

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

**Operadora:**

Boa tarde, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência dos resultados referentes ao 4T15 da Ourofino Saúde Animal. Hoje temos a presença do Sr. Dolivar Coraucci Neto, CEO, e do Sr. Fábio Lopes Júnior, CFO e Diretor de Relações com Investidores.

Informamos que a apresentação está sendo gravada e traduzida simultaneamente para o inglês. Todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa, e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando \*0.

O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo apresentados simultaneamente pela Internet, no endereço [ri.ourofino.com](http://ri.ourofino.com). Neste endereço, os senhores identificarão o banner com o título 'Webcast 4T15', que os conduzirá à plataforma da apresentação.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Ourofino, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas 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 o desempenho futuro da Ourofino e podem afetar a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora eu gostaria de passar a palavra ao Sr. Dolivar Coraucci Neto, que dará o início à apresentação. Sr. Dolivar Coraucci Neto, pode prosseguir com sua apresentação.

**Dolivar Coraucci Neto:**

Obrigado. Boa tarde a todos. Agradeço pela participação em nossa teleconferência de resultados do 4T e do ano de 2015.

2015 foi um ano muito positivo para a Ourofino. Tivemos a oportunidade de mostrar crescimento consistente, muito embora o Brasil tenha atravessado outro ano recessivo. Crescemos 23,6% em receitas, 21,3% em EBITDA e 27,7% em lucro líquido. Além disso, fomos reconhecidos como a melhor empresa farmacêutica veterinária das Américas Latina e do Sul em 2015 pela Animal Pharm.

No segmento de animais de produção, lançamos sete novos produtos. Destacamos, em especial, os lançamentos, em agosto, do Voss Performa, um endectocida à base da molécula Eprinomectina, com foco no período de terminação do gado; e, em novembro, do Superhion, um produto ectoparasiticida inovador, que alia o efeito de *knock-out* da molécula Fipronil com a proteção duradoura da molécula Fluazuron.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

Em animais de companhia, iniciamos no fim de 2015 o projeto Ourofino Distribuição Pet, que consiste no atendimento direto aos petshops e clínicas das regiões sul e oeste da cidade de São Paulo.

Além do atendimento, o projeto tem como objetivo ser referência de trabalho para os outros 42 distribuidores da rede atual, assim como promover treinamentos para aperfeiçoamento e práticas de gestão para diversos públicos do mercado de animais de companhia do Brasil.

Avançamos em 2015 no processo estratégico de internacionalização. No México, expandimos nossa operação, com aumento da equipe comercial e incremento da base de clientes. Na Colômbia, adquirimos o distribuidor local em operação concretizada em setembro, ampliamos a equipe comercial e iniciamos o processo de registro de novos produtos. Continuamos trabalhando para consolidar a nossa presença internacional e mostrar resultados consistentes ao longo dos próximos períodos.

Avançamos substancialmente na construção da nova planta de produtos biológicos, e continuamos em linha com o planejamento para obter as licenças e começar a produção das novas vacinas no início de 2017. Seguimos entusiasmados com o nosso negócio, e agradecemos a todos pela confiança depositada em nosso trabalho.

Passo agora a palavra ao nosso CFO e Diretor de Relações com Investidores, Fábio Lopes, que comentará os resultados do período.

**Fábio Lopes Júnior:**

Obrigado, Dolivar. Boa tarde a todos. Encerramos o ano de 2015 obtendo os resultados esperados e com crescimento consistente. No ano, como já dito pelo Dolivar, nossas receitas aumentaram 23,6% em relação ao período anterior, atingindo R\$534 milhões, tivemos um aumento de 21,3% do EBITDA, que somou R\$119 milhões, e um aumento de 27% no lucro líquido, que totalizou R\$ 69 milhões.

No slide da página três, destacamos o crescimento da nossa receita líquida de vendas, em 21,7% no 4T15, alcançando o valor de R\$164 milhões, contra os R\$135 milhões no 4T14. Em 2015, o aumento foi de 23,6%, atingindo R\$534 milhões, contra R\$432 milhões em 2014, um crescimento absoluto de cerca de R\$ 102 milhões.

