



**Local Conference Call  
JBS S/A  
Resultados do Segundo Trimestre de 2015  
14 de Agosto de 2015**

**Operadora:** Bom dia a todos e bem vindo à teleconferência da JBS S/A em que serão analisados os resultados do segundo 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, Gilberto Tomazoni, Presidente da JBS Foods, Miguel Goulart, Presidente da JBS Mercosul, André Nogueira, Presidente da JBS EUA 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 por participar da teleconferência dos resultados do segundo trimestre da JBS.

Eu queria antes de começar a entrar nos números fazer um agradecimento especial a todo o nosso time, toda a nossa equipe que tem trabalhado de forma obstinada a cumprir a nossa missão com solidez na nossa cultura, então, a todo o nosso time o meu muito obrigado em meus parabéns pelo trabalho que todos têm feito.

Quero também fazer um agradecimento a todos os nossos *stakeholders* que têm nos apoiado ao longo de toda a nossa trajetória, a quem sem dúvida nenhuma toda a nossa expansão durante todo nosso período aí que desde quando nós nos tornamos uma companhia de capital aberto têm nos apoiado, então, a todos vocês nossos *stakeholders* o meu muito obrigado.

Começando a falar sobre os números aqui, eu vou falar sobre os números consolidados e depois vou passar para o Tomazoni, para o Miguel Goulart, para o André para falar um pouco sobre cada uma das nossas plataformas e o Jerry também falar um pouco sobre a parte financeira.

Começando pela receita, nós terminamos o segundo trimestre com uma receita... fechamos o trimestre com uma receita de R\$38,9 bilhões; um crescimento bem expressivo comparado com o mesmo trimestre de 2014, crescemos 34,3%. Este crescimento ele vem de um forte crescimento orgânico e crescimento que está adicionado a aquisições que fizemos aí eu longo do período.



Nós tivemos uma expansão de nosso Ebitda de 47%, o Ebitda no segundo trimestre de 2014 foi 2,4 bilhões, nós terminamos o segundo trimestre deste ano de 2015 com 3,6 bilhões, com uma margem percentual de 9,2% no consolidado da JBS de todas as suas operações. Se a gente olha, é uma expansão de 0,8% na margem consolidada.

Eu tenho sempre dito que a JBS montou uma plataforma diversificada em várias proteínas, diversificada nas regiões que nós operamos, com um portfólio de produtos de valor agregado, produtos que estão tendo um suporte, um investimento em suas marcas que tem nos permitido criar uma estabilidade em nossa performance e uma expansão consecutiva, que nós vamos olhar um pouco mais a frente, de margem.

Seguindo a apresentação, na página 5, o nosso lucro líquido foi R\$80 milhões, um lucro por ação de 0.3 centavos por ação, este lucro líquido tem um impacto da nossa política e da nossa estratégia de proteção cambial, o câmbio no primeiro trimestre de 2015 terminou o trimestre a 3,20, neste segundo trimestre ele terminou o trimestre a 3,10, então, você tem 10 pontos de declínio no câmbio, mas o custo do carregamento, da proteção cambial.

A nossa estratégia continua a mesma com relação à estratégia de proteção cambial; nós acreditamos que com todos os movimentos que nós temos visto ao redor do mundo de queda de *commodities*, de preocupação com China, com todo o cenário desafiador no mercado brasileiro, nós acreditamos que não está protegido na exposição cambial; é um risco que nós não acreditamos ser o mais correto para companhia.

Em que pese, o custo do carregamento muitas vezes se parece alto, mas nós preferimos ter o custo do carregamento e saber quanto isto nos custa. O custo do carregamento nós claramente sabemos quanto custa e o câmbio nós não temos controle para onde pode ir; nós fechamos o segundo trimestre a 3,10 e hoje nós estamos há 45 dias após o fechamento do segundo trimestre e estamos vendo o câmbio hoje a 3,50. Então, só de 45 dias para cá temos aí quase 45 centavos de variação; coisa que mais de 12% de variação em 45 dias.

