

## **OUROFINO SAÚDE ANIMAL**

### **TELECONFERÊNCIA**

#### **DE RESULTADOS**

**3T2019**

**06/11/2019**

**OPERADOR** – Senhoras e senhores, obrigada por aguardarem e sejam bem-vindos ao conference call do 3T2019 da Ourofino Saúde Animal. Hoje temos a presença do senhor Jardel Massari, presidente da Cia.; e do senhor Kleber Gomes, vice-presidente de finanças e produtos. Informamos que a apresentação está sendo gravada e traduzida simultaneamente para o inglês. Todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante apresentação da empresa, e em seguida iniciaremos uma sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão dadas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando \*0. O áudio e o slides desta teleconferência estão sendo apresentados simultaneamente pela internet no endereço [ri.ourofino.com](http://ri.ourofino.com). Nesse endereço, os senhores identificarão um banner com o título Webcast 3T2019, que os conduzirá à plataforma de 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 Cia., bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantia 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 levar a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Agora, gostaria de passar a palavra ao senhor Jardel

Massari. Por favor, Sr. Jardel, pode prosseguir.

**JARDEL MASSARI** – Boa tarde a todos. Muito obrigado pela participação em nossa teleconferência de resultados do 3T2019. O mercado de saúde animal brasileiro, mais especificamente animais de produção, tem seu potencial reafirmado diante do contexto de preço de carne bovina em níveis historicamente mais altos e preços de grãos em níveis mais baixos, combinados com os impactos positivos para a pecuária brasileira diante do cenário desafiador da peste suína africana, que segue dizimando uma quantidade expressiva de suínos na China. Segundo o FDA departamento de agricultura dos Estados Unidos, a estimativa é de que a produção chinesa será 36,0% menor em 2020 quando comparado a 2018, abrindo oportunidades para o Brasil aumentar significamente a produção e a exportação de proteína, que já vêm ocorrendo e ganhará velocidade nos próximos anos, em volume e preço. Entendemos que esse panorama funcionará como um catalisador para o crescimento do mercado de saúde animal, tendo em vista que, para o atendimento dessa demanda adicional, o pecuarista tende a acelerar a busca por tecnologias que tragam maior produtividade ao seu rebanho. No entanto, nesse 3T2019, o mercado de saúde animal ainda não concretizou esse potencial, o que atribuímos a uma possível insegurança do pecuarista quanto ao cenário macroeconômico com impacto, inclusive, no resultado que esperávamos nas feiras de negócios típicas do setor no período. Assim, o segmento de animais de produção apresentou receita líquida de R\$120,0 milhões, com uma retração em torno de 6,0% em relação ao 3T2018. O resultado também foi impactado pela concentração de vendas no final do mês de setembro, excedidas em R\$9,0 milhões, quando comparado ao mesmo período do ano anterior para os quais a receita já foi reconhecida no início do mês de outubro. No consolidado da Cia. para o trimestre, a receita apresentou diminuição de 4,0%. O segmento de animais de Cia. cresceu 11,0% mas foi penalizado pelas vendas 6,0% menores no segmento de animais de produção, e pelo decréscimo de 5,0% nas vendas em operações internacionais. Neste último, o resultado seria ter ficado estável descontado efeito do câmbio. O EBITDA ajustado atingiu

R\$28,0 milhões, queda de 8,0pp na margem, também resultado do impacto de 5,0pp na margem bruta por aumentos de custo de ociosidade de fábrica, combinado com menor diluição de despesas com vendas gerais e administrativas. Como ponto positivo, a geração de caixa operacional segue robusta somando R\$81,0 milhões no acumulado de 2019, volume 53,0% superior ao mesmo período de 2018, além de bons crescimentos de animais de companhia e de operações internacionais no acumulado de 9M. Em relação ao futuro, e buscando sempre a melhoria contínua da nossa Cia., finalizamos a fase de diagnóstico e definição de estratégia no contexto de um novo ciclo de planejamento estratégico da Ourofino para os próximos 5 anos em parceria com a consultoria [05:45]. Nessa etapa reafirmamos nosso posicionamento em reimaginar a saúde animal como empresa de portfólio abrangente com extensão internacional acelerada na América Latina e estreitamento ainda maior do relacionamento comercial com os nossos parceiros, para entregar produtividade ao homem do campo e tranquilidade de um bom cuidado aos tutores dos animais de companhia. Definimos a estratégia de ampliação de nosso portfólio no segmento de animais de produção além do aumento da atuação no segmento de animais de companhia, por meio de avanço na cobertura de mercado da saúde animal com entrada e fortalecimento da marca em determinados subsegmentos. Ainda nesse contexto, o projeto de consolidação da plataforma de biológicos segue em desenvolvimento com os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, seguindo o modelo de inovação aberta. Internacionalmente consolidaremos nossa presença no México e Colômbia, inclusive com maior abrangência de portfólio nesses países, que quando combinados, representam cerca da metade do mercado brasileiro. Nossa equipe está empenhada na execução do planejamento estratégico em todos os seus pilares de transformação e iniciativas definidas com a qual estaremos preparados para entregar de modo sustentável valor aos nossos acionistas, clientes, colaboradores e fornecedores.

