

Local Conference Call
Marfrig Global Foods S. A.
Aquisição da Quickfood e Ativos de Várzea Grande
7 de Dezembro de 2018

Operadora: Bom dia senhoras e senhores, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Marfrig Global Foods S.A. para a apresentação sobre a aquisição da Quickfood e ativos de Várzea Grande.

O áudio dessa teleconferência está sendo transmitido simultaneamente pela Internet no endereço: www.marfrig.com.br/ri, 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. Eduardo Miron, CEO da Companhia. Por favor, Sr. Eduardo, pode prosseguir.

Sr. Eduardo Miron: Muito obrigado. Obrigado a todos, obrigado por atenderem a esta conferência num período de tempo tão curto. Comigo hoje estão Miguel Gularte, CEO da operação América do Sul; Marco Spada, CFO da empresa e RI e Roberta Varella Diretora de RI. O objetivo desse call é para dar um pouco mais de detalhes sobre a divulgação de uma operação que para nós é muito importante, baseada nos nossos pilares estratégicos. Reforçando que nossos pilares estratégicos começam com excelência operacional, passam por sustentabilidade, governança corporativa, solidez financeira e produtos de clientes.

Nós entendemos que a operação que nós fizemos neste momento e assinamos está baseada em dois pilares super-relevantes para nós: o primeiro é de excelência operacional e o segundo é de produtos e clientes. Com operação que nós findamos hoje, assinamos hoje, ela traz a questão de uma maior diversificação e uma direção para produtos de valor agregado.

Para os senhores entenderem, nós hoje temos produção em todos os países onde nós operamos, então com essa operação nós temos além da produção de hambúrguer na região dos EUA e também no Uruguai, e nós agregamos agora a operação na Argentina com uma empresa que é líder nesse segmento que é a Quickfood, e também fazemos algo que é no nosso ver um movimento extremamente importante, que é a compra dessa operação de Várzea Grande com o caveat, com o detalhe que nós já agregamos fornecimento e então temos uma parceria com a BRF, onde forneceremos também produtos de valor agregado para eles. Então essa operação em termos de estratégia para nós é uma operação muito importante e nos coloca como uma capacidade de produção extremamente grande, mais de 230.000 toneladas/ano, o que nos faz ser um dos maiores produtores de hambúrguer a nível mundial.

Logicamente que como nós dissemos do nosso movimento estratégico, nós estamos buscando sempre melhorar e ir para valor agregado. Com essa operação entendemos que estamos fazendo esse movimento e esperamos que em 2019 a participação de hambúrgueres seja por volta de 10% do faturamento total da empresa.

Alguns pontos que gostaria de ressaltar é que vemos o mercado argentino agora com a abertura para exportação dos EUA em um momento extremamente interessante. Então com as marcas que são líderes de mercado que são a marca Paty e a marca Vieníssima entendemos que estamos alinhados com a estratégia de produtos de valor agregado e marcas.

Também entendemos que com a retomada nossa no Brasil do fornecimento para food service esse movimento, com essa aquisição dessa planta, vai agilizar esse fornecimento. Nós já havíamos comentado nosso plano com a compra de Bataguassu, e esse movimento que estamos fazendo não só acelera nossa possibilidade de fornecimento já de produtos de valor agregado como também nos dá a possibilidade de adequarmos o plano de Bataguassu para que a gente possa crescer ainda mais em produtos agregados.

Por último, queria falar que nós estamos extremamente contentes com essa parceria que começa com a BRF. Nós já fornecemos a carne que era utilizada nessa planta e agora vamos dar um passo mais, que é o processamento e fornecimento - e não é só fornecimento, mas fornecimento de longo prazo que está atrelado a um contrato de cinco anos.

Queria agora passar a palavra para o Miguel para ele dar um pouco mais de detalhes sobre a operação da Argentina e também nesse mercado, e também da operação de Várzea Grande com um pouquinho mais de detalhes, muito obrigado. Miguel por favor.

Sr. Miguel Gularte: obrigado Miron, boa tarde a todos. É um momento de muita alegria está aqui hoje para comentar dessa operação da Marfrig. Essa operação nos coloca no lugar certo no momento certo. A Argentina, começando e falando da operação com Quickfood, ela vem no momento muito favorável. Nós temos observado no ano de 2018 crescimento constante do rebanho bovino na Argentina. O negócio na Argentina vem crescendo em termos de consumo. Para vocês terem uma ideia esse ano se registra aumento de quase 8% no abate argentino e o crescimento do peso dos animais oferecidos.

