

**DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS – 2T10**

**Teleconferências:**

**Terça-feira, 17 de agosto de 2010**

**Em Português**

**ÀS 10h00 (BRASÍLIA) / 09h00 (US EST) / 14h00 (GMT)**

**Número de acesso: (55-11) 4688-6361**

**Código de acesso: Marfrig**

**Em Inglês**

**ÀS 12H00 (BRASÍLIA) / 11h00 (US EST) / 16h00 (GMT)**

**Número de Acesso: (1 973) 935-8893**

**Código de acesso: 90976959**

**Relações com Investidores:**

**Ricardo Florence**

**Diretor de Planejamento e de Relações com Investidores**

**Remi Kaiber Junior**

**Gerente de Relações com Investidores**

**Tel.: (55 11) 3728-8650/8600**

**Email: [ri@marfrig.com.br](mailto:ri@marfrig.com.br)**

**[www.marfrig.com.br/ri](http://www.marfrig.com.br/ri)**

---



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



## Marfrig cresce Lucro Líquido para R\$ 127,4 milhões no 2T10

São Paulo, 16 de agosto de 2010 – **A Marfrig Alimentos S.A.** (Novo Mercado da BM&FBOVESPA: MRFG3), a empresa de alimentos mais diversificada em carnes, anuncia hoje seus resultados referentes ao 2º trimestre de 2010 (2T10). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado em contrário, são apresentadas de acordo com a legislação societária brasileira e em bases consolidadas.

MRFG3	Preço de Fechamento	Valor de Mercado	Total de ações
R\$ 16,45/ação	13/08/2010	R\$ 5,7 bilhões	346.983.954

### Destaques 2T10

- A Receita Bruta atingiu R\$ 3,8 bilhões, superior em 9,9% e em 46,6% respectivamente, se comparada aos R\$ 3,4 bilhões do 1T10 e aos R\$ 2,6 bilhões do 2T09, impulsionada pelo aumento de vendas nas divisões de Bovinos e da Nova Seara, ambas sediadas no Brasil;
- A Receita Líquida foi de R\$ 3,6 bilhões, superior em 10,4% aos R\$ 3,2 bilhões no 1T10 e em 48,0% contra os R\$ 2,4 bilhões do 2T09;
- O EBITDA foi de R\$ 286,3 milhões superior em 56,1% se comparado ao 2T09 quando registrou R\$ 183,4 milhões e inferior em 29,6% aos R\$ 406,9 milhões registrados no 1T10;
- A margem EBITDA foi de 8,0 %, contra 12,6% no 1T10 e 7,6% no 2T09, refletindo o bom desempenho operacional que foi parcialmente compensado pelo aumento das despesas comerciais, gerado principalmente pelo investimento em marketing nas marcas Seara, Paty, Moy Park e Pemmican.
- Nos meses de junho e julho de 2010, a marca Seara teve uma grande exposição como patrocinadora da Copa do Mundo da FIFA na África do Sul e da seleção brasileira de futebol (CBF), onde passou a ser fornecedora oficial de carnes para a Seleção. O patrocínio da Seara à FIFA e à CBF estender-se-á até o final de 2014, incluindo os eventos da Copa do Mundo e da Copa das Confederações no Brasil nesse período.
- A Companhia registrou um Lucro Líquido de R\$ 127,4 milhões no trimestre, superior em 205,7% se comparado aos R\$ 41,7 milhões registrados no 1T10 e inferior em 68,5% aos R\$ 405,0 milhões no 2T09.
- A Companhia concluiu em 29 de abril de 2010 uma oferta de *títulos de dívida* (“*Bonds*”) no exterior no valor de US\$ 500 milhões para 10 anos e vencimento em 29 de abril de 2020, com uma taxa (cupom) de 9,5% ao ano e cujos recursos serão utilizados na melhoria do perfil de endividamento da Companhia.



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



## Mensagem do Presidente

O **Grupo Marfrig** (“Grupo”, “Companhia” ou “Marfrig”) reúne empresas de alimentos, em diversas partes do mundo, com as mais diferentes atividades de exploração das atividades frigoríficas, nos mais variados tipos de animais, em toda a cadeia produtiva, tanto produtos quanto subprodutos. Além disso, industrializa e comercializa produtos e subprodutos de couro, em estabelecimento próprio ou de terceiros e atua na compra, venda, distribuição, representação, importação e exportação de produtos alimentícios em geral. A partir de janeiro de 2010 a base operacional, diversificada e flexível da companhia passou a apresentar 97 plantas e escritórios na América do Sul, América do Norte, Ásia, África e Europa.

Realizamos importantes conquistas no 2º trimestre de 2010, onde atingimos uma receita bruta recorde de R\$ 3,8 bilhões e um lucro líquido de R\$ 127,4 milhões. A estratégia traçada pelo Grupo Marfrig foi definida com o objetivo de garantir a sustentabilidade da organização, entregando resultados consistentes e analisando todos os potenciais riscos que possam impactar no desempenho das operações do Grupo.

A diversificação geográfica que garante flexibilidade operacional, aliada ao portfólio de produtos oferecidos pela Companhia e o crescimento em produtos industrializados, minimizam os riscos inerentes ao setor e garantem um posicionamento estratégico no mercado mundial de alimentos. Respaldados nesses valores, foram priorizados investimentos com foco no crescimento em produtos processados de valor agregado e na busca pela excelência empresarial.

Em junho passado, anunciamos a aquisição da Keystone Foods, que foi sem dúvida, uma das mais importantes aquisições feitas pelo Grupo. Essa aquisição está em linha com a estratégia traçada pelo Grupo Marfrig e consolida a sua posição de trabalhar em todo o ciclo da cadeia produtiva, desde o abate até a entrega do produto ao cliente final eliminando intermediários. A Keystone é uma das maiores fornecedoras no mundo de processados de carnes para a rede de restaurante McDonald's e outras empresas globais. Com 54 unidades nos Estados Unidos, Nova Zelândia, Austrália, além de países da Europa, Ásia e Oriente Médio, a Keystone atende mais de 28 mil restaurantes e teve uma receita líquida de US\$ 6,4 bilhões com suas operações de processamento de carnes e distribuição em 2009.

Além de processar e distribuir alimentos à base de carnes de aves, suínos e bovinos, a Keystone vem, desde sua fundação, na década de 60, desenvolvendo produtos para o “*food service*”. Do ponto-de-vista operacional, a Keystone, cujo significado é “pedra-chave”, complementa com sua capacidade de distribuição a atuação global da companhia e é a última pedra de que a Marfrig precisava para fechar esse ciclo.

O crescimento em produtos de maior valor agregado e o reforço da diversificação não são as únicas razões para essa aquisição. Passaremos a contar quando da consolidação das operações de Keystone com 151 unidades em 22 países e aproximadamente 85 mil funcionários.

O próximo desafio agora é integrar todas as empresas adquiridas e buscar todas as sinergias nas operações. Além disso, a recuperação econômica ainda lenta em diversos países e as condições setoriais adversas em



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



alguns mercados onde a companhia mantém suas operações, devem continuar gerando um cenário bastante desafiador no 2º semestre de 2010.

Em abril deste ano, a Marfrig recebeu 3 prêmios no IR Global Rankings (IRGR) Awards: The Best Investor Relations Website in the Consumer Goods Industry Worldwide, Top 5 Financial Disclosure in Latin America e Top 5 Investor Relations Website in Latin America. Também, a IR Magazine Awards, pelo segundo ano consecutivo, indicou a Marfrig no Top 5 na categoria Melhor Profissional de RI do mercado.

Recentemente, a Revista Exame, da Editora Abril, elegeu o Grupo Marfrig como Melhor Empresa do Agronegócio e Melhor Empresa de Carne Bovina na edição especial Melhores & Maiores Exame 2010. Também, a Revista Isto É Dinheiro, da Editora Três, conferiu ao Grupo Marfrig o título de Melhor Empresa em Sustentabilidade Financeira, no evento As Melhores da Dinheiro 2010.

Quero agradecer a todos e conto com o empenho de todos os colaboradores do Grupo na consolidação e no atingimento previsto das sinergias geradas pelos nossos negócios. O ano de 2010 segue repleto de desafios, mas estou certo de que a estratégia de diversificação de riscos na expansão utilizada na Marfrig desde sua origem continuará a apresentar os benefícios de sustentabilidade nos resultados futuros.

*Marcos Antonio Molina dos Santos  
CEO & Chairman*

## Desempenho Consolidado Grupo Marfrig

### Dados Financeiros Consolidados

R\$ Milhões	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
<b>Receita Operacional Bruta</b>	<b>2.572,3</b>	<b>3.431,9</b>	<b>3.770,3</b>	<b>9,9%</b>	<b>46,6%</b>
Mercado interno	1.658,4	1.954,7	2.140,8	9,5%	29,1%
Mercado externo	913,9	1.477,2	1.629,5	10,3%	78,3%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>2.404,0</b>	<b>3.222,5</b>	<b>3.558,7</b>	<b>10,4%</b>	<b>48,0%</b>
<b>Custo dos produtos vendidos</b>	<b>(2.079,8)</b>	<b>(2.582,0)</b>	<b>(2.926,4)</b>	<b>13,3%</b>	<b>40,7%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>324,2</b>	<b>640,5</b>	<b>632,3</b>	<b>(1,3)%</b>	<b>95,0%</b>
<b>Margem Bruta (%)</b>	<b>13,5%</b>	<b>19,9%</b>	<b>17,8%</b>	<b>(211) p.b.</b>	<b>430 p.b.</b>
<b>Receitas (Despesas) Comerciais e Administrativas</b>	<b>(226,5)</b>	<b>(371,8)</b>	<b>(457,6)</b>	<b>23,1%</b>	<b>102,0%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>489,7</b>	<b>2,0</b>	<b>(87,3)</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>405,0</b>	<b>41,7</b>	<b>127,4</b>	<b>205,5%</b>	<b>(68,5)%</b>
<b>Margem Líquida (%)</b>	<b>16,8%</b>	<b>1,3%</b>	<b>3,6%</b>	<b>230 p.b.</b>	<b>(1.320) p.b.</b>
<b>EBITDA</b>	<b>183,4</b>	<b>406,9</b>	<b>286,3</b>	<b>(29,7)%</b>	<b>56,1%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>7,6%</b>	<b>12,6%</b>	<b>8,0%</b>	<b>(460) p.b.</b>	<b>40 p.b.</b>

### Indicadores Financeiros

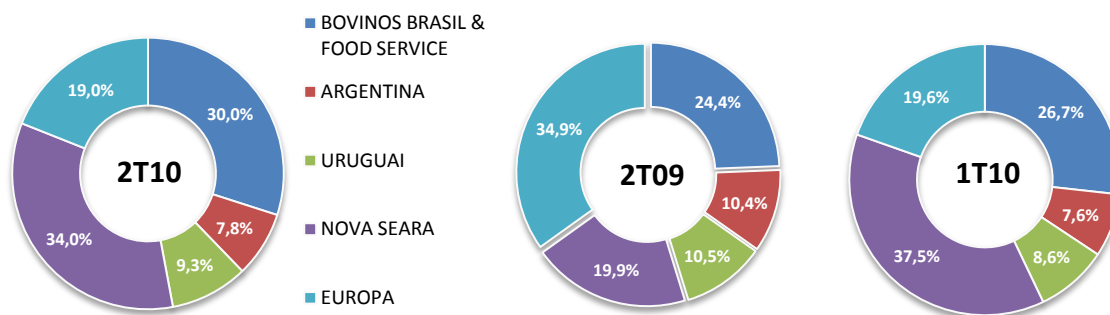
Indicadores	mar/09	jun/09	set/09	dez/09	mar/10	jun/10
Dívida Líquida/EBITDA	3,77	3,36	3,11	2,59	3,98	3,96
PMRE - Prazo Médio de Renovação de Estoques	76	75	75	75	89	90
PMRV - Prazo Médio de Recebimento de Vendas	32	35	35	35	25	23
PMPC - Prazo Médio de Pagamento das Compras	36	36	33	36	37	38

## Desempenho Operacional e Financeiro Consolidado

### • Receita Líquida Consolidada

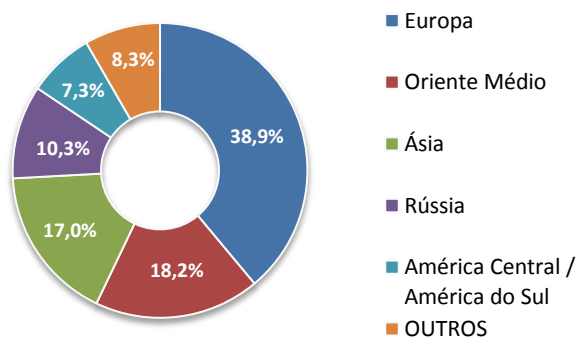
A Receita Líquida no 2T10 foi de R\$ 3.558,7 milhões, crescendo 10,4% se comparada ao 1T10 (R\$ 3.222,5 milhões) e 48,0% se comparada ao 2T09 (R\$ 2.404,0 milhões). No trimestre foram vendidas 826,5 mil toneladas, representando um aumento de 6,3% sobre o volume vendido no 1T10 e 55,2% em relação ao 2T09.

