



**Local Conference Call
JBS S/A
Resultados do Primeiro Trimestre de 2015
14 de Maio de 2015**

Operadora: Bom dia a todos e bem vindo à teleconferência da JBS S/A em que serão analisados os resultados do primeiro trimestre de 2015.

A pedido da JBS, este evento está sendo gravado e a gravação estará disponível para ouvintes a partir de hoje à tarde no site da companhia.

Estão presentes hoje conosco os senhores Wesley Batista, CEO Global da JBS, André Nogueira, CEO da JBS USA, Gilberto Tomazoni, CEO da JBS Foods e Jerry O'Callaghan, Diretor de Relações com Investidores.

Passo agora a palavra ao Sr. Wesley Batista. Por favor, Sr. Wesley, pode prosseguir.

Sr. Wesley Batista: Obrigado. Bom dia a todos, gostaria de agradecer a presença de cada um de vocês nesta teleconferência aonde apresentaremos hoje os resultados do primeiro trimestre de 2015.

Antes de mais nada, quero fazer um agradecimento especial aos mais de 215.000 colaboradores de nossa companhia, pois somente graças a eles tem sido possível conquistarmos resultados melhores a cada período.

Colaboradores estes que se dedicam diariamente para o sucesso da companhia e que fazem a diferença onde quer que estejam, mantendo sempre vivas a nossa cultura e os nossos valores.

Quero aqui também fazer um agradecimento especial a todos os nossos acionistas, credores e *stakeholders*, que sempre acreditaram e acreditam em nossa empresa: A todos vocês o meu muito obrigado!

Agora, dando início aos resultados e os números do primeiro trimestre, nós fechamos o primeiro trimestre com uma receita líquida de R\$33,8 bilhões; o que representa um crescimento de 28% quando comparado ao mesmo trimestre do ano anterior.

Tivemos um Ebitda de R\$2,7 bilhões equivalente a uma margem Ebitda percentual de 8,2%; é um crescimento também bem expressivo quando comparado ao mesmo período do ano passado, crescemos os nossos resultados em 57%.

Para um primeiro trimestre, tanto a receita quanto o Ebitda, foi a maior receita e Ebitda histórico para um primeiro trimestre em nossa companhia. Quando a gente analisa o crescimento da receita, que foi 28% e o crescimento do



resultado que foi 57%, claramente a gente vê que o resultado cresce mais do que a proporção que a receita vem crescendo, trazendo, assim, uma expansão de margem quando comparado ao mesmo período do ano passado, que foi 6,6% para 8,2%, que representa 160 *basis points* na expansão da margem Ebitda.

A nossa geração de caixa no trimestre foi de R\$ 4,5 bilhões, nosso lucro líquido foi de R\$1,4 bilhões; o que representa 0,48 por ação. Tivemos também para um primeiro trimestre a maior geração de caixa e o maior lucro líquido da nossa história quando olhamos para um primeiro trimestre. Acho que vale ressaltar que a geração de caixa operacional foi de 4,5 e a geração de caixa antes da aquisição da Primo, da Big Frango e dos dividendos pagos aos acionistas minoritários na Pilgrims, a nossa geração de caixa livre anterior a estes eventos foi de 3,8 bilhões.

O nosso resultado líquido reflete uma estratégia correta da nossa política de *hedge* cambial, de *hedgiar* as nossas exposições cambiais. Nossa dívida, quando a gente olha a dívida em dólar, que cada vez mais a gente tem olhado nosso endividamento em dólar devido à exposição, ao tamanho da exposição da companhia no mercado internacional e suas operações fora do Brasil, se a gente olha anterior a aquisição da Primo, da Big Frango dos dividendos que representarão ao redor de \$1,7 bilhões, a nossa dívida em dólar no primeiro trimestre de 2014 era 10,4 bilhões e este trimestre seria de 8,6 bilhões com uma redução expressiva de \$1,8 bilhões comparado este trimestre com o trimestre anterior.

Quando adicionam-se as aquisições e o dividendo, o endividamento em dólar ficou praticamente no mesmo nível que era no primeiro trimestre de 2014.

A nossa alavancagem terminou o trimestre em 2,3 vezes após R\$5,5 bilhões ou \$1,7 bilhões de dólares de aquisições e dos dividendos. Se a gente analisa este número anterior às aquisições e ao dividendo, a nossa alavancagem seria 1,9 vezes, demonstrando, assim, uma contínua desalavancagem de nossa companhia.

Vale ressaltar que a receita e os resultados da Primo não estão contemplados de forma pro-forma em nenhum de nossos números, nem alavancagem e em nenhuma de nossas métricas.

Seguindo adiante na nossa apresentação, e aí faço referência na página 7, quando a gente analisa nos últimos 12 meses nós temos uma receita líquida consolidada de R\$128 bilhões, como um Ebitda reportado dos últimos 12 meses de 12 bilhões; é o que equivale a uma margem de 9,5% e um lucro líquido também nos últimos 12 meses de R\$3,3 bilhões.

Quando a gente converte a receita e o Ebitda de nossas operações no exterior ao câmbio de fechamento do primeiro trimestre de 2015, nós temos uma



receita nos últimos 12 meses de R\$154 bilhões quando a gente atualiza a moeda e um Ebitda de R\$14,5 bilhões também atualizando.

Eu acho que este ponto é um ponto importante porque, de novo, todo o balanço ele é atualizado ao câmbio de fechamento do trimestre e acho que vale esta análise tanto da receita como dos resultados uma atualização com o câmbio de fechamento também para que se tenha uma idéia de onde está a receita e os resultados.