E a Marfrig entrando na Argentina entra pela porta da frente como a gente diz. No Uruguai e na Argentina ela entra comprando uma operação que tem as duas marcas mais famosas tanto de hambúrguer quanto de salsicha. A marca Paty na Argentina é sinônimo de gourmet, de qualidade e de convívio. O pessoal quando sai para comer, e hábito dos argentinos comer hambúrguer, eles não convidam para comer hambúrguer; convidam para comer uma Paty.

E a mesma coisa com salsicha Vieníssima. Esses produtos quando hoje o mundo começa a falar em hambúrguer gourmet a Marfrig tem acesso a maior reserva de matéria-prima gourmet do mundo, porque a Argentina tem um rebanho de mais de 50 milhões de cabeças sendo mais de 90% na raça Aberdeen Angus, fundamental para a produção de hambúrguer de qualidade.

Eu diria que também é um momento muito favorável para a região, porque não devemos esquecer que há uma semana foi anunciada a abertura do Japão para a produção de carne uruguaia, ou seja, a Marfrig, que detém o maior share de mercado no Uruguai, vai passar agora nos próximos meses a poder exportar sua produção uruguaia também direto ao Japão.

Quanto à operação de Várzea Grande nós estamos muito entusiasmados com a possibilidade de receber uma excelente instalação operacional, que tem já embutido no negócio um contrato de fornecimento muito favorável. Nós temos a possibilidade também dentro do negócio de fazer um benchmark com nossa operação em Ohio nos EUA, com nossa operação de hambúrguer também no Uruguai, ou seja, a Marfrig fica numa condição muito favorável podendo replicar as boas práticas e melhorar a eficiência operacional tanto em rendimento como em qualidade.

E também o aspecto do nosso footprint diversificado em três países, no caso o Uruguai, a Argentina e o Brasil, nos permite fazer um aproveitamento melhor de matéria-prima, melhorando não só rendimento, qualidade, eficiência, como também o resultado do negócio. Por todas essas condições nós agradecemos muito a oportunidade que a BRF nos oferece com o negócio e também a confiança dos controladores e acionistas da Marfrig para a realização do mesmo. Eu acho que é isso, Miron, te devolvo a palavra e fico à disposição para qualquer pergunta mais específica.

Sr. Eduardo: perfeito Miguel. Eu acho que a gente poderia passar para a sessão de perguntas e respostas agora.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operador: 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.

Nossa primeira pergunta vem de Daniela Eiger, Bank of America. Pode prosseguir.

Sra. Daniela Eiger: oi boa tarde, obrigada pela pergunta. Eu tenho algumas perguntas, a primeira é mais um esclarecimento: então vocês ficaram com a marca Vieníssima de salsicha, é isso? Então como vocês vão fazer a fabricação? Porque aí é outra matéria prima, que é porco. Vocês vão fazer alguma parceria? Eu queria entender melhor nesse sentido.

Minha segunda pergunta entrando um pouquinho na operação como é o perfil de mercado doméstico e exportação e qual o potencial que vocês veem em termos de ampliar um ou ampliar o outro e também de Ebitda normalizado da operação. A gente tem visto conforme vocês mesmos comentaram uma melhora na margem ao longo de 2018, então só para entender o que a gente pode imaginar num ano mais normalizado de Ebitda.

E também em relação ao pagamento da aquisição como ele vai ser feito, se vocês vão ter uma dívida, se vocês já tomaram, se já teve alguma fixação do câmbio? Eu acho que são essas as perguntas, obrigada.

Sr. Miguel: eu vou começar respondendo e depois vou passar para o Miron, vou responder o negócio que tu perguntou sobre a fórmula da salsicha Vieníssima, que é uma marca muito conceituada na Argentina, é uma marca líder. Ela tem ingrediente de carne bovina e também tem ingrediente de carne suína.

Todos esses contratos de formulação e de fórmula eles fazem parte da nossa estratégia de negócio e a gente tem condições de que não só manter, como potencializar.

Referente à tua segunda parte da pergunta no que tange ao aspecto operacional você perguntou Daniela, perdão, o mercado doméstico/exportação. Nesse momento a maioria das operações na Argentina estão voltadas nesse negócio mais com o mercado interno e menos com exportação; mas isso é uma questão que deve sofrer alguma alteração.

