

OUROFINO SAÚDE ANIMAL

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

4T20

Operadora: Senhoras e Senhores, boa tarde. Sejam bem vindos ao encontro virtual promovido pela Ouro Fino Saúde Animal. Evento de extrema importância, onde compartilharemos os resultados da Companhia em 2020. Agradeço a gentil presença de todos vocês. Eu sou a Juliana Matthes, faço parte do time de comunicação corporativa da Ouro Fino e é um prazer estar com vocês para conduzir esse encontro.

Ao final das apresentações abriremos para perguntas. Por favor se você quiser sinalize aqui no chat que ao final a gente vai abrir os microfones para você conduzir a sua pergunta. Nós temos um aviso que quero ler para todos vocês.

Esta apresentação traz declarações sobre eventos futuros que estão sujeitos a riscos e incertezas. Tais declarações têm como base crenças e suposições de nossa Administração e informações a que a Companhia atualmente tem acesso. Declarações sobre eventos futuros incluem informações sobre nossas intenções, crenças ou expectativas atuais, assim como aquelas dos membros do Conselho de Administração e Diretores da Companhia.

As ressalvas com relação a declarações e informações acerca do futuro também incluem informações sobre resultados operacionais possíveis ou presumidos, bem como declarações que são precedidas, seguidas ou que incluem as palavras "acredita", "poderá", "irá", "continua", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "estima" ou expressões semelhantes.

As declarações e informações sobre o futuro não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e suposições porque se referem a eventos futuros, dependendo, portanto, de circunstâncias que poderão ocorrer ou não. Os resultados futuros e a criação de valor para os acionistas poderão diferir de maneira significativa daqueles expressos ou sugeridos pelas declarações com relação ao futuro. Muitos dos fatores que irão determinar esses resultados e valores estão além da nossa capacidade de controle ou previsão.

Muito bem, para conduzir as apresentações contamos com a presença de nosso CEO, Kleber Gomes, e também de nosso diretor financeiro e de relacionamento com investidores, Marcelo Silva. Obrigada também pela presença de ambos.

Para dar continuidade, eu passo então a palavra ao Kleber.

Kleber Gomes: Olá, boa tarde a todos. É um prazer tê-los aqui conosco na nossa conferência de resultados do quarto trimestre 2020. É um ano super diferente, super importante... então eu queria começar agradecendo. Fazendo um agradecimento especial, na verdade, para todos os colaboradores da Ourofino, que encararam esse ano com muita garra né, e nos ajudaram a fazer o melhor ano da história da companhia em termos de resultados. Meu muito obrigado a todo o time.

É, todos sabem né, nós tivemos um planejamento estratégico no ano de 2019, que foi implementado agora em 2020, no seu início e o planejamento estratégico ele tinha vários pilares. Um dos pilares era o pilar de governança, e nesse contexto foi conduzido um processo sucessório, do nosso então presidente e fundador, Sr. Jardel Massari. Um processo que foi conduzido de forma profissional, liderado pelo nosso conselho de administração e contou com uma consultoria especializada, que avaliou tanto os executivos externos, quanto os internos.

Eu tive a feliz honra né, de ser apontado como CEO em primeiro de abril desse ano e aí nós começamos uma trajetória, junto com a pandemia né, que a gente estava ali começando e eu posso dizer, já antecipando o fim, que foi um ano muito positivo a gente cumpriu vários resultados.

Mas desde quando eu ainda era o CFO da companhia, eu já percebia que seria, que havia uma necessidade de a gente fazer algumas mudanças, principalmente da gente resgatar um pouco dos nossos valores de Companhia. E com isso, a gente conduziu um processo de cultura na empresa, de ressignificação de valores. Um processo também foi muito bacana, que a gente ouviu todos os colaboradores, todas as lideranças da empresa, inclusive é os nossos conselheiros de administração, que puderam ali manifestar, se expressar, sobre quais eram os valores que eram percebidos na companhia até então, e quais eram os valores desejados. E a partir desse trabalho, a gente fez um compilado na diretoria, chegando em três novos valores centrais: que são o jogar para ganhar, cuidar das pessoas e o conectar com o mundo. E desde então, isso é o que move o dia a dia da companhia.