Quando a gente olha no gráfico nós desde 2007 a nossa receita e os nossos resultados a gente vê um expressivo crescimento em nossa receita, mas uma consistente melhora em nossas margens saindo lá desde 2007 num patamar de ao redor de 4% para um patamar de ao redor de 9% no último ano e nos últimos 12 meses.

Quando nós analisamos o mix de negócios que nós operamos, o portfólio de nossos produtos, a diversificação geográfica de nossa operação tem trazido, sem dúvida nenhuma, uma consistência e um balanço em nossos resultados corrigindo pontualmente volatilidades dentro de um país ou de um segmento que a gente opera, que isto é um ponto bastante relevante para nós quando analisamos os nossos resultados.

Aqui antes de passar a palavra para o Tomazoni para comentar um pouco sobre a JBS Foods, na página 8, a JBS hoje é uma companhia global de alimentos, muita gente tem nos perguntado para onde vamos, quais são os nossos próximos passos e aí eu quero fazer aqui um breve sumário fazendo uma retrospectiva do que fizemos nos últimos anos, o que somos hoje e o que estamos olhando para frente.

Então, assim, quando a gente olha nos últimos anos o que fizemos, nós claramente fizemos uma internacionalização bem exitosa em nossa companhia, fizemos junto com esta internacionalização movimentos transformacionais e aquisições transformacionais que claramente não eram consenso de mercado, porém, felizmente, e aí temos a satisfação de dizer que todos estes movimentos de todas estas aquisições foram integradas com sucesso e nos olhamos em dizer que entregamos melhores resultados que inicialmente comprometidos com o mercado em todas as aquisições, em todos estes movimentos transformacionais que fizemos nos últimos anos.

Nós criamos uma plataforma global de produção de proteína nas regiões mais competitivas para se produzir proteína ao redor do mundo, nós profissionalizamos a nossa companhia, temos um time hoje que nos orgulhamos tremendamente, um time completamente focado na entrega e na execução de nossos planos e obstinado na busca pela excelência.

Então, isto tudo que foi feito e ao longo dos últimos anos tem claramente trazido resultados positivos e resultados que nos orgulhamos muito.



Hoje a JBS é a maior empresa brasileira privada em receita, nós somos a segunda maior empresa de alimentos no mundo, somos líderes globais na produção de proteína animal, de novo, nós somos a empresa com uma diversificação geográfica e com um portfólio de produto que nos permite gerar resultados estáveis e consistentes.

Nós temos mais de 80% de nossas receitas atreladas à moeda norte-americana, o qual claramente tem sido positivo, fizemos a construção de um negócio internacional, nós somos uma companhia com uma cultura muito sólida, bem integrada e, de novo, com um alto foco em excelência operacional.

Bom, isto é o que somos hoje. E olhando para frente, o quê que nós temos mirado rebuscado, nós continuamos focados em nossas prioridades, prioridades estas tais como: Melhorar o perfil da nossa dívida, conseqüentemente reduzir o custo dela, melhorar os nossos *ratings* corporativos, entregar melhor retorno aos nossos acionistas, entre outros que são nossas prioridades para o ano de 2015.

Nós temos focado muito em expandir a nossa base de cliente, tanto no mercado brasileiro como fora do Brasil, nós temos investido em nossas marcas, temos expandido e ganhado *market share* em produtos de maior valor agregado, e a nossa meta e o que a gente olha a cada dia é que nós queremos consolidar cada dia mais a nossa posição de uma empresa global de alimentos.

Então, com isto, eu gostaria de passar a palavra ao Tomazzoni, que nós vamos entrar aí em cada uma das unidades de negócio, para comentar sobre os números e o que aconteceu no primeiro trimestre na divisão um JBS Foods. Tomazzoni.

Sr. Gilberto Tomazoni: Bom dia a todos. A JBS Foods ela tem entregado constantemente a sua visão de apresentar um forte crescimento da receita ao mesmo tempo em que expande suas margens.

A nossa receita cresceu em torno de 40% e ela teve um crescimento inorgânico, obviamente por aquisições que nós temos feito ao longo do tempo, mas também por um sólido crescimento de processados, onde não temos feito aquisições ao longo do tempo e temos usado capacidade ociosa que nós tínhamos – só para vocês terem uma noção, o crescimento dos processados foi em torno de 34%; que é uma expansão em volume e em preço – e a margem ela só não expandiu mais porque neste caminho nós tivemos aí a integração de importantes aquisições, como foram Tyson, Céu Azul e Big Frango, que apesar das integrações a gente tem sempre visto elas com grande sucesso porque a gente é capaz num curto espaço de tempo de modificar mix, alterar procedimentos operacionais para elevar a margem, elas obviamente no curto prazo afetam a sua margem.



Nós falamos uma das coisas que tem sido uma das constantes, o nosso foco é buscar a excelência operacional e a excelência operacional ela se manifesta através da nossa capacidade de mitigar custos. Por exemplo, nós tivemos no comparativo entre os trimestres um aumento de grãos, nós tivemos greve de caminhoneiros, que obviamente afetaram – no caso da greve de caminhoneiros afetou em torno de 15 milhões o nosso resultado – agora, apesar disto, a gente tem conseguido mitigar isto através da busca da eficiência e eficácia dos nossos processos internos.

Além disto, a qualidade que tem sido o nosso pilar estratégico; nós temos conseguido aumentar enormemente a eficiência dos nossos processos e conseguido entregar, cada vez mais, uma qualidade melhor aos nossos consumidores ao mesmo tempo em que a gente melhora o nosso serviço aos nossos clientes e a nossa execução no ponto de venda.

Então, operacionalmente, a cada dia que passa a companhia está mais sólida.

