

**Operadora:**

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência dos resultados referentes ao 2T20 da Metalfrio. Estão presentes conosco: o Sr. Petros Diamantides, Diretor Presidente, e o Sr. Frederico Moraes, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores.

Informamos a todos os participantes que o earnings release está disponível para download no site [www.metalfrio.com.br/ri](http://www.metalfrio.com.br/ri). Informamos também que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando \*0.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via *webcast*, onde se encontra a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Metalfrio, bem como em informações atualmente disponíveis para a Companhia. Considerações futuras não são garantias de desempenho, e envolvem riscos, incertezas e premissas. 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.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Frederico, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Frederico, pode prosseguir.

**Frederico Moraes:**

Bom dia a todos. Obrigado por seu interesse contínuo em nossa Empresa e por se juntarem a nós, hoje, para nossa teleconferência de resultados do 1S e 2T20. Hoje, está comigo o Sr. Petros Diamantides, nosso Presidente e CEO.

Antes de iniciarmos, gostaríamos de expressar nossa esperança de que todos vocês as pessoas próximas a vocês tenham conseguido permanecer seguros e bem durante este difícil período de pandemia. Continuamos a nos surpreender com a desenvoltura e determinação, não só de nosso pessoal, mas também de nossos parceiros e clientes, para continuar encontrando novas maneiras de operar com segurança neste ambiente sem precedentes.

Voltando aos nossos resultados, vocês já devem ter visto o nosso earnings release, e devem ter a apresentação para esta teleconferência à sua frente. Caso contrário, você encontrará ambos os documentos na seção de Relações com Investidores de nosso website, onde faremos uma breve revisão de nossos destaques do 1S e 2T, e forneceremos alguns detalhes específicos sobre os segmentos operacionais.

Em seguida, gostaríamos de destacar algumas iniciativas importantes que continuarão a ajudar a impulsionar os negócios, e, em seguida, discutiremos o fluxo de caixa e a estrutura de capital. Na sequência, concluiremos com nossas perspectivas para o resto do ano, juntamente com o resumo de nossas prioridades estratégicas. E, na sequência, abriremos a chamada para perguntas.

Neste ponto, gostaríamos de alertá-los que a teleconferência de hoje pode conter declarações prospectivas. A esse respeito, você poderá obter mais detalhes no slide dois.

Vamos começar verificando os destaques dos dois exercícios em análise, no slide três. Conforme informamos no 1T, a Metalfrio tomou medidas rápidas e decisivas para proteger a saúde e segurança de seus funcionários, fornecedores e parceiros, o que a possibilitou prosseguir suas operações com eficiência. Ao mesmo tempo, iniciamos medidas de preservação do caixa e proteção de lucros para ajudar a compensar os desafios macro de curto prazo.

Essas ações, juntamente com o nosso modelo de negócios, levaram o 1S20, no qual demonstramos nossa experiência em mercados atípicos, com ligeira queda no lucro bruto e EBITDA, ajustado contra uma queda de 10% nas receitas, e expansão de margem de 120 bps de 80 bps, respectivamente.

Claramente, o efeito dos *lockdowns* implementados praticamente em todo o mundo foi sentido principalmente no 2T, com uma queda de 22% nas receitas. Isto ocorreu devido a uma perda abrupta e significativa de tráfego nos canais de consumo imediato e *on trade*, o que levou ao adiamento de compras de nossos clientes.

No entanto, isso foi parcialmente mitigado por nossa forte posição em canais de consumo futuros e crescimento contínuo em nosso segmento de serviços, diz inclui gestão de ativos de refrigeração e aluguel de equipamentos. Este segmento de serviços apresentou resiliência significativa neste cenário de pandemia, e as receitas aumentaram 36% nos primeiros seis meses do ano, e 33% no 2T. Este fato reforça nossa estratégia de diversificação de negócios.

O resultado financeiro do 1S20 foi impactado pela desvalorização de nossas moedas operacionais em relação às moedas fortes, notadamente o USD e o Euro, bem como os ajustes de marcação no mercado de alguns de nossos ativos financeiros. Essas perdas cambiais, com impacto limitado no caixa, levaram a um prejuízo de R\$120 milhões. No 2T, o prejuízo líquido foi de R\$12,6 milhões.

Por fim, deixem-me mencionar um destaque estratégico importante do 2T: Metalfrio mantém um forte foco em ser um *player* inovador, trazendo soluções disruptivas e de base tecnológica para o mercado.