Nós vamos estudar o melhor cenário, porque com essa abertura do mercado argentino para os EUA nós ficamos com a possibilidade sempre de buscar a melhor situação de resultado. A gente sempre gosta de trabalhar nosso esquema de pricing na Marfrig estudando muito bem os negócios e fazendo sempre o sharing picking, usando o melhor negócio para trazer o melhor retorno, e a Argentina agora com essa abertura ela vai nos proporcionar essa possibilidade.

Outra coisa que nós temos que ter presente é que a Argentina também é local de uma operação da Marfrig. Nós temos um frigorífico lá que mata mais de 550 animais/dia e estamos fazendo investimentos nesse frigorífico para esse abate se incrementar, e isso também tem grande complementaridade com a operação que nós estamos comprando.

Outro aspecto importante que a gente tem que ter presente é que a Marfrig também tem uma operação no Rio Grande do Sul. Essa operação no Rio Grande do Sul também tem muitas vantagens logísticas quanto ao uso de matéria-prima brasileira, ou seja, nós vamos agora estar trabalhando intensamente para formatar qual é a melhor situação de obter não só resultado como também a melhor formulação de todos os produtos.

Também tem uma outra possibilidade que se abre com esse negócio, que é a Marfrig, que é uma empresa conceituadíssima e que tem sua origem no food service, dela usar essa matéria prima e esses produtos de qualidade sejam marca Paty, sejam marca Vieníssima, para o mercado de food service no Brasil que vem crescendo de forma muito sustentável e no qual temos excelente portfólio de clientes e tem uma grande possibilidade de crescimento, de colocação de produtos. Eu te passo, Miron, para que tu complemente na pergunta que ela fez sobre o Ebitda e sobre o que ela espera do aspecto financeiro do negócio, obrigado.

Sr. Eduardo: perfeito Miguel. Eu vou deixar o Spada comentar um pouquinho da parte financeira, mas com relação à margem como vocês devem ter acompanhado a gente nós estamos com aquela expectativa de fechamento de margem entre 8 e 10%. Essa foi nossa expectativa, e para 2019 nós não temos ainda nem guidance para ser dado; mas nós esperamos, nós já vimos essa operação ter margem de dois dígitos no passado e então estamos muito entusiasmados que nós vamos conseguir ter bons resultados na operação. Spada por favor.

Sr. Marco Spada: Daniela boa tarde. Sobre sua questão se a gente vai estar tomando dívida para pagar esse investimento ou não, não preciso nem dizer que caixa não é problema para a companhia, ainda mais neste momento; mas é importante mencionar que o valor do investimento realmente é muito baixo, não é um valor significativo.

De qualquer forma a gente já está conversando com alguns bancos que já se mostraram interessados em financiar esse investimento com linhas de longo prazo. A gente está avançando e se tiver a oportunidade para uma captação de longo prazo de algo mais lean management até junto com essa operação vai ser muito bem-vinda.

Sra. Daniela: está claro. Seu poder só fazer um follow up que vocês comentaram da diversificação geográfica que vocês estão tendo agora no Mercosul. Eu queria entender como vocês estão pensando nela para frente, se vocês pensam em entrar em outros países ou reforçar algumas das operações. Eu acho que é isso, obrigada.

Sr. Miguel: O Miron me ajuda. Eu vou falar do ponto de vista operacional e depois passo o Miron para o aspecto estratégico. A Marfrig constantemente está estudando como fazer o melhor num processo de melhora contínua, e isso é uma preocupação constante da companhia. Então o aspecto de matéria-prima é extremamente relevante no nosso negócio.

Então nós temos, por exemplo, investido muito em logística. A título de informação a Marfrig vem estabelecendo processos de sinergia logística entre a operação dela, nós vimos trabalhando muito mais com operação direto de fábrica, e também estamos controlando todos os nossos custos variáveis e também muito o aspecto de custo de frete. Então evidentemente quando tu tem uma operação no Mercosul você sempre busca a melhor composição para chegar com o melhor produto para o cliente na forma e no tempo correto. Isso é serviço, e isso é eficiência e o que caracterizou essa companhia durante todo o tempo.

No caso da Argentina nós temos a proximidade com o Rio Grande do Sul, sim, isso é um upside interessante. A gente pode pensar em uso de matéria-prima brasileira para o hambúrguer também, mas também a gente pode fazer isso com matéria-prima Uruguia e vice-versa, ou seja, nós estamos constantemente - e isso é uma rotina quase que diária do nosso trabalho - estar estudando a melhor forma de fazer as coisas e melhorando. Sempre tudo pode ser melhorado e a gente sempre tem essa preocupação no sentido da melhora contínua. Miron espero teu complemento.