Conseqüência disto é que a gente tem ganhado alguma participação de mercado. Eu falo assim porque nunca foi o nosso foco ganhar participação de mercado através de competição de preços; sempre tenho falado isso eu vou repetir, é ganhar *market share* baseado no ganho da preferência dos consumidores. Tem sido uma coisa natural; a hora que o consumidor começa a aprovar o nosso produto, começa a entender a nossa qualidade e se surpreender com a nossa qualidade a gente vem tendo um pequeno aumento de participação de mercado.

Agora, no mercado internacional eu acho que a gente implantou um... está em processo de implantação (não está pronto, para cada mercado a gente tem um modelo), que é o modelo de distribuição, a gente chama (0:17:45 ininteligível) marketing internacional e tem permitido nós capturar valor ao longo da cadeia e usando parceiros em cada um dos mercados que nos permitem alavancar, através da competência desses, o nosso acesso à base de clientes maiores.

E uma coisa que muito nos orgulha é a questão de quanto a marca Seara tem conseguido aumentar a sua preferência nos consumidores. A última pesquisa que saiu a marca seara aumentou mais de 50% o seu valor e isto tem permitido obviamente nós também conseguimos expandir nossas margens.

Então, eu acho que foi um trimestre dentro da nossa expectativa de crescimento de receita e de crescimento de margem.

Eu vou passar a palavra para o Jerry, que vai falar...

Sr. Jerry: Agora é o André.

Sr. Gilberto: Ah, é o André, desculpa. O André Nogueira vai falar da JBS USA.



Sr. André: Bom dia a todos. Eu vou começar com uma visão geral: Nós estamos começando vivendo este ano o melhor momento da economia americana ai dos últimos 7 anos; desemprego reduzindo, salários aumentando, custo do combustível baixo, um aumento de consumo, aumento de demanda da economia americana que nós não víamos nos últimos 7 anos.

Falando um pouco da JBS USA Bovinos, nós atingimos 5,190 bilhões; um crescimento de 15% em comparação com o primeiro trimestre, é a maior venda no primeiro trimestre de um ano. A nossa margem foi de 3,6% de Ebitda com 186 milhões, uma melhora considerável em relação ao primeiro trimestre do ano passado.

Como o Wesley já comentou, esta margem a não incluía Primo, não inclui nenhuma contribuição da Primo. Está acontecendo uma forte recuperação do rebanho americano, retenção de matrizes está mais forte do que a nossa expectativa era, isto significa que tem menos gado disponível para abate imediato, mas é boa notícia para um futuro próximo; a gente imagina que 2016 vai ser o ano em que os Estados Unidos vai começar a produzir mais, vai começar um crescimento na produção de carnes, maior disponibilidade de gado.

Eu acho que um fator importante da performance deste trimestre, que foi satisfatória, é a diversificação da empresa com produção na Austrália, tanto em *beef* quanto em carneiro, com a produção no Canadá e mesmo dentro dos Estados Unidos uma diversificação entre gado confinado e nossas plantas regionais.

Eu acho que esta capacidade da JBS e esta possibilidade da JBS dentro da diversificação foi responsável por uma margem satisfatória, abaixo ainda do que o negócio pode gerar, não no nível que a gente quer, mas melhor do que os nossos competidores direto.

Outro fator importante no primeiro trimestre dentro da JBS Bovinos foi completar a aquisição da Primo; a Primo é a empresa líder na Austrália de produtos processados, de marca, com mais de 50% de *market share* no varejo da Austrália, nós estamos bastante excitados com esta aquisição, com que a Primo vem trazer e dentro da estratégia da empresa de crescer dentro de produtos de marca e de valor agregado.

Na Suínos a nossa venda foi de 762 milhões; uma queda de 15% em relação ao primeiro trimestre. Esta queda é toda em preço, na verdade, nosso volume dentro de suínos cresceu quase 9%. É muito mais um fator no ano passado; os preços estavam bastante elevados do ponto de vista histórico e eles estão voltando mais para um patamar dentro da realidade normal de preço de carne de porco, talvez até um pouco abaixo neste momento, sem dúvida, um fator que afetou, afetou todas as proteínas, mas talvez o porco um pouco mais do que as demais foi a paralisação dos portos, parte dos portos nos Estados Unidos no primeiro trimestre, mas ainda assim a nossa operação teve



capacidade de gerar uma margem Ebitda de 93 milhões, um crescimento em relação ao primeiro trimestre do ano passado e uma margem de 12%.

Continuando dentro desta operação, com foco de crescer organicamente em produtos que a gente chama *consumer-led*, né, que vai direto para o consumidor final, já no pé do consumidor final, acho que esta foi a grande transformação da JBS neste negócio nos últimos 5 anos, onde a gente tem uma exposição hoje muito menor aos produtos *commotizados* e muito mais em produtos de valor agregado, e vamos continuar crescendo nisto; estamos continuando investindo nisto, a cada mês e estamos crescendo.

Na operação de frango, a Pilgrims um outro bom trimestre desta unidade; atingiu 2 bilhões de venda, um crescimento de 2% em relação ao primeiro trimestre do ano passado, atingiu uma margem Ebitda de 17, quase 18%, 363 milhões; um crescimento de 77%.

A unidade continua muito focada na a excelência operacional, estamos no meio deste processo de implantação de excelência operacional dentro desta unidade, continua muito focada na estrutura de portfólio de venda, de produtos, de gestão de canais de venda e no crescimento de produtos de valor agregado.

Então, estamos satisfeitos com a performance desse negócio.

Acho que agora é o Jerry que vai falar um pouco do Mercosul.

Sr. Jerry O'Callaghan: Sim André, obrigado. Bom dia a todos. Como o presidente da divisão do Mercosul não está conosco hoje, ele está em viagem, eu vou falar um pouco sobre esta nossa unidade de carne bovina na América do Sul, basicamente concentrado maior no Brasil.