Os destaques no crescimento do volume se deram pelo aumento do volume de Bovinos Brasil, “Food Service” e Europa explicados posteriormente. Abaixo, a participação de cada divisão na receita líquida consolidada do Grupo:

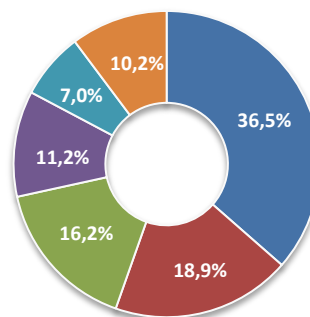


Com relação às exportações, a Europa continuou sendo o principal destino de nossas exportações, com 38,9% da receita de exportação do Grupo seguido pelo Oriente Médio com 18,2% e Ásia com 17,0%. Abaixo a abertura da receita de exportação consolidada do grupo Marfrig por destino:

Receita Exportações 2T10 - Consolidado



Receita Exportações 1T10 - Consolidado



## • Custo dos Produtos Vendidos (CPV)

No 2T10 o CPV foi de R\$ 2.926,4 milhões, representando um crescimento de 13,3% se comparado ao 1T10 (R\$ 2.582,0 milhões) e um aumento de 40,7% se comparado com o 2T09 (R\$ 2.079,8 milhões). Esse crescimento explica-se pelo crescimento dos custos da matéria-prima (bovinos), pelo aumento na utilização da capacidade nas plantas de bovinos no Brasil e pelo crescimento orgânico da Companhia no período.

O principal componente do CPV continuou sendo a compra de matérias-primas, que inclui a compra de animais (gado, aves e suínos) e insumos para ração (grãos), representando 65,0% no 2T10 contra 66,0% no 1T10 e 66,7% no 2T09. Abaixo, segue composição do CPV:

CPV	2T09		1T10		2T10		Var %. 2T10/1T10	Var %. 2T10/2T09
<b>Matéria-Prima</b>	(1.386,6)	66,7%	(1.704,5)	66,0%	<b>(1.901,4)</b>	65,0%	11,6%	37,1%
Bovinos	(683,9)	32,9%	(803,6)	31,1%	<b>(1.040,4)</b>	35,6%	29,5%	52,1%
Frangos e Suínos	(702,6)	33,8%	(900,8)	34,9%	<b>(861,0)</b>	29,4%	-4,4%	22,5%
<b>Embalagens</b>	(95,7)	4,6%	(121,0)	4,7%	<b>(123,3)</b>	4,2%	1,9%	28,8%
<b>Energia Elétrica</b>	(41,7)	2,0%	(46,8)	1,8%	<b>(43,4)</b>	1,5%	-7,3%	3,9%
<b>Desp. Dir + MOD (*)</b>	(348,1)	16,7%	(578,6)	22,4%	<b>(611,6)</b>	20,9%	5,7%	75,7%
<b>Desp. Indir + MOID (**)</b>	(122,1)	5,9%	(150,3)	5,8%	<b>(165,3)</b>	5,6%	10,0%	35,3%
<b>Outros(***)</b>	(85,6)	4,1%	(19,2)	-0,7%	<b>(81,5)</b>	2,8%	-10,6%	38,3%
<b>TOTAL</b>	<b>(2.079,8)</b>	<b>100,0%</b>	<b>(2.582,0)</b>	<b>100,0%</b>	<b>(2.926,4)</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,3%</b>	<b>40,7%</b>

- (\*) Despesas Diretas e mão-de-obra Direta
- (\*\*) Despesas indiretas e mão-de-obra Indireta
- (\*\*\*) A linha outros inclui impostos recuperados no valor de R\$ 151,6 milhões no 1T10 e de R\$ 36,9 milhões no 2T10
- (\*\*\*) Contempla a eliminação de transferências entre companhias

## • Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (DVGA)

No 2T10, as despesas com vendas, gerais e administrativas (DVGA) foram de R\$ 457,6 milhões um aumento de 23,1% e 102,1%, respectivamente, se comparado aos R\$ 371,8 milhões no 1T10 e R\$ 226,5 milhões no 2T09. A DVGA representou 12,9% da receita líquida no 2T10 contra 11,5% no 1T10 e 9,4% no 2T09.

O aumento dessas despesas é explicado pelo aumento de 28,7% nas despesas comerciais e de 8,0% nas despesas administrativas e gerais se comparado com o 1T10. Se compararmos com o mesmo período de 2009 houve um aumento de 125,5% e 51,8% respectivamente.

Tivemos um bom crescimento nas vendas puxadas pela boa aceitação dos consumidores no mercado interno e nos mercado externos após os investimentos em marketing realizados durante a Copa do Mundo de Futebol da FIFA na África do Sul, Seleção Brasileira de Futebol e Santos Futebol Clube que se mostraram acertados e foram fundamentais para que a marca Seara aumentasse seu reconhecimento e importância no setor alimentício nacional e internacional.

## • Lucro Bruto e Margem Bruta

O Lucro Bruto atingiu R\$ 632,3 milhões, 1,3% inferior quando comparado a R\$ 640,5 milhões registrados no 1T10 e 95,0% superior se comparado com R\$ 324,2 milhões no 2T09. A Margem bruta ficou em 17,8% contra 19,9% no 1T10 e 13,5% no 2T09.

Excluindo os efeitos tributários do 1T10 e do 2T10 e mesmo com os cenários adversos apresentados nas operações da Argentina, Uruguai e suínos no Brasil, a Companhia registrou evolução de 156 p.b. em sua margem bruta ajustada de 16,7% nas operações para um lucro bruto ajustado de R\$ 595,4 milhões, comparado a 15,2% com R\$ 488,9 milhões no trimestre anterior e 13,5% com R\$ 324,2 milhões no mesmo período no ano anterior, ratificando o acerto em sua estratégia de crescimento com sustentabilidade operacional.

## • EBITDA e Margem EBITDA (LAJIDA e Margem LAJIDA)

No 2T10, o EBITDA (Lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações) consolidado da Marfrig atingiu R\$ 286,3 milhões, superior em 56,1% se comparado com os R\$ 183,4 milhões do 2T09 e inferior em 29,7% em relação aos R\$ 406,9 milhões registrados no 1T10. A margem EBITDA no 2T10 ficou em 8,0% contra 12,6% no trimestre anterior e 7,6% no mesmo período de 2009.

R\$ Milhões	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
<b>Lucro Bruto</b>	<b>324,2</b>	<b>640,5</b>	<b>632,3</b>	<b>(1,3)%</b>	<b>95,0%</b>
<b>Margem Bruta (%)</b>	<b>13,5%</b>	<b>19,9%</b>	<b>17,8%</b>	<b>(211) p.b.</b>	<b>428 p.b.</b>
<b>EBITDA</b>	<b>183,4</b>	<b>406,9</b>	<b>286,3</b>	<b>(29,6)%</b>	<b>56,1%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>7,6%</b>	<b>12,6%</b>	<b>8,0%</b>	<b>(460) p.b.</b>	<b>40 p.b.</b>

Excluindo os efeitos tributários do 1T10 e do 2T10, a Companhia registrou retração de 91 p.b. e 62 p.b. em sua margem EBITDA ajustada nas operações para 7,0% com EBITDA ajustado de R\$ 249,3 milhões, comparado a 7,9% com R\$ 255,3 milhões no trimestre anterior e 7,6% com R\$ 183,4 milhões no mesmo período no ano anterior, refletindo principalmente os investimentos em marketing no crescimento da marca SEARA efetuados no período.

## • Resultado Financeiro Líquido (Receita/Despesas Financeiras)

No trimestre o resultado financeiro apresentou uma despesa de R\$ 261,5 milhões explicada pela decisão da Companhia em optar por não internalizar os recursos provenientes da captação dos Bonds de US\$ 500,0 milhões para as taxas vigentes no Brasil. Com isso, a remuneração obtida pelos recursos nos EUA (receita financeira) não equilibrou as despesas financeiras no período.

Abaixo apresentamos resumo do Resultado Financeiro Líquido:

R\$ milhões	2T09	1T10	2T10	Var %. 2T10 / 1T10	Var %. 2T10 / 2T09
Receita Financeira	35,0	40,9	24,6	(39,9)%	(29,8)%
Despesa Financeira	(123,5)	(194,9)	(205,9)	5,6%	66,7%
Varição cambial Ativa	502,6	15,6	13,5	(13,7)%	(97,5)%
Varição cambial Passiva	(42,2)	(167,1)	(93,7)	(43,9)	17,5%
Resultado Financeiro	<b>371,8</b>	<b>(305,5)</b>	<b>(261,5)</b>	<b>(14,4)%</b>	<b>N/A</b>

A Marfrig não pratica operações alavancadas de derivativos ou instrumentos similares que não objetivem proteção mínima de sua exposição a outras moedas, com a política conservadora de não assumir operações que possam comprometer sua posição financeira.

- **Lucro Líquido e Margem Líquida**

A Marfrig encerrou o trimestre com um resultado líquido positivo de R\$ 127,4 milhões, 205,7% superior em relação ao trimestre anterior (R\$ 41,7 milhões) e inferior em 68,5% em relação ao 2T09 (R\$ 405,0 milhões). No 2T09, houve um ganho de R\$ 502,6 milhões, reflexo da variação cambial que impactou o referido período.

A margem líquida no 2T10 atingiu 3,58%, 229 p.b. superior em relação ao 1T10 (1,3%) e 1.327 p.b. inferior ao 2T09 (16,8%).

## Desempenho Operacional e Financeiro por Proteína

- Bovinos (Bovinos Brasil & Food Service + Argentina + Uruguai)



### Desempenho Operacional - Bovinos Brasil e Food Service



Bovinos Brasil - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	203,8	370,2	486,5	31,4%	138,7%
Volume (mil tons)	88,8	118,8	142,7	20,1%	60,7%
Preço Médio (R\$/Ton)	2.295,0	3.114,7	3.409,0	9,5%	48,5%

Bovinos Brasil - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	266,1	304,2	375,5	23,4%	41,1%
Volume (mil tons)	37,3	43,9	52,2	18,8%	39,8%
Preço Médio (R\$/Ton)	7.129,6	6.926,9	7.195,7	3,9%	0,9%
Preço Médio (US\$/Ton)	3.440,9	3.849,3	4.015,8	4,3%	16,7%

Obs: Não inclui couro

Moeda	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Dólar/R\$ (Média)	2,0720	1,7995	1,7919	-0,4%	-13,5%

Food Service - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	107,8	147,3	162,4	10,2%	50,6%
Volume (mil tons)	13,6	16,9	19,1	13,2%	40,4%
Preço Médio (R\$/Ton)	7.905,5	8.704,9	8.481,0	-2,6%	7,3%

A receita de Bovinos Brasil e "Food Service" totalizou R\$ 1,0 bilhão apresentando um crescimento de 24,7% e 77,3% respectivamente se comparada com o 1T10 (R\$ 821,7 milhões) e ao 2T09 (R\$ 577,7 milhões). O volume foi de 214,0 mil toneladas com crescimento de 19,1% contra o 1T10 (179,7 mil toneladas) e de 53,1% contra o mesmo período do ano anterior (139,8 mil toneladas).

No trimestre, as condições para as operações da Divisão Bovinos Brasil e "Food Service" se mostraram favoráveis, onde no mercado interno continuamos a ver crescimento de volume e preços médios com demanda aquecida. Quanto aos mercados externos, notamos uma melhora gradual de volumes e preços médios, explicados pela recuperação de alguns mercados, ganho de "market share" e do espaço deixado por Argentina e Uruguai no período em que tiveram exportações restringidas.

No Brasil, o abate cresceu 14,6% no trimestre se comparado com o 1T10, atingindo 621,4 mil cabeças contra 542,4 mil cabeças no trimestre anterior. Houve atraso na abertura de algumas plantas devido à reestruturação (reforma, adaptação de processos, implantação de sistemas e contratação de funcionários especializados) e/ou adequação da planta para atender as novas exigências do mercado e da Marfrig no quesito de sustentabilidade, fazendo com que 6 plantas (aproximadamente 6.000 cabeças/dia) ainda se



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



encontrassem paradas. Se considerarmos as plantas em operação, a utilização de capacidade de Bovinos Brasil no trimestre foi de 61,2%.

No trimestre, os preços do gado apresentaram elevação média de 4,6% em relação ao trimestre anterior, efeito causado pela baixa disponibilidade de gado, demanda interna aquecida e pela recuperação dos mercados externos. O mercado de Bovinos apresenta-se com baixa disponibilidade de gado explicada pela demora da liberação de gado de alguns pecuaristas que esperam os efeitos em preço causados pela sazonalidade do clima no Brasil.

O volume de vendas no mercado doméstico cresceu 20,1% (excluindo couro) em relação ao 1T10, atingindo 142,7 mil toneladas. O mercado interno brasileiro continua aquecido e as classes C, D e E continuam a crescer seu poder de compra, aumentando o consumo da proteína bovina. Preços cresceram em média 9,5% (parte sendo repasse de preço pelo aumento do custo de gado e parte à contínua busca por canais mais rentáveis) com receita atingindo R\$ 486,5 milhões, alta de 31,4% sobre o 1T10. O volume vendido dentro do "Food Service" apresentou crescimento de 13,2% em relação ao 1T10. O preço médio apresentou pequena retração de 2,6%. A receita no "Food Service" encerrou o trimestre em R\$ 162,4 milhões, aumento de 10,2% em relação ao 1T10.

Com a recuperação gradual nos mercados externos, o volume vendido cresceu 18,8% em relação ao 1T10, para 52,2 mil toneladas. Os preços apresentaram alta de 3,9% com a receita crescendo 23,4% (R\$ 375,5 milhões).

Com relação ao 2T09, o aumento se explica pelo aumento da utilização da capacidade de bovinos e pela entrada das plantas arrendadas no 4T09.