Seguindo esse modelo, anunciamos em julho nossa intenção de adquirir a Asset 365, o que fortalecerá ainda mais nossa liderança na exploração do potencial de *IoT* neste segmento.

Com a conectividade de Internet, IP, o centro de nosso conjunto de soluções de frio integradas para produtos e serviços, criamos um modelo de negócios impulsionado

pela tecnologia verdadeiramente disruptivo, para ajudar as marcas de consumo global a enfrentarem seus desafios comerciais.

Agora, analisaremos a operação por regiões, começando pela América do Sul, no slide quatro. As vendas caíram 34% comparado ao 2T19, principalmente como resultado do efeito da COVID-19. Os *lockdowns* nesta região, que iniciaram posteriormente aos mesmos em nossas operações na Europa, resultaram em uma redução rápida e imediata no canal de consumo *on trade* durante o trimestre, e, conseqüentemente, clientes prorrogaram compras de equipamentos.

No entanto, o segmento de serviços continua a ter um bom desempenho, liderado por um escopo e mais extenso das compras de clientes já existentes, impulsionado também por condições de mercado que incentivam uma maior atividade e *outsourcing*. Além disso, nosso novo negócio de aluguel, o 3L, continuou a contribuir positivamente.

Agora vamos para o slide cinco. Assim como em nossa região da América do Sul, os *lockdowns* na região da América Central e do Norte começaram na metade do 2T, com um consumo imediato e os canais *on trade* significativamente impactados. Além disso, cervejarias no México foram sujeitas a um período de paralisações obrigatórias durante o trimestre, com adiamentos de pedidos de unidades, exigindo uma breve suspensão de nossas próprias atividades de fabricação. Como resultado, observamos uma queda de 68,1% na receita do trimestre, com queda também no segmento de serviços.

Para concluirmos a análise por região, analisaremos Europa, Oriente Médio e África, região compreendida EMEA, no slide seis. As receitas nessa região ficaram praticamente estáveis no 2T. Isso foi suportado por efeitos favoráveis de conversão de moeda, e também por uma melhora do cenário econômico como reflexo do início da flexibilização de *lockdowns* nesta região.

Lembrando, claro, que os *lockdowns* que se iniciaram na região das Américas e as impactaram significativamente no 2T já haviam se iniciado e impactado a região da EMEA no 1T.

No final do trimestre, com a flexibilização das medidas de bloqueio em alguns mercados, começamos a ver os primeiros sinais de retomada da aceitação de pedidos que haviam sido prorrogados.

Durante o 2T, o segmento de serviços teve um desempenho extremamente bom, com as receitas aumentando em mais de 190% devido aos novos contratos de reforma de coolers de cerveja em um centro de renovação recém-estabelecido.

Agora passaremos para o slide sete. Vocês devem ter notado nossa ênfase no segmento de serviços nos últimos trimestres, e isso reflete a grande importância e foco deste negócio em nossas operações.

Neste slide, vocês podem ver que os segmentos de produtos, que, obviamente, são mais diretamente impactados pelos efeitos dos *lockdowns*, viram no 2T as receitas diminuir em 29% e, como consequência de uma desalavancagem operacional, a margem de lucro bruto caiu 2,3%. Para o semestre completo, as receitas diminuíram 16%, e a margem de lucro bruto aumentou ligeiramente em 20 bps.

O segmento de serviços, no entanto, tem sido muito mais resiliente neste ambiente econômico, com aumento de receita de 33% no 2T e 36% no 1S, e as margens de lucro bruto aumentaram 3,6% no 2T e de 6,7% no 1S.

Passando para o slide oito, gostaríamos de destacar alguns pontos fortes da Metalfrio, que foram vitais para o desempenho no passado e também irão suportar o crescimento no futuro.

Estamos orgulhosos de nossa história, que está ancorada em oferecer design inovador e customizado, com alto desempenho técnico, capaz de atuar em diferentes condições de ambiente e em uma série de diferentes canais de consumo, embora preferencialmente focada no canal de consumo imediato mais rentável.

Através desta competência comprovada de forma consistente, evoluímos em conjunto com nossos clientes, muitos dos quais representam marcas de consumo líderes mundiais, bem como empresas regionais e locais altamente conceituados.

Com a mais ampla presença geográfica na indústria, cobrindo mais de 80 países, somos capazes de entregar produtos em nossos avançados centros de manufatura, garantindo a consistência de execução e, assim, tornando-nos um fornecedor preferencial na maioria dos casos.