Nós tivemos aí um crescimento de 18,5% na receita neste primeiro trimestre de 2015 quando comparado com o mesmo período do ano passado; R\$6,782 bilhões contra 5,7 bilhões no ano passado.

No Ebitda nós vimos uma redução de Ebitda de 596 para R\$376 milhões; uma redução de quase 37% na margem, praticamente cortando pela metade de 10,4 para 5,6% na margem Ebitda.

Basicamente nós tivemos uma menor disponibilidade de gado agora neste período, no Brasil também estamos tendo uma retenção de fêmeas e uma perspectiva de crescimento do rebanho, mas, fora isto, nós tivemos um trimestre bastante difícil no mercado internacional, nas exportações.

O Brasil particularmente tem uma concentração grande de vendas para mercados cujas economias foram afetadas pela redução do preço do petróleo e isso fez com que nós exportássemos menos e tivéssemos pressão do preço, tanto no mercado internacional como também no mercado interno brasileiro.



Nós continuamos a fazer investimentos na nossa marca Friboi, estamos fazendo uma diferenciação em termos de valorização da nossa carne na utilização desta marca. Esta é uma campanha que estamos fazendo já há vários anos e que é bastante visível ao consumidor brasileiro.

Seguindo adiante na nossa apresentação, fazendo referência agora à página 16 e falando um pouco das nossas exportações. As exportações cresceram ainda \$3,1 bilhões para 3,5, estas são as nossas exportações globais. Obviamente as exportações desde a Austrália e desde a América do Norte e desde a América do Sul. Apesar de termos tido uma redução na exportação de carne bovina desde a América do Sul, tivemos um crescimento nas outras áreas e isto representa um crescimento aí de 13% quando comparado com o mesmo trimestre do ano passado.

Os destinos principais nós temos aí um crescimento das vendas aqui para a América do Sul, Oriente Médio e Norte da África, que é uma região bastante tradicional nossa. Lembrando que aqui temos todos os produtos de todas as origens.

Na China, a grande China, que é um mercado que nós temos um acesso maior desde a Austrália, México que servimos desde a América do Norte, Estados Unidos, onde nós mandamos bastante produtos desde a Austrália e também desde América do Sul, Japão mais adiante.

Nós vimos aí que a Rússia reduziu a sua participação em função desta questão da economia estar voltada para os preços do petróleo.

Um pouco sobre Capex e geração de caixa, o slide número 18 na nossa apresentação. Nós tivemos um total de dispêndio de capital de R\$4,6 bilhões neste primeiro trimestre, do qual 3,9 bilhões referentes às aquisições do Grupo Primo, na Austrália, e do Big Frango no Brasil. Já falamos bastante disto.

Tivemos uma adição no ativo imobilizado e intangível de R\$700 milhões; 42% basicamente voltados para a ampliação e modernização das unidades e o saldo, 58%, em investimentos em manutenção.

A companhia gerou R\$4,5 bilhões em caixa proveniente das atividades operacionais no primeiro trimestre e tivemos uma geração de caixa livre após o Capex e antes das aquisições, que já falamos, e também do pagamento dos dividendos aos minoritários de R\$3,8 bilhões.

Olhando um pouco o perfil da dívida, indo para a página 19 da apresentação, já falamos da questão da alavancagem, teria ficado abaixo de 2 vezes não fossem os investimentos que nós fizemos nas aquisições ao longo do trimestre e dos dividendos. A dívida líquida aumentou de 23 para R\$33 bilhões, do qual 5,5 bilhões é referente a estas aquisições e aos dividendos. A alavancagem é 2,3 vezes e teria ficado em 1,9 vezes.



A nossa dívida líquida em dólar, também como o Wesley comentou, isto é algo que nos olhamos com cada vez mais atenção em função do fato de que grande parte da nossa receita e geração de caixa é em moeda norte-americana, a nossa dívida líquida era de 10,4 bilhões no primeiro trimestre do ano passado. Teria novamente caído para \$8,6 bilhões não fossem o 1,7 bilhões que fizemos destes investimentos que já comentamos aqui com vocês.

Por moeda, hoje 88% da nossa dívida é em moeda norte-americana e 12% em reais e as fontes são: mercado de capitais hoje é 55%, bancos comerciais basicamente 45%, aí temos uma dívida bastante irrelevante com BNDES.

Por empresas, a JBS S/A 50% e outros 50% dividido entre USA e a JBS Foods.

Página 20 é interessante olhar um pouco primeiro o perfil da dívida e o fato que nós temos ao longo destes últimos anos com as oportunidades que surgiram no mercado de capitais alongado bastante o perfil da nossa dívida. Temos uma parcela substancial maturando depois de 2020, que pode ser observado no slide e 20.

Nós terminamos o trimestre com R\$14,1 bilhões em caixa, que representa mais que 100% da dívida de curto prazo, e fora estes R\$14 bilhões temos também 100% disponível \$1,5 bilhões nos Estados Unidos, que somado ao caixa que nós temos aqui, representa 140% da nossa dívida de curto prazo, que por sinal caiu de 34% da dívida total para 29% agora neste primeiro trimestre.

Com isto, terminamos a nossa apresentação e queremos, então, por gentileza, abrir para perguntas e respostas. Obrigado.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem asterisco um. Para retirar a sua pergunta da lista, digitem asterisco 2.

Nossa primeira pergunta vem do Sr. José Rizzardo, BTG Pactual.

Com licença, Sr. Rizzardo, sua linha está aberta.

Sr. José: Bom dia.

Sr. Jerry: Bom dia José.



Sr. José: Eu tenho, na verdade, 2 perguntas aqui com relação à JBS Foods. A gente tem visto aí que vocês estão continuando a integrar as operações das companhias que vocês adquiriram e entregar as sinergias propostas.