Passo agora a palavra para o vice-presidente de finanças e produtos da Cia., Sr. Kleber Gomes, que irá comentar sobre os resultados financeiros.

**KLEBER GOMES** - Obrigado, Jardel. Agora vamos aos resultados financeiros. A Cia. apresentou receita líquida de R\$154,0 milhões no 3T2019 com uma redução de 4,0% frente a 2018. Nos nove meses acumulados de 2019 houve crescimento de 2,0% atingindo R\$423,0 milhões. Em animais de produção a receita líquida do 3T foi de R\$120,0 milhões, redução de 6,0% comparado ao mesmo período de 2018. Nos nove meses acumulados de 2019 a receita líquida atingiu R\$318,0, com diminuição de 1,0%. No trimestre houve perda de volume, parcialmente compensados por ganhos de preço. Além disso, concentrações de eventos no final do mês de setembro em R\$9,0 milhões a mais do que em setembro 2018, impactaram o resultado do trimestre, uma vez que essas receitas foram apenas reconhecidas em outubro. Sem esse efeito a receita líquida seria de R\$129,0 milhões no trimestre. O segmento de animais de companhia obteve receita líquida de R\$20,0 milhões no 3T2019, crescendo 11,0% em relação ao 3T2018. Esses resultados ocorreram majoritariamente em função de aumento de volume, acompanhados também por aumento de preço. Assim no consolidado dos 9M2019 a receita líquida ficou em R\$63,0 milhões com crescimento de 12,0% comparando com o mesmo período do ano anterior. Para operações internacionais, a receita líquida atingiu R\$15,0 milhões no 3T, redução de 5,0% com perdas cambiais sem as quais não haveria decréscimo. Nos 9M2019 a receita líquida foi de R\$42,0 milhões, crescimento de 16,0% com ganho de volume de preço e, em menor relevância, câmbio favorável. Operacionalmente, sem considerarmos o impacto do câmbio nos 9M2019, México apresentou crescimento de 12,0%, Colômbia de expressivos 26,0%, enquanto a receita de outros países, referentes às nossas operações internacionais seguiram estáveis frente ao mesmo período de 2018.

Agora, comentando a margem bruta do 3T2019. A margem consolidada foi de 52,0% com redução observada de 5,0pp com o mesmo período do ano passado. Nos 9M2019 a margem bruta foi de 50,0% também com redução 5,0pp frente a 2018. Em linhas gerais, a redução na margem da Cia. resulta de maior ociosidade de fábrica este ano de 2019, sendo que no ano passado houve revisão e conseqüente aumento dos níveis de estoques mínimos de produtos