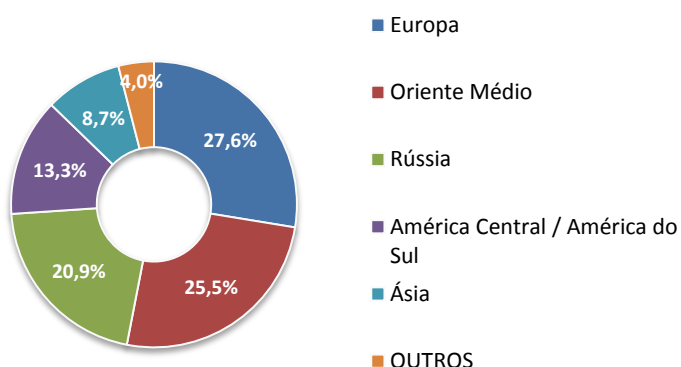
Ainda em relação às exportações, no mês de junho foi verificada falta de navios para realizar as exportações no Brasil, efeito esse que diminuiu as vendas no trimestre, ocasionando com isso um aumento de estoques com as operações brasileiras. Esse evento impactou as exportações de bovinos, frangos e suínos, afetando o resultado do Grupo Marfrig.

## Exportações

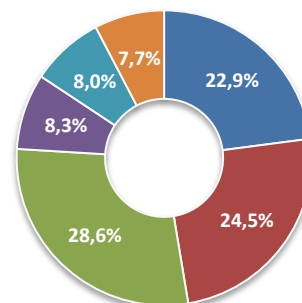
A Europa, principal destino das exportações de carne bovina dessa Divisão, apresentou crescimento no 2T10 se comparado com o trimestre anterior, para 27,6%, seguida pelo Oriente Médio que elevou sua participação de 24,5% para 25,5% no trimestre.

Abaixo, os principais destinos de exportação da Divisão Bovinos Brasil, no 2T10:

### Receita Exportações - 2T10



### Receita Exportações - 1T10



### Couro Brasil

Couro Brasil - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)		28,0	33,9	21,1%	
Volume (mil tons)		19,1	21,0	9,8%	
Preço Médio (R\$/Ton)		1.466,0	1.617,1	10,3%	

Couro Brasil - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	7,9	12,2	23,7	94,6%	200,6%
Volume (mil tons)	1,5	1,9	3,3	74,3%	118,5%
Preço Médio (R\$/Ton)	5.179,3	6.383,4	7.125,3	11,6%	37,6%

As vendas de couro no Brasil representaram 6,3% da receita total da Divisão Bovinos Brasil. No mercado interno, o volume cresceu 9,8% com alta de 10,3% no preço. Por conta disso, a receita cresceu 21,1% no trimestre. No mercado externo, o volume cresceu 74,3%, explicado pelas vendas de couro que estavam estocados e pelo aumento no abate nesse trimestre. Os preços apresentaram crescimento de 11,6% contra o 1T10, fazendo com que a receita apresentasse crescimento de 94,6%.

## Desempenho Operacional - Argentina

Argentina - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	166,1	171,6	175,8	2,4%	5,8%
Volume (mil tons)	64,3	45,2	47,6	5,3%	-26,0%
Preço Médio (R\$/Ton)	2.582,9	3.795,5	3.692,5	-2,7%	43,0%

Argentina - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	83,9	61,2	91,9	50,0%	9,4%
Volume (mil tons)	11,4	8,1	7,4	-8,3%	-35,0%
Preço Médio (R\$/Ton)	7.363,6	7.582,3	12.400,4	63,5%	68,4%
Preço Médio (US\$/Ton)	3.553,8	4.213,5	6.920,4	64,2%	94,7%

Obs: Não inclui couro

Moeda	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Dólar/Peso ARG (Média)	3,7285	3,8389	3,9002	1,6%	4,6%

A receita da Argentina (excluindo couro) totalizou R\$ 267,7 milhões apresentando um crescimento de 14,9% e 7,0% respectivamente se comparada com o 1T10 (R\$ 232,8 milhões) e ao 2T09 (R\$ 250,0 milhões). O volume foi de 55,0 mil toneladas com crescimento de 3,2% contra o 1T10 (53,3 mil toneladas). Com relação ao 2T09 o volume apresentou redução na ordem de 27,3% (75,7 mil toneladas).

O abate na Argentina decresceu 3,4% no trimestre para 143,1 mil cabeças. A receita no mercado interno aumentou 2,4% para R\$ 175,8 milhões se comprado com o 1T10 (R\$ 171,6 milhões). Comparando com o mesmo período de 2009 (R\$ 166,1 milhões) a receita elevou-se em 5,8%.

O volume para o mercado interno foi de 47,6 mil toneladas aumento de 3,2% contra o 1T10 (45,2 mil toneladas). Comparado com o 2T09 (64,3 mil toneladas) o volume decresceu 26,0%.

O trimestre foi desafiador na Argentina, pois os preços de gado elevaram-se em média 18,3% (fonte: *Sagpya*) comparado com o período anterior e não foi possível repassar ainda todo o aumento de custos ao mercado, impactando as margens. Além do aumento nos custos, a dificuldade na obtenção de licenças de exportação no 2T10 causou pressão adicional nas margens.

O cenário na Argentina com relação ao custo de gado se assemelha ao ocorrido no Brasil em 2008, explicado pela seca ocorrida no último ano aliado ao ciclo da pecuária, onde houve forte abate de matrizes em anos anteriores. O setor enfrenta baixa oferta de animais para abate com preços elevados. O crescimento nas vendas e preços médios deveu-se à liberação do volume anual restante da Cota Hilton, o qual elevou os preços médios.

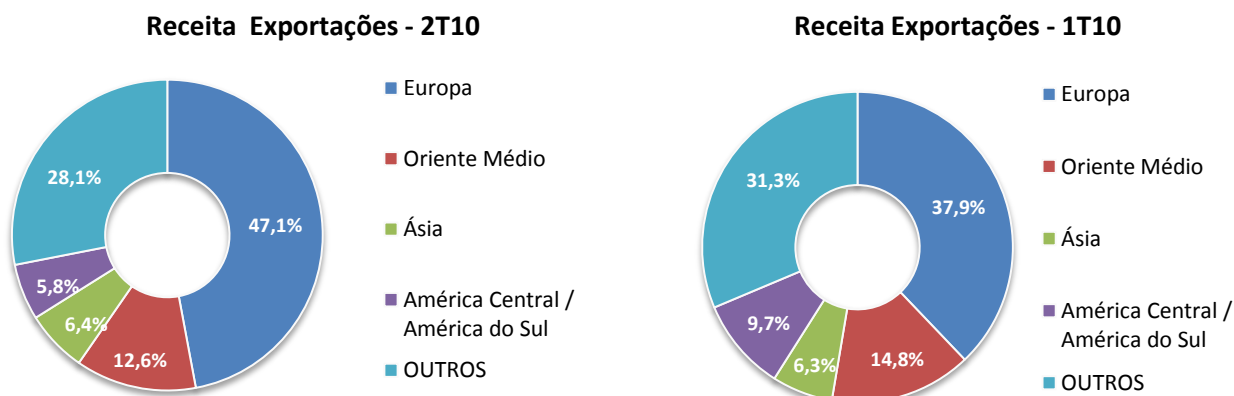
As receitas advindas das exportações da Argentina atingiram R\$ 91,9 milhões, alta de 50,0% contra o 1T10 (R\$61,2 milhões) e 9,4% contra o 2T09 (R\$ 83,9 milhões). Mesmo com as restrições, as exportações no 2T10

apresentaram bom desempenho devido à liberação de toda a Cota Hilton, que foi cumprida integralmente pela Marfrig Quickfood e adicionada de quotas não cumpridas por outros participantes do mercado. Mesmo com a queda de 8,3% e de 35,0% respectivamente contra o 1T10 e o 2T09 no volume de exportação, os preços médios elevaram-se 63,5% e 68,4%.

## Exportações

A Europa foi responsável por 47,1% das receitas de exportação da Argentina, com crescimento de 920 pontos-base, explicado pelo aumento de exportação dentro da Cota Hilton no período, seguido pelo Oriente Médio que decresceu nesse trimestre sua participação nas receitas de exportação para 12,6% contra 14,8% no trimestre anterior.

Abaixo, os principais destinos de exportação da Divisão Argentina no 2T10 e 1T10:



## Couro Argentina

Couro Argentina - Mercado Interno	1T10	2T10	2T10 x 1T10
Receita Líquida (R\$ MM)	11,2	11,0	-1,7%
Volume (mil tons)	6,1	7,2	18,4%
Preço Médio (R\$/Ton)	1.834,0	1.523,2	-16,9%

As vendas de couro na Argentina (somente mercado interno) representaram 4,0% da receita no 2T10. As vendas cresceram 18,4% em volume, contra o trimestre anterior enquanto a receita retraiu-se 1,7%.

## Desempenho Operacional - Uruguai

Uruguai - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	67,2	65,9	72,8	10,5%	8,4%
Volume (mil tons)	31,5	26,3	31,0	18,0%	-1,7%
Preço Médio (R\$/Ton)	2.133,1	2.509,3	2.351,3	-6,3%	10,2%

Uruguai - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	184,7	131,8	174,2	32,1%	-5,7%
Volume (mil tons)	23,8	17,2	21,8	27,1%	-8,1%
Preço Médio (R\$/Ton)	7.768,2	7.670,4	7.975,2	4,0%	2,7%
Preço Médio (US\$/Ton)	3.749,0	4.262,4	4.450,8	4,4%	18,7%

Obs: Não inclui couro

Moeda	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Dólar/Peso URU (Média)	23,6731	19,6050	19,6242	0,1%	-17,1%

A receita consolidada da Divisão Uruguai (excluindo couro) totalizou R\$ 247,0 milhões, apresentando um crescimento de 24,9% contra o 1T10 (R\$ 197,7 milhões). Se comparada com o mesmo período de 2009 a receita decresceu 1,9% (R\$ 251,9 milhões). O volume foi de 52,8 mil toneladas, com crescimento de 21,6% contra o 1T10 (43,4 mil toneladas). Contra o 2T09 (55,3 mil toneladas) o volume decresceu 4,4%.

As operações no Uruguai no 2T10 foram impactadas pelos seguintes fatores:

- Aumento do custo de gado que não foi totalmente repassado para o mercado
- Baixa disponibilidade de gado devido ao ciclo e a seca e;
- Zenda (couro): aumento no custo da matéria-prima não repassado para o produto final

Todos esses fatores associados comprimiram as margens naquele país.

O preço do gado elevou-se em 18,1% no trimestre contra o 1T10. O abate no Uruguai cresceu 19,6% no trimestre se comparado com o 1T10, atingindo 155,5 mil cabeças de gado, explicado pelo retorno da planta de Tacuarembó que passou por uma paralisação técnica de 1 mês no 1T10.

No mercado interno, a receita foi de R\$ 72,8 milhões crescendo 10,5% e 8,3% respectivamente contra o 1T10 (R\$ 65,9 milhões) e o 2T09 (R\$ 67,2 milhões). O volume vendido cresceu 18,0% contra o trimestre anterior e decresceu 1,7% contra o mesmo período de 2009. Os preços médios apresentaram queda de 6,3% contra o 1T10, o que mostra que não foi possível repassar ainda toda a alta do custo do gado para o mercado.

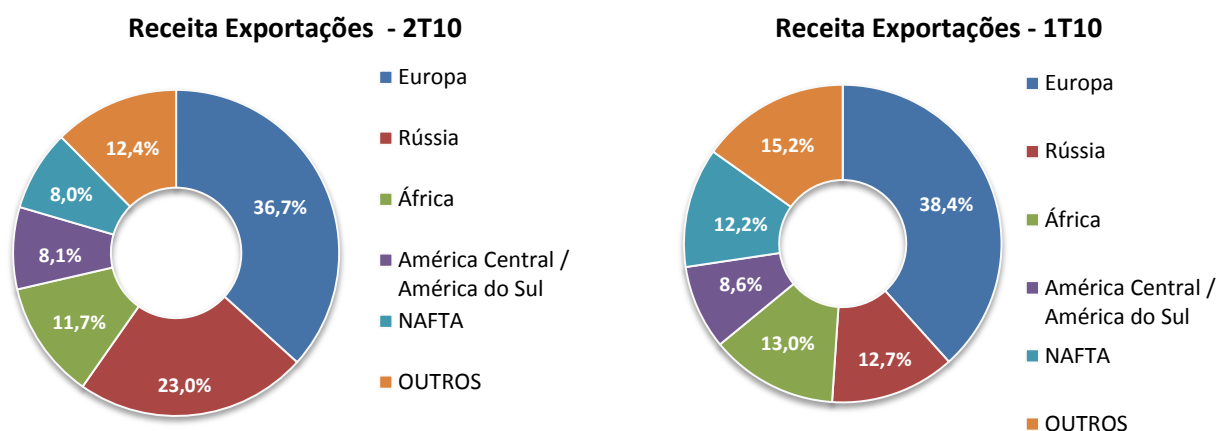
A receita de exportação do Uruguai foi de R\$ 174,2 milhões, apresentando um crescimento de 32,1% em relação ao 1T10 (R\$ 131,8 milhões). Se comparado com o 2T09 (R\$ 184,7 milhões), a receita apresentou queda de 5,7%. As exportações apresentaram melhora em preço e volume quando comparadas ao trimestre

anterior. Preço médio teve alta de 4,0% contra o trimestre anterior. Por sua vez, o volume atingiu 21,8 mil toneladas, crescendo 27,1% em relação ao 1T10, explicado principalmente pelo crescimento das vendas para a Rússia.

