tendo de 8 a 9 novas fábricas exportando para esse destino.

O que é importante destacar é que não é um destino comum. A China hoje em todos os países que têm portfólio de mercados bastante amplo a China é hoje o mercado dominante. Para te dar um exemplo, por exemplo, o Uruguai, que é um país que se caracteriza por ter

aprovação em todos os mercados, o Uruguai mesmo assim exporta mais de 50% de sua carne à China, ou seja, é um mercado de alta relevância.

Isso deve acontecer agora nos próximos dias, independente do que nós vimos trabalhando em todo o portfólio de aprovações das 15 plantas da Marfrig e nós devemos ter novidades positivas em breve.

Sra. Daniela: tá ótimo muito obrigada.

Operadora: a próxima pergunta vem de Thiago Duarte, BTG Pactual.

Sr. Thiago Duarte: olá bom dia, bom dia Marcos, Miron, Spada e a todos. Eu queria ser possível fazer três perguntas acho que relativamente rápidas. A primeira com relação a aquela linha de outras despesas e receitas financeiras. Esse número voltou a subir quando a gente olha no trimestre acho que 244 milhões de despesa financeira e eu queria - eu sei que essa discussão já ocorreu no passado - mas eu queria mais uma vez pedir para vocês e detalharem um pouquinho mais como é que se compõe essa linha e de alguma forma se vocês puderem estabelecer algum tipo de indicativo para a gente de como a salinha deve performar para frente, dada a relevância que ela continua tendo na despesa financeira da companhia.

A segunda pergunta é com relação ao capital de giro. Eu me lembro que no 2T e quando a gente olhou aquele consumo relevante de capital de giro vocês até mencionaram que havia tido alguma coisa de não recorrente em torno de R\$ 100 milhões referentes, se não me engano, a impacto da própria greve. Eu tinha alguma expectativa que vocês pudessem recuperar um pouco daquele capital de giro.

A gente viu um consumo de 88 milhões quando a gente olha todas as linhas do ativo e passivo circulante, e eu queria se vocês pudessem falar um pouquinho da expectativa dessa linha para frente. Eu entendo que obviamente houve aceleração dos abate, então é natural que o negócio de vocês consuma um pouco de capital de giro; mas eu queria entender se faz sentido esperar que vocês recuperem alguma coisa nessa as linhas nos próximos trimestres.

Por último vocês comentam no relatório de vocês com relação ao 4T de uma expectativa de moderada redução de rentabilidade nas operações da National Beef na América do Norte. Se vocês pudessem qualificar um pouco mais para a gente como se daria essa moderada redução. Eu não sei se vocês conseguem falar um pouquinho em número, e aí por fim se vocês conseguem reiterar de alguma forma quanto vocês imaginam, quanto tempo vocês imaginam que essas margens podem se sustentar na operação da National Beef, essas margens tão boas que nós vimos no 3T. Obrigado.

Sr. Marco Spada: Thiago bom dia, Spada falando aqui. Vou comentar um pouquinho sobre essa linha de 'outros' que você quer... o calcanhar de Aquiles para a gente e tentar te dar um pouco mais de clareza em cima desses números.

Aí dentro a gente tem aqueles custos de emissão de dívidas antigas que a gente tem valor significativo que vem ser diferido ao longo do tempo. Então só em cima dessa linha a gente tem mais de R\$ 40 milhões por trimestre nessa linha. Então essa é uma parte que deve constantemente, enquanto a gente tiver as dívidas isso vai ter que acabaram acontecendo.

Outros pontos que entram nessa linha que é importante todo mundo ter ciência é questão de descontos comerciais oferecidos para algumas redes, para alguns clientes. A gente tem uma questão importante também que entra nessa linha que é em relação, por exemplo, é diferente de todo mundo, que a gente tem operações de antecipações de recebíveis.

Nós temos um FDIC colocado aqui no Brasil para a antecipação dos recebíveis no mercado doméstico, bem como uma operação offshore para nossas exportações. Esse desconto financeiro, essa operação não é uma dívida para a companhia dado que é full sale e de toda a venda dos recebíveis e esse desconto que é realizado entra também nessa linha.

Então dando um pouco de perspectiva que pode acontecer daqui para frente a gente tem alguns custos específicos que vão diminuir, no caso tem custos do bridge loan que estão dentro dessa linha e isso deve acabar reduzindo; mas é uma linha que na medida que a gente aumenta o volume de operação essa linha tende a aumentar um pouco - a não ser que eu tenha uma questão de troca, deixe de fazer algumas antecipações, etc., e aí passaria para outro tipo de financiamento.

Em relação ao capital de giro...

Sr. Miron: Thiago talvez só para a gente esclarecer alguns pontos que vocês está tocando, então com relação ao capital de giro é lógico que como todas as outras linhas a gente tem o impacto, o impacto cambial acaba afetando várias partes do nosso balanço; mas estamos bastante contentes com nível de utilização bem menor de capital de giro, mas estamos numa operação que ainda teve crescimento.