No slide da página quatro, detalhamos a receita líquida em cada um dos segmentos de negócio. No segmento de animais de produção, o valor de receita líquida do 4T15 foi de R\$135 milhões, um aumento de 27,3% em relação aos R\$106 milhões do mesmo período de 2014. E, em 2015, o valor foi de R\$435 milhões, um crescimento de 26% em relação aos R\$346 milhões no ano de 2014.

Destacamos para o 4T e ano de 2015: o crescimento de vendas na atual linha de produtos, com ganho de *share* em várias classes terapêuticas, principalmente na linha de antiparasitários; aumento de vendas na linha de aves e suínos; e a receita incremental, relativa aos sete novos produtos.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

Em animais de companhia, a receita líquida do 4T15 foi de R\$14,7 milhões, um recuo de 16% comparado aos R\$17,5 milhões do mesmo período de 2014. Para o ano de 2015, o valor chegou a R\$62,4 milhões, um crescimento de 5,2% comparado aos R\$59 milhões do ano de 2014.

O desempenho abaixo das performances históricas reflete principalmente a decisão da Companhia de antecipar o projeto Ourofino Distribuição Pet, que fará atendimento direto aos petshops e clínicas das regiões sul e oeste da cidade de São Paulo, com vendas já realizadas no 1T16.

No segmento de operações internacionais, a receita líquida do 4T15 foi de R\$14,9 milhões, um aumento de 27% em relação aos R\$11,7 milhões do 4T14. Em 2015, as receitas alcançaram o valor de R\$36 milhões, um crescimento de 34,5% contra os números de 2014.

Este crescimento deve-se substancialmente ao aumento das vendas da filial do México, que cresceram 72% em Pesos mexicanos em relação ao ano anterior, refletindo o resultado da ampliação da equipe comercial com a expansão da base de clientes. Tivemos também a retomada das vendas na Colômbia, após a aquisição do antigo distribuidor local no mês de setembro.

No slide da página cinco, analisaremos o lucro bruto e o SG&A. No 4T15, o lucro bruto alcançou R\$87 milhões, um aumento de 12% na comparação com os R\$77 milhões do mesmo período de 2014. No ano de 2015, o valor foi de R\$297 milhões, um crescimento de 14,3% em relação aos R\$260 milhões do ano de 2014.

A redução da margem bruta nos períodos apresentados decorre substancialmente do não repasse integral aos preços dos aumentos de custos pela apreciação do USD e inflação de 2015, da estratégia de priorização de ganho de *share* em alguns produtos, da comercialização de um *mix* menos favorável com maior participação de aves e suínos, e por um pior cenário de preços das vacinas contra febre aftosa.

Por outro lado, o SG&A do 4T15 foi de R\$53,7 milhões, contra R\$49,8 milhões no mesmo período de 2014, um crescimento de apenas 7,8%, trazendo, assim, uma diluição de 4,2 p.p. sobre a receita líquida.

No ano de 2015, o SG&A foi de R\$199 milhões, contra R\$179 milhões em 2014, um crescimento de 11,1%, trazendo também uma diluição de 4,2 p.p. sobre a receita líquida, saindo de 41,6% em 2014 para 37,4% em 2015.

No slide da página seis, temos o EBITDA e a margem EBITDA. No 4T15, o EBITDA somou R\$39,6 milhões, com margem EBITDA de 24% e um crescimento de 22,2% em relação aos R\$32,4 milhões do 4T14.

No ano de 2015, o EBITDA total somou R\$119 milhões, com margem EBITDA de 22,3% e um crescimento de 21,3% comparado aos R\$98 milhões do ano de 2014. Esses resultados refletem o crescimento das receitas e a diluição de SG&A, que compensaram o recuo da margem bruta.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

No slide da página sete, apresentamos a despesa financeira líquida, a despesa de imposto de renda e contribuição social e o lucro líquido. A despesa financeira líquida no 4T15 foi de R\$2,8 milhões, contra R\$1 milhão do 4T14, uma vez que, em 2014, a dívida líquida era menor em decorrência do aporte de recursos do IPO realizado em outubro daquele ano.