Então, a nossa estratégia continua a mesma. Tivemos um impacto neste trimestre e não sabemos como o câmbio vai terminar o terceiro trimestre, mas se olharmos como está hoje temos uma recuperação muito positiva do impacto que ele gerou no segundo trimestre beneficiando o terceiro trimestre.

Mas, de novo, não sabemos quanto o câmbio vai estar e por isto a política é nos proteger e não correr risco do que nós não sabemos. Com tudo que está acontecendo no mundo a JBS claramente acha que estar exposta a câmbio não está neste momento.



Nós tivemos uma geração de caixa operacional de 675 milhões; bastante superior à geração de caixa operacional comparada com o segundo trimestre de 2014.

Seguindo adiante, a nossa dívida líquida quando nós olhamos cada dia mais a JBS olha os seus números em dólares, nós somos uma companhia que, eu vou falar adiante, temos mais de 80% do nosso negócio desde receita, boa parte do resultado vem de operações que têm o dólar como a moeda destas operações. Então cada dia mais nós olhamos a JBS em dólares.

Quando nós olhamos a dívida, mesmo com a aquisição da Tyson do México que foi feita no último dia do segundo trimestre, que foi uma aquisição de \$400 milhões, aquisição esta que já tinha sido anunciada já há um bom tempo atrás, mesmo com o desembolso desta aquisição da dívida em dólar ficou estável e não teve nenhum crescimento da dívida em dólar. Com o impacto negativo da variação cambial a dívida se permaneceu estável.

A nossa alavancagem terminou o segundo trimestre de 2015 em 2,4, porém, é importante – a JBS é a empresa que tem sido bastante dinâmica no seu crescimento, na sua expansão – é bastante relevante olhar e fazer um exercício de adicionar os resultados das aquisições de forma *pro forma* no consolidado da JBS.

Se nós adicionarmos os resultados da Tyson do Brasil que nós fizemos a aquisição, da Tyson do México, da Big Frango, da Céu Azul, da Primo na Austrália, do Grupo Primo, nós temos ao redor de R\$1 bilhão de reais em Ebitda que não estão nas nossas demonstrações de resultados. Então, se a gente adiciona isso a nossa alavancagem correta é 2,3 vezes *leverage*.

Mudando para a página 7, é um pouco do que eu comentei anteriormente, a JBS cada dia mais expande as suas operações em locais que têm moedas fortes. Hoje 84% da receita da JBS está dolarizada e isto ainda não considera a aquisição, que ainda não foi feito o *closing* destas aquisições, que é a Moy Park e do negócio de suínos da Cargill nos EUA. Quer dizer, assim que adicionado e que for feito o *closing* esta proporção vai aumentando ainda mais.

Seguindo na página 8 aqui, a JBS tem nos últimos 12 meses uma receita consolidada de R\$137,8 bilhões de uma Ebitda de R\$13,2 bilhões com uma margem nos últimos 12 meses de 9,6%.

Porém, se nós atualizarmos os resultados e a receita com o câmbio do fechamento do segundo trimestre – que era 3,10, e não com o câmbio de hoje – a receita dos últimos 12 meses da JBS é uma receita de R\$160 bilhões e um Ebitda de R\$15,2 bilhões. Eu acho que este número é um número importante porque não só tem um efeito das aquisições anteriores como tenho um efeito dos resultados com o câmbio. Então, 160 bilhões de receita e 15,2 trilhões em Ebitda.



E aqui mostra claramente desde lá em 2007 que a estratégia de internacionalização da JBS, de diversificação do seu portfólio, dos negócios que a JBS tem, da expansão que a JBS tem feito e que tem sido expressiva em produtos preparados, que agregam marcas fortes, tem nos permitido fazer aí o nosso foco em excelência operacional, em custo, em eficiência, e tem nos permitido fazer uma estação consecutiva ano após ano de nossas margens, e criando, de novo, estabilidade nos nossos resultados.