acabados, no total de R\$24,0 milhões visando a segurança no atendimento de nossos clientes com consequência na melhora da margem bruta do ano passado por diminuição de ociosidade. O segmento de animais de produção apresentou margem bruta de 49,0% no 3T, diminuição de 6,0pp comparados com o mesmo trimestre do ano anterior. No acumulado, a margem bruta foi de 46,0% diminuição também de 6,0pp. Esses resultados refletem impactos da menor utilização da capacidade fabril ao longo do ano e do trimestre. Adicionalmente, houve aprovação de um decreto estadual que passou a vedar a acumulação de créditos tributários de ICMS e como consequência passaram a ser reconhecidos como custo. O segmento de animais de Cia. apresentou margem bruta de 69,0% no 3T2019 com ganho de 2,0pp em relação ao 3T2018, refletindo ganhos de preços no período. Nos 9M2019, a margem bruta foi de 70,0% decréscimo de 1,0pp no qual os maiores custos referentes à menor utilização fabril foram parcialmente compensados pelos ganhos de preço. O segmento de operações internacionais apresentou margem bruta de 57,0% no trimestre, com recuo de 6,0pp e reflete, além de maiores custos com a menor utilização da capacidade fabril, perdas cambiais no México. Adicionalmente, houve no 3T2019 venda significativa de vacina contra a febre aftosa para outros países impactando na margem do segmento. Nos 9M2019 a margem bruta foi de 57,0%, recuo de 7,0pp que também refletem os menores volumes produzidos na fábrica, com parcial compensação por ganhos de preço e pequenos ganhos de câmbio.

Seguiremos com os comentários sobre o SG&A, investimentos em pesquisa e desenvolvimento e EBITDA ajustado. As despesas com vendas gerais e administrativas do 3T somaram R\$59,0 milhões, o equivalente a 38,0% da receita líquida, e aumento de 3,0pp frente a 2018. No acumulado de 9 meses, ao considerar os R\$169,0 milhões, equivalente a 40,0% da receita líquida, e aumento de 3,0pp comparando-se com o mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete a alocação dos dispêndios de pesquisa e desenvolvimento como despesas, R\$9,0 milhões superiores aos 9M2019, comparados a 2018, e o aumento de 4,0% nas outras despesas que não foram diluídas pelo

incremento esperado nas receitas. Adicionalmente, houve o efeito positivo do estorno integral de provisão de lucros e resultados que vinha sendo provisionado ao longo de 2019. Importante ressaltar que os investimentos em pesquisa e desenvolvimento da Cia. seguem seu histórico representando nos 9M2019, 7,0% da receita líquida, totalizando R\$31,0 milhões. O EBITDA ajustado no 3T2019 foi de R\$28,00 milhões, com margem de 18,0% e diminuição de 6,0pp em relação ao 3T2018. No acumulado, o EBITDA ajustado totalizou R\$63,0 milhões com margem de 15,0% e decréscimo de 8,0pp. Esses resultados refletem as quedas de margem bruta conforme comentado anteriormente, além dos pontos mencionados referente ao aumento em despesas com vendas gerais e administrativas.

Agora comentaremos sobre a despesa financeira líquida e a despesa de imposto de renda e contribuição social, e o lucro líquido. A despesa financeira líquida do 3T2019, somou R\$3,0 milhões, variação de 10,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. Nos 9M acumulados ficou em R\$10,0 milhões, estável em relação ao mesmo período de 2018. Quanto ao custo médio da dívida, houve redução de 7,0% ao ano no 3T2018 para 6,6% no 3T2019. O IR e contribuição social no 3T2019 foi de R\$5,0 milhões e R\$12,0 milhões nos nove meses acumulados, com tax rate de 34,0%. Eu lembro também que a empresa Ourofino Pet que ela tributada em regime de lucro presumido até 2018, e passou a ser tributada pelo regime de lucro real em 2019 com impacto na alíquota média da Cia. Somado ao impacto de prejuízo das subsidiárias de operações internacionais, que não são deduzidos do lucro antes do imposto do resultado consolidado, gerando aumento na alíquota média, apesar de haver compensação pelas atividades de investimentos em pesquisa e desenvolvimento pela Lei do Bem. Quanto ao lucro líquido ajustado no 3T2019, foi de R\$13,0 milhões, com margem líquida de 9,0% e diminuição de 7,0pp em relação ao 3T2018. Nos 9M2019 totalizou R\$22,0 milhões com margem líquida de 5,0% e diminuição de 7,0pp.

Comentando agora sobre o endividamento e geração de caixa da Cia.

destaque que o índice de dívida líquida sobre EBITDA dos últimos 12 meses ficou em 2x e que o aumento se deve à diminuição do EBITDA, uma vez que houve uma redução nominal da dívida líquida da Cia. de R\$229,0 milhões em 30/09/2018 para R\$220,0 milhões em 30/09/2019. Houve redução do custo médio da dívida para 6,6% e 60,0% da dívida bruta permanece no longo prazo. No consolidado de 9M, houve amortização de dívidas e pagamentos de juros totalizando R\$78,0 milhões, CAPEX de R\$34,0 milhões, e pagamento de impostos de R\$11,0 milhões, compensados pela robusta geração operacional de caixa de R\$81,0 milhões, que foi 53,0% maior que os 9M2018.