## Exportações

A Europa continuou sendo o principal destino das exportações do Uruguai, seguida pela Rússia que aumentou suas importações no 2T10, aumentando sua participação de 12,7% para 23,0% da receita.

Abaixo, os principais destinos de exportação da Divisão Uruguai, no 2T10 e 1T10:



## Couro Uruguaí

Couro Uruguaí - Mercado Interno	1T10	2T10	2T10 x 1T10
Receita Líquida (R\$ MM)	9,0	13,6	51,5%
Volume (mil tons)	5,2	6,1	18,1%
Preço Médio (R\$/Ton)	1.740,5	2.232,4	28,3%
Couro Uruguaí - Mercado Externo	1T10	2T10	2T10 x 1T10
Receita Líquida (R\$ MM)	70,5	69,3	-1,6%
Volume (mil tons)	1,7	1,7	3,6%
Preço Médio (R\$/Ton)	42.644,3	40.501,8	-5,0%

Outro fator que comprimiu as margens no Uruguaí foram as operações do Grupo Zenda. A operação de couro também foi impactada pela alta no custo do gado. O Grupo, que tem entre seus clientes as grandes indústrias automobilísticas e aviação, não teve como repassar a elevação dos custos, visto que muitos de seus contratos já haviam sido fechados no passado.

As vendas de couro representaram 25,1% da receita total da Divisão Uruguaí. O volume vendido no mercado interno cresceu 18,1% com alta de 28,3% no preço. A receita cresceu 51,5% no trimestre contra o 1T10. No mercado externo, o volume cresceu 3,6% contra o 1T10 com queda de 5,0% no preço médio. Por conta da queda nos preços, a receita retraiu-se 5,0%, atingindo R\$ 69,3 milhões no trimestre.

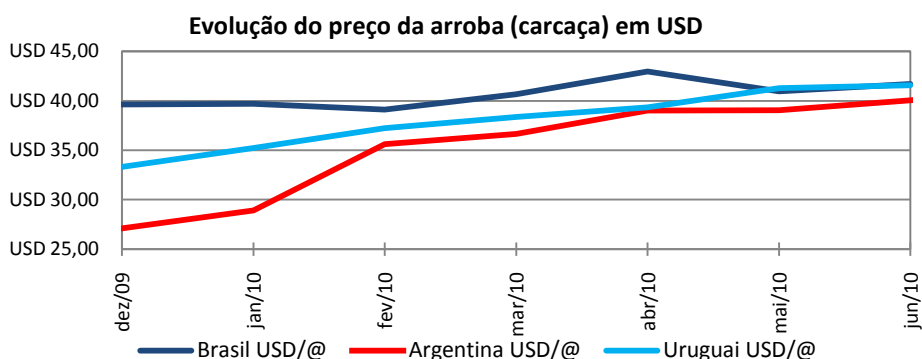
## Desempenho Financeiro dos negócios de Bovinos da Marfrig Alimentos S.A.

Bovinos (R\$ milhões)	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
<b>Receita Líquida</b>	1.087,5	1.383,1	1.690,5	22,2%	55,4%
<b>CPV</b>	(895,5)	(1.128,9)	(1.370,6)	21,4%	53,1%
<b>Lucro Bruto</b>	192,1	254,2	319,9	25,8%	66,5%
<b>Margem Bruta</b>	17,7%	18,4%	18,9%	50 p.b.	120 p.b.
<b>EBITDA</b>	124,1	140,4	131,7	(6,2%)	6,1%
<b>Margem EBITDA</b>	11,4%	10,1%	7,8%	(230) p.b.	(360) p.b.

A receita líquida de bovinos, incluindo toda operação de Bovinos Brasil & "Food Service", Argentina e Uruguaí, atingiu R\$ 1.690,5 milhões no trimestre, o que representa uma alta de 22,2% em relação ao trimestre anterior, explicado pelo aumento da utilização de capacidade nas plantas no Brasil já explicado anteriormente, que aumentou as vendas tanto no mercado interno como no externo.

Os custos dos produtos vendidos (CPV) tiveram aumento de 21,4% em relação ao 1T10, em linha com o crescimento da receita. Comparado com o 2T09, os custos também acompanharam o crescimento da receita e elevaram-se 53,1%. Os custos da principal matéria-prima (gado) se elevaram nos 3 países onde possuímos operação. A matéria-prima, principal componente do CPV, representa cerca de 76,0% do CPV de bovinos.

Abaixo apresentamos gráfico ilustrando o aumento dos custos:



A margem bruta elevou-se em 50 p.b. para 18,9% comparada com o 1T10 (18,4%) e em 120 p.b. se comparado com o 2T09 (17,7%). O lucro bruto atingiu R\$ 319,9 milhões, alta de 25,8% em relação ao 1T10 e de 66,5% contra o 2T09 (R\$ 192,1 milhões). Nesse trimestre, o Brasil registrou um desempenho mais favorável em Bovinos, enquanto Argentina e Uruguai apresentaram contração de suas margens brutas, explicado primordialmente pelo aumento dos custos ocorrido no período.

O EBITDA no período atingiu R\$ 131,7 milhões (6,2% inferior em relação ao 1T10 quando registrou R\$ 140,4 milhões), com a margem decrescendo 230 pontos-base para 7,8% contra 10,1% no trimestre anterior. Se comparado com o 2T09 (R\$ 124,1 milhões), o EBITDA cresceu 6,1%, no entanto a margem decresceu 360 pontos-base. A queda na margem EBITDA é explicada pela queda nas margens das operações da Argentina e Uruguai, já anteriormente explicados. Houve também um aumento das despesas comerciais e administrativas que também contribuíram para a redução da margem EBITDA.

Para o 2º semestre de 2010, continuamos a ver melhora gradual para a operação de Bovinos Brasil e “Food Service” aproveitando-se da demanda interna aquecida e a retomada gradual dos mercados externos, além da oportunidade deixada por Argentina e Uruguai no que tange ao mercado externo.

- **Aves e Suínos (Nova SEARA + Europa)**    

### Desempenho Operacional - Nova Seara – Brasil

O foco continua na integração da Seara, que tem apresentado resultados acima do esperado. Tivemos um bom crescimento nas vendas puxadas pela boa aceitação dos consumidores no mercado interno e nos mercados externos após os investimentos em marketing realizados na Copa do Mundo de futebol da FIFA, na Seleção Brasileira de Futebol e no Santos Futebol Clube, que se mostraram acertados e foram fundamentais para que a marca Seara aumentasse seu reconhecimento e importância no setor alimentício nacional e internacional.

Continuamos migrando parte da produção de aves, suínos e industrializados, que anteriormente estava sendo destinada para os mercados externos, para o mercado interno, visando distribuir as vendas em 50%

para cada mercado e elevar a venda de produtos processados de valor agregado, bem como aumentar sua penetração no comércio varejista no Brasil.

## Aves

Aves - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	198,4	233,8	244,8	4,7%	23,4%
Volume (mil tons)	77,1	116,8	120,0	2,8%	55,7%
Preço Médio (R\$/Ton)	2.574,6	2.002,3	2.040,0	1,9%	-20,8%

Aves - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	199,6	657,4	681,0	3,6%	241,3%
Volume (mil tons)	51,8	170,7	169,1	-1,0%	226,4%
Preço Médio (R\$/Ton)	3.852,6	3.851,1	4.028,2	4,6%	4,6%
Preço Médio (US\$/Ton)	1.859,3	2.140,1	2.248,0	5,0%	20,9%

A receita de aves e industrializados Brasil totalizou R\$ 925,8 milhões apresentando um crescimento de 3,9% e 132,7% respectivamente, se comparado com o 1T10 (R\$ 891,2 milhões) e ao 2T09 (R\$ 397,9 milhões). O volume foi de 289,1 mil toneladas, praticamente estável contra as 287,5 mil toneladas no 1T10. A variação de 124,3% contra o 2T09 se deve a entrada da Seara desde o 1T10.

No Brasil, os preços da matéria-prima utilizada nas operações de aves e suínos (milho e soja) apresentaram queda no trimestre devido à maior safra em 2010. O preço médio da soja no trimestre, segundo a ESALQ/CEPEA foi de R\$ 34,4/saca (60Kg), 6,4% inferior ao preço do 1T10. O preço do milho apresentou queda de 1,1% no trimestre, ficando em R\$ 16,2 contra R\$ 16,4 no 1T10.

No trimestre, foram abatidos 160 milhões de frangos, aumento de 0,7% contra o 1T10. O volume de carne de aves vendido no mercado interno cresceu 2,8% em relação ao trimestre anterior, explicado pela migração da produção para o mercado interno conforme exposto anteriormente. O preço médio também se elevou em 1,9% se comparado ao trimestre anterior enquanto que a receita aumentou em 4,7% contra o 1T10, explicado pela mudança no mix de produtos, com maior participação de produtos industrializados.

Com relação às exportações, o volume decresceu 1,0% em relação ao 1T10. Os preços médios recuperaram-se em 4,6%, fazendo com a receita de exportação de frango apresentasse 3,6% de crescimento se comparada ao 1T10, registrando R\$ 681,0 milhões, contra R\$ 657,4 milhões no 1T10.

Ainda em relação às exportações, no mês junho foi verificada falta de navios para realizar as exportações no Brasil, efeito esse que diminuiu as vendas no trimestre, ocasionando com isso um aumento de estoques com as operações brasileiras. Esse evento impactou as exportações de bovinos, frangos e suínos afetando o resultado do Grupo Marfrig.

## Suínos

Suínos - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	47,2	224,8	206,8	-8,0%	338,4%
Volume (mil tons)	21,0	61,9	56,3	-9,1%	168,4%
Preço Médio (R\$/Ton)	2.250,5	3.629,8	3.676,2	1,3%	63,3%
Suínos - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	32,7	91,7	60,0	-34,5%	83,6%
Volume (mil tons)	8,4	21,5	15,2	-29,1%	80,7%
Preço Médio (R\$/Ton)	3.882,6	4.272,7	3.945,2	-7,7%	1,6%
Preço Médio (US\$/Ton)	1.873,8	2.374,3	2.201,7	-7,3%	17,5%

A receita total de suínos e industrializados Brasil totalizou R\$ 266,8 milhões apresentando uma retração de 15,7% e se comparado com o 1T10 (R\$ 316,5 milhões). O volume foi de 71,5 mil toneladas apresentou redução de 14,3% contra as 83,4 mil toneladas no 1T10.

No trimestre, a receita com a venda de carne suína no mercado interno atingiu R\$ 206,8 milhões, retração de 8,0% contra 1T10 (R\$ 224,8 milhões). O volume de carne suína no mercado interno apresentou queda de 9,1% em relação ao trimestre anterior. O preço médio da carne suína subiu 1,3% em relação ao 1T10.

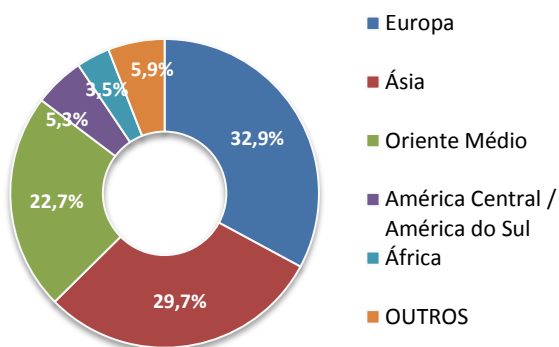
No trimestre, 2 plantas de suínos foram temporariamente impedidas de exportar para a Rússia. Por conta disso, o volume exportado decresceu 29,1% em relação ao 1T10. Os preços apresentaram queda de 7,7% em relação ao último trimestre. A receita originada das exportações de carne suína atingiu R\$ 60,0 milhões, caindo 34,5% em relação ao 1T10 (R\$ 91,7 milhões). Uma dessas plantas já foi liberada para exportar para a Rússia em junho (vendas registradas a partir do 3T10). Estamos no aguardo da liberação da outra planta.

As comparações com relação ao 2T09 são afetadas principalmente pela consolidação das operações da SEARA em nosso resultado a partir de 04 de janeiro de 2010, alterando dessa forma a comparação das variações.

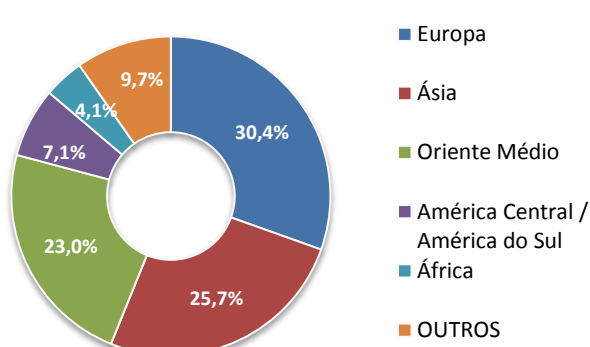
## Exportações

A Europa cresceu nesse trimestre e foi responsável por 32,9% da receita de exportação, seguida pela Ásia, com 29,7%. O Oriente Médio e América Central e América do Sul representaram 22,7% e 5,3%, respectivamente, das exportações dessa Divisão. Abaixo, os principais destinos de exportação da Divisão Nova Seara, no 2T10 e 1T10.