Então é lógico que comparado com 2T, mas tínhamos, temos um consumo várias vezes menor e a expectativa nossa sempre é de ter um número flat dentro dessa linha de capital de giro. Então a expectativa não é de crescimento de utilização de capital de giro, então esse é meu ponto para você.

Com relação à perspectiva para os EUA talvez aí tenha só um esclarecimento que é importante. O que acontece? Nós somos uma empresa diversificada, então você tem regiões. A região dos EUA é uma região agora nesse período que é uma região onde você acaba

caindo no inverno. Então você sai de um período que é um período, o 3T que é de verão, que tem movimento mais forte, para um momento que é o do inverno onde você naturalmente tem uma operação menos intensas do que no verão, isso é óbvio.

Então acho que o comentário que foi feito é simplesmente dessa ciclicidade que você tem de alguma forma nas regiões, da mesma forma que no Brasil quando você tem agora o final do ano de verão onde você tem uma expectativa também de movimento mais forte. Então não existe uma preocupação com relação à nossa rentabilidade de um movimento extremamente forte; mas pelo contrário, da mesma forma que você fez o comentário sobre a América do Norte teria também que fazer o comentário sobre a parte da América do Sul, onde a gente teria uma expectativa positiva.

Então voltando para a expectativa de rentabilidade nós não mudamos. Nós sempre trabalhamos dentro daquela faixa de 8 a 10, em alguns períodos mais próximo do 10 como aconteceu nesse trimestre, em outros períodos mais próximo do 8- mas ainda a faixa nossa deve ser, ainda estamos trabalhando dentro dessa faixa.

Sr. Thiago: está super claro muito obrigado.

Sr. Miron: não por isso Thiago, um abraço.

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

Sr. João Pedro Soares: bom dia a todos. Eu tenho algumas perguntas rápidas, a primeira é relação a essa... fim do embargo russo a uma série de frigoríficos, se tem alguma expectativa que vocês podem entrar nessa lista de frigoríficos que podem voltar a exportar para a Rússia, esse isso pode afetar a competitividade das suas outras operações na América do Sul, porque imagino que esteja se beneficiando bastante, estavam se beneficiando bastante do embargo.

Se me permite tem uma última pergunta em relação à National Beef, se vocês podem dar uma atualização de como está a dívida líquida depois desse trimestre eu agradeço.

Sr. Miguel é o seguinte. Eu comecei falando que sempre é importante as aprovações. No caso da Rússia as aprovações estão acontecendo, segundo a informação que nós temos, numa sequência que vai sendo progressiva, ou seja, abrem algumas plantas e depois à medida que vai transcorrendo o tempo essas plantas vão sendo, essa lista vai sendo incrementada com a adesão de novas plantas.

Nesse meio tempo no nosso caso como nós temos uma plataforma comercial diversificada nós pretendemos atender destino russo através da nossa plataforma no Uruguai e da Argentina. Isso não teria maiores consequência, até mesmo porque se nós formos fazer uma operação estatística nós vamos dar conta que no ano anterior, ano de 2017, quando a Rússia

importava carne do Brasil, no nosso caso a Rússia sempre foi menos que 3% dos destinos de exportação no caso da Marfrig.

Na verdade hoje a gente tem a felicidade de trabalhar num mercado onde a demanda supera a oferta, então a gente pode escolher os destinos. No nosso caso nós preferimos escolher destinos onde nesse momento a remuneração é melhor e a agregação de valor também é maior. Evidentemente que a gente sempre está trabalhando para melhorar o portfólio de aprovações, e nesse processo nós estamos muito tranquilos que isso vai acontecer nos próximos meses. Passo a palavra para que tu responda a segunda parte da pergunta.

Sr. Miron: eu acho que sua pergunta era a respeito da abertura da dívida da National Beef é isso?

Sr. João Pedro: isso, só para entender se vocês podem passar alguma atualização de como está a dívida líquida.

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

Sra. Luciana Carvalho: bom dia a todos, obrigada pela oportunidade. Minha pergunta é referente ao mercado doméstico, Brasil. A gente falou um pouco de exportação, se vocês puderem dar mais detalhes de como se comportaram os volumes e preços. A gente teve durante o ano restrições para franco como uma super oferta e depois um ajuste de produção, o que acabou impactando também o bovino no mercado interno. Então se vocês conseguirem falar um pouquinho do que vocês estão esperando para o 4T19 no mercado interno, recuperação de demanda, dinâmica de preço, eu agradeço.

Sr. Miron: então nossa expectativa, falei há pouco para o Thiago, é que nesse 4T nós tenhamos já um efeito da mudança de humor do mercado com otimismo maior e consumo maior também. Estamos com algumas iniciativas importantes relacionadas à marca, nossa marca, a marca Montana, Bassi ela tem crescido bastante.

Temos trabalhado na questão, na parte de marketing de uma forma um pouco mais forte. Então o 4T, que é normalmente um trimestre mais forte para a indústria, esperamos que após esse momento mais de incerteza na questão política tudo isso adicionado com nossa dose de otimismo seja um trimestre bom, eu acho que a atratividade com o nome Marfrig e as marcas Marfrig tem sido comprovada no nosso crescimento. Miguel você quer complementar alguma coisa?