Sr. Eduardo: eu acho que a base nossa, e acho que é importante a gente reforçar isso, é que nós temos duas operações, uma na América do Sul e uma na América do Norte. Na América do Sul nós já temos uma posição de liderança no Uruguai, nós agora estamos aumentando essa base na Argentina e temos uma posição bastante forte aqui no Brasil.

Esse movimento na Argentina no nosso ver ele complementa, dá um balanceamento nessa posição nossa da América do Sul. A nossa base sendo uma empresa simples e focada é que nós vamos ter uma base nas Américas e com uma diversificação e com acesso aos melhores mercados. Então nós estamos nos países principais e esperamos agora desenvolver cânceres de sinergias que nós podemos e entendemos que temos entre as operações na América do Norte e na América do Sul com essa questão que nós falamos com vocês de diversificação e a parte de fornecimento de matéria-prima e acesso aos mercados. Então isso nos dá no nosso ver uma vantagem competitiva de estar nos melhores locais de produção e acesso aos melhores destinos. Esse vai ser nosso mantra e nós vamos continuar investindo nessas duas operações.

Sra. Daniela: está super claro, obrigada.

Operador: próxima pergunta vem de Leandro Fontanesi do Bradesco BBI. Pode prosseguir.

Sr. Leandro Fontanesi: boa tarde, obrigado pelas informações. Eu tenho uma pergunta sobre Várzea Grande, se vocês pudessem comentar se possível quanto essa operação pode adicionar de receita para vocês. Vocês comentaram que hambúrguer vai ser mais ou menos 10% da receita e se faria sentido a gente imaginar que Várzea Grande talvez seja 2%, 3%? E também se possível comentar qual o nível hoje de margem dessa operação.

A segunda pergunta sobre o pagamento e quando vocês esperam fazer, seria em dezembro, janeiro, enfim, uma ideia de quanto seria feito esse desembolso, obrigado.

Sr. Eduardo: Leandro deixa eu encaminhar essa sua pergunta. De uma forma genérica e nós entendemos que a operação de Várzea Grande nós já temos contratos pré-acordados, então é uma coisa que já começa gerando e estamos imaginando o valor por volta de 700 milhões só dessa operação em termos de receita da parte de Várzea Grande.

Como falei no início nós esperamos que da receita total da empresa o hambúrguer represente 10%, por volta de 10% em 2019, então isso tem tendência de crescimento - mas já começamos já jogando e faturando.

A outra pergunta sua era com relação ao pagamento?

Sr. Leandro: isso, quando vocês esperam fazer o desembolso.

Sr. Eduardo: isso nós fizemos a assinatura agora e a ideia é que no começo de Janeiro seja liquidado.

Sr. Leandro: legal e Miron só no ponto de Várzea Grande vocês podem passar alguma ideia de margem?

Sr. Eduardo: nós não damos margem específica. Como falei também no início, acho que para 2018 nós tínhamos aquela faixa de 8% a 10%. Nós vamos estar falando com o mercado para 2019, mas esse número de 8 a 10% ainda é a faixa que nós estamos trabalhando para nossas operações e de forma geral, não específica.

Sr. Leandro: perfeito muito obrigado.

Sr. Eduardo: não por isso.

Operador: próxima pergunta de Thiago Duarte, BTG Pactual.

Sr. Thiago Duarte: olá boa tarde a todos. Eu tenho três perguntas, duas rápidas e uma terceira acho que talvez um pouco mais longa. A primeira é sobre a data de fechamento desse negócio. Esse negócio acredito eu me parece provável que você se fechem esse negócio ainda em 2018, mas eu só queria ter ideia se a transação se completa esse ano ou a gente deve esperar para o início do ano que vem.

A segunda pergunta é sobre a utilização de capacidade nessa planta de Várzea Grande. Eu assumiria que essa planta hoje opera com uma utilização baixa de capacidade, e aí eu queria ouvir de vocês para onde vocês imaginam que vocês podem levar. O Miron acabou de comentar que vocês já têm contratos, então eu imagino que vocês já tenham como endereçar um pouquinho melhor essa capacidade que vocês comentaram com a gente total de mais de 90.000 toneladas/ano.

E a terceira pergunta vocês acabaram de fechar a transação da venda da Keystone, faz alguns dias e que acho que a transação foi de fato concretizada. A gente ouviu, discutiu bastante com vocês ao longo desse ano principalmente desde o anúncio da decisão de venda da Keystone e compra da participação na National que havia um comprometimento da companhia em desalavancagem, eu sempre entendi isso como sendo uma hora talvez mais de olhar para dentro, de extrair valor, de continuar desalavancando do que pensar em crescimento.