Como consequência desse sucesso, e para atender uma necessidade do mercado, desenvolvemos uma capacidade de pós-venda, buscando entregar a mais completa oferta de gestão de ativos, denominada LifeCycle. Com forte crescimento ano a ano, isso não só oferece um fluxo de receita cada vez mais diversificado, mas também fortalece ainda mais nosso relacionamento com nossos clientes.

A Metalfrio estava muito focada em *players* maiores e globais. No entanto, a aquisição da 3L nos permitiu entrar no mercado de pequeno e médio porte, entregando uma solução de ponto de venda muito necessária para as empresas que desejam construir uma base de refrigeração rápida, sem a necessidade de propriedade dos equipamentos. Este conceito está tendo uma boa aceitação, e garantindo receitas adicionais.

Com um alcance geográfico extenso, juntamente com uma gama atraente e complementar de atividades de negócio, a Metalfrio criou um conjunto cada vez mais diversificado de componentes de *business*, que contribuem para resultados resilientes.

Mas, provavelmente, o desenvolvimento mais interessante para nós, proporcionando um potencial impressionante para crescimento futuro, é nossa posição única de propriedade intelectual no setor de Internet of Things. Este recurso nos permite gerar *insights* valiosos e baseados em dados, que podem auxiliar áreas como rastreamento de ativos, integridade do equipamento, impacto ambiental e tendências de comportamento do consumidor.

Integrar tudo isso a uma infraestrutura de serviço para entregar ações e acompanhamento adequados no ponto de venda está proporcionando oportunidades significativas. Esses desenvolvimentos se combinam para fazer da Metalfrio uma empresa verdadeiramente inovadora, líder de mercado em seu campo.

Eles também permitiram que a Metalfrio apresentasse desempenho financeiro consistente e resiliente ao longo dos anos. E à medida que continua se aproximando do consumidor final, e portanto mais alinhada com as tendências positivas de crescimento de longo prazo de seus clientes *blue-chip*, a qualidade de seu desempenho continuará a aumentar.

Agora vamos para o slide nove. A Metalfrio avançou significativamente nos últimos seis anos, com crescimento anual composto de dois dígitos em vendas e EBITDA. O componente-chave para isso e para nosso sucesso continua é nosso compromisso com nossos princípios estratégicos, nossas iniciativas que ancoram tudo o que fazemos, permitindo-nos continuar a evoluir nosso modelo de negócio disruptivo.

O elemento mais importante tem sido um compromisso absoluto para impulsionar a receita. Nossas equipes de vendas continuam a se concentrar no desenvolvimento de relacionamentos cada vez mais próximos com os clientes, para garantir que estejamos fornecendo soluções altamente personalizadas para seus desafios.

Temos muito orgulho do relacionamento que temos com nossos clientes, muitos dos quais representam algumas das maiores e mais respeitadas marcas de consumo do mundo. Algumas dessas marcas estão representadas neste slide, e serão marcas com as quais você estará muito familiarizado.

Um componente-chave para impulsionar nosso forte e consistente crescimento durante esse período foi o alinhamento preciso entre nossas equipes globais de vendas, desenvolvimento de produtos e fabricação. Isso não apenas culminou no ativo mais poderoso que temos, nossas pessoas, mas também nos permitiu trabalhar com mais eficiência.

E isso nos permitiu redesenhar nossas práticas internas, para garantir práticas de trabalho melhores e mais eficientes. Isso levou a um desempenho de receita significativamente aprimorado, além de proporcionar maior otimização de custos.

Além dessa simplificação das práticas de trabalho, também continuamos a identificar e impulsionar programas de eficiência em toda a Empresa. Esses programas terão um impacto positivo sustentável e de longo prazo em nosso desempenho financeiro, e proporcionarão resiliência em ambientes econômicos desafiadores.

Além disso, também continuamos a investir para garantir que nossas operações sejam as mais avançadas tecnologicamente, e capazes de atender cada vez mais países.

Também continuamos a alavancar nossa forte base de clientes com nossa atraente oferta LifeCycle, que fornece cobertura de manutenção vital para seus refrigeradores e freezers.

Esse serviço pós-venda tem registrado um crescimento muito forte, permitindo-nos estarmos próximos de nosso cliente e, ao mesmo tempo, diversificando nossas fontes de receitas.