Esse aporte, que foi utilizado parcialmente para liquidação das dívidas indexadas ao CDI, contribuiu ainda para uma menor despesa financeira em 2015, que somou R\$10,6 milhões, contra os R\$11,4 milhões em 2014, uma diminuição de 7%.

O imposto de renda e contribuição social do 4T15 foram de R\$6,9 milhões, com uma alíquota efetiva de 22,5%, contra os R\$6,5 milhões e alíquota efetiva de 24,3% do mesmo período de 2014. Em 2015, o valor foi de R\$18 milhões, com uma alíquota efetiva de 20,7%, comparado aos R\$15 milhões e alíquota efetiva de 21,8% de 2014.

O lucro líquido do 4T15 atingiu R\$23,8 milhões, com margem líquida de 14,4%, um crescimento de 17,2% comparado aos R\$20 milhões do mesmo período de 2014. No ano de 2015, o lucro líquido alcançou R\$69,2 milhões, com margem líquida de 13%, aumentando 27,7% em relação aos R\$54 milhões do ano de 2014, e é explicado pelo melhor desempenho dos negócios no ano.

No slide da página oito, analisamos a dívida bancária líquida. No ano de 2015, o índice da dívida líquida/EBITDA ficou em 1,62x, e o índice de dívida líquida/patrimônio líquido foi de 0,5x. Em relação ao custo médio de dívida em 31 de dezembro de 2015, o percentual foi de 7,98% ao ano.

Para o contrato firmado com a FINEP, com linha total de R\$106 milhões, já foram comprovados os investimentos relativos aos R\$ 42 milhões da primeira parcela, e há um saldo remanescente de R\$64 milhões para liberação nos próximos períodos.

Na página nove, destacamos os investimentos em pesquisa e desenvolvimento em 2015 e o andamento das obras da plataforma de biotecnologia. Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento totalizaram R\$34 milhões e representaram 6,4% da receita líquida do período, em linha com os dados históricos.

Seguindo o nosso planejamento para a plataforma de biotecnologia, estamos em linha com o cronograma de construção civil e, em paralelo, prosseguem as atividades de registro das vacinas no Ministério da Agricultura.

Na página dez, temos os lançamentos de 2015. Foram nove produtos lançados: sete para animais de produção e dois para animais de companhia. Destacamos os lançamentos, em agosto, do Voss Performa, um endectocida à base da molécula Eprinomectina, com foco no período de terminação do gado; e, em novembro, do Superhion, um produto ectoparasiticida inovador, que alia o efeito *knock-out* da molécula Fipronil com a proteção duradoura da molécula Fluzaron.

Na página 11, demonstramos o desempenho da nossa ação desde o IPO até 30 de dezembro de 2015. A ação no IPO foi precificada a R\$27, e em 30 de dezembro de

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

2015 fechamos cotados a R\$34,99, uma valorização de 29,6% no período. Comparativamente, o Ibovespa no mesmo período caiu cerca de 20%.

Para finalizar, no slide da página 12, gostaríamos de ressaltar nosso crescimento da receita líquida em 23,6% em 2015, alcançando R\$534 milhões. Nosso EBITDA cresceu 21,3% no ano, com um total de R\$119 milhões, e o Lucro líquido aumentou 27,7% no mesmo período, para o total de R\$69 milhões.

Avançamos nosso planejamento estratégico internacional com a aquisição do nosso distribuidor local na Colômbia e, além disso, expandimos a nossa presença comercial no México, com o aumento da base de clientes. Também lançamos novos produtos.

Seguimos motivados em 2016 para buscar as nossas metas com bastante determinação, credibilidade e agilidade.

Agradeço a atenção de todos.