Passo agora a palavra à operadora para seguir para a sessão de perguntas e respostas.

**OPERADORA** - Obrigada. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Caso haja alguma pergunta, queiram, por favor, digitar \*1.

O Sr. Antônio Barreto, do Itaú BBA, gostaria de fazer uma pergunta.

**ANTONIO BARRETO** - Boa tarde a todos, obrigado pela pergunta. Eu queria entender um pouco dessa performance de animais de produção que foi um pouco aquém do que a gente imaginava. Eu queria entender, principalmente, quais são as linhas de negócio que foram mais fracas. Eu acho que você comentou, Jardel, no comentário inicial, que esse ambiente de otimismo pela questão da febre suína ainda não contaminou o mercado, mas o que a gente viu também na verdade foi uma fraqueza até maior em relação ao que a gente via no 1S, né? Então eu queria que você comentasse um pouco mais a fundo a performance de animais de produção, especialmente falando aí de quais linhas que estão mais fracas. E se eu puder já emendar uma segunda pergunta, ainda dentro desse mesmo tema, é quando a gente pensa no cliente direto de vocês, eu imagino que você tem a loja agropecuária e o fazendeiro diretamente. Se você puder lembrar para a gente qual o mix dentro desses dois e qual que é o efeito que o ambiente de taxa de juros mais baixos e de mais acesso a crédito pode ter no Brasil para esses dois clientes aí separadamente, se isso tem algum

efeito, se é que isso tem algum efeito.

**JARDEL MASSARI** – Boa tarde, Antônio. Obrigado pela pergunta. Primeira pergunta aí com a redução de consumo de produtos veterinários da saúde animal existe uma, neste ano especificamente, a maioria das companhias estão no volume de venda aquém do desejado nas previsões nossas. E Ourofino, em si, existe uma particularidade que nossa linha de produtos para grandes animais, para ruminantes, nós somos líderes em algumas categorias como carrapaticidas e vermífugos concentrados, que faz grande parte do faturamento nosso. Então, não houve uma incidência muito grande de carrapato nas regiões onde há maior incidência dessas doenças, então nós perdemos, deixamos de vender muito produto carrapaticida, que é os produtos mais rentáveis nossos, então [17:54] tanto que no caso específico da Ourofino, foi a diferença de mix, migrando de carrapaticidas, com margens melhores, para terapias, anti-inflamatórios, de margem menor. Então, a análise nossa basicamente o pouco que nós perdemos aí foi por não ter incidência esse ano, e grande falta de chuva, que agora tá chegando a chuva, e com certeza isso volta à normalidade agora no final do ano, começo do ano que vem. Quanto à segunda pergunta aí, as lojas agropecuárias e fazendeiros, eu acho que a taxa efetiva de juros não altera muito. Na minha opinião, eu acho que é mais em função do que nós vemos atrás, a expectativa macroeconômica dos fazendeiros produtores. Ainda não há uma confiança grande na política do governo, nas tendências, essa baixa de juro ainda demora um pouquinho para validar, então as lojas estavam bastante estocadas, estão diminuindo estoque, fazendo capital, eu acredito também que isso entre numa normalidade aí nos próximos meses.

**KLEBER GOMES** - Antonio, boa tarde. Só para complementar a pergunta que você fez aí sobre o nosso mix de clientes, na verdade a nossa venda direta para fazendeiro é quase que inexistente né? A gente sabe que é um volume pequeno só de alguns grandes fazendeiros, que é possível praticar [19:29] hoje, muito em função da própria situação de logística que nós temos e também pela nossa política que nós temos, de privilegiar o canal. Então, hoje, em animais de

produção as nossas vendas elas são concentradas nas lojas agropecuárias espalhadas no Brasil inteiro e principalmente também nas grandes cooperativas, e olhando para parte de aves e suínos, a gente tem a parte B2B, que é venda direto para os frigoríficos que passam os produtos para os fazendeiros, para os produtores integrados. Reforçando que nós temos hoje provavelmente o maior acesso do mercado, sendo que a gente fatura mensalmente para cerca de 4500 clientes em animais de produção dentro desse mix que eu te passei.