Assim, nesta frente, eu queria perguntar para vocês qual seria, assim, se ainda tem um *gap* muito grande de lucratividade entre as companhias que vocês adquiriram, né, das subsidiárias da JBS Foods e da JBS Foods consolidado, ou seja, ainda tem muita sinergia para entregar destas aquisições?

E a minha outra pergunta, ainda com relação à JBS Foods, é: A gente sabe que o concorrente de vocês volta a ter algumas categorias importantes agora em julho, na qual vocês conseguiram ganhar *market share* sem abrir mão da lucratividade.

Então, se vocês puderem falar um pouco sobre como é que vocês estão enxergando o ambiente competitivo para o segundo semestre, como é que vocês estão se preparando para isto? Obrigado.

Sr. Gilberto: Bom dia José, é Gilberto Tomazoni falando. Realmente, tem uma oportunidade ainda grande de melhora de margem nas aquisições que nós fizemos, principalmente nas 3 últimas aquisições: Céu Azul, Tyson e Big Frango. As margens são significativamente menores do que as nossas margens, elas impactaram inclusive no trimestre negativamente por conta disto.

A gente espera que nos próximos trimestres a gente vá conseguindo recompor a margem do portfólio de produto e com isto vai ajudar de uma maneira geral na expansão da margem da empresa.

Eu posso te falar que a diferença de margem entre estas empresas e outras aí dá uma média de 8 a 10% que nós temos hoje.

A respeito da sua segunda pergunta, eu quero te falar que a gente está focado nas coisas que a gente controla, que são as coisas dentro de casa. Nós estamos focados enormemente em melhorar a qualidade do nosso produto, melhorar o serviço, nós temos trabalhado fortemente em inovação e lançado novos produtos e temos feito investimentos constantes na nossa marca.

Com isto tudo nós temos conseguido expandir o nosso número de clientes, nós temos... para você ter uma comparação um trimestre contra o outro, foram mais de 10.000 clientes novos que nós estamos vendendo.

O valor médio dos itens que nós vendemos aumentou o volume por cliente, aumentou a frequência de compra. Então, eu acho que a gente está focado em fazer o nosso trabalho aqui e que tem dado certo e a gente não pode falar de ações que outros possam estar fazendo.

Então, é isto.



Sr. José: Obrigado pessoal.

Operadora: Próxima pergunta Luca Cipiccia, Goldman Sachs.

Sr. Luca: Oi, bom dia a todos. Obrigado por aceitar minhas perguntas e parabéns pelo resultado.

Sr. Wesley: Bom dia Lucas, obrigado.

Sr. Luca: Bom dia! A primeira é mais um *follow-up* sobre a JBS Foods, só para entender. Você poderia dar uma indicação de quanto foi o crescimento orgânico excluindo as aquisições?

Dá para comentar o crescimento da Seara, por exemplo, no mercado brasileiro só para ter uma referência de quanto o impacto da pressão do consumidor e também num cenário macroeconômico mais desafiador teve no perfil de *topline* sobre no perfil orgânico?

E a segunda pergunta, rapidamente, é se você poderia esclarecer um pouco este impacto de ganhos de derivativos que foi significativo no trimestre. Você poderia compartilhar um pouco mais de informações do que foi o *driver* e também alguma visibilidade do que a gente poderia ver nos próximos trimestres sobre aqui este ponto. Obrigado.

Sr. Gilberto: Tomazoni falando. Da pergunta da JBS Foods, a separação que eu posso falar para você é em torno de 60% do crescimento veio de aquisições e 40% veio de crescimento orgânico, sendo que do crescimento orgânico há forte crescimento dos processados que foram quase 100% orgânicos, não teve nada de aquisições. Os processadas no mercado interno cresceram 33,5% a sua receita, sendo que o volume cresceu 24 e o preço teve uma expansão de 7,6%.

Sr. Luca: Isso foi só orgânico?

Sr. Gilberto: Foi só orgânico.

Sr. Luca: Tá bom.

Sr. Wesley: Luca, é o Wesley. Falando da questão de *hedge* cambial, assim, já há um longo tempo, acho que todos recordam, desde o início do ano passado a JBS vem com sua estratégia de manter a sua posição... sua exposição toda *hedgiada*, nós tivemos um impacto de variação capital e tivemos a captura da receita advinda dos derivativos que cobre esta exposição.

Então, está em linha com o que a gente já vem mantendo, como nós dissemos antes, nós, com tudo o que se passa ao redor do mundo – preço de commodities, juros nos Estados Unidos – a questão é “quando” e não se vem alto ou não atrelado aos desafios que temos na economia brasileira a JBS



entende que não é a melhor política ter exposição a moeda americana em cenários como estes, né.

Então, nós temos mantido e continuamos mantendo. Logicamente câmbio tem oscilações, mas nós continuamos com a mesma visão de que o risco à exposição da moeda americana não vale a pena. Então, é isto.

Sr. Luca: Então, é inteiramente cambial o ganho relacionado às operações cambiais?

Sr. Wesley: Exatamente. Exatamente.

Sr. Luca: Está bom. Obrigado.

Sr. Wesley: De nada, obrigado a você.

Operadora: próxima pergunta a Isabela Simonato, Merrill Lynch.

Sra. Isabela: Bom dia a todos e obrigada pela pergunta. Eu tenho 2 dúvidas, a primeira é relação à bovinos no Brasil, se vocês pudessem dar um pouco mais de detalhes do que vocês estão vendo ao longo do segundo tri.

A gente viu que o preço do gado e começou a arrefecer em alguns lugares e se isto já está se refletindo em imagens melhores para vocês.