### Receita Exportações 2T10 - Nova Seara



### Receita Exportações 1T10 - Nova Seara



## Europa

Europa - Mercado Interno	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	709,5	498,7	543,4	9,0%	-23,4%
Volume (mil tons)	85,1	77,0	79,4	3,1%	-6,7%
Preço Médio (R\$/Ton)	8.341,0	6.476,1	6.845,0	5,7%	-17,9%

Europa - Mercado Externo	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida (R\$ MM)	129,2	133,1	132,1	-0,7%	2,3%
Volume (mil tons)	17,1	19,4	25,4	30,5%	48,1%
Preço Médio (R\$/Ton)	7.541,5	6.843,5	5.206,6	-23,9%	-31,0%
Preço Médio (Libra/Ton)	2.344,8	2.436,2	1.946,9	-20,1%	-17,0%

Moeda	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Libra/R\$ (média)	3,2163	2,8091	2,6744	-4,8%	-16,8%

A receita consolidada da Divisão Europa totalizou R\$ 675,5 milhões, apresentando um crescimento de 6,9% contra o 1T10 (R\$ 631,8 milhões). Se comparado com o mesmo período de 2009 a receita decresceu 19,5% (R\$ 838,7 milhões). O volume foi de 104,8 mil toneladas com crescimento de 8,6% contra o 1T10 (96,4 mil toneladas). Contra o 2T09 (102,2 mil toneladas) o volume aumentou em 2,5%.

Após a aquisição de O'Kane Poultry, as operações da Europa passarão a contar a partir do 4T10 com um abate diário de aproximadamente 767 mil frangos/dia, incrementando a produção/volume em 15,7%, sem contar a nova linha de fatiamento de carne bovina que dobrou a capacidade de produção nessa Divisão.

Os preços dos grãos no mercado internacional (Chicago), que ditam o comportamento dos custos de grãos na Europa, apresentaram queda no 2º trimestre de 2010. Dados da Bolsa de Chicago (CBOT) mostram que o preço médio da soja no 2T10 foi de 959,59 US\$ cents/bushel, queda de 0,2% em relação ao 1T10. O preço médio do trigo no trimestre foi de 469,33 US\$ cents/bushel, queda de 6,2% em relação ao último trimestre. O frango na Europa é alimentado por trigo e soja.



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



No mercado interno, houve crescimento de volume na ordem de 3,1% se comparado com o 1T10, atingindo 79,4 mil toneladas contra 77,0 mil no trimestre anterior. Tanto o consumo de carne fresca quanto os pratos prontos (que representaram 15,0% do total das vendas no trimestre) aumentaram no trimestre. Os preços médios também cresceram 5,7% frente ao 1T10. Com isso, a receita no mercado interno registrou crescimento de 9,0% frente ao 1T10, atingindo R\$ 543,4 milhões contra 498,7 milhões no 1T10.

O volume exportado cresceu 30,5%, atingindo 25,4 mil toneladas (19,1 mil toneladas de aves e 6,3 mil toneladas de carne bovina) contra 19,4 mil toneladas no período anterior, explicado principalmente pelo crescimento de exportação de aves e bovinos industrializados. Devido à mudança no mix de produtos (aumento de miúdos), os preços médios sofreram um decréscimo de 23,9% se comparado com o 1T10.

Em relação ao 2T09, o volume vendido no mercado interno apresentou redução de 6,7%. O preço médio teve retração da ordem de 17,9%, explicado pela tradução cambial com a desvalorização da libra esterlina frente ao real e pela mudança do mix entre os períodos. A receita de vendas no mercado interno caiu 23,4% em relação ao 2T09 (R\$ 709,5 milhões).

O volume exportado apresentou um acréscimo na ordem de 48,1% em relação ao mesmo trimestre de 2009, explicado pelo aumento da participação de bovinos e aumento das exportações de miúdos de aves e industrializados. O preço médio apresentou queda de 31,0%, também explicado pela tradução cambial e pela mudança de mix de produtos, onde os produtos frescos com menor valor agregado aumentaram sua participação com relação ao mesmo período de 2009. A receita de exportações registrou aumento de 2,3% em relação ao 2T09, registrando R\$ 131,1 milhões contra R\$ 129,2 milhões no 2T09.

## Exportações

Quase a totalidade das exportações dessa Divisão é direcionada para o próprio continente Europeu, respondendo por 99,5% da receita.

## Desempenho Financeiro dos negócios de Aves, Suínos e Industrializados da Marfrig Alimentos

Aves e Suínos (R\$ milhões)	2T09	1T10	2T10	2T10 x 1T10	2T10 x 2T09
Receita Líquida	1.316,5	1.839,4	1.868,2	1,6%	41,9%
CPV	(1.184,3)	(1.453,1)	(1.555,8)	7,1%	31,4%
Lucro Bruto	132,1	386,4	312,4	(19,1)%	136,5%
Margem Bruta	10,0%	21,0%	16,7%	(430) p.b.	670 p.b.
EBITDA	59,2	266,6	154,5	(42,0)%	160,9%
Margem EBITDA	4,5%	14,5%	8,3%	(650) p.b.	350 p.b.

A receita líquida de aves e suínos, incluindo as operações do Brasil e Europa (Divisões Nova Seara e Europa) somou R\$ 1.868,2 milhões no trimestre, representando um crescimento de 1,6% em relação ao trimestre anterior. No consolidado, esse crescimento se deve ao aumento das vendas na Europa e pelo aumento de 3,0% na receita de frangos e industrializados no Brasil. A operação foi impactada pela diminuição das vendas de suínos por razões anteriormente mencionadas. Em relação ao 2T09, a receita cresceu 41,9%, explicado pela consolidação da Seara.

Os custos dos produtos vendidos (CPV) apresentaram elevação de 7,1% em relação ao 1T10 e de 31,4% em relação ao 2T09. A matéria-prima, que inclui grãos (soja e milho no Brasil e milho e trigo na Europa) e animais vivos, representou 54,8% do CPV. Nesse trimestre foi contabilizado um aproveitamento de impostos (PIS e COFINS) no montante de R\$ 36,9 milhões na Seara.

O Lucro Bruto alcançou R\$ 312,4 milhões, crescendo 136,5% se comparado com os R\$ 132,1 milhões do 2T09 e apresentou queda de 19,1% em relação ao trimestre anterior (R\$ 386,4 milhões). A margem bruta no trimestre foi de 16,7%, um crescimento de 670 pontos-base se comparado com os 10,0% registrados no 2T09. Se compararmos com o 1T10 a margem bruta decresceu 430 pontos-base.

Desconsiderando o aproveitamento de impostos contabilizado nessa Divisão no 1T10 e no 2T10, o lucro bruto seria de R\$ 275,5 milhões, crescendo 17,3% contra o 1T10. A margem bruta seria de 14,7%, expandindo-se 190 pontos base em relação ao trimestre anterior (12,8%), mostrando melhora na operação dessas Divisões.

Aves e Suínos	1T10	2T10	Δ%
Lucro Bruto ajustado	234,8	275,5	17,3%
Margem Bruta ajustada	12,8%	14,7%	190 p.b.
EBITDA ajustado	115,0	117,6	2,3%
Margem EBITDA ajustada	6,3%	6,3%	-

O EBITDA atingiu R\$ 154,5 milhões, 42,0% abaixo do trimestre anterior (R\$ 266,6 milhões). A margem atingiu 8,3% contra uma margem de 14,5% no 1T10. Aqui também é importante fazer uma análise desconsiderando o aproveitamento de impostos. Dessa forma, o EBITDA no 2T10 cresceu 2,3% em relação ao trimestre

anterior e a margem manteve-se estável em 6,3%. Destacamos aqui o bom desempenho dessa operação que obteve margens constantes, mesmo com investimento em marketing realizado no período e a suspensão da Rússia para duas plantas de suínos.

## • Investimentos

No trimestre foram investidos R\$ 95,5 milhões na construção, manutenção, modernização e/ou expansão de nossas plantas.

Abaixo, abertura dos investimentos:

Atividades de investimentos	1T10	2T10
CAPEX – Aplic. ativo imobilizado	(109.958)	(96.546)
CAPEX – Investimento em Matrizes	(38.975)	(40.876)
Investimentos (pagamento de aquisições anteriores)	(612.064)	-
Ativo Intangível / Ágio/Diferido	(704.270)	(51.516)
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>(1.465.267)</b>	<b>(188.938)</b>

O resultado do fluxo de caixa das atividades de investimento totalizou R\$ 188,9 milhões conforme apresentado no quadro 4 das notas explicativas. Os investimentos de capital (CAPEX) atingiram R\$ 137,4 milhões no trimestre incluindo os investimentos em matrizes. Sem considerar matrizes o acumulado do ano foi de R\$ 205,5 milhões.

## • Endividamento

O endividamento bruto consolidado em 30 de junho de 2010 foi de R\$ 6.642,7 milhões, composto por R\$ 2.078,9 milhões em dívidas de curto prazo (31,3% do total) e R\$ 4.563,8 milhões em dívidas de longo prazo (68,7% do total). Do total das dívidas, 18,6% estão em reais e 81,4% estão em outras moedas.

Um dos focos da Marfrig para o ano de 2010 é reduzir a sua alavancagem. A Companhia encerrou o 2T10 praticamente com um caixa de R\$ 2.028,8 milhões e uma dívida líquida de R\$ 4.613,9 milhões, 9,0% superior ao trimestre anterior (R\$ 4,2 bilhões). A relação Dívida Líquida/EBITDA dos últimos 12 meses ficou em 3,96x, estável em relação ao trimestre anterior, quando ficou em 3,98x.

## Endividamento Consolidado - Grupo Marfrig (R\$ milhões)

Curto Prazo	1T10	Part. %	2T10	Part. %	Var. 2T10 x 1T10
- Moeda Nacional	840,2	14,5%	759,7	11,5%	(9,5)%
- Moeda Estrangeira	1.274,0	22,1%	1.319,2	19,8%	3,5%
Total Curto Prazo	<b>2.114,2</b>	<b>36,6%</b>	<b>2.078,9</b>	<b>31,3%</b>	<b>(1,6)%</b>
Longo Prazo	1T010	Part. %	2T010	Part. %	Var. 2T10 x 1T10
- Moeda Nacional	545,1	9,4%	476,3	7,2%	(12,6)%
- Moeda Estrangeira	3.115,7	54,0%	4.087,5	61,5%	31,2%
Total Longo Prazo	3.660,9	63,4%	4.563,8	68,7%	24,6%
<b>Endividamento Total</b>	<b>5.775,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.642,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>15,0%</b>
<b>Disponibilidades</b>	<b>1.543,8</b>		<b>2.028,8</b>		<b>31,4%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>4.231,3</b>		<b>4.613,9</b>		<b>9,0%</b>
<b>EBITDA (LTM)</b>	<b>1.062,9</b>		<b>1.165,7</b>		<b>9,0%</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA</b>	<b>3,98 x</b>		<b>3,96x</b>		

Segue abaixo o cronograma de vencimento da dívida consolidada (R\$ mil):

MOEDA NACIONAL		
	30/06/2010	31/03/2010
1T10		
2T10		295.118
3T10	288.458	139.844
4T10	235.183	195.036
1T11	117.570	210.163
2T11	118.475	
2011	118.860	199.248
2012	128.407	117.219
2013	89.322	89.013
2014	79.065	79.065
2015	58.719	58.719
2016	1.906	1.906
2017		
2020		
<b>TOTAL</b>	<b>1.235.965</b>	<b>1.385.331</b>

MOEDA ESTRANGEIRA		
	30/06/2010	31/03/2010
1T10		
2T10		236.228
3T10	266.704	269.949
4T10	442.526	213.463
1T11	457.897	554.360
2T11	152.043	
2011	431.398	524.949
2012	608.019	545.208
2013	660.258	604.240
2014	467.013	427.393
2015	239.210	219.895
2016	801.089	794.046
2017		2
2020	880.550	
<b>TOTAL</b>	<b>5.406.707</b>	<b>4.389.733</b>

## Estrutura Acionária e Mercado de Capitais

- **Capital Social**

O capital social subscrito e integralizado da Marfrig de R\$ 4.061.478.051 em 30 de junho de 2010, representado por 346.983.954 ações ordinárias.

- **Estrutura Acionária**

Abaixo segue composição acionária de 30 de junho de 2010:

Acionistas	Ações	Partic.%
MMS Participações	150.903.836	43,49%
Ações em Tesouraria	440.498	0,13%
Conselho de Administração e Diretoria	129.408	0,04%
BNDESPAR	48.200.827	13,89%
OSI Group	20.117.637	5,80%
Outros	127.247.748	36,67%
<b>Total</b>	<b>346.983.954</b>	<b>100,0%</b>

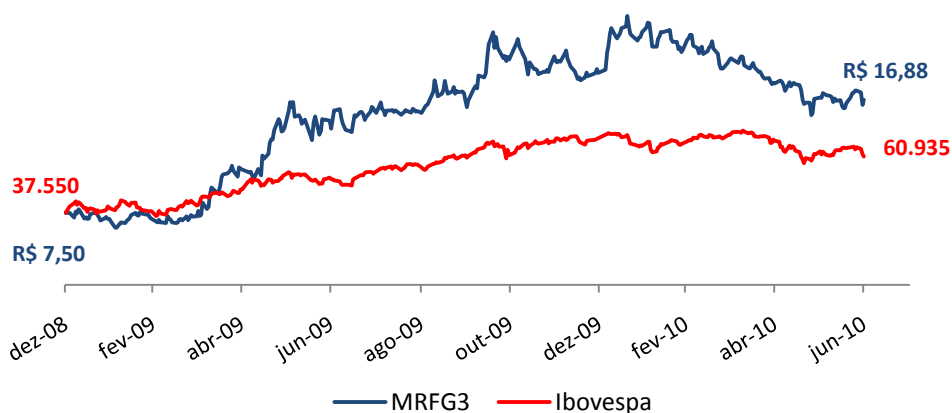
- **Ações**

Nossas ações são negociadas sob o código MRFG3 no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA e participam das carteiras teóricas do IBrX – Índice Brasil, IGC – Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada, do ITAG – Índice de Ações com Tag Along, INDX – Índice do Setor Industrial, MLCX – Índice Mid-Large Cap do ICON – Índice de Consumo.