Nós fizemos várias mudanças, mudamos o nosso processo de recrutamento, que é um processo do fit cultural, nós mudamos nossa gestão de desempenho, para que sejam avaliados a evidência dos valores. Nós acabamos de fazer uma reforma no nosso espaço, da nossa sede, é onde nós quebramos as paredes, tiramos as salas, criamos um ambiente colaborativo, inovativo. E inúmeras outras ações que foram feitas em relação à nossa cultura. Os valores, eles foram anunciados oficialmente na companhia em meados de agosto, com um evento muito bacana que teve inclusive a participação do Bernardo Rezende, do Bernardinho né, nosso “multi campeão”, o técnico do vôlei, que representa muito desse espírito né, dos três valores. E posso dizer que foi uma coisa muito bacana, os valores foram muito bem recebidos pela Companhia e

de uma certa forma até mais rápido do que eu esperava e isso nos ajudou a impulsionar várias outras ações.

No início também desse meu mandato, a gente promoveu uma estruturação de diretoria, buscando aí uma mescla entre profissionais experientes de mercado e profissionais com experiência na Ourofino. Fizemos várias mudanças, entendo também que foram mudanças muito bem sucedidas, muito rápidas, e que trouxeram resultados práticos já nesse ano. Destaco especialmente, a criação de uma diretoria nova, que é a diretoria de desenvolvimento estratégico e de novos negócios, que é a nossa diretoria que pensa futuro, que busca as alianças, que busca parcerias estratégicas e que olha também para o nosso portfólio e pipeline de produtos.

É depois né, da dessa reestruturação, e a gente já vinha convivendo ali com toda a situação da pandemia, é a gente, para pandemia, nós trabalhamos sobre 2 pilares desde o início: o primeiro, que era a saúde dos nossos colaboradores, o segundo, que era a saúde do nosso negócio. Nós não tivemos nenhuma dúvida de que deveríamos olhar sempre os 2 pilares. Então, de cara nós já afastamos todos os funcionários do grupo de risco, inclusive funcionários com mais de 50 anos, que tinha alguma comorbidade, gestantes, todo mundo foi afastado, colocamos nosso time administrativo todo em home office, de uma forma bem organizada, mas muito rápida também, privilegiando a segurança do nosso site com a implantação de todos os protocolos de segurança é, para os funcionários. Fomos bem sucedidos nessa missão, mas o que eu acho que foi mais importante, foram as conversas né, os diálogos que nós tivemos de forma transparente e de forma constante com todo o time, explicando o que estava acontecendo né, a medida que também íamos aprendendo as coisas e deixando muito claro que a gente faria de tudo para que não tivesse nenhuma demissão, nenhuma redução de salário, mas que a gente precisava buscar é, esse resultado e a sustentabilidade do negócio também juntos.

O time compreendeu isso muito bem, e a gente foi bem-sucedido. Eu posso, estou muito feliz hoje em falar que a empresa não cortou nenhum nenhuma posição por conta da pandemia e além de não reduzir nenhum salário, a companhia fez suas promoções, seus méritos, normalmente e conseguiu pagar as seus bônus por atingimento de metas, inclusive um salário adicional ao final do ano, para todos os colaboradores que nos ajudaram a entregar o melhor resultado da história, mesmo nesse contexto de pandemia.

Nós tivemos também é um desenvolvimento muito bom dentro do time, a gente está buscando mais agilidade, mais inovação. A gente trouxe uma série de *meetups*, que a gente chama né, que são reuniões com especialistas de mercado nos temas, para que todo mundo tivesse. Nós fizemos várias ações também buscando o respeito diversidade, nós fizemos muitas ações para os nossos clientes, trazendo informação, e de fato como ajudá-los nesse momento de pandemia.