E segundo em relação à JBS Foods e ao ganho de *market share* que vocês falam que estão tendo. Se vocês pudessem dar um pouco mais de detalhe qual a magnitude do ganho de *share* ou em que categorias este ganho de *market share* tem acontecido principalmente. Obrigada.

Sr. Wesley: Oi Isabela, é o Wesley. Com relação à JBS Mercosul e ao bovino Brasil, claramente nós tivemos um primeiro semestre bem desafiador, preço de gado estava bem firme, as exportações brasileiras caíram mais de 30% em janeiro, mais de 30% em fevereiro, ao redor de 10% em março. Então, claramente quando você tem uma queda nas exportações você cria 2 efeitos: Você cria uma pressão nos preços internacionais e uma sobre oferta no mercado doméstico.

Então, isto claramente afetou.

Nós, como você bem disse, estamos assistindo a um arrefecimento na pressão dos preços de gado e uma recuperação nas exportações.

Abril a queda comparada com o mesmo abril do ano passado foi ao redor de 7%, então, bem menor do que ocorreu no primeiro trimestre, então, está mais positivo, sem dúvida nenhuma a condenação de um arrefecimento no preço do gado e uma recuperação, em que pese não é crescimento, mas uma queda menor nas exportações comparado com o primeiro tri e isto é positivo.



O Tomazoni poderia aí te responder a questão da Foods. Tomazoni.

Sr. Gilberto: A gente não divulga aberto por categoria de produto. O que posso falar é assim, olhando assim as grandes categorias, os chamados industrializados, os industrializados são todos os produtos; salsicha, mortadela, lingüiças, salame, presuntos, é uma categoria enorme e a gente tem ganhado aí... o nosso ganho não é um ganho significativo; é um ganho pequeno, de 1 a 2% dependendo do trimestre que nós vinhamos ganhando, mas dado que é uma categoria muito grande isto representa um volume muito importante.

Nos congelados, já uma categoria menor, que é a categoria de prato pronto, categoria de empanados, tem, assim, os produtos temperados, nós já temos um ganho mais significativo representando um crescimento importante aí bem maior do que a gente fez nos processados.

Em pizza a gente tem uma evolução importante no mercado e no mercado das margarinas nós estamos um mercado estável.

Sra. Isabela: Está ótimo, obrigada.

Sr. Jerry: Obrigada, Isabela.

Operadora: Próxima pergunta Gabriel Lima, Bradesco.

Sr. Gabriel: Oi, bom dia a Wesley, Tomazoni, André, Jerry, bom dia a todos.

Sr. Wesley: Bom dia Gabriel!

Sr. Gabriel: Wesley, a minha pergunta é com relação à esta questão de abertura do mercado americano para a carne brasileira. Eu acho que nas últimas semanas aí o mercado ficou bastante animado, aparentemente a ministra Kátia Abreu está fazendo um trabalho intenso lá e, enfim, esta notícia foi bem quente nestes últimos dias.

Por outro lado, não sei, acho que isto é um rumor que vem e vai já há uns 5 ou 7 anos já, então, eu queria ouvir de vocês a opinião de vocês, que estão nos Estados Unidos, no dia-a-dia lá, o quê que vocês acham desta possível abertura dos Estados Unidos para a carne brasileira?

Sr. Wesley: Gabriel, eu acho que nós estamos muito mais perto do que já estivemos. Eu acho que é uma realidade a abertura do Brasil para o mercado americano. Eu acho que isto vai acontecer em algum momento deste ano, eu acho que é mais para o segundo semestre do que ainda dentro deste primeiro semestre.

Eu acho que realisticamente esse ano nós não vamos ter impacto nenhum porque qualquer abertura que venha até se formalizar todos os protocolos e até



começar a operacionalizar a aprovação de plantas e assim por diante, nós vamos ter mesmo impacto a partir do ano que vem, mas eu acho que é uma realidade.

Eu acho que uma coisa que também que tem que ser falada é, assim, hoje o mercado é muito mais globalizado, então, sem dúvida nenhuma isto beneficia o escoamento de volume no Brasil, mas no fundo hoje os mercados são globais, então também não é como no passado que se pode esperar que uma abertura do mercado americano seja um evento transformacional; é um evento que colabora, mas também não é um evento transformacional para a indústria brasileira.

Mas eu acho que é positivo, sem dúvida nenhuma, e acho que é realista pensar que nós vamos ver esta abertura acontecer durante este ano.

Sr. Gabriel: Tá, tá legal. Interessante, esta é uma grande novidade. E Wesley, você pode dar um *update* para a gente também na questão da gripe aviária nos Estados Unidos?

Tem alguns *players* aí mais preocupados, outros menos, enfim, qual que é a versão de vocês aí com este problema que está acontecendo?

Sr. Wesley: Eu vou pedir ao André, André se você pudesse comentar o Gabriel.

Sr. André: Claro. Gabriel, a questão é a seguinte: O impacto até o momento tem sido bastante forte na produção de ovos de mesa; mais de 30 milhões de aves já foram afetadas por algum motivo que não está claro ainda, esta gripe aviária está impactando de forma bastante não proporcional, só tivemos um caso numa fazenda de produção de frango de corte até agora, apenas um caso.

Evidentemente isto vem das aves migratórias, o movimento das aves migratórias já está de volta para o norte, portanto, dificilmente a região sul-americana será afetada, onde é a grande produção um de frango de corte.

E até agora, até neste momento, o grande impacto é na produção de ovo e um pouco na produção de peru. Nossa produção nos Estados Unidos nós não temos nem produção de ovo de mesa nem produção de peru. Então, eu acho que para frango de corte até o momento o impacto é praticamente zero, mas impacto relevante para quem produz um ovo.