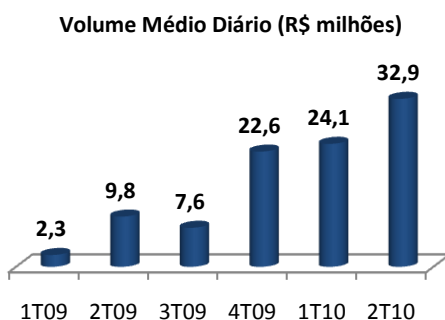
Em 1º de maio de 2010 as ações da Marfrig passaram a fazer parte do IVBX-2 (Índice Valor Bovespa), que compreende as 50 ações mais líquidas da bolsa nos últimos 12 meses, excluindo as 10 ações com maior índice de negociabilidade ou valor de mercado.

As ações da Marfrig encerraram o 2T10 cotadas a R\$ 16,88, apresentando desvalorização de 11,7%, contra 11,2% do Ibovespa, no acumulado no ano. Desde janeiro de 2009, as ações da Marfrig registraram valorização de 125,1% contra 62,3% do Ibovespa. O gráfico abaixo mostra um comparativo do desempenho das ações da Marfrig com o Ibovespa, no período de janeiro de 2009 à 30 de junho de 2010.

O gráfico abaixo mostra um comparativo do desempenho das ações da Marfrig com o Ibovespa.



As ações da Marfrig continuam ganhando liquidez, com maior volume negociado e maior número de negócios realizados. No 2T10, tivemos uma média diária de R\$ 32,9 milhões negociados, contra R\$ 9,8 milhões.



Além da maior liquidez, o maior interesse dos investidores pelas ações da Marfrig também impulsionou o crescimento no número de acionistas da Companhia, destaque para a entrada de pessoas físicas, que atingiu mais de 5,5 mil acionistas, contra cerca de 1 mil no mesmo período do ano anterior.

Mais uma vez ressaltamos que a valorização e o ganho de liquidez das ações refletem a estratégia traçada pela companhia, com foco na entrega de resultados sustentáveis ao longo dos trimestres, mitigação de riscos, comprometimento com o meio ambiente e com a sociedade, além da consistente política de transparência e de divulgação de informações e respeito ao acionista.

- **Sustentabilidade**

O Grupo Marfrig preza pela excelência na gestão de suas fábricas e já possui certificação de sistemas de gestão integrada em suas atividades, estando em processo de implementação da Gestão Integrada - Normas ISO 9000, ISO14000, ISO 22000, SA 8000 e OSHAS 18000 -, o que diferenciará seu trabalho, baseando a gestão em processos internacionalmente reconhecidos por sua eficiência e credibilidade.

A formação de Comitês Internos de Gestão Socioambiental em todas as unidades garantem o cumprimento da legislação ambiental e trabalhista na cadeia produtiva, além de implementar e monitorar procedimentos e práticas desenvolvidas e adotadas pelo Grupo Marfrig.

Acreditamos que as mudanças climáticas fazem parte de uma nova realidade, na qual a importância na redução das emissões de gases que configura como oportunidade de negócio, ao mesmo tempo em que ajuda na conservação do planeta para gerações futuras. Buscando esse engajamento, o Grupo Marfrig desenvolve projetos de redução de emissões de gases do efeito estufa em suas unidades, através do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo, que promove o desenvolvimento sustentável no Brasil, produz energia limpa e reduz os impactos no aquecimento global.

## Projeções Empresariais de Resultados

Em 26 de outubro de 2009, o Grupo apresentou suas projeções (“Guidance”) de Resultados para o ano de 2010, ressaltando que tais projeções foram feitas assumindo-se as premissas que seguem abaixo indicadas. A seguir demonstramos os resultados atingidos em relação ao *Guidance* fornecido:

	Guidance 2010 <sup>3</sup>	Resultados Atingidos	Atingimento s/ mínimo
Receita Líquida	R\$ 16,5 bilhões	R\$ 6,8 bilhões	41,1%
	R\$ 18,0 bilhões		
EBITDA <sup>1</sup>	R\$ 1,4 bilhão	R\$ 693 milhões	49,5%
	R\$ 1,8 bilhão		
Margem EBITDA <sup>2</sup>	8,5%	10,2%	170 b.p.
	10,5%		
CAPEX <sup>4</sup>	R\$ 400,0 milhões	R\$ 205 milhões	51,4%

<sup>1</sup> Lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações

<sup>2</sup> Se comparado como margem EBITDA ajustada de 7,5%, o atingimento sobre mínimo seria de -40 b.p.

<sup>3</sup> Câmbio. R\$ 1,80/USD e USD 1,70/Libra Esterlina

<sup>4</sup> Resultado atingido exclui matrizes que não foram incluídas no *Guidance* original

O resultado apresentado explica-se pela expansão orgânica e pelo atual cenário cambial onde a volatilidade da Libra Esterlina e do Euro frente ao Dólar norte-americano e ao Real brasileiro gerou significativa diferença no 1º Semestre de 2010 frente às premissas originais e às mudanças mercadológicas ocorridas no cenário macro-econômico e em seu segmento de atuação.

## Cláusula Compromissória



A marca global do grupo Marfrig

Marfrig Alimentos S.A. - CNPJ/MF nº 03.853.896/0001-40 - Companhia Aberta



A Companhia, seus administradores, e membros do conselho de administração obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles, relacionada, ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos das disposições contidas no Contrato de participação no Novo Mercado, no Regulamento de Listagem do Novo Mercado, no Estatuto Social, na Lei das Sociedades por Ações, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil ou pela CVM, nos regulamentos da BM&FBOVESPA, nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, nas Cláusulas Compromissórias e no Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado, conduzida em conformidade com este último Regulamento.

## Eventos Subseqüentes

Em 20 de julho de 2010 a Companhia comunicou aos seus acionistas e ao mercado em geral que o BNDES Participações S.A. – BNDESPAR, informou à Companhia que, por meio da Decisão Dir. 77/2010 – BNDESPAR, decidiu subscrever até 100% da operação de emissão privada de 250.000 debêntures conversíveis mandatoriamente em ações ordinárias da Companhia no valor de R\$2.500.000.000,00 (dois bilhões e quinhentos milhões de reais).

A realização da operação acima já foi ratificada em Assembléia Geral Extraordinária (AGE) realizada em 30 de junho de 2010, tendo sido os termos da escritura aprovados em reunião conjunta dos Conselhos de Administração e Fiscal da Companhia em 19/07/2010 e sua ata divulgada ao mercado no mesmo dia pelo sistema IPE.

A Marfrig Alimentos S.A. arquivou em 02 de agosto de 2010 no sistema IPE da CVM / BM&FBOVESPA um Aviso aos Acionistas comunicando o início do prazo em 04 de agosto para subscrição das debêntures acima mencionadas e que se estenderá até o dia 03 de setembro de 2010. Após o prazo acima as debêntures remanescentes serão subscritas pelos acionistas interessados.

Todas as informações adicionais relativas ao disposto acima estão disponíveis em nosso website de relações com investidores ([www.marfrig.com.br/ri](http://www.marfrig.com.br/ri)) e no sistema IPE da CVM / BM&FBOVESPA.

Em 10 de agosto de 2010, a Companhia informou aos seus acionistas e ao mercado que seus administradores tomaram ciência, nesta data, da celebração, por parte da MMS Participações S.A. e BNDES Participações S.A. – BNDESPAR, de Acordo de Acionistas cuja cópia eletrônica será posta à disposição nas páginas da Companhia ([www.marfrig.com.br/ri](http://www.marfrig.com.br/ri)) e da Comissão de Valores Mobiliários – CVM ([www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br)), na rede mundial de computadores.

Em 13 de agosto de 2010 A Revista Isto É Dinheiro, publicação de negócios da Editora Três, conferiu ao Grupo Marfrig o título de Melhor Empresa em Gestão em Sustentabilidade Financeira, durante evento realizado ontem em São Paulo (SP) para entrega dos prêmios de As Melhores da Dinheiro 2010.

## ANEXO I – Dados Financeiros

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO (em R\$ milhões)					
PERÍODOS FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2010 E DE 2009					
	2T09	1T10	2T10	Var. 2T10 x 1T10	Var. 2T10 x 2T09
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>	<b>2.572,4</b>	<b>3.431,9</b>	<b>3.770,3</b>	<b>9,9%</b>	<b>46,6%</b>
Mercado interno	1.658,4	1.954,7	2.140,9	9,5%	29,1%
Mercado externo	913,9	1.477,2	1.629,5	10,3%	78,3%
<b>DEDUÇÕES DA RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>	<b>(168,4)</b>	<b>(209,4)</b>	<b>(211,7)</b>	<b>1,1%</b>	<b>25,7%</b>
Impostos sobre vendas	(86,8)	(105,2)	(120,1)	14,1%	38,4%
Devoluções e abatimentos	(81,6)	(104,2)	(91,6)	-12,1%	12,3%
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>2.404,0</b>	<b>3.222,5</b>	<b>3.558,7</b>	<b>10,4%</b>	<b>48,0%</b>
Custo dos produtos vendidos	(2.079,8)	(2.582,0)	(2.926,4)	13,3%	40,7%
% Receita Líquida	86,5%	80,1%	82,2%	21,1 pb	-42,8 pb
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>324,2</b>	<b>640,5</b>	<b>632,3</b>	<b>-1,3%</b>	<b>95,0%</b>
% Margem bruta	13,5%	19,9%	17,8%	-21,1 pb	42,8 pb
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS</b>	<b>(206,3)</b>	<b>(332,9)</b>	<b>(458,0)</b>	<b>37,6%</b>	<b>122,0%</b>
Comerciais	(154,3)	(270,4)	(348,0)	28,7%	125,5%
Administrativas e gerais	(72,2)	(101,4)	(109,5)	8,0%	51,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	20,1	38,8	(0,5)	-101,2%	-102,3%
<b>RESULTADO OPERACIONAL ANTES DOS EFEITOS INFLACIONÁRIOS E FINANCEIROS</b>	<b>117,9</b>	<b>307,6</b>	<b>174,3</b>	<b>-43,3%</b>	<b>47,9%</b>
<b>RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS</b>	<b>371,8</b>	<b>(305,6)</b>	<b>(261,5)</b>	<b>-14,4%</b>	<b>-170,3%</b>
Receitas financeiras	35,0	40,9	24,6	-39,9%	-29,8%
Despesas financeiras	(123,5)	(194,9)	(206,0)	5,6%	66,7%
Variação cambial ativa	502,6	15,6	13,5	-13,7%	-97,5%
Variação cambial passiva	(42,2)	(167,2)	(93,7)	-44,0%	17,5%
<b>LUCRO OPERACIONAL</b>	<b>489,7</b>	<b>2,0</b>	<b>(87,3)</b>	<b>N/A</b>	<b>-117,8%</b>
% Margem operacional	20,4%	0,1%	-2,5%	-25,1 pb	-228,2 pb
<b>LUCRO ANTES DOS EFEITOS TRIBUTÁRIOS</b>	<b>489,7</b>	<b>2,0</b>	<b>(87,3)</b>	<b>-N/A</b>	<b>-117,8%</b>
Imposto de renda	(57,6)	27,5	150,6	448,4%	-361,3%
Contribuição social	(22,2)	10,3	56,5	448,6%	-354,0%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DA PARTIC. MINORITARIO</b>	<b>409,8</b>	<b>39,8</b>	<b>119,8</b>	<b>201,3%</b>	<b>-70,8%</b>
Participação dos minoritários	(4,8)	1,9	7,5	293,2%	-256,9%
<b>LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>405,0</b>	<b>41,7</b>	<b>127,4</b>	<b>-62,7%</b>	<b>-209,2%</b>
% Margem Líquida	16,8%	1,3%	3,6%	22,9 pb	-132,7 pb
# Ações (milhões)	267,9	347,0	347,0	0,0%	29,5%
<b>LUCRO POR AÇÃO - R\$</b>	<b>1,5117</b>	<b>0,1201</b>	<b>0,3671</b>	<b>205,6%</b>	<b>-75,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>183,4</b>	<b>406,9</b>	<b>286,3</b>	<b>-29,7%</b>	<b>56,1%</b>
Margem EBITDA	7,6%	12,6%	8,0%	-45,8 pb	4,2 pb
Depreciação/amortização	65,5	99,3	112,0	12,7%	70,9%

**BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO (em R\$ milhões)**  
**PERÍODOS FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2010 E DE 2009**