**ANTONIO BARRETO** – Está claro. Obrigado.

**OPERADORA** - A senhora Luciana Carvalho, do Banco do Brasil gostaria de fazer uma pergunta.

**LUCIANA CARVALHO** - Boa tarde a todos, obrigada pela oportunidade. Ainda sobre o segmento de animais de produção, vocês mencionaram no release que final de setembro vocês observaram um incidente aí de R\$9,2 milhões em vendas, né. E aí, nesse sentido, eu queria entender um pouco mais o quanto disso é volume, o quanto foi preço. Vocês conseguem dar um pouco mais detalhes e falar um pouco como ficou outubro, já? se essa tendência continuou? Obrigada.

**KLEBER GOMES** – Luciana, só para deixar claro, que talvez eu não tenha entendido a sua pergunta da forma correta, o que a gente mencionou é que as vendas faturadas e não reconhecidas no mês elas foram superiores ao mesmo período em R\$9,0 milhões, e que isso sim já foi entregue aos clientes em outubro, trazendo faturamento contábil um pouco menor, é o que a gente chama de cut off. A gente não gosta de falar, mas a gente acaba falando toda vez pela relevância. Com relação a preços, a gente sim vem sofrendo alguns anos já com o aumento de custos, e até o ano passado isso também aconteceu bastante por conta aí da situação de China, e a gente tem buscado sempre repassar por isso, esses aumentos, o que seria acima da inflação. Então, de forma geral, a gente tem conseguido repassar e as variações principais elas tem se concentrado em volume.

**LUCIANA CARVALHO** – Tá ótimo. E aí, quanto ao ambiente competitivo, eu queria que você comentasse um pouco também como é que vocês estão enxergando para frente. A gente ver alguns movimentos ao longo do 3T, né, a Elanco adquirindo o negócio de saúde animal da Bayer para equilibrar um pouco mais o portfólio, ganhar mais força a partir de 2020, teve um grupo austríaco também adquirindo laboratórios em Minas. Alguma mudança na estratégia de vocês? Como é que estão sentindo esse ambiente?

**KLEBER GOMES** - Bom, a gente... essa pergunta é sempre muito pertinente, a gente sabe que o ambiente competitivo em saúde animal na América Latina, ele é sempre muito forte. Vejo que a gente entende que a América Latina é o grande fornecedor de proteína do mundo, né, já é hoje, e que isso fica cada vez maior quando a gente olha para frente e enxerga todo o aumento populacional que deve vir e até mais o consumo de carne, inclusive de outros países emergentes. Então aqui estão estabelecidas todas as grandes empresas, a gente sabe que as grandes empresas somadas elas representam a grande maioria do mercado. E dessa forma Ourofino é a única empresa local que consegue se posicionar e disputar em igualdade de condições com essas grandes empresas do setor, que são as empresas que de fato oferecem um portfólio completo, que tem uma assistência diferenciada para os produtores, que fazem programas de extensão rural, que tem cobertura geográfica mais ampla, processos muito rígidos e que são as empresas mais fiscalizadas. Nesse contexto, essa competição é sempre muito acirrada, a gente tem conseguido manter o nosso posicionamento muito forte. Como você colocou, a gente sempre observa, sim, um segmento que tem tido muitas combinações de negócios, né, muitas transações, essa última que você citou foi uma transação bastante grande da Elanco com a Bayer, uma transição de US\$ 7,0 bilhões, que coloca possivelmente a Elanco na segunda posição mundial. Temos visto também várias outras né, a gente acompanha bem. O que nós fizemos aqui é um planejamento estratégico, até o Jardel acabou mencionando um pouco disso, e a gente entende que, lógico, nós não temos o tamanho para ter nenhuma transação parecida ou próxima a isso, mas a gente entende sim que a

gente pode aumentar mais o nosso modelo de inovação aberto, buscando mais eventuais parcerias, buscando também aquisições de produtos, aquisições de pequenas empresas e isso é uma área que ficou reforçada agora com a visão do planejamento estratégico para que a gente possa continuar reforçando nossos pontos positivos nesse ambiente de América Latina e melhorar aqueles possíveis pontos de melhoria, como esse que você citou, para gente aproveitar mais algumas oportunidades de mercado.