Sr. Gabriel: Tá bom. André, aproveitando que você está na linha, uma última pergunta. Esses *leading* de (0:46:59 ininteligível) aí de frango nos Estados Unidos, assim, apontam para... assim, eu sei que a demanda está forte, mas aparentemente a gente vai ter uma oferta bastante elevada também para o final do ano, final do ano que vem.



Isto te preocupa?

Sr. André: Olha, a produção vai crescer sem dúvida nenhuma, mas ela está voltando para o nível histórico dela. Até o momento ela está voltando para o nível histórico dela.

Sem dúvida tem o consumo de frango nos Estados Unidos está crescendo, está forte, eu acho que isto é uma consequência, de novo, um pouco da recuperação da economia, da recuperação do setor de restaurantes, de *food service* nos EUA, um pouco desses indicadores de produção, principalmente na parte de ovo, você tem que considerar que teve uma mudança estrutural na indústria que uma parte dos ovos americanos que são produzidos nos Estados Unidos ela é hoje direcionada para o México, isto é bem diferente do que era há 2 ou 3 anos atrás, você tem um grande produtor no México que mudou a parte dele de produção de ovos do México por conta da questão de gripe aviária no México com para os Estados Unidos.

Então, quando você olha o número dos Estados Unidos hoje você tem que considerar que uma parte daquela produção a mudança do *breeder*, que está acontecendo na indústria, inclusive nossa Pilgrim está fazendo isto, então tem uma produção maior porque você está mandando o *breeder* que você está utilizando, uma parte desta produção você tem que considerar que não existia antes é para exportação de ovo para o México e uma parte é crescimento efetivo.

Eu acho que até o que nós estamos tendo até agora combinando o crescimento que está havendo com o forte crescimento do consumo que nós estamos assistindo não é ainda de preocupar, mas sem dúvida está tendo crescimento na produção.

Sr. Gabriel: Tá legal, obrigado André, obrigado Wesley.

Sr. Wesley: Obrigado Gabriel.

Operadora: Próxima pergunta Alexandre Robarts, Citibank.

Sr. Alexandre: Olá, bom dia a todos. Duas perguntas, por favor, sobre a parte de *beef* USA. Enquanto a preço, a gente reparou uma queda em preço por quilo contra o quarto tri, porém, foi uma queda bem menor que o esperado, aliás, ano contra ano parece que o preço por quilo em *beef* USA foi 14% do crescimento, de novo, o ano contra ano.

Então, parece que o preço da média para vocês está crescendo mais rápido do que o preço do gado, obviamente tem parte de Canadá e Austrália, mas se você pode comentar sobre se realmente é uma tendência que você está vendo no mercado americano, se você está vendo espaço de ter crescimento no seu preço mais rápido do que o custo do gado?



Se você também pode comentar sobre a parte de rebanho americano parece que começou crescer se a gente olhar os dados de janeiro, fevereiro. Será que você está confortável em pensar e se a gente pode ter a premissa de que o rebanho vai este ano nos Estados Unidos crescer?

E, desculpa, a terceira parte da pergunta sobre *beef* USA, se você pode comentar um pouco a visão da Austrália este ano, realmente 2014 deu um grande desempenho e tal. Será que com a Primo dá para pensar que o negócio na Austrália tem como divulgar a margem melhor? Obrigado.

Sr. Wesley: Obrigado! André, se puder comentar as perguntas do Robarts.

Sr. André: Ok Wesley. Eu entendi a pergunta em 3 partes. Vou falar um pouco de preço de boi no mercado americano, a questão da Austrália e a questão do rebanho.

Bom, preço. Preço continua bastante alto tanto para carne quanto para gado, de novo, e aí vamos já conectar com rebanho, está tendo crescimento claro de rebanho, está tendo uma retenção de matrizes forte, o abate de vacas, de vacas de corte elas este ano está 20% abaixo do ano passado, a retenção de vacas jovens está bastante forte, o rebanho já cresceu no ano passado, o rebanho americano cresceu por conta desta retenção e nós estamos vendo esta retenção continuando de uma forma muito forte.

A margem para o produtor está muito boa, então, todo o incentivo econômico está lá, e a condição de grama nos Estados Unidos está muito boa também.

Então, esta semana inclusive saiu uma reportagem no Wall Street Journal comentando sobre isto: A retenção está forte, o rebanho vai crescer por conta desta retenção forte, a disponibilidade de gado pronto para abate continua muito apertado e o preço do gado continua num patamar bastante elevado. O preço do *beef*, da carne tem subido na mesma proporção do preço do gado.

O trimestre, do ponto de vista americano, não foi um trimestre fácil, nós melhoramos consideravelmente em relação ao primeiro trimestre do ano passado muito mais pelas melhorias internas da empresa do que por condições de mercado nos Estados Unidos.

Claramente com esta retenção de rebanho a gente tem uma expectativa muito positiva para 2016; vai ter mais disponibilidade. Quanto mais disponibilidade depende muito do quanto esta retenção vai continuar forte, mas certamente 2016 vai ser um ano de maior disponibilidade de gado para abate.

O consumo, como eu te falei, americano ele continua forte e isto tem sustentado a possibilidade de preços nos patamares que estão, historicamente elevados, ainda assim com muito pouca redução de consumo.



Falando um pouco da Austrália, tem sido uma operação que tem performado muito bem, a gente não vê esta mudança de cenário para este ano e obviamente com a aquisição da Primo, que é relevante, ela encaixa muito bem no que a gente faz na Austrália, e obviamente a expectativa é extremamente positiva.

Austrália tem performado muito bem e não tem sinal, no geral, de mudança desta performance.

Este primeiro trimestre foi desafiador para a gente e continua desafiador para a gente na questão de carneiros na Austrália. Não é uma parte grande do nosso negócio, mas é uma parte que não performou no trimestre no patamar que a gente esperava e muito por conta de uma oferta mundial que cresceu aparentemente mais do que a demanda naquele período, afetando a nossa capacidade de passar preços para o produto final da mesma forma que veio no carneiro mesmo.