Eu vou passar para o Tomazoni falar um pouco o quê que nós temos feito na JBS Foods, a unidade que nós estamos extremamente satisfeitos com a performance, com o que temos feito, e em seguida Miguel também vai falar da JBS Mercosul, que tem sido aí nos 2 primeiros trimestres deste ano a unidade mais desafiadora, e em seguida o André falar um panorama geral de nossas operações na América do Norte e Austrália.

Bom, passo para o Tomazoni. Obrigado a todos.

**Sr. Tomazoni:** Bom dia a todos. É um prazer estar aqui com vocês. Nós estamos reportando os resultados da JBS Foods, que consideramos muito bons, um crescimento expressivo em receita, um crescimento expressivo em Ebitda, mas, mais do que os bons resultados, o que nos deixa muito satisfeitos que estes resultados reforçam a nossa convicção de que nós estamos com a estratégia certa.

Nós, quando começamos a JBS Foods, escolhemos o caminho e estamos nos mantendo fiel e focado na busca do que a gente determinou como *target* e nosso foco em qualidade superior dos produtos, nosso foco em serviço, nosso em custo, nosso foco na execução têm trazido os resultados trimestre depois de trimestre, e o que a gente viu neste trimestre é da mesma forma.

Este resultado que está aqui na margem ela poderia até ter sido maior, mais de 1 ponto percentual, se não fossem as integrações que nós temos feitos, e várias integrações que foram feitas no final do ano que se juntaram neste ano e que elas ainda não performam ao nível que performavam as outras operações nossas.

Então, nós temos uma expectativa de expansão de margem nestas unidades nos próximos trimestres.

Uma coisa que eu gosto de destacar é o aumento robusto da receita nos produtos processados no mercado interno. Nós tivemos um crescimento de 30% na receita quando a gente compara período contra período, mas mesmo olhando, no curto prazo, olhando primeiro trimestre contra o segundo trimestre, ainda gente vê um crescimento expressivo; são 7,3% de crescimento, sendo que o que puxou mais o crescimento foi o preço, a gente conseguiu na



comparação com trimestre subir 5 pontos percentuais o preço e num mercado que esteve super promocionado, né, e por isto que o nosso volume andou 2%.

Nós decidimos por estratégia que a nossa convicção é de entregar o valor, foco no valor e priorizamos obviamente os mercados, os canais e o portfólio de produto que entregassem mais valor.

Além disto, fruto também do que eu falei dessa convicção estratégica, a gente vê que os nossos indicadores, seja de qualidade, seja de serviço ou de execução do ponto de venda, todos eles têm melhorado trimestre depois de trimestre isto, e isto aqui reforça a convicção nossa de que a gente está executando da maneira correta e está buscando tanto conquistando a preferência do consumidor do nosso produto quanto do nosso cliente.

Além disto, a nossa base de clientes no Brasil – eu estou falando do pequeno e médio varejo – se expandiu. Se eu pegar junho, o último mês do trimestre lá de 2014 e pegar junho agora só pegando o último mês do trimestre para fazer uma base comparativa, nós temos 19.000 clientes a mais; é um número expressivo e juntando isto com um mix – porque tenho falado desde o início que nós vamos crescer, e não é porque nós vamos ganhar *market share* porque nós estamos competindo por *market share*, nós estamos competindo pela preferência do consumidor – agora nós vamos crescer, nós vamos crescer por 2 motivos: Porque nós não temos uma distribuição quanto nós poderíamos ter. Então, na medida em que aumentamos a base de clientes nós vamos aumentando o nosso volume no mercado, e à medida que nós melhoramos o mix, seja o mix de canal, seja o mix de produto, melhora a nossa margem. Então, é o que a gente tem percebido nos trimestres que vêm.

Além disto, assim, olhando no mercado internacional – a gente não tem falado muito porque a gente ao longo do tempo tem feito uma estratégia de reorganizar todo o nosso *go to market* em cada um dos mercados – eu posso dizer assim que eu estou muito satisfeito com o que nós temos conseguido; nós temos alianças estratégicas com clientes ou distribuidores em algumas regiões.