Fizemos tanto isso para os nossos distribuidores do seguimento de animais companhia como para as revendas do segmento de animais de produção. Fizemos uma conversão muito rápida do nosso negócio, sendo que a nossa principal Fortaleza é o acesso ao mercado, e a gente converteu isso para ações virtuais enquanto a gente não podia fazer as visitas. Fomos muito bem-sucedidos. Então, fizemos muita coisa esse ano, é um ano que nos enche de orgulho das ações que foram feitas né.

E casado com isso a gente, é lógico nós passamos ali no começo da pandemia meses ruins, principalmente abril e maio, meses que a gente fez 20, 30% do orçamento de vendas, mas porque estava tudo parado e ainda, né, as pessoas não sabiam como as coisas iam acontecer, mas na sequência a gente começou um trabalho muito forte e foi buscar o resultado e superamos as nossas metas todas.

O cenário, isso mostra a força do nosso segmento, mostra a importância dos drivers que estão por trás do nosso negócio. E aí falando um pouquinho desse cenário macro, vou destacar Animais de Produção. A gente está na cadeia que alimenta o mundo, não tem coisa melhor que isso, a gente produz alimentos e de uma certa forma é uma atividade essencial, o Agro não parou e a pecuária também não parou. Tivemos um impacto da redução do consumo interno de carne, principalmente ainda pela parada do "food service" né, mas essa perda de consumo interno, ela foi mais do que compensada pelas exportações, especialmente para Ásia, em específico para China, que foi o país que mais comprou proteína do Brasil.

Então, olhando o cenário, faltando animais no campo, as cotações foram recordes tanto para @ do boi, quanto para bezerras, e para atender essa demanda é necessário a adoção de tecnologia e aí foi um ano muito positivo, que nós tivemos um crescimento expressivo de mercado, um crescimento específico da nossa Companhia em animais de produção.

Falando de Pet, um pouquinho desse cenário, a gente sabe da humanização dos pets, como os pets hoje são importantes para seus tutores, principalmente no apoio psicológico, a gente sabe que as pessoas casam cada vez menos, vivem cada vez mais e buscam um animal de companhia, começam a tratá-los como membros das famílias. Esses animais, por sua vez, vivem mais e ficam mais doentes e precisam de mais tratamentos. E a pandemia só reforçou isso né, principalmente a partir do momento que as pessoas passaram a ficar em suas casas e conviver diariamente, minuto a minuto com seus pets, que foram seus pontos de suporte psicológico. Olha a importância também do animal hoje na sociedade, do animal de companhia, de estimação. E com isso, o mercado também deu uma acelerada forte no final do ano e a Companhia acompanhou esse movimento, teve também bastante sucesso nas suas estratégias e também superou suas expectativas de mercado.

E por fim, mas não menos importante, vou falar um pouquinho da nossa atuação fora do Brasil e nos outros países da América Latina, países como, sendo que a gente tem operação própria local, no México e na Colômbia, e os 2 países sofreram muito para pandemia, tiveram lockdowns forte, mas a gente também, é tivemos aí um pouco do favorecimento do câmbio e também conseguimos cumprir com as nossas metas.

Então assim, foi um ano de muita mudança da companhia né, mudanças que estão sendo direcionadas pelo nosso planejamento estratégico. Mudanças que foram bastante importantes para o futuro da Companhia e de consolidação de quanto o nosso mercado do forte e resiliente e do quanto que a Companhia está preparada para capturar valor nesses mercados.

Tivemos também avanços na nossa gestão de portfólio, acho que essa é uma linha que a gente buscava retomar e a gente está muito forte no caminho de alianças estratégicas, de parcerias. Lançamos produtos importantes para nos ajudar no nosso portfólio.

Dois hidratantes, nós lançamos uma linha de dermocosméticos. Lançamos o Maxicam solução oral, que é um produto mais destinado a gatos, e gatos que é o mercado que mais cresce no segmento de pet, pela facilidade e pela Independência do gato no dia a dia, mostrando também nossa possibilidade de entrada em novos mercados, mercados adjacentes, como por exemplo dos dermocosméticos, que é a linha Bris, uma linha de shampoos e séruns, com bastante tecnologia, para tratamento auxiliar de problemas de pele. Essa linha foi lançada e está sendo um sucesso.