**LUCIANA CARVALHO** - Tá ótimo, obrigada.

**OPERADORA** - A Sra. Eugênia Carvalheiro, da JP Morgan, gostaria de fazer uma pergunta.

**EUGÊNIA CARVALHEIRO** – Boa tarde. Obrigada por pegar minha pergunta. Na verdade, são duas, se vocês permitirem. A primeira é relacionada aos biológicos. Então gostaria de saber quando eles estão representando na receita já, e o que vocês esperam que eles passem a representar daqui um ano ou dois anos. E a segunda é relacionada à margem de animais de produção, então a gente viu uma queda expressiva na margem. Eu queria saber se isso é um novo normal que a gente poderia esperar daqui para frente, ou se a gente deveria ver a margem voltando para os níveis históricos. Obrigada.

**KLEBER GOMES** - Eugênia, boa tarde. Muito obrigado pela sua pergunta. Eu vou começar pela última. A gente já veio ao longo do ano mesmo quando a gente esteve no Ourofino Day do ano passado, a gente deu uma certa visão que esse ano a gente começaria o ano mais pressionado do ponto de vista de ociosidade de fábrica né. A gente sabe que a gente tá rodando a fábrica de biológicos nova ainda com um único produto que traz um pouco de [26:14], mas para ser também muito transparente, como sempre a gente procura ser, a gente tinha uma expectativa maior de vendas para esse ano, que acabou não se concretizando, e de uma certa forma isso trouxe um volume menor produzido né, a gente pode até enxergar isso também com estoque mais alto. Isso trouxe uma diluição menor de custos. Então, o nosso segredo aqui não tem muito, é

buscar o crescimento, sempre um crescimento sustentável, crescimento que a gente tem ele constante acima de mercado mas infelizmente esse ano ele não aconteceu até agora nesse momento. Considerando talvez aí, ainda, a gente está buscando entender um pouco melhor os dados de mercado, nós temos até apenas o do primeiro semestre, que mostra um mercado em animais de produção andando sim um pouco mais de lado, mas muito aí talvez num mindset, como o Jardel colocou, do produtor esperando um pouco vai acontecer em termos de Brasil, por mais que todas as condições estão boas, né? A gente sabe aí, olhando, principalmente vocês que cobrem também outras empresas do agronegócio, que cobre os frigoríficos, a gente sabe como que tá bom momento, como o mercado tá construtivo, como as condições para os produtores estão positivas, mas infelizmente o mercado de saúde animal ainda andou um pouco retraído, e aí pode ser uma série de características, inclusive algumas características climáticas, como o Jardel colocou, é mais no começo do ano, mas isso pressionou a fábrica muito pelo menor volume, uma vez que a venda também foi menor. Com relação aos biológicos, a gente segue o plano né? A gente, como eu já disse também várias vezes, projeto bastante complexo, bastante arrojado, fábrica pronta, primeiro produto lançado, mas temos vários outros em desenvolvimento para serem lançados na frente. Pro ano de 2020, a gente não espera muitos produtos, a gente sabe que esses produtos devem vir mais para os próximos anos, aí dentro de um plano de 4-5 anos que é o que está previsto.

**EUGÊNIA CAVALHEIRO** – Ficou bem claro, obrigada.

**OPERADORA** - Antônio Barreto, do Itaú BBA, gostaria de fazer uma pergunta.

**ANTÔNIO BARRETO** – Obrigado por pegar uma pergunta adicional. Eu queria fazer uma pergunta mais direta em relação a esse ambiente mais otimista que a gente tá vendo, de febre suína. A gente olha os preços de gado, se eu não me engano, eles atingiram maior patamar da história, principalmente de setembro para agora. A pergunta seria: ainda dá para você se aproveitarem

disso na temporada de confinamento? Imagino que a demanda de confinamento deve crescer bastante com esses preços de gado que a gente tá vendo agora. Eu queria saber se existe tempo hábil para isso influenciar positivamente o mercado de saúde animal ainda nesse ano, ou se fosse o caso, os produtores já deveriam estar com estoque pronto, né, para conseguir aumentar a produtividade. Vocês podem dar ou fazer algum comentário em relação a isso?