**Joseph Giordano, JPMorgan:**

Boa tarde. Eu tenho algumas perguntas, primeiro relativas a como vocês estão vendo o crescimento do mercado, só para tentarmos entender qual foi o ganho de *share* da Companhia neste ano, porque houve um crescimento bastante forte, principalmente do lado de animais de produção. Como o Fábio comentou, houve uma pressão de margem ao longo do ano. Então, queria entender o que vocês estão vendo de aumento de preço para este ano, se já o fizeram ou ainda o farão. Queria entender a magnitude e se devemos esperar uma recomposição de margem, porque ela sangrou bastante, do ponto de vista de margem bruta, neste ano. Obrigado.

**Dolivar Coraucci Neto:**

Joseph, temos uma perspectiva de crescimento de mercado – ainda não temos esses números declarados, porque normalmente seguimos os dados informados pelo SINDAN – de mais ou menos 10% a 11% em animais de produção. Essa é uma referência que temos.

Sobre a questão de recomposição de margem, é foco da nossa Companhia sempre buscar a recomposição de margem mediante a posição de *share* que já ocupamos, que é um *share* bastante substancial dentro do mercado brasileiro. E é verdade também que todos os nossos projetos em desenvolvimento estão delineados também nesse horizonte, uma vez que, quando falamos de entrar no mercado de biológicos, trata-se de um mercado que possui margens um pouco melhor. Consequentemente, é busca da nossa Companhia nesse sentido.

É bem verdade que no ano passado, e infelizmente, quando fazemos as provisões não conseguimos avaliar absolutamente os movimentos ambientais aos que somos submetidos, como, por exemplo, essa alta desvalorização do USD, esse alto nível de inflação, que pela dinâmica do mercado, às vezes não conseguimos passar toda a reestruturação dos preços de modo a não perder essa condição de margem, também.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

E infelizmente, a dinâmica do mercado foi essa no ano passado. Apesar de toda a agilidade da Empresa na tomada de decisão, a incorporação da ideia de repassar esses índices para preço não é uma coisa tão fácil e tão óbvia.

Mas, assim, fizemos com muita cautela uma série de movimentos, de modo a garantir a performance da Empresa e o bom resultado da Organização.

Para o ano de 2016, já fizemos um movimento importante de recomposição de preço, uma vez que é até cultural esse processo em toda virada de ano, de repasse de uma tabela diferenciada de preço. E aí temos um trabalho de *pricing*, temos um posicionamento muito bem feito pela nossa área de marketing, que dará uma situação de 8% a 9% repassados nesses primeiros momentos, para vermos como se comportará o mercado no desenvolvimento nos próximos meses.

**Joseph Giordano:**

Obrigado. Só mais uma pergunta, com relação ao cronograma de biológicos, parece que a planta está bastante avançada. Queria entender se vocês conseguem antecipar o lançamento de alguns produtos utilizando um pouco da capacidade ociosa da fábrica de aftosa. Obrigado.

**Dolivar Coraucci Neto:**

Dentro do nosso plano diretor, Joseph, já estamos considerando todos os movimentos para que lancemos produtos o mais rápido possível. Um produto, por exemplo, que já desenhamos e colocamos no mercado foi a própria vacina de raiva.

Dentro do processo de desenvolvimento, entre chegar ao produto final e colocar o produto no mercado, tem uma série de aspectos que precisam ser considerados, não somente de fabricação, mas aprovação governamental, aprovação do lote piloto, transferência de tecnologia. Todos esses elementos estão sendo considerados mediante à capacidade instalada que já possuímos dentro da nossa Empresa.

**Joseph Giordano:**

Perfeito, Dolivar. Obrigado.

**Daniela Eiger, Bradesco:**

Boa tarde. Parabéns pelos resultados. Eu tenho, na verdade, duas perguntas. A primeira é um *follow-up* em termos de ganhos de market share, na verdade mais relacionada à competição. Eu entendo que essa depreciação do Real tende a pegar mais em custo para os seus competidores, que são, em grande parte, *players* internacionais, que para vocês. Queria entender como está esse cenário competitivo, se vocês estão vendo essa dificuldade para os *players* internacionais repassarem esse aumento de custos, e até, de repente, serem menos agressivos em termos de ganhos de market share para conseguirem sustentar rentabilidade.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

Minha segunda pergunta é relacionada a essa questão dos animais de companhia, essa distribuição direta. Qual é o objetivo de vocês? Em relação às suas vendas, quanto vocês querem distribuir vocês mesmos? Na distribuição própria, qual é o objetivo? São essas duas perguntas. Obrigada.