	2T09	1T10	2T10	Var. 2T10 x 1T10	Var. 2T10 x 2T09
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>4.795,3</b>	<b>6.024,3</b>	<b>6.772,7</b>	<b>12,4%</b>	<b>41,2%</b>
Disponibilidades	363,8	678,1	408,5	-39,8%	12,3%
Aplicações financeiras	920,5	865,7	1.620,3	87,2%	76,0%
Valores a receber clientes nacionais	690,8	871,3	866,0	-0,6%	25,4%
Valores a receber clientes internacionais	296,6	99,8	36,6	-63,3%	-87,6%
Estoques produtos e mercadorias	1.679,8	2.539,5	2.761,0	8,7%	64,4%
Impostos a recuperar	796,1	897,9	986,5	9,9%	23,9%
Tributos Diferidos	0,0	27,5	39,1	42,5%	N/A
Despesas do exercício seguinte	38,7	44,0	53,8	22,4%	39,1%
Outros valores a receber	8,9	0,5	0,7	50,1%	-91,7%
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>	<b>389,2</b>	<b>1.061,5</b>	<b>1.376,2</b>	<b>29,6%</b>	<b>253,6%</b>
Aplicações financeiras	1,9	2,8	2,3	-20,6%	15,5%
Depósitos compulsórios	24,3	25,4	26,8	5,2%	10,2%
Títulos a receber	1,5	5,5	5,5	0,1%	256,0%
Tributos diferidos	285,9	312,1	515,8	65,2%	80,4%
Tributos a recuperar	50,9	637,2	756,4	18,7%	1387,4%
Outros valores a receber	24,6	78,4	69,5	-11,4%	182,4%
<b>PERMANENTE</b>	<b>4.151,9</b>	<b>5.821,0</b>	<b>5.931,8</b>	<b>1,9%</b>	<b>42,9%</b>
Investimentos	1,3	1,0	1,2	18,7%	-10,1%
Imobilizado	2.175,6	3.202,9	3.224,8	0,7%	48,2%
Intangível	1.962,4	2.606,3	2.695,6	3,4%	37,4%
Diferido	12,6	10,8	10,2	-5,6%	-19,3%
<b>TOTAL DOS ATIVOS</b>	<b>9.336,3</b>	<b>12.906,8</b>	<b>14.080,7</b>	<b>9,1%</b>	<b>50,8%</b>
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>2.777,1</b>	<b>3.990,9</b>	<b>4.187,7</b>	<b>4,9%</b>	<b>50,8%</b>
Fornecedores	804,4	1.059,6	1.166,7	10,1%	45,0%
Pessoal, encargos e benefícios sociais	316,0	319,8	378,2	18,2%	19,7%
Impostos, taxas e contribuições	234,3	154,2	174,8	13,4%	-25,4%
Empréstimos e financiamentos	1.260,1	2.114,2	2.078,9	-1,7%	65,0%
Títulos a pagar	12,8	80,9	150,4	85,9%	1071,0%
Arrendamento a Pagar	61,7	61,5	63,0	2,4%	2,0%
Dividendos a Pagar	0,0	15,2	15,2	0,0%	N/A
Juros sobre o Capital Próprio	0,0	146,1	146,1	0,0%	N/A
Outras obrigações	87,7	39,4	14,4	-63,3%	-83,5%
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>3.751,9</b>	<b>4.623,8</b>	<b>5.483,1</b>	<b>18,6%</b>	<b>46,1%</b>
Empréstimos e financiamentos	3.264,6	3.660,9	4.563,8	24,7%	39,8%
Impostos, taxas e contribuições	93,7	270,0	273,9	1,5%	192,2%
Impostos diferidos	103,3	95,3	93,0	-2,3%	-9,9%
Provisões	93,2	392,0	338,5	-13,7%	263,0%
Arrendamento a Pagar	117,2	82,7	68,4	-17,3%	-41,6%
Títulos a Pagar	79,8	122,8	145,4	18,3%	82,1%
Participação dos minoritários	14,5	81,8	73,8	-9,8%	410,3%
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.792,9</b>	<b>4.210,4</b>	<b>4.336,1</b>	<b>3,0%</b>	<b>55,3%</b>
Capital social	2.559,7	4.061,5	4.061,5	0,0%	58,7%
Gastos na emissão de ações	(34,1)	(74,5)	(74,9)	0,6%	119,9%
Reservas de lucro	155,1	653,3	654,0	0,1%	321,7%
Reserva Legal	3,2	37,2	37,2	0,0%	1055,3%
Retenção de lucros	164,8	625,0	625,0	0,0%	279,2%
Ações em tesouraria	(13,0)	(8,9)	(8,2)	-7,6%	-36,7%
Ajuste de avaliação patrimonial	(286,9)	(489,6)	(478,7)	-2,2%	66,9%
Ajustes acumulados de conversão	32,2	18,0	5,3	-70,5%	-83,5%
Lucros acumulados	366,9	41,7	169,1	305,6%	-53,9%
<b>TOTAL DOS PASSIVOS</b>	<b>9.336,3</b>	<b>12.906,8</b>	<b>14.080,7</b>	<b>9,1%</b>	<b>50,8%</b>

**FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO (em R\$ milhões)**  
**PERÍODOS FINDOS EM 30 DE JUNHO DE 2010 E DE 2009**

	2T09	1T10	2T10
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>			
Lucro líquido (Prejuízo) do período	405,0	41,7	127,4
<b>ITENS DE RESULTADO QUE NÃO AFETAM O CAIXA</b>	(255,6)	269,5	68,4
Depreciação	57,1	66,9	79,2
Amortização	8,4	32,4	32,7
Participação dos acionistas não controladores	4,8	(1,9)	(7,5)
Provisão para contingências	0,8	(42,8)	(57,3)
Tributos diferidos	60,8	(42,3)	(228,0)
Variação cambial sobre financiamentos	(492,2)	157,2	87,5
Variação cambial demais contas de ativo e passivo	31,9	(10,9)	(2,1)
Despesas de juros sobre dívidas financeiras	69,0	106,7	147,7
Despesas de juros sobre arrendamento financeiro	5,1	6,1	6,7
Baixa do ativo imobilizado	(1,3)	(1,9)	9,5
<b>MUTAÇÕES PATRIMONIAIS</b>	(264,9)	(144,3)	(152,3)
Contas a receber de clientes	(121,4)	340,0	64,0
Estoques	(61,7)	(196,1)	(229,4)
Depósitos judiciais	(0,8)	(0,4)	(1,3)
Pessoal, encargos e benefícios sociais	29,9	43,0	62,8
Fornecedores	35,6	(18,6)	121,1
Tributos	(50,9)	(280,0)	(172,6)
Títulos a receber e a pagar	(32,5)	21,1	45,2
Outras contas ativas e passivas	(63,1)	(53,2)	(42,2)
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	(115,4)	166,8	43,5
<b>Atividades de Investimentos</b>			
Investimentos	(26,3)	(612,1)	-
Variação cambial sobre investimentos	(30,6)	-	-
Aplicações em ativo imobilizado	(89,8)	(148,9)	(137,4)
Variação cambial do ativo imobilizado	(7,2)	-	-
Aplicações no ativo intangível	(0,1)	(704,3)	(51,5)
Variação cambial do ativo intangível	(4,9)	-	-
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADE DE INVESTIMENTOS</b>	(158,9)	(1.465,3)	(189,0)
<b>Atividades de financiamentos</b>			
Empréstimos e financiamentos	488,6	(170,9)	643,9
Empréstimos obtidos	945,1	1.289,1	1.406,4
Empréstimos liquidados	(456,4)	(1.460,0)	(762,5)
Arrendamento a pagar	(14,0)	(21,6)	(17,0)
Arrendamentos obtidos	2,9	3,3	(5,4)
Arrendamentos liquidados	(16,9)	(24,9)	(11,6)
Ações em tesouraria	-	1,8	0,7
Emissão de ações e gastos com emissão de ações	-	(2,9)	(0,4)
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS</b>	474,6	(193,7)	627,2
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	(41,0)	2,5	3,4
<b>FLUXO DE CAIXA DO PERÍODO</b>	159,3	(1.489,6)	485,0
<b>Caixa, Contas Bancárias e Aplicações de Liquidez Imediata</b>			
Saldo final	1.284,4	1.543,8	2.028,8
Saldo inicial	1.125,1	3.033,4	1.543,8
<b>VARIAÇÃO NO PERÍODO</b>	159,3	(1.489,6)	485,0

## Receita Líquida

RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões) POR LINHA DE PRODUTO	2T09	1T10	2T10
<b>Carne In Natura</b>	<b>770,0</b>	<b>921,2</b>	<b>1.041,9</b>
Bovinos	347,0	525,2	642,8
Suínos	12,0	23,6	24,6
Aves	411,0	372,4	374,4
<b>Industrializados</b>	<b>560,5</b>	<b>618,6</b>	<b>654,7</b>
<b>Outros</b>	<b>169,4</b>	<b>172,4</b>	<b>195,9</b>
<b>Couro</b>	<b>-</b>	<b>48,2</b>	<b>58,5</b>
<b>TOTAL MERCADO INTERNO</b>	<b>1.499,9</b>	<b>1.760,4</b>	<b>1.951,0</b>
<b>Carne In Natura</b>	<b>730,4</b>	<b>1.159,3</b>	<b>1.262,6</b>
Bovinos	481,9	440,9	553,6
Suínos	32,7	83,4	56,0
Aves	215,8	635,0	653,0
<b>Industrializados</b>	<b>147,4</b>	<b>182,8</b>	<b>202,2</b>
<b>Outros</b>	<b>18,4</b>	<b>37,3</b>	<b>49,9</b>
<b>Couro</b>	<b>7,9</b>	<b>82,7</b>	<b>93,1</b>
<b>TOTAL MERCADO EXTERNO</b>	<b>904,1</b>	<b>1.462,1</b>	<b>1.607,7</b>
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>2.404,0</b>	<b>3.222,5</b>	<b>3.558,7</b>

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>13,1%</b>	<b>35,3%</b>
<b>22,4%</b>	<b>85,3%</b>
<b>4,3%</b>	<b>104,9%</b>
<b>0,5%</b>	<b>-8,9%</b>
<b>5,8%</b>	<b>16,8%</b>
<b>13,7%</b>	<b>15,7%</b>
<b>21,5%</b>	<b>N/A</b>
<b>10,8%</b>	<b>30,1%</b>
<b>8,9%</b>	<b>72,9%</b>
<b>25,5%</b>	<b>14,9%</b>
<b>-32,8%</b>	<b>71,4%</b>
<b>2,8%</b>	<b>202,5%</b>
<b>10,6%</b>	<b>37,2%</b>
<b>33,6%</b>	<b>171,2%</b>
<b>12,5%</b>	<b>1079,7%</b>
<b>10,0%</b>	<b>77,8%</b>
<b>10,4%</b>	<b>48,0%</b>

RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões) POR DIVISÃO / MERCADO	2T09	1T10	2T10
<b>Bovinos Brasil</b>	<b>477,9</b>	<b>714,6</b>	<b>919,6</b>
Mercado Interno	203,8	398,2	520,4
Exportação	274,0	316,4	399,2
<b>Food Service - Brasil</b>	<b>107,8</b>	<b>147,3</b>	<b>162,4</b>
Mercado Interno	107,8	147,3	162,4
<b>BOVINOS BRASIL &amp; FOOD SERVICE</b>	<b>585,7</b>	<b>861,9</b>	<b>1.081,9</b>
Mercado Interno	311,6	545,5	682,8
Exportação	274,0	316,4	399,2
<b>ARGENTINA</b>	<b>250,0</b>	<b>244,0</b>	<b>278,6</b>
Mercado Interno	166,1	182,8	186,8
Exportação	83,9	61,2	91,9
<b>URUGUAI</b>	<b>251,8</b>	<b>277,2</b>	<b>329,9</b>
Mercado Interno	67,2	74,9	86,5
Exportação	184,7	202,3	243,5
<b>TOTAL BOVINOS</b>	<b>1.087,5</b>	<b>1.383,1</b>	<b>1.690,5</b>
Mercado Interno	544,9	803,1	956,0
Exportação	542,6	580,0	734,5
<b>Suínos &amp; Industrializados</b>	<b>79,9</b>	<b>316,5</b>	<b>266,8</b>
Mercado Interno	47,2	224,8	206,8
Exportação	32,7	91,7	60,0
<b>Aves &amp; Industrializados</b>	<b>397,9</b>	<b>891,2</b>	<b>925,8</b>
Mercado Interno	198,4	233,8	244,8
Exportação	199,6	657,4	681,0
<b>NOVA SEARA</b>	<b>477,8</b>	<b>1.207,7</b>	<b>1.192,7</b>
Mercado Interno	245,6	458,6	451,6
Exportação	232,2	749,1	741,0
<b>EUROPA</b>	<b>838,7</b>	<b>631,7</b>	<b>675,5</b>
Mercado Interno	709,5	498,7	543,4
Exportação	129,2	133,1	132,1
<b>TOTAL AVES SUÍNOS E INDUSTRIALIZADOS</b>	<b>1.316,5</b>	<b>1.839,4</b>	<b>1.868,2</b>
Mercado Interno	955,0	957,3	995,0
Exportação	361,4	882,1	873,2
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>2.404,0</b>	<b>3.222,5</b>	<b>3.558,7</b>
Mercado Interno	1.499,9	1.760,4	1.951,0
Exportação	904,1	1.462,1	1.607,7