Sr. Miguel: complementando essa linha que o Miron comentou, realmente nós vimos trabalhando muito forte em todo nosso portfólio de produtos de valor agregado. Nós estamos trabalhando no sentido de aumentar a participação de nossas marcas-prêmio.

Também estamos trabalhando forte nos nossos programas em parceria com os produtores, isso vai nos gerar matéria-prima de melhor qualidade, matéria-prima de melhor qualidade vai se transformar em produtos de melhor qualidade também, de maior qualidade e isso também é um movimento que nós estamos fazendo não só no Brasil, mas também a gente está fazendo esse mesmo movimento na Argentina e no o Uruguai.

As expectativas são bastante favoráveis nesse aspecto e a gente conta não só com que nós estamos fazendo, que é o dever de casa, mas também com o aspecto que normalmente o 4T é mais animado nesse aspecto.

Sra. Luciana: tá ótimo obrigada.

Operadora: a próxima pergunta vem de Antônio Barreto do Itaú BBA.

Sr. Antônio Barreto: bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Eu só queria confirmar nosso entendimento dos dividendos pagos para os minoritários da National Beef. Se não me engano foram R\$ 230 milhões e eu queria confirmar com vocês se isso é relativo aos 49% que os outros minoritários da National Beef têm da empresa, e se esse é o caso eu queria entender um pouco da política de dividendos para esse minoritário da National Beef. Se não me engano tem um payout mínimo do lucro líquido.

Eu queria confirmar com vocês qual é esse payout mínimo e como é do ponto de vista de governança a decisão para aumentar esse payout versus esse mínimo. Eu queria saber também se o dividendo pago trimestralmente é pago baseado no lucro líquido do tri anterior, ou seja, se é uma decisão trimestral ou se é baseada no lucro anual e concentrada em determinado trimestre. Então se vocês pudessem esclarecer essa questão do dividendo para o minoritário da National Beef ajuda bastante a gente a entender a posição de caixa da empresa nos próximos tris.

Sr. Miron: Antônio obrigado pela pergunta. Vamos por partes, essa é uma pergunta um pouco mais complexa. Então o primeiro ponto existe uma metodologia de cálculo de dividendos de uma forma um pouco mais simples e ela significa o seguinte: tem o dividendo mínimo de 54% do resultado da base de dividendos. Então acho que a National Beef, uma empresa que é uma LLC, tem a questão desse percentual terá a ver com o pagamento de impostos por parte dos minoritários, então tem um número que é um número de 54% que seria obrigatório, acordado para pagamento. Então essa é a primeira parte.

Como ele é calculado? Existe uma estimativa trimestral, essa estimativa trimestral é utilizada para fazer o pagamento. Você comentou os 230, a relação não é 1:1 com relação ao resultado final, mas ele é, tem uma lógica nesse sentido. Então você pode imaginar que os 54 é baseado no resultado de um trimestre e que é quase uma estimativa do trimestre. Como ele

é pago durante você não tem ainda os números finais. Então essa é a primeira parte da resposta.

Esse 54 pode ser mais que 54? Vou falar de novo aquilo que nós falamos lá no início quando nós tomamos a decisão da aquisição da National Beef. Uma das coisas que para nós era muito interessante era a questão do fluxo de caixa que ela poderia gerar, inclusive a questão de dividendos. Então no caso dos 54%, que já é um número robusto para pagamento de dividendos e que já é acertado, nosso como controladores podemos decidir por aumentar esse número até 100%, 50% da base distribuída, potencial para ser distribuída. Então é uma decisão onde quem está direcionando o conselho, o controlador, ele pode decidir por isso. Então não foi ainda tomada nenhuma decisão a esse respeito e por enquanto os pagamentos estão sendo feitos da forma anterior, que é o de 54%.

Então essa é a resposta de uma forma simplista, mas tentando separar aquilo que eu posso fazer, o que nós estamos fazendo e aquilo que nós podemos fazer e o racional é ligado à geração de caixa.

Qual era o outro ponto que você queria com relação a isso? É basicamente isso?

Sr. Antônio: é basicamente isso. Eu só queria confirmar se os 230 pelo que eu entendi do que você falou, Miron, ele é uma estimativa do semestral que vocês fizeram pagamento no 3T...

Sr. Miron: trimestral.

Sr. Antônio: trimestral. Então ele é relativo ao lucro...

Sr. Miron: projeção do trimestre.

Sr. Antônio: tá ok, tá ótimo.

Sr. Miron: tá ótimo? Trimestre corrente. Alguma dúvida com relação a isso?

Sr. Antônio: está ótimo obrigado.

Sr. Miron: está ótimo.

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria agora de passar a palavra para o Sr. Eduardo Miron, CEO da companhia, para as considerações finais.

Sr. Miron: Bom em primeiro novamente agradecer que possamos sempre começar e terminar nossos calls agradecendo, então agradeço a todos pela participação, pelo suporte à

companhia. Continuamos focados na geração de valor sustentável e vemos todos os senhores no próximo call, obrigado.

Operadora: Obrigada. A áudio conferência da Marfrig Global Foods está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham um bom dia e obrigada por usarem Chorus Call.