Esse é só o começo, tenho certeza que teremos muito mais produtos aí pela frente, muitas parcerias, muitas alianças, bastante inovação.

Fizemos um caminho também para um processo de digitalização da Companhia, temos vários projetos nesse sentido em andamento.

E tudo isso culminou com o resultado histórico da Companhia, o maior faturamento e a maior rentabilidade da sua história. Então entendo que para um ano complexo que tivemos, a gente foi muito bem-sucedido e volto a falar, muito em função do que o nosso time comprou das ideias e esteve com a gente nessa caminhada toda. Então era isso que eu tinha para comentar.

Tenho certeza de que teremos um ano de 2021 ainda melhor. As condições de mercado são muito positivas, a gente já começou a enxergar bons resultados já no começo do ano, então assim, é uma continuidade de um trabalho que vai ser cada vez mais fortalecido e trazer bons resultados.

Então muito obrigado a todos, volto a palavra agora para Operadora.

Operadora: Obrigada Kleber. A Palavra a partir de agora será do Marcelo Silva, que apresentará os resultados.

Marcelo: Obrigado Kleber, boa tarde a todos, é um prazer estar aqui para falar dos resultados da Companhia no quarto trimestre do ano de 2020.

É um ano, que como o Kleber falou, bastante desafiador, mas no qual nós fomos bastantes exitosos, tanto na execução da nossa estratégia, quanto no avanço das frentes de trabalho, que permitiram a companhia atingir um excelente resultado.

Fazendo aqui uma retrospectiva né, começamos o ano de 2020 com bastante indicadores positivos. Fizemos um primeiro trimestre com crescimento de 23% em relação ao primeiro trimestre de 2019 e na sequência, no segundo trimestre no auge da pandemia onde nós tivemos os nossos resultados, pior resultado do ano, nós involuímos 2. quase 3% em relação ao trimestre anterior, mas logo no terceiro tri, nós tivemos uma forte recuperação de vendas, uma recuperação em “V” basicamente, o que mostra a força do nosso negócio, os fundamentos, os drivers que fundamentam tanto o mercado de proteína como o mercado de bem-estar animal e as exportações e conseguimos um terceiro trimestre um crescimento recorde de 46% e estamos entregando o quarto trimestre com um crescimento de 12%. Uma receita líquida de 221 mi contra 197 mi no trimestre do ano anterior, com a melhora de margem bruta de 50,2% da receita líquida para 50,8%. Com isso, nós temos um crescimento em 2020 de 18% da receita líquida, atingindo a casa de 730 mi contra 620 mi do ano passado. Um crescimento também acompanhado de melhoria de margem, de rentabilidade. A margem bruta da Companhia atingiu 51,2 pontos porcentuais da receita líquida contra 50,3 do ano anterior. Atribuímos essa melhora de margem ao repasse de preços, ao mix mais favorável e também ao câmbio que ajudou bastante as vendas das operações internacionais.

Entrando um pouco mais nas unidades de negócio, principal, começando pelo segmento de animais de produção, esse segmento foi o mais resiliente à crise em todo ano, praticamente sentiu muito pouco no segundo trimestre e já voltou aos patamares históricos no terceiro e quarto trimestres, refletindo aí o que o Kleber comentou, o cenário positivo de proteínas, o pecuarista motivado, mantendo um nível elevado de investimentos em sanidade. Também não poderia deixar de ressaltar aqui o engajamento e o esforço da nossa equipe comercial. O time, com iniciativas que mitigaram os impactos pandemia, principalmente no momento de maior distanciamento né. Foram feitas várias ações para manter os clientes ativados e a equipe comercial engajada. Conseguimos obter um crescimento da do segmento de 16% no ano de 2020, também com a melhora de margem bruta de 45,5 para 45,8% da receita líquida.