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>28,7%</b>	<b>92,4%</b>
30,7%	155,3%
26,1%	45,7%
<b>10,2%</b>	<b>50,6%</b>
10,2%	50,6%
<b>25,5%</b>	<b>84,7%</b>
<b>25,2%</b>	<b>119,1%</b>
<b>26,1%</b>	<b>45,7%</b>
<b>14,2%</b>	<b>11,4%</b>
2,2%	12,5%
50,0%	9,4%
<b>19,0%</b>	<b>31,0%</b>
15,5%	28,7%
20,4%	31,9%
<b>22,2%</b>	<b>55,4%</b>
19,0%	75,4%
26,6%	35,4%
<b>-15,7%</b>	<b>234,2%</b>
-8,0%	338,4%
-34,5%	83,6%
<b>3,9%</b>	<b>132,7%</b>
4,7%	23,4%
3,6%	241,3%
<b>-1,2%</b>	<b>149,6%</b>
<b>-1,5%</b>	<b>83,9%</b>
<b>-1,1%</b>	<b>219,1%</b>
<b>6,9%</b>	<b>-19,5%</b>
9,0%	-23,4%
-0,7%	2,3%
<b>1,6%</b>	<b>41,9%</b>
3,9%	4,2%
-1,0%	141,6%
<b>10,4%</b>	<b>48,0%</b>
10,8%	30,1%
10,0%	77,8%

## Volume

VOLUME (MIL TONELADAS) POR LINHA DE PRODUTO	2T09	1T10	2T10
<b>Carne In Natura</b>	<b>163,7</b>	<b>194,6</b>	<b>199,5</b>
Bovinos	73,7	85,5	100,4
Suíños	9,6	11,0	3,8
Aves	80,4	98,1	95,3
<b>Industrializados</b>	<b>74,4</b>	<b>114,2</b>	<b>123,0</b>
<b>Outros</b>	<b>143,2</b>	<b>154,1</b>	<b>173,6</b>
<b>Couro</b>	<b>-</b>	<b>30,4</b>	<b>34,3</b>
<b>TOTAL MERCADO INTERNO</b>	<b>381,3</b>	<b>493,3</b>	<b>530,4</b>
<b>Carne In Natura</b>	<b>119,0</b>	<b>241,1</b>	<b>245,4</b>
Bovinos	58,9	54,1	65,2
Suíños	8,4	18,6	14,3
Aves	51,7	168,4	165,9
<b>Industrializados</b>	<b>23,5</b>	<b>28,7</b>	<b>34,6</b>
<b>Outros</b>	<b>7,3</b>	<b>10,9</b>	<b>11,1</b>
<b>Couro</b>	<b>1,5</b>	<b>3,6</b>	<b>5,0</b>
<b>TOTAL MERCADO EXTERNO</b>	<b>151,4</b>	<b>284,3</b>	<b>296,1</b>
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>532,7</b>	<b>777,7</b>	<b>826,5</b>

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>2,5%</b>	<b>21,9%</b>
<b>17,4%</b>	<b>36,3%</b>
<b>-65,2%</b>	<b>-60,0%</b>
<b>-2,9%</b>	<b>18,5%</b>
<b>7,7%</b>	<b>65,2%</b>
<b>12,6%</b>	<b>21,2%</b>
<b>12,9%</b>	<b>N/A</b>
<b>7,5%</b>	<b>39,1%</b>
<b>1,8%</b>	<b>106,2%</b>
<b>20,4%</b>	<b>10,7%</b>
<b>-22,8%</b>	<b>70,4%</b>
<b>-1,5%</b>	<b>220,7%</b>
<b>20,3%</b>	<b>47,0%</b>
<b>1,6%</b>	<b>52,1%</b>
<b>41,5%</b>	<b>230,9%</b>
<b>4,1%</b>	<b>95,6%</b>
<b>6,3%</b>	<b>55,2%</b>

VOLUME (MIL TONELADAS) POR DIVISÃO / MERCADO	2T09	1T10	2T10
<b>Bovinos Brasil</b>	<b>127,7</b>	<b>183,8</b>	<b>219,2</b>
Mercado Interno	88,8	137,9	163,7
Exportação	38,9	45,8	55,5
<b>Food Service - Brasil</b>	<b>13,6</b>	<b>16,9</b>	<b>19,1</b>
Mercado Interno	13,6	16,9	19,1
<b>BOVINOS BRASIL &amp; FOOD SERVICE</b>	<b>141,3</b>	<b>200,7</b>	<b>238,3</b>
Mercado Interno	102,5	154,9	182,8
Exportação	38,9	45,8	55,5
<b>ARGENTINA</b>	<b>75,7</b>	<b>59,4</b>	<b>62,2</b>
Mercado Interno	64,3	51,3	54,8
Exportação	11,4	8,1	7,4
<b>URUGUAI</b>	<b>55,3</b>	<b>50,3</b>	<b>60,6</b>
Mercado Interno	31,5	31,4	37,1
Exportação	23,8	18,8	23,5
<b>TOTAL BOVINOS</b>	<b>272,3</b>	<b>310,3</b>	<b>361,2</b>
Mercado Interno	198,2	237,6	274,7
Exportação	74,0	72,7	86,5
<b>Suíños &amp; Industrializados</b>	<b>29,4</b>	<b>83,4</b>	<b>71,5</b>
Mercado Interno	21,0	61,9	56,3
Exportação	8,4	21,5	15,2
<b>Aves &amp; Industrializados</b>	<b>128,9</b>	<b>287,5</b>	<b>289,1</b>
Mercado Interno	77,1	116,8	120,0
Exportação	51,8	170,7	169,1
<b>NOVA SEARA</b>	<b>158,2</b>	<b>370,9</b>	<b>360,5</b>
Mercado Interno	98,0	178,7	176,3
Exportação	60,2	192,2	184,3
<b>EUROPA</b>	<b>102,2</b>	<b>96,4</b>	<b>104,8</b>
Mercado Interno	85,1	77,0	79,4
Exportação	17,1	19,4	25,4
<b>TOTAL AVES SUÍÑOS E INDUSTRIALIZADOS</b>	<b>260,4</b>	<b>467,3</b>	<b>465,3</b>
Mercado Interno	183,1	255,7	255,6
Exportação	77,3	211,6	209,7
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>532,7</b>	<b>777,7</b>	<b>826,5</b>
Mercado Interno	381,3	493,3	530,4
Exportação	151,4	284,3	296,1

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>19,3%</b>	<b>71,7%</b>
18,6%	84,3%
21,1%	42,9%
<b>13,2%</b>	<b>40,4%</b>
13,2%	40,4%
<b>18,7%</b>	<b>68,7%</b>
<b>18,0%</b>	<b>78,4%</b>
<b>21,1%</b>	<b>42,9%</b>
<b>4,8%</b>	<b>-17,8%</b>
6,9%	-14,7%
-8,3%	-35,0%
<b>20,6%</b>	<b>9,7%</b>
18,0%	17,7%
25,0%	-0,9%
<b>16,4%</b>	<b>32,7%</b>
15,6%	38,6%
18,9%	16,8%
<b>-14,3%</b>	<b>143,3%</b>
-9,1%	168,4%
-29,1%	80,7%
<b>0,6%</b>	<b>124,3%</b>
2,8%	55,7%
-1,0%	226,4%
<b>-2,8%</b>	<b>127,9%</b>
<b>-1,4%</b>	<b>79,8%</b>
<b>-4,1%</b>	<b>206,0%</b>
<b>8,6%</b>	<b>2,5%</b>
3,1%	-6,7%
30,5%	48,1%
0,0%	39,6%
-0,9%	171,1%
<b>6,3%</b>	<b>55,2%</b>
7,5%	39,1%
4,1%	95,6%

## Preços Médios

VOLUME (R\$/KG) POR LINHA DE PRODUTO	2T09	1T10	2T10
<b>Carne In Natura</b>	<b>4,70</b>	<b>4,73</b>	<b>5,22</b>
Bovinos	4,71	6,14	6,40
Suíños	1,25	2,14	6,41
Aves	5,11	3,80	3,93
<b>Industrializados</b>	<b>7,53</b>	<b>5,42</b>	<b>5,32</b>
<b>Outros</b>	<b>1,18</b>	<b>1,12</b>	<b>1,13</b>
<b>Couro</b>	<b>0,00</b>	<b>1,59</b>	<b>1,71</b>
<b>TOTAL MERCADO INTERNO</b>	<b>3,93</b>	<b>3,57</b>	<b>3,68</b>
<b>Carne In Natura</b>	<b>6,14</b>	<b>4,81</b>	<b>5,14</b>
Bovinos	8,18	8,15	8,50
Suíños	3,88	4,49	3,90
Aves	4,17	3,77	3,94
<b>Industrializados</b>	<b>6,27</b>	<b>6,36</b>	<b>5,85</b>
<b>Outros</b>	<b>2,52</b>	<b>3,41</b>	<b>4,49</b>
<b>Couro</b>	<b>5,18</b>	<b>23,21</b>	<b>18,46</b>
<b>TOTAL MERCADO EXTERNO</b>	<b>5,97</b>	<b>5,14</b>	<b>5,43</b>
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>4,51</b>	<b>4,14</b>	<b>4,31</b>

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>10,3%</b>	<b>11,0%</b>
<b>4,3%</b>	<b>35,9%</b>
<b>199,8%</b>	<b>412,7%</b>
<b>3,5%</b>	<b>-23,1%</b>
<b>-1,8%</b>	<b>-29,3%</b>
<b>0,9%</b>	<b>-4,6%</b>
<b>7,6%</b>	<b>N/A</b>
<b>3,1%</b>	<b>-6,5%</b>
<b>7,0%</b>	<b>-16,2%</b>
<b>4,3%</b>	<b>3,8%</b>
<b>-13,1%</b>	<b>0,6%</b>
<b>4,4%</b>	<b>-5,7%</b>
<b>-8,1%</b>	<b>-6,7%</b>
<b>31,5%</b>	<b>78,3%</b>
<b>-20,5%</b>	<b>256,5%</b>
<b>5,6%</b>	<b>-9,1%</b>
<b>3,9%</b>	<b>-4,6%</b>

VOLUME (R\$/KG) POR DIVISÃO / MERCADO	2T09	1T10	2T10
<b>Bovinos Brasil</b>	<b>3,74</b>	<b>3,89</b>	<b>4,20</b>
Mercado Interno	2,30	2,89	3,18
Exportação	7,05	6,90	7,19
<b>Food Service - Brasil</b>	<b>7,91</b>	<b>8,70</b>	<b>8,48</b>
Mercado Interno	7,91	8,70	8,48
<b>BOVINOS BRASIL &amp; FOOD SERVICE</b>	<b>4,14</b>	<b>4,29</b>	<b>4,54</b>
Mercado Interno	3,04	3,52	3,73
Exportação	7,05	6,90	7,19
<b>ARGENTINA</b>	<b>3,30</b>	<b>4,11</b>	<b>4,48</b>
Mercado Interno	2,58	3,56	3,41
Exportação	7,36	7,58	12,40
<b>URUGUAI</b>	<b>4,56</b>	<b>5,51</b>	<b>5,44</b>
Mercado Interno	2,13	2,38	2,33
Exportação	7,77	10,74	10,34
<b>TOTAL BOVINOS</b>	<b>3,99</b>	<b>4,46</b>	<b>4,68</b>
Mercado Interno	2,75	3,38	3,48
Exportação	7,33	7,97	8,50
<b>Suíños &amp; Industrializados</b>	<b>2,72</b>	<b>3,80</b>	<b>3,73</b>
Mercado Interno	2,25	3,63	3,68
Exportação	3,88	4,27	3,95
<b>Aves &amp; Industrializados</b>	<b>3,09</b>	<b>3,10</b>	<b>3,20</b>
Mercado Interno	2,57	2,00	2,04
Exportação	3,85	3,85	4,03
<b>NOVA SEARA</b>	<b>3,02</b>	<b>3,26</b>	<b>3,31</b>
Mercado Interno	2,51	2,57	2,56
Exportação	3,86	3,90	4,02
<b>EUROPA</b>	<b>8,21</b>	<b>6,55</b>	<b>6,45</b>
Mercado Interno	8,34	6,48	6,84
Exportação	7,54	6,84	5,21
<b>TOTAL AVES SUÍÑOS E INDUSTRIALIZADOS</b>	<b>5,06</b>	<b>3,94</b>	<b>4,01</b>
Mercado Interno	5,22	3,74	3,89
Exportação	4,67	4,17	4,16
<b>TOTAL MARFRIG</b>	<b>4,51</b>	<b>4,14</b>	<b>4,31</b>
Mercado Interno	3,93	3,57	3,68
Exportação	5,97	5,14	5,43

Var. % 2T10 x 1T10	Var. % 2T10 x 2T09
<b>7,9%</b>	<b>12,1%</b>
10,2%	38,5%
4,2%	2,0%
<b>-2,6%</b>	<b>7,3%</b>
-2,6%	7,3%
<b>5,7%</b>	<b>9,5%</b>
<b>6,0%</b>	<b>22,8%</b>
<b>4,2%</b>	<b>2,0%</b>
<b>9,0%</b>	<b>35,5%</b>
-4,4%	31,9%
63,5%	68,4%
<b>-1,3%</b>	<b>19,4%</b>
-2,1%	9,3%
-3,7%	33,1%
<b>5,0%</b>	<b>17,2%</b>
3,0%	26,6%
6,6%	15,9%
<b>-1,6%</b>	<b>37,4%</b>
1,3%	63,3%
-7,7%	1,6%
<b>3,3%</b>	<b>3,7%</b>
1,9%	-20,8%
4,6%	4,6%
<b>1,6%</b>	<b>9,6%</b>
<b>-0,2%</b>	<b>2,3%</b>
<b>3,2%</b>	<b>4,3%</b>
<b>-1,6%</b>	<b>-21,4%</b>
5,7%	-17,9%
-23,9%	-31,0%
4,0%	-25,4%
-0,1%	-10,9%
<b>3,9%</b>	<b>-4,6%</b>
3,1%	-6,5%
5,6%	-9,1%