Evidentemente que essa transação ela faz todo o sentido para vocês e ficou super claro eu acho que para todos do ponto de vista de valuation, do ponto de vista das sinergias, etc.; mas não deixa de ser acho que emblemático que essa transação esteja acontecendo logo agora, poucos dias depois do fechamento da venda da Keystone.

Eu queria ouvir um pouco de vocês sobre se isso foi mais um movimento oportunístico ou se a gente já poderia começar a pensar a Marfrig como uma história enfim de volta a crescer, e vocês sempre foram muito ativos em M&A no passado. Então seria interessante ouvir um pouco de vocês sobre isso, discorrer um pouco sobre esse trade-off entre desalavancagem e crescimento mais acelerado, obrigado.

Sr. Eduardo: obrigado Thiago, três excelentes perguntas. Então com relação à primeira do fechamento da operação ela deve acontecer em 2019, praticamente no começo do ano como eu comentei quando vai ser o pagamento.

Com relação à capacidade de utilização nós estimamos que nós vamos estar por volta de 80% de utilização da capacidade rapidamente.

Com relação à questão da desalavancagem, à questão financeira, eu acho que a que ela merece a gente gastar um pouquinho mais de tempo. Então o primeiro ponto é que essa operação em termos de materialidade ela é uma operação com materialidade muito pequena em relação à alavancagem. Se você quiser qualquer uma das contas deve ser alguma coisa em torno de 0,1x nos números, e se for isso num cenário ainda sem nenhuma contribuição de Ebitda. Então eu queria começar dizendo que tem uma questão de materialidade de não relevância com relação a isso.

Porém, ela tem uma relevância estratégica importante para nós, ou seja, quando você falou da questão de oportunidade a operação, e é por isso que nós quisemos mostrá-la de forma conjunta, é uma combinação e então ela tem três grandes componentes: o primeiro - e eu queria mostrar a coerência, a coerência muito importante - nós mantivemos na operação da Keystone a nossa operação de hambúrguer, e justamente porque nós queríamos continuar crescendo nessa parte de valor agregado. Essa operação que nós fechamos agora ela está totalmente alinhada com focarmos ainda mais na questão de valor agregado e na questão de hambúrguer. Eu comentei que vamos ser um dos principais produtores de hambúrguer a nível mundial.

Agora não é só isso. A operação faz com que nós estejamos em dois países em que nós estamos retomando as vendas, nós falamos do... que nos dá oportunidade de acelerar a questão do fornecimento no Brasil, que nós já tínhamos planejado através da operação de Bataguassu e então não é uma surpresa da parte de investimento em relação à parte do hambúrguer, e nos dá a oportunidade de fazer também isso numa operação que nós conhecemos, que fomos muito felizes com ela, que é a operação da Quickfood com todos esses atributos que nós comentamos.

E para finalizar eu acho que existe a combinação que é uma parceria com a BRF, que é extremamente importante e nós vemos isso como um sinal de que nós estaremos produzindo a processados para eles, e nós já fornecíamos a matéria prima e estamos indo para um segundo nível que é o fornecimento.

Então eu acho que quando você vê todos os detalhes que formam o total da operação a gente ver o quanto ela faz sentido e o porquê nós devíamos fazê-la, mesmo correndo o risco de ter algumas críticas com relação ao timing e da operação - mas vemos ela como

extremamente adequada para ser feita, uma oportunidade única para que isso acontecesse nesse momento.

Sr. Thiago: eu acho que só - muito obrigado pela resposta - eu acho que só o follow up que seria se vocês acreditam que outras operações dessa ordem, ainda que isoladamente não sejam materiais, mas em conjunto podem ser que sejam, mas se outras operações essa ordem a gente poderia esperar.

Obviamente não dá para falar antes se vai acontecer, mas se ativamente a companhia busca... o perguntar de outra forma: esses 10% do negócio que vão ser representados por hambúrguer a partir do ano que vem vocês almejam que esse número cresça ainda mais? Quer dizer, faz sentido continuar imaginando crescimento de produzir maior valor agregado, etc., dentro do mix ou como falei antes é um negócio mais oportunístico e talvez mais pontual?