Nós não temos um modelo único; para cada região a gente adota um modelo. Então tem algumas regiões que nós dividimos o custo da distribuir com o distribuidor. Ele tem outros produtos no portfólio dele, nós vamos com o nosso produto e com isto a gente consegue chegar competitivamente no ponto de venda.

Tanto dividimos a distribuição quanto dividimos o serviço no ponto de venda, e estas alianças – que num mercado a de um jeito e em outro mercado é de outro jeito, é desenhado um *tailor-made* para cada um dos mercados – elas têm se mostrado muito produtivas e nós estamos muito felizes com a estratégia até agora porque nós estamos conseguindo crescer com marca e crescer com produtos de valor agregado.



Na página seguinte, na página 11, a gente até colocou aqui; nós estamos num mercado que, na verdade, se a gente comparar as últimas 6 leituras que a gente teve, estes dados são news, nas últimas 6 leituras de 2014 com as últimas 6 leituras de 2015 (os períodos não são exatamente iguais porque as categorias saem em momentos diferentes) nós vamos ver que o mercado que nós estamos cresce, e eu diria que cresceu expressivamente, a não ser a margarina, que anda de lado. Mas os outros mercados cresceram.

E aí quando você olha a JBS Foods tem crescido mais do que o mercado. Num mercado que cresce nós temos conseguido crescer mais e até que quando a gente olha nós colocamos aí alguns percentuais, e até o percentual, como você pode ver na parte de baixo, está comparando aí julho, mas se voltasse um pouquinho atrás até este número seria ainda superior ao que está aqui. Se comparasse o mesmo período de junho, o período de junho com o período de agora, quer dizer, se você põe industrializados que está aí 1,8 seria 3,3.

Então, assim, eu vou voltar a enfatizar: Isto que a gente está vendo aqui é foco daquilo que eu falei antes; nós estamos aumentando a base de clientes, nós estamos melhorando o mix, nós estamos melhorando a qualidade dos produtos, o serviço no ponto de venda, distribuição, isto tudo conjugado com os produtos, né... nós temos lançado, para você ver uma coisa, este ano de janeiro até junho nós lançamos 43 novas SKUs.

Então, isto está dando uma dinâmica nova, são produtos (muitos deles) que não estão no mercado, isso tem rejuvenescido a marca, tem tornado a marca Seara muito forte, a marca tem crescido muito, nós estamos muito satisfeitos com o que nós temos conquistado a nível de marca Seara.

E, assim, eu acho que tudo isso que está acontecendo aí, eu vou enfatizar, o Wesley falou no início, eu quero reforçar, eu acho que é o que tem feito diferença aqui dentro de casa; é um excelente time que nós temos, com pessoas que conhecem o negócio, uma qualidade muito boa de gestão, nós estamos aperfeiçoando trimestre após trimestre, mês depois de mês a nossa qualidade e o nosso modelo de gestão na busca para ser o melhor naquilo que nós nos propusemos a fazer.

Então, assim, obrigado todos vocês, obrigado todos os meus colegas da JBS Foods, a gente está bastante contente com o que tem entregado até agora.

Eu vou passar a palavra para o Miguel, para que o Miguel possa falar sobre o Mercosul.

**Sr. Miguel:** Obrigado Tomazoni. Bom dia a todos. Falando da JBS Mercosul, página 12, nós vemos aí a receita líquida em milhões passando de 6,291 milhões para 7,205; um crescimento expressivo de 14,5.





Nós temos uma diminuição da margem Ebitda de 10,1 para 5,2, isto basicamente se deve a uma compressão das margens devido à redução da oferta de abate de animais para abate e uma queda expressiva da exportação brasileira.

Mas por outro lado, nós vemos também na JBS Mercosul um crescimento muito bom na parte de industrializados, que registraram um aumento e um crescimento não só no volume do mercado doméstico como também no mercado externo.

Nosso investimento em marca, ações em portfólio de produtos continuam correndo de forma muito expressiva.