**Dolivar Coraucci Neto:**

Daniela, obrigado pela pergunta. Na questão de market share, a Ourofino possui uma posição importante de market share em diversos segmentos, dentro daquilo que provemos ao mercado como mais forte, como, por exemplo, ectoparasiticidas, parasiticidas em geral. Temos uma posição muito forte.

Não conseguimos precisar especificamente o ganho neste momento, mas seguramente, com o lançamento dos novos produtos que colocamos no mercado, que são revolucionários, normalmente há um ganho natural pela presença de segmentos em que, de repente, não estávamos muito bem posicionados, ou que porventura tenhamos um ensejo maior de posicionar um produto diferenciado. Isso seguramente acontecerá.

Sobre a questão de margens, nós sentimos que companhias em geral, que estão mais submetidas à questão de USD etc., também tem uma necessidade muito grande de repassar o reajuste de preço.

O movimento que tivemos da economia brasileira nos últimos trimestres foi algo muito abrupto mesmo, e isso definitivamente faz com que todas as empresas tenham que necessariamente repassar a situação para os seus preços, sob pena de realmente perder grandes níveis de margem.

E quando trata-se de empresas multinacionais, que muitas vezes importam produtos, ou dependem de uma quantidade de insumos importados muito maiores, ou de centros de custos de importados muito maiores que uma empresa de produtos 100% nacionais, eu imagino que a pressão de repasse de preço deles também deva ser muito grande.

A segunda pergunta é sobre a questão da distribuição direta. É importante entendermos que a Ourofino preza e sempre primou por respeitar os seus canais de distribuição, e neste momento estamos fazendo um movimento estratégico dentro do nosso negócio.

Que movimento estratégico é esse? Além de realmente retratarmos a busca de desenvolver o canal e o processo de venda dentro de áreas que são importantes para o Brasil *pet*, nós queremos desenvolver toda uma escola de formação, de *background* para os nossos distribuidores. Esse é o grande objetivo deste movimento que fizemos de desenvolver a Distribuição Pet nessas regiões em São Paulo.

Já fazemos isso há alguns anos, de dar todo o treinamento empresarial para os nossos distribuidores, bem como todo o treinamento técnico necessário ao desenvolvimento da venda e ao desenvolvimento do negócio deles.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

Mas nada melhor do que podermos dar o exemplo. Esse é o grande objetivo da nossa distribuição em São Paulo, que é uma grande referência de mercado nesse ponto, e geraremos o exemplo para os demais 42 distribuidores que temos ao redor do Brasil.

**Daniela Eiger:**

OK. Muito obrigada.

**Thomas Budoia, Itaú BBA:**

Boa tarde. Minha pergunta é ainda em relação ao segmento de animais de companhia, se vocês têm uma expectativa de quanto e quão rápido volta essa venda em animais de companhia, uma vez que o Ourofino Distribuição Pet já está em andamento e as vendas começam a voltar agora no 1T. E quanto dessa queda foi de fato por conta do projeto, ou se tem algum impacto desse cenário macro mais difícil.

Minha segunda pergunta é sobre SG&A, que cresceu bem menos que o *top line*. Esse crescimento de SG&A para o ano que vem, tem alguma razão para acreditarmos que subirá em um ritmo mais ou menos acelerado, e por quê? Obrigado.

**Fábio Lopes Júnior:**

Thomas, esperamos que a venda da Pet volte e demonstre um crescimento mais forte já neste ano de 2016. Como sempre falamos, não gostamos de analisar os trimestres. Isso terá um crescimento bem consistente durante o ano, e será uma comprovação dessa estratégia nossa, e um esforço muito grande que a Empresa está fazendo para comprovar o treinamento da equipe, o treinamento do atendimento direto dos petshops.