Eu acho que isto vai se ajustar rapidamente, mas neste primeiro trimestre foi um ponto desafiador para gente dentro da operação da Austrália.

Sr. Alexandre: Ok, está bem claro, obrigado.

Sr. Jerry: Obrigado Alex!

Operadora: Próxima pergunta Pedro Leduc, JP Morgan.

Sr. Pedro: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta e parabéns pelo resultado.

Sr. Wesley: Obrigado Pedro!

Sr. Pedro: Primeiro era mais do uso do caixa, né, foi bem forte a geração ainda com os pagamentos acabou aí 14 bilhões dentro de casa. O quê que a gente pode esperar disto, se talvez acelerar o Capex orgânico, que parece que está meio parado, ou pagar um pouco de dívida, se tem esta possibilidade ou até reduzir um pouco do derivativo, que parece que tem espaço para isto? Esta seria a primeira pergunta.

A segunda, na JBS Foods, um pouquinho do que o Tomazoni mencionou, o preço médio aí subindo 8% ano a ano se isto é uma dinâmica que vocês veem espaço para continuar? E também como anda a utilização de capacidade na Foods, né, principalmente no processado, se tem espaço para absorver mais demanda ou vocês podem optar por talvez continuar incrementando preços? Obrigado.

Sr. Wesley: Pedro, com relação à geração de caixa, assim, nós temos investido no negócio, vamos continuar investindo, nós temos oportunidade de crescimento dentro de casa, crescimento orgânico ainda e vamos continuar investindo.



A quantidade de caixa que a gente tem mantido ela vem flutuando de acordo com o que a gente acredita que é a estrutura ideal para que a gente mantenha, lembrando que no mercado brasileiro você não tem linhas de crédito *committed*, né, como existe no mercado americano, ou não é usual, então, se carrega a posição de caixa maior no balanço da operação brasileira.

Nós continuamos, de novo, olhando oportunidade dentro de casa para usar a geração de caixa de forma eficiente. Então, vamos continuar olhando isto e reduzindo a alavancagem, como eu comentei no começo, reduzindo o custo da dívida, nós achamos que as nossas prioridades conjuntas de reduzir o custo da dívida, melhorar a estrutura de capital, resultados consistentes, melhoria de *ratings*, ciclo de capital de giro, como mencionei no trimestre anterior, a gente vai consistentemente trazendo um melhor retorno ao nosso acionista.

Eu vou passar ao Tomazoni aí para falar sobre a sua pergunta de industrializados e processados, de capacidade de crescimento orgânico e da capacidade ociosa. Tomazoni.

Sr. Gilberto: Pedro, nós temos focado o nosso Capex no investimento para melhorar eficiência operacional, automações tanto na parte de processados quanto na parte de aves e no aumento da nossa capacidade de produção de processados.

Então, a nossa capacidade tem aumentado, já começou a aumentar e vai aumentar ao longo do ano diversas linhas que foram feitos investimentos no ano passado e as capacidades estão ficando prontas agora é. Então, nós temos um incremento de capacidade dado os investimentos que nós fizemos por cap.

No entanto, como você falou, você viu que teve uma forte expansão, a gente teve uma forte expansão no preço, mas isto vai continuar nesta tendência por que o nosso foco em aumentar o valor e a preferência da marca Seara ele tem um foco de melhorar a margem.

Então, nós estamos agora nos próximos... já começa este mês e acreditamos que ainda no mês de junho, talvez um pouco no mês de julho, nós devemos incrementar aumentos que diferem de categoria por categoria de 8 a 12%.

Aí, assim, aonde a margem é mais forte a gente está conseguindo colocar mais preço, aumentar a nossa margem. Aonde a marca não tem o tamanho da força naquela categoria, é menor. E isto também se faz por conta de mitigar aí que nós estamos tendo aumento de custo de energias, aumento de custo dos grãos e que, de alguma forma, não foram conseguidos serem mitigados totalmente pela melhora do processo produtivo.



Então, assim, ser simples: Vamos continuar expandido margem e os aumentos de preços que a gente tem pela frente já foram colocados no mês passado e estão começando a acontecer neste mês e vão acontecer no próximo mês.

Sr. Pedro: Tá legal, obrigado. Então, a gente pode realmente entender que este nível de margem da Foods no primeiro trimestre deve gradualmente subir ao longo do ano? Tem este incremento de preço...

Sr. Gilberto: Estamos trabalhando para isto. Este é, exatamente, é o foco de expansão das margens.

Sr. Pedro: Está legal, para bens novamente. Obrigado.

Sr. Wesley: Obrigado Pedro.

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Wesley Batista para as considerações finais. Por favor, Sr. Wesley, pode prosseguir.

Sr. Wesley: Obrigado. Gostaria de agradecer a todos pela presença na nossa teleconferência.

Como eu comentei no início do *call*, nós estamos satisfeitos, felizes onde estamos, porém, achamos que podemos fazer mais e melhor e estamos com o time inteiro 100% focado em operar nosso negócio em um nível de excelência cada vez melhor.

Estamos confiantes que estamos e construímos uma plataforma diversificada a do ponto de vista de localidade, aonde a companhia opera, do portfólio de produto, o mix de proteínas que nós operamos; isto trouxe e criou um balanço e uma consistência do qual a gente está satisfeito e quer continuar aumentando e incrementando o nosso portfólio para que a gente consiga ano após ano ter uma expansão em nossos *earnings* e em nossos resultados.

Bom, mais uma vez obrigado a todos e tenham um bom dia.

Operadora: A teleconferência da JBS está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.