Sr. Eduardo: foi um negócio de uma oportunidade com todos esses atributos que são muito convincentes na nossa opinião e na opinião da direção da operação, e não temos absolutamente nenhuma outra operação em vista. Voltamos para o ponto que nós estamos focados na excelência operacional, e acho que essa operação nos ajuda nisso. E sobre a questão da gente poder utilizar a matéria-prima brasileira em operações dentro da Argentina e nós podemos trazer a inteligência de operação dos EUA para dentro da operação da Argentina para melhorar a eficiência. Tudo isso para a gente faz muito sentido. Então só para finalizar os 10% que eu mencionei é com que nós temos hoje. Não existe... os 10% que eu mencionei que nós esperamos ter de participação de hambúrguer no total é com a operação que nós temos hoje, ou seja, é a operação de Ohio que não está hoje ainda dentro da nossa operação que era descontinuada dentro da Quickfood; a questão no Uruguai; a Argentina e agora o Brasil. Então essa combinação é que vai fazer os 10% que eu mencionei.

Sr. Thiago: está claro, obrigado.

Sr. Eduardo: obrigado.

Operador: próxima pergunta de Lucas e Ferreira, banco J. P. Morgan, pode prosseguir.

Sr. Lucas Ferreira: Pessoal boa tarde. Minha primeira pergunta eu queria entender por que vocês acham que esse negócio rodou por tanto tempo com margem negativa, se é só uma questão de sourcing de carnes, se esse era o principal problema ou se tem oportunidade de melhoria em questão de revenue management, de contratos, de logística, enfim, se pudessem falar um pouco do que vai fazer esse negócio ter margem de 10% que vocês falaram, eventualmente até mais, se é só uma questão de sourcing de proteína.

Minha segunda pergunta eu queria falar sobre o top line, sobre a receita. Dado que é um negócio que está na Argentina e tem exposição grande ao mercado local se vocês pudessem

falar um pouco sobre demanda, expectativa de crescimento de volume dado que o país não está nos seus melhores momentos. Se vocês pudessem falar na opinião de vocês como é que deve se comportar o consumo e receita no final das contas. Se não me engano nos últimos doze meses a receita da companhia é algo como um dos 330 milhões de dólares e como é que vocês enxergam esse número indo para frente, obrigado.

Sr. Eduardo: muito obrigado pela pergunta. Vou dar oportunidade para o Miguel para ele endereçar esses dois pontos que você acabou de passar.

Sr. Miguel: boa tarde. Sobre a margem e a fórmula de operar a operação na Argentina é importante ter presente que nós temos uma operação na Argentina e a margem dessa operação na Argentina é bastante positiva, ou seja, nós temos uma operação que na Argentina vem funcionando muito bem.

No nosso segmento quando você tem crescimento econômico o reflexo é praticamente direto no consumo e na margem, e a Argentina se a gente observar os indicadores dos últimos meses ela vem crescendo em todos os aspectos: vem crescendo no aspecto oferta de matéria-prima, vem crescendo na margem do negócio, o câmbio agora se apresenta estabilizado e nós temos uma coisa que é muito importante, que nesse negócio faz toda a diferença: esse negócio é um negócio de detalhe e a possibilidade de tu fazer um benchmark como uma operação eficiente - e aí não é como uma operação eficiente; é como uma das operações mais eficientes do mundo como é o caso da planta de Ohio, tem upside muito interessante no nosso negócio.

E se eu quisesse voltar no tempo eu poderia até dizer que esse negócio sempre foi com margens muito favoráveis quando era um ativo pertencente à Marfrig. Eu acho que o aspecto está focado nesse negócio de hambúrguer, salsicha e frios vai nos permitir com esse conjunto de possibilidades e a mais um sourcing estratégico de matéria-prima e uma sinergia com a operação que nós já temos e com possibilidade de benchmark com a operação americana, é um negócio que nós temos uma expectativa muito grande no sentido de que os resultados vão vir - mais que expectativa, praticamente nós estamos convencidos que é uma questão de organizar todas essas variáveis e o resultado sem dúvida vai continuar acontecendo, e resultado que já não é negativo nesse momento vamos dizer assim.

Sr. Lucas Ferreira: muito obrigado.

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

Sr. Eduardo: Eu queria finalizar agradecendo mais uma vez o tempo, o foco, as perguntas muito inteligentes e que nos ajudam a passar para vocês o dia-a-dia da empresa, a estratégia

da empresa. Então bom dia a todos e se tiverem mais dúvidas temos todo o nosso suporte, nosso time de suporte para ajudá-los. Bom dia e até logo.

Operador: Obrigado. Áudio conferência da Marfrig Global Foods S. A. está encerrada. Agradecemos a participação de todos, tenham uma boa tarde.