Também é importante destacar que todos os esforços de qualidade, melhora de qualidade, aumento da produtividade e excelência operacional que nós experimentamos fazer frente agora nos próximos trimestres; nós vamos ter um maior equilíbrio entre oferta e demanda e a retomada de exportações nos deixa bastante animados.

Nós tivemos também, é importante destacar que, agora em junho a abertura do mercado chinês, o mercado de consumo bastante expressivo e a JBS muito bem posicionada com 80% das fábricas aprovadas para este mercado seguramente vai colher bastante frutos nesta abertura.

Também se espera a abertura de expressivos e importantes mercados para o segundo semestre de 2015.

Eu passo a palavra agora meu colega André Nogueira, da JBS USA.

**Sr. Jerry:** André? o André já está entrando na linha. André?

**Sr. André:** Alô?

**Sr. Jerry:** Sim, André, pode prosseguir.

**Sr. André:** Oi Jerry obrigado. Obrigado Miguel, bom dia a todos. Obrigado pela atenção nesta manhã.

Falando aqui da JBS USA bovinos, que inclui a operação nossa nos EUA, Austrália e Canadá, nós tivemos um faturamento de 5,900 bilhões; um crescimento de 11% em relação ao mesmo trimestre do ano passado, um Ebitda de 228 milhões com 3,8% de margem e um crescimento de 110% em relação ao mesmo Ebitda do mesmo trimestre do ano passado.

Tivemos um forte aumento de volume e preço no mercado doméstico e externo, um aumento de volume direcionado por Austrália e Canadá e um aumento de preço nos EUA.



A consolidação do resultado do Grupo Primo na JBS Austrália nós tivemos o primeiro trimestre com o Grupo Primo inteiro, tem uma nova gestão já operando na Austrália, um novo time, a integração está acontecendo da forma planejada e as oportunidades são ainda maiores do que nós planejamos inicialmente.

Há uma sólida demanda por carne de bovinos nos EUA com o aumento das importações, principalmente da Austrália, EUA produziu no mercado interno £500 milhões a menos neste ano e importou £500 milhões a mais, ou seja, o consumo estável, com preço maior. O que não foi produzido no mercado interno foi completado com a importação, de novo, principalmente da Austrália.

A consequência disto aumento das exportações, está produzindo mais, principalmente bovinos da Austrália, em torno de 10% a mais do que no mesmo período do ano passado, e isto foi tudo para o mercado de exportação.

Mercado americano nós estamos presenciando uma forte retenção de fêmeas para a recuperação do rebanho, o FDA acabou de publicar o *report* do número de animais nos EUA e nós temos um crescimento de vacas de 2,5%. E ainda mais relevante do que isso; um aumento de novilho de 6,5%, o que indica um forte crescimento, historicamente um crescimento do rebanho, um forte retorno do rebanho americano.

Então, a expectativa agora é que em 2016 a gente deve ver em torno de 2% mais de animais disponíveis para abate, em 2017 um número bem mais significativo que este, não dá para colocar o número ainda para 2017, mas bem mais (0:26:53 inaudível – voz muito baixa) do que isso, o que hoje uma notícia de menor disponibilidade devido à retenção de fêmeas é notícia de crescimento de rebanhos, é boa notícia para 2016 e 2017.

No suínos nos EUA nosso faturamento foi de 795 milhões, um Ebitda de 64 milhões, 8,1% de margem. De novo, um bom resultado no trimestre para operação de porco nos EUA. Um momento significativo de animais disponíveis para abate, em torno de 7% a mais este ano do que comparado com o ano passado, um aumento de volume e resultando numa queda de preços tanto do produto vendido quanto de porcos para o abate.

Um aumento do volume da exportação, no nosso caso, bastante significativo; crescemos este trimestre comparado com o primeiro trimestre do ano passado mais de 35% na nossa exportação, bem acima do mercado. Mostrando de nova força da venda e da distribuição da JBS nos mercados globais.

Mesmo com as dificuldades de exportação deste momento para Hong Kong e para China no suíno nós tivemos um crescimento de 35%. E a gente acha que todos os sinais são de que a redução do rebanho de porcos na China está





bastante forte e em algum momento ele deve voltar para o mercado com um volume grande de importação.