Esse será um ano de muito trabalho para comprovar essa tese que o Dolivar explicou bem na resposta anterior, mas esperamos que já volte neste ano de 2016.

Em relação aos números de 2015, sim, substancialmente ficamos abaixo das nossas expectativas pela decisão que a Companhia tomou em setembro ou outubro do ano passado, de fazer essa mudança. Substancialmente, foi por causa disso.

Sobre a segunda pergunta, de SG&A, nós esperamos uma estabilização desses índices de SG&A para o ano de 2016. Claro que continuaremos com o esforço da Companhia de buscar diluir cada vez mais os recursos, cada vez mais maximizar os usos dos recursos que já temos. É uma busca constante da Companhia, mas a diluição de 2015 foi muito forte, antecipando já alguma diluição que poderia acontecer nos anos de 2016 e 2017.

**Thomas Budoia:**

Está certo. Obrigado.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

**Marcio Montes, Banco do Brasil:**

Boa tarde. Obrigado pela oportunidade. Eu gostaria, se possível, que vocês descrevessem um pouco mais a parte do CPV e a estratégia que foi adotada, que acabou causando essa subida dos valores, por favor.

**Fábio Lopes Júnior:**

Como tentamos deixar claro, a estratégia da Companhia foi de aproveitar muitas oportunidades que aconteceram durante o ano de nos posicionarmos cada vez mais fortes junto aos nossos clientes. Então, a Companhia ganhou bastante *share* em alguns produtos no ano de 2015.

Como também falamos, a participação em produtos de aves e suínos, que têm uma margem maior, cresceu no ano de 2015 por uma oportunidade de mercado que encontramos. E as grandes empresas multinacionais, como a Ourofino, também não repassaram integralmente a desvalorização do câmbio e a inflação.

Esses três motivos, do não repasse integral do câmbio e da inflação, com uma participação maior de produtos de suínos com uma margem bruta menor, além disso, tivemos, principalmente na segunda campanha de 2015, nos preços de vacina contra febre aftosa, uma pressão nesses preços, o que fez com que a gente margem bruta nesse produto fosse um pouco menor do que estávamos esperando. A combinação desses quatro fatores colocou uma pressão maior no custo da Empresa em 2015.

Claro que isso foi mais do que compensado pela oportunidade de crescimento. Quando olhamos esse crescimento em animais de produção, ele foi um dos maiores crescimentos históricos que a Ourofino teve nos últimos dez ou 15 anos. Isso mostra a resiliência do nosso negócio, com uma taxa de crescimento muito forte.

E como o Dolivar falou, nosso foco para 2016 é trabalhar para cada vez mais, agora que ganhamos bastante *share* em 2015, recompor essas margens, trazendo uma lucratividade melhor nos próximos períodos, nos próximos anos para a Ourofino.

**Marcio Montes:**

OK. Chegou um pouco cortado aqui. Só para dar uma pincelada rápida: foi a busca de maior *share*, o não repasse de inflação e câmbio, os produtos suínos com margem menor e a diminuição dos preços na febre aftosa. É isso?

**Dolivar Coraucci Neto:**

Perfeito. Isso.

**Fábio Lopes Júnior:**

O não repasse integral. Um pedaço do câmbio e inflação foi repassado, sim, mas não passamos o todo.

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 4T15**  
**Ourofino (OFSA3 BZ)**  
**23 de março de 2016**

**Marcio Montes:**

OK. Obrigado.

**Operadora:**

Obrigada. A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Dolivar Coraucci Neto para as considerações finais.

**Dolivar Coraucci Neto:**

Senhores e senhoras, gostaria de agradecer a todos pela confiança depositada em nosso trabalho. Reafirmamos o nosso compromisso com o crescimento sustentável dos nossos negócios, mesmo mediante a todo esse ambiente não favorável que estamos vivendo. Quero dizer aos senhores que estamos muito focados em desenvolvimento e na obtenção de bons resultados para os nossos acionistas nos próximos períodos.

Muito obrigado a todos.

**Operadora:**

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 4T15 da Ourofino está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora e tenham uma boa tarde.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição.”