**KLEBER GOMES** – Antônio, essa questão da febre suína africana tá todo mundo aí acompanhando, né? Eu sempre estou tentando destacar aqui que é o seguinte: assim primeiro que a gente entende que nós temos um mercado muito bom, né, e a gente sempre tentou não se vincular, porque a gente entende que é isso mesmo, a nenhuma condição de mercado por mais que a gente tenha falado, tem falado mais disso recentemente, uma vez que, lembrando que o custo do medicamento veterinário no boi é de apenas 1 a 3,0%. Porém, e nesse contexto, a gente falar que nós estamos num mercado que ainda tem baixa significação, que vai ter que subir proteína para o mundo, e o que a gente entende na febre suína africana é que ela seria a cereja do bolo, né? Ela não é o principal questão do nosso segmento, mas ela seria a cereja do bolo, no sentido de que de fato você vai ter uma redução grande de plantel de suínos na China, os chineses vão precisar continuar comendo proteína, outros países num primeiro momento supriram essa demanda, né? Acho que vocês sabem muito bem, você que acompanha bem o setor e que o Brasil tá surfando essa onda, está começando a surfar essa onda agora, até com a possibilidade de liberação de algumas outras plantas pra China. Eu, sinceramente, não espero que a gente tenha algum reflexo para esse ano ainda, tá muito em cima, eu acho que, não teríamos nada que... mas eu acho que pode ser sim ainda uma cereja do bolo para os próximos dois três anos, olhando aí, muito a questão construtiva desse mercado proteína e também o ótimo nível de correlação que existe entre o mercado de proteína, de produção bruta, com o mercado de saúde animal.

**ANTÔNIO BARRETO** - Deixa eu perguntar de outra forma, Kleber: o quão correlacionado é a venda de saúde animal com confinamento? vamos supor que

o confinamento cresça 10 a 20,0%, isso deveria influenciar positivamente o mercado de saúde animal ou você acha que não necessariamente? E aí a pergunta mais em relação a essa questão do confinamento mesmo: se existindo aumento de demanda de confinamento esse ano ainda, estou entendendo que vocês acham que não dá para participar desse aumento, mas talvez se isso acontecer no ano que vem, se vocês poderiam participar também. Então, acho que a primeira pergunta é: o quão correlacionado é a venda de vocês com confinamento?

**JARDEL MASSARI** – Antônio, só para complementar aqui e responder essa pergunta sobre confinamento, o confinamento é um tipo de atividade do ruminante que é terminação, então são poucos produtos que são usados. Então, nós temos alguns vermífugos, algum carrapaticida, alguns mais para mosquicida, então eu acho que não vai ter impacto muito grande. Agora, o que eu acho disso tudo é que isso é uma tendência que essa oportunidade de China que tá começando agora. Nós temos a operação das plantas que começaram agora, então isso é um reflexo que vai começar, já está começando em algumas áreas, suínos e bovinos exportação, você que é especialista ainda mais, foi recorde já no mês de outubro, então é uma tendência e existe também outro fator que a gente analisa, que é o colchão de estoque nas revendas, como a gente não vende direto, ainda tem muito produto do canal que está sendo desabastecido, então a gente acredita que na virada do ano, começo do ano que vem, realmente a gente já tire proveito desse acréscimo de produtos veterinários.

**ANTÔNIO BARRETO** – Está claríssimo. Obrigado.

**OPERADORA** - Lembrando que para fazer perguntas basta digitar \*1.

Caso alguém tenha alguma pergunta basta digitar \*1.

Encerramos nesse momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de retornar a palavra ao senhor Jardel Massari para suas considerações finais

**JARDEL MASSARI** – Gostaria de aproveitar a oportunidade para convidar a

todos para o Ourofino Day, nossa reunião anual com o mercado. O evento ocorrerá na sexta-feira próxima, dia 8 de dezembro, no Hotel Pullman, Vila Olímpia, das 9 às 12 horas, nele apresentaremos mais profundamente nosso planejamento estratégico realizado em parceria com a [33:49] com qual continuaremos entregando valor aos nossos acionistas. Para confirmar sua presença no evento ou tirar dúvidas, nossa equipe de RI estará à disposição. Boa tarde a todos e muito obrigado.

**OPERADORA** - O conference call do 3T2019 está encerrado. Agradecemos a participação de todos e tenham uma boa tarde.