O aumento da oferta de produtos de maior valor agregado continua, a estratégia do porco que a gente vem executando já há algum tempo, a gente espera que este ano nós vamos crescer novamente em torno de 30% neste tipo de produto.

Em julho nós anunciamos a aquisição do negócio de suínos da Cargill nos EUA, nós estamos no momento de espera e análise pelo departamento de justiça desta aquisição e continuamos no nosso planejamento conjuntamente com a Cargill para quando da aprovação fazermos uma integração rápida e efetiva deste negócio ao nosso negócio, que eu acho que nós já discutimos isso no último *call*, que é bastante estratégico.

O frango em JBS nos EUA, a operação da Pilgrim's, um faturamento de 2 bilhões, na página 14, o faturamento de 2,56 bilhões no trimestre, é um Ebitda de 425 milhões, um crescimento de quase 26% em relação ao mesmo trimestre do ano passado e uma margem de 20,7%. Um resultado fantástico, consequência da estratégia e principalmente da execução neste nosso negócio.

Execução com foco na excelência operacional, eficiente estratégia no portfólio de produtos, na gestão dos canais de venda, a diversificação geográfica de canais, portfólio, de gestão de risco e precificação de produtos e nós fizemos a integração das operações do (0:29:59 inaudível – voz muito baixa) e da Tyson no México, progredindo conforme planejado, e nós fizemos este *closing* no final de junho, portanto, não temos nenhum benefício do resultado do passado, mas a operação, de novo, é bastante estratégica no nosso negócio de frango no México e a integração está indo como planejado.

Com isso eu acho que o passo palavra para o Jerry.

**Sr. Jerry:** Sim, André. Obrigado. Bom dia, bom dia a todos. Continuando aí na nossa apresentação, na página 17, a gente tem o panorama das exportações no segundo trimestre de 2015; praticamente \$4 bilhões exportados para JBS no período; isto só as nossas exportações consolidadas no mundo todo e grande China sendo o destaque do maior destino nosso e, como o Miguel comentou, com a reabertura das exportações da carne bovina brasileira para aquele mercado este número deve crescer de uma maneira mais expressiva nos próximos períodos.

Depois temos os mercados bem tradicionais como África e Oriente Médio, aqui na América do Sul também estamos expandindo as nossas exportações, e México que é um mercado bastante tradicional em função dos produtos que produzimos nos EUA.



Temos também o Japão, que é um mercado importador com volumes expressivos tanto da Austrália como dos EUA, e os EUA que, como André bem comentou, importou um volume expressivo de £500 milhões da Austrália na primeira metade deste ano para suprir a sua necessidade interna em função da retenção das fêmeas para o aumento de rebanho.

Nas páginas seguintes da nossa apresentação, página 19, falando um pouco do Capex e da geração de caixa, nós tivemos um Capex, um dispêndio de capital total de R\$2,90 bilhões no período, no segundo trimestre, do qual 1,100 bilhão é referente à aquisição de Tyson no México. O saldo de praticamente 1 bilhão 50% se refere às aquisições, ampliações e modernizações, fora a aquisição de Tyson no México, e os outros 50% ao relacionados à manutenção.

Geração de caixa no período, nós tivemos uma geração de caixa proveniente das atividades operacionais de R\$675 milhões e o fluxo de caixa livre, após os investimentos, foi negativo em R\$1,415 bilhões, novamente, em função do pagamento de Tyson no México no montante de \$400 milhões, que foi feito no final do período, e com o câmbio da época representa mais o menos R\$1,240 bilhões.

Quanto à questão de perfil da dívida, página 20 da nossa apresentação, o Wesley já comentou no início a questão da alavancagem, que caiu de 3,2 vezes para 2,4 vezes se excluirmos o *pro forma* das aquisições mais recentes incluindo estas aquisições, ou desempenho destas aquisições *pro forma*, teria sido 2,3 vezes.