Além disso, nossa receita aquisição da 3L nos deu outra vantagem competitiva, ao sermos capazes de entregar opções de aluguel de equipamentos, o que é



particularmente atraente para pequenas e médias empresas que desejam expandir rapidamente a presença nos pontos de venda.

Mas talvez, o mais interessante seja a nossa tecnologia proprietária de Internet of Things, que fornecerá *insights* valiosos e baseados em dados que suportarão rastreamento de ativos, integridade e equipamentos, impacto ambiental e tendências de consumo. Mantermo-nos próximos de nossos clientes é, sem dúvida, a chave para nossa capacidade para continuar a evoluir.

Nossos clientes se deparam com um cenário cada vez mais competitivo, juntamente com diversos desafios externos, como o cumprimento de metas ambientais. Isso requer experiência e capacidade significativas em termos de inovação, para que possamos ajudar nossos clientes a enfrentar hoje os desafios de amanhã.

Algumas das soluções incluem modelos Subzero, modelos com eficiência energética e soluções sob medida para diferenciar os produtos de nossos clientes e impulsionar o ponto de venda, particularmente no caso de consumo imediato de maior rentabilidade.

Deixem-me fornecer outros exemplos específicos de nossa inovação: na América do Norte, temos o orgulho de termos desenvolvido o modelo Arctic, que proporciona a formação de cristais de gelo dentro da garrafa, proporcionando uma experiência sensacional para um consumidor sofisticado e exigente, impulsionando o consumo imediato.

Na África, nosso modelo híbrido é extremamente popular, pois fornece continuidade de vendas durante cortes intermitentes de energia por meio de baterias e isolamento especial. E também temos uma solução universal, com estética de marca intercambiável, proporcionando a possibilidade de múltiplas marcas.

Temos orgulho de nossa liderança em inovação, mas, é claro, nada melhor do que ser reconhecido por nossos clientes. Portanto, estamos muito orgulhosos de sermos escolhidos por muitas de nossas principais contas globais como seu fornecedor número um, e cada vez mais sendo reconhecido como um parceiro preferencial para ajudar a entregar soluções em seus negócios.

Com foco em todos esses elementos que proporcionam uma proposta de negócios única e atraente, acreditamos que continuaremos a criar valor significativo para os acionistas, ao mesmo tempo em que proporcionamos um ambiente ideal para reter e atrair as melhores pessoas do setor.

Agora analisaremos o desempenho financeiro e, em particular, o fluxo de caixa, no slide dez. O fluxo de caixa operacional variou de um valor positivo de R\$10 milhões no mesmo período do ano passado para uma saída de caixa de R\$225 milhões, devido principalmente à interrupção dos padrões de compra usuais e sazonais de nossos clientes, como resultado um impacto abrupto e significativo dos *lockdowns*.

No entanto, esperamos que essa posição se regularize ao longo do ano, com a retomada de pedidos de clientes que foram anteriormente adiados, à medida que os *lockdowns* são gradualmente flexibilizados em todo o mundo.

O ciclo de caixa operacional foi 70 dias maior, para 94 dias em comparação com o mesmo período do ano anterior, devido aos fatores de curto prazo citados anteriormente.

Passando para o slide 11, analisaremos nossa estrutura de capital e liquidez. A dívida líquida aumentou para R\$880 milhões, em comparação com R\$456 milhões no mesmo período do ano anterior, devido aos impactos da variação cambial em nossa dívida em moeda forte, perdas de marcação a mercado em alguns instrumentos financeiros, e impacto de curto prazo da COVID-19 em nosso resultado financeiro e capital de giro no trimestre.

Devido ao fato de uma parte significativa de nossas vendas serem em USD e Euro, esperamos equilibrar o impacto cambial ao longo do ano.

Agora passamos para slide 12. A Metalfrio se tornou a fornecedora líder mundial de soluções de frio baseadas em tecnologia para marcas de consumo globais, tornando-se uma parceira importante para auxiliá-los a atingir seus objetivos de vendas e sustentabilidade.

Com uma oferta disruptiva e totalmente integrada, do design à fabricação, do gerenciamento de ativos ao aluguel de equipamentos, juntamente com a tecnologia proprietária da Internet of Things, continuamos a nos aproximar de nossos clientes.

Cobrando mais de 80 países, acreditamos que estamos bem posicionados para continuar nosso forte avanço em nossos mercados e, conseqüentemente, bem estruturados para continuar a progredir em 2020, apesar da volatilidade macroeconômica global em curso associada à pandemia da COVID-19.