O segmento de animais de companhia, esse sim teve um impacto maior, havia involuído 23% no segundo trimestre, foi o período de menor crescimento, performance de vendas, como o Kleber comentou, fizemos ali 20, 30% do que estava sendo previsto para o ano, mas rapidamente no terceiro trimestre voltamos a crescer na casa de 47% e estamos entregando um crescimento de

26% agora no quarto trimestre e no acumulado do ano o crescimento de 13%, atingindo a receita líquida de 100 mi de reais. Tivemos uma rápida recuperação das vendas da partir do terceiro trimestre, isso reflete o aumento né dos animais domiciliados e a empatia que existe entre o tutor e o animal de estimação, que foi intensificado aí nesse momento de pandemia. E o engajamento também nosso time comercial, principalmente no trabalho de geração de demanda, com os médicos veterinários. Mantivemos um nível saudável de estoques tanto na indústria quanto nos distribuidores. Um nível excelente de seel-in e sell-out, ou seja, que nos garante um crescimento bastante sustentável com os fundamentos de capital de giro bastante preservados.

Tivemos um ganho de margem bruta no quarto trimestre, da ordem de 68,2 para 71,3%, já refletindo um movimento de repasse de preço feito no final de 2020.

Operações internacionais teve um desempenho muito bom durante o ano, tanto nos países onde nós temos atuação local mais forte, como o México e colômbia, mas também tivemos uma boa performance na distribuição de outros países da América Latina. Conseguimos um crescimento de 19% no trimestre e 35% no acumulado do ano, e esse crescimento também foi beneficiado pelo dólar favorável nas exportações, mas avançamos significativamente nas ações locais, principalmente nos países México e Colômbia, com fortalecimento da equipe, fortalecimento das ações de geração de demanda e maior proximidade com os clientes. A melhora de margem bruta, tanto do trimestre quanto no acumulado, reflete um mix mais favorável também ajudado pelo campo positivo nesse período.

Durante o ano trabalhamos fortemente aqui com toda a administração, para fazer o melhor para os nossos acionistas, trazer os melhores resultados apesar das adversidades. Trabalhamos fortemente na contenção das despesas sem, no entanto, abrir mão ou deixar de fazer, manter o nível de investimento nos projetos mais estratégicos mesmo em um momento de pandemia e crescendo aí mais de 20%, é crescendo fortemente nas receitas. Nós conseguimos trazer uma diluição do SG&A, da Companhia de 38,5 em 2019 para 38,2. Nós segregamos aqui a partir de 2020 do SG&A, quais são os gastos relativos às despesas comerciais administrativas, dos gastos relativos à P&D. O objetivo aqui é que o investidor consiga avaliar melhor os gastos relativos à receita presente do exercício, dos gastos relativos à receita futura, que vão decorrer no investimento para o desenvolvimento de novos produtos.

A combinação de crescimento com melhoria de margem e contenção dos gastos, permitiu a companhia atingir um Ebitda de 142 mi de reais. Um crescimento de 33% em relação ao ano passado, e dentro desse resultado, inclusive, já está contabilizado esse bônus adicional que Kleber comentou, de um salário adicional decorrente da superação das nossas metas previstas no orçamento.

Então tivemos uma melhora de margem ebitda e 17,3% em 2019, para 19,5% em 2020.

O resultado financeiro da Companhia também foi favorável em relação ao ano anterior, muito em função da redução das taxas e dos indexadores, principalmente a taxa Selic. Então o resultado de 20 também foi melhor em relação ao ano passado. Cabe destacar aqui em relação também ao resultado financeiro, que nesse período a Companhia fez todo o processo de renegociação da dívida de curto prazo. No início da pandemia, em março, nós trabalhamos para fazer um colchão de liquidez, para termos tranquilidade para desenvolver nossas atividades. Logo na sequência, trabalhamos uma renegociação, um alongamento da dívida é com taxas e duration bastante favorável e adequada ao prazo de ciclos das nossas operações. Também cabe destacar que, nesse período nós fizemos uma contratação no funding estratégico para os nossos projetos de pesquisa e desenvolvimento, um contrato de 180 mi de reais com a FINEP, com prazo fim de 12 anos e uma taxa indexada TJLP que dá, aproximadamente, 5,4% a.a. e uma carência de 3 anos.

Então nós encerramos também o ano de 2020 com uma redução da dívida líquida da Companhia de 238 para 149 mi, uma redução da alavancagem de 2,2 para 1,04 vezes ebitda, o que reflete a combinação de crescimento com geração de caixa e uma maior rentabilidade de nossos produtos.

A geração de caixa operacional da companhia foi uma geração de caixa histórico 136mi de caixa operacional. Com isso nós conseguimos fortalecer nossa posição de caixa e fechar o ano com 206 mi de reais.

Em termos gerais, aumentamos as nossas vendas, geramos caixa acima dos anos anteriores e a combinação de geração de caixa, com crescimento, permitiu reduzir a nossa alavancagem e melhorar a nossa liquidez em 2020.

Como havia comentado anteriormente, a Companhia manteve os investimentos em P&D. O investimento total, tanto a parcela relativa aos gastos que estão no resultado, quanto a parcela relativa aos investimentos, totalizaram 48 mi de reais o equivalente a 7% da receita líquida no período.

Eu queria concluir a minha fala, a apresentação dos resultados, deixando os pontos positivos da Companhia. O que nós temos para apresentar em 2021: uma forte liquidez, com uma baixa alavancagem e uma geração de caixa robusta que permite a Companhia avançar mais rapidamente numa agenda de projetos estratégicos para o ano de 2021, todos eles muito alinhados ao planejamento estratégico que o Kleber comentou no início da sua apresentação. Obrigado a todos

Operadora: obrigada Marcelo. Muito bem, senhores e senhoras, começaremos então nossa sessão de perguntas e respostas. Podem escrever em nosso chat, a pergunta juntamente com o seu nome e o nome da instituição ou empresa e a gente vai abrir o microfone. Nós já temos uma pergunta, do Glauber, ele questiona: prezados, no relatório do quarto trimestre, vocês mencionam que as vendas dos animais de companhia no início do ano foram afetadas negativamente devido a restrição à mobilidade das pessoas, no entanto, os pet shops foram considerados serviços essenciais e entendemos que, como as pessoas passaram mais tempo com os seus pets, essas vendas deveriam ter sido afetadas positivamente. Como vocês vêem esse cenário.

Kleber Gomes: é Glauber, muito obrigado pela sua pergunta, isso foi muito é, essa variação ela ocorreu no período pequeno de tempo, mas sim, no começo houve uma retração. Na verdade os pet shops fecharam e eu inclusive eu tinha meu cachorro que estava doente nessa época e a gente nem conseguia de fato levá-lo ao tratamento, era super difícil, só entrava uma pessoa, então por um curto espaço de tempo, houve uma retração sim, mesmo a equipe dos distribuidores que visitavam as lojas, também ficaram em home Office. Isso, se você lembrar um pouco tempo, houve, entre o início da pandemia e de fato a designação de quais eram os serviços essenciais, houve um certo uma certa demora, e depois disso houve também o medo dos profissionais, dos pet shops, de estarem se expondo naquele momento inicial da pandemia. Mas isso durou um ou dois meses, olhando o Brasil como um todo e na sequência, aconteceu exatamente o que você trouxe né, essa ação positiva, é as pessoas começaram a estar em casa, começaram a conviver com os animais, começaram a perceber alguns problemas, e isso foi retomado de forma muito positiva e o ano termina no geral muito positivo no segmento de pet. Mas é o período de tempo que a gente está citando, que sim no começo houve uma retração mas que depois houve uma recuperação em V, como foi falado.

Operadora: Obrigada Glauber, pela sua pergunta. Agora, a Eugênia Cavalheiro da JP Morgan. Alguma novidade na estratégia de M&A? Poderiam explorar um pouco esse pilar?

Kleber Gomes: Oi Eugênea, boa tarde, obrigado pela sua pergunta, é... poder a gente não pode né? a gente tem um planejamento estratégico que ele prevê alianças e parcerias. O Marcelo reportou bem aqui que a Companhia hoje tem uma posição de caixa, de liquidez e de alavancagem, que possibilita que a gente avance nas nossas ações estratégicas, mas a gente não tem nada para comentar infelizmente neste momento para vocês ainda.

Operadora: Obrigada Eugênia. Paulo Morais: Há alguma expectativa de que o plano de recompra de ações, recém anunciado, tenha um desenvolvimento diferente do anunciado e não realizado em 2017?

Kleber Gomes: é ótima pergunta. Também é um pouco. Nós implementamos este ano um incentivo de longo prazo para administração, dentro também de ações de alinhamento né com o planejamento estratégico e com os resultados esperados da Companhia. Esse plano, ele previa pagamento em ações, caso as metas sejam atendidas, então o nosso plano de recompra de ações tem duas finalidades: a primeira e mais básica, que é a possível recompra de ações para satisfazer o plano de longo prazo, mas lógico também que a gente está bem atento a eventual posição da ação, a gente entende que a ação hoje está um preço bastante competitivo e que eventualmente a gente pode exercer alguma coisa considerando a nossa liquidez atual e o preço da ação, mas ainda não tem nenhuma ação para ser definida fora aquela que foi divulgada de fato com o plano de recompra de ações.

Operadora: próxima pergunta da Juliana, da Agência Estado: a que vocês atribuem o crescimento dos investimentos por parte do produtor no setor em 2020? Foi uma questão de ele estar mais capitalizado por causa da alta da @, ou maior busca por eficiência dado o aumento dos custos?

Kleber Gomes: é ótima pergunta, obrigado Juliana, por ter trazido esse tema. Na verdade, uma conjunção de fatores, como nós dissemos, vamos começar do básico né. O Brasil é o grande fornecedor de proteína do mundo. Então, a gente tem que saber que essa é uma constante. O Brasil tem uma baixa taxa de atuação e ainda uma baixa produtividade, então a gente sabe que tem um caminho de melhoria para o aumento e de avanço nesse sentido e que para o aumento da produtividade, o produtor precisa investir em genética animal, na nutrição e na sanidade animal. E agora olhando mais especificamente para o ano, o produtor já vinha de uma condição boa de rentabilidade, estando capitalizado. O ano trouxe preços melhores, porque como eu disse houve uma pressão positiva pelas exportações e falta de animais no pasto. Então precisamos produzir mais animais e aí que entra a tecnologia e o produtor capitalizado fez mais compras e daí foi mais incentivado a usar a tecnologia. Então é uma conjunção de fatores mesmo, acho que foi um ano muito positivo. Lógico que também a gente percebe, que os insumos também aumentaram também em função do dólar, principalmente as commodities, a soja, o milho, e também os medicamentos e outros insumos, mas a gente observa ainda uma posição muito boa de rentabilidade com o produtor que vai levá-lo continuar investindo tá. Muito obrigado e muito boa a sua pergunta.

Operadora: obrigada também Juliana, pela sua pergunta. Prezados, prezadas, mais alguma questão? Podem sinalizar no chat.

Então finalizamos a nossa sessão de perguntas e respostas. Agradeço mais uma vez a gentileza de estarem conosco, neste dia. Nossa empresa está sempre aberta para viver os nossos valores junto a vocês.

Para encerrar, Kleber, o espaço é seu.

Kleber Gomes: é seu só queria agradecer a todos mesmo. Voltando principalmente ao nosso time. Nós estamos fazendo um trabalho muito bom, eu estou muito feliz com os resultados obtidos. Queria agradecer ao nosso conselho de administração, aos nossos fundadores. É por toda a confiança e por todo apoio durante o ano de 2020, e que já continuando em 2021. Quero agradecer aos nossos investidores, que também sempre agregam ao nosso negócio fazendo as perguntas e trazendo pontos de vistas diferentes. E estou muito confiante que a gente tem uma jornada muito bacana pela frente e que o ano de 2021 nós vamos continuar num ritmo de crescimento bom e que temos muitas coisas plantadas para o futuro de forme muito consistente. Muito obrigado a todos e nos vemos em breve. Um abraço.