Dívida líquida em dólar estável; \$11,22 bilhões no segundo trimestre do ano passado e mesmo com as aquisições que mencionamos continuamos com os 11,22 no final deste segundo trimestre.

Nós encerramos o período, temos aqui primeiro a abertura da dívida por moeda: 87% em dólar, 13% em reais, as fontes do financiamento, os bancos comerciais representando mais que 50% e o mercado de capitais praticamente o restante dos outros 50%.

Praticamente 50% da dívida está na JBS S/A, 38% na Holding e 13% na JBS Foods.

Para falar um pouco mais sobre o perfil da dívida e a posição de caixa, fechamos o segundo trimestre com R\$13,9 bilhões em caixa, isto representa 87% da nossa dívida de curto prazo, mas se nós acrescentarmos as linhas totalmente disponíveis que temos nos EUA – isto que a gente chama de *committed lines* – de \$1,6 bilhões, a totalidade da disponibilidade é 118% da nossa dívida de curto prazo, que é 33% do total da nossa dívida.



Na página 21, no fundo da página 21 é interessante ver como estendemos a curva de maturação da nossa dívida; grande parte hoje maturando depois de 2020.

Agora, isto encerra a nossa apresentação e antes de abirmos para perguntas e respostas eu vou passar a palavra de volta para o Sr. Wesley Batista para seus comentários finais. Obrigado.

**Sr. Wesley:** Obrigado Jerry. Antes de nós abrimos para as perguntas, eu queria fazer alguns comentários sobre o que o Tomazoni falou, o Miguel, o André.

Assim, quando nós olhamos as JBS em cada uma de suas plataformas nós estamos muito satisfeitos, o que nós temos feito na JBS Foods, estamos 100% focados e com foco muito grande em execução, em conquistar a preferência do consumidor com disciplina, nós temos investido na marca Seara, vamos continuar investindo, os resultados, como Tomazoni citou, com todas as aquisições que temos feito adicionando unidades ou empresas no portfólio da JBS Foods nós temos conseguido performar com resultados satisfatórios, fechamos o trimestre com 17% de margem e estamos confiantes que vamos continuar nessa trajetória de expandir o negócio, expandir a base de clientes, investindo na qualidade dos produtos e com, de novo, muito foco em execução.

Olhando para frente nós estamos super otimistas, o mercado externo está indo muito bem, o mercado interno está indo muito bem, nós não só estamos... o mercado não só está crescendo, o mercado brasileiro, como nós estamos crescendo acima do mercado brasileiro. Então, estamos muito otimistas com todo o nosso negócio da divisão JBS Foods.

Quando nós olhamos para o negócio de bovino, couros no Mercosul, que contempla aí a JBS Mercosul, claramente nós tivemos 2 trimestres desafiadores, nós tivemos um declínio de margens que operavam aí ao redor de 10% para casa dos 5%, tivemos claramente um impacto das exportações brasileiras, que declinaram de forma expressiva no semestre, porém, quando gente olha para frente, como o Miguel comentou, a abertura da China é um fato super relevante para a JBS.

Para vocês terem uma idéia, das 9 fábricas aprovadas para a China a JBS tem 7 das 9, a esperada abertura do mercado americano também é muito positivo para JBS e vocês imaginam a estrutura que o grupo tem nos EUA desde distribuição, equipe de venda, relacionamento com clientes, nós claramente acreditamos que nós vamos ser a empresa mais beneficiada desta abertura pela capacidade de acessar direto o ponto de venda nos EUA com a carne brasileira, não só vendendo carne de segunda para a produção de produtos industrializados, como hambúrguer, mas também acessando o varejo americano devido a nossa estrutura que temos nos EUA.



Nós claramente estamos assistindo a um ajuste na indústria brasileira do ponto de vista de se adequar à disponibilidade de oferta de gado, então, nós estamos bem mais otimistas para os próximos trimestres. Nós claramente já estamos assistindo a recuperação nas margens e vamos ter uma volta de recuperação de margem já para o terceiro trimestre.

Quando nós olhamos toda a nossa plataforma da América do