De fato, nas últimas semanas, vimos os primeiros sinais de retomada dos pedidos, especialmente na EMEA, e esperamos ver uma melhora gradual no mercado ao longo da segunda metade do ano.

Continuaremos a priorizar a criação de valor para o cliente, a fim de entregar as melhores e mais inovadoras soluções de mercado. Além disso, adotando nossas credenciais de *disruptive business*, continuaremos a oferecer crescimento no LifeCycle, incorporando cada vez mais nossa liderança tecnológica e Internet of Things para gerar valor para nossos clientes, enquanto continuando a avançar com nossa oferta de aluguel de equipamentos.

Ao mesmo tempo, manteremos nossa forte disciplina financeira para impulsionar a melhoria contínua no fluxo de caixa e liquidez, e, conseqüentemente, fortalecer o balanço patrimonial.

Agora concluiremos esta apresentação com o slide 13. Antes de abrirmos esta chamada para perguntas, gostaria de lembrá-los de nossas principais prioridades estratégicas, que formam os pilares essenciais para o nosso caminho em direção à criação contínua de valor.

Fortalecemos significativamente nosso relacionamento com os clientes nos últimos seis anos, o que tenho o prazer de dizer que é evidenciado pelo progresso consistente contínuo e pelos resultados financeiros que a Metalfrio está entregando.

Temos a infraestrutura e o know-how da indústria, e agora estamos trabalhando fortemente para continuarmos a nos aproximar de nossos clientes. Ao criar excelentes produtos e serviços em colaboração ativa com nossas principais contas globais e nossos novos clientes, aumentamos nossa capacidade de serviços como um parceiro parte importante para continuar a fornecer soluções certas para suas necessidades atuais e futuras.

O sucesso aqui, certamente, beneficiará as vendas, o que, em conjunto com os benefícios de alavancagem operacional, mix de produtos aprimorado e entrega de eficiências operacionais, melhorarão ainda mais nossas margens de lucro.

Outra prioridade estratégica é o desenvolvimento de nossas futuras plataformas de crescimento. Além de melhor desempenho de nossas operações mais maduras, estamos entusiasmados com a expansão para nossos novos e interessante mercados, como a África e o Oriente Médio, enquanto continuamos a desenvolver novas tecnologias para ajudar nossos clientes a enfrentar seus desafios futuros.

Na verdade, não se trata apenas de inovação no design e na estética de nossos coolers, mas também da inovação em nossa oferta mais ampla de produtos. E é nisso que construímos um modelo de negócio verdadeiramente disruptivo, com o sucesso de nosso componente LifeCycle, junto com nossa oferta de aluguel de equipamentos através da 3L, e o interessante apelo que nossa tecnologia proprietária em Internet of Things traz para a Metalfrio e seus clientes.

Ao mesmo tempo, continuaremos focados em fortalecer nossa estrutura de capital, juntamente com iniciativas para melhorar nossa liquidez. Isso será impulsionado pelos benefícios da alavancagem operacional, foco no capital de giro e maior otimização de custos.

Além disso, continuaremos a ser robustos na alocação de capital, garantindo que, aos planos de investimento, de crescimento e manutenção, sejam aplicados mais rígidos critérios de risco e retorno.

Na busca de todos esses objetivos, acreditamos que fortaleceremos nossa posição como líder mundial no fornecimento de soluções de frio com tecnologia para marcas de consumo globais, criando níveis superiores de resultado a médio e longo prazo, beneficiando todas as nossas partes.

Obrigado pela sua atenção. Agora, abriremos esta sessão para recebermos perguntas que vocês possam ter.

**Operadora:**

Com isso, encerramos nossa sessão de perguntas e respostas. Neste momento, eu gostaria de passar a palavra de volta ao Sr. Petros Diamantides para suas considerações finais. Por favor.



**Petros Diamantides:**

Muito obrigado. Nós estamos aqui na Metalfrio, e nossa equipe está sempre à disposição para qualquer esclarecimento que quiserem. Nossa área de Relações com Investidores está à sua disposição.

Agradecemos a todos pelo seu interesse em nossa apresentação de resultados do 2T, e pelo seu interesse na Metalfrio. Muito obrigado a todos.

**Operadora:**

Muito obrigada. Com isso, encerramos a teleconferência dos resultados referentes ao 2T20 da Metalfrio. Por favor, desconectem suas linhas, e tenham todos um bom dia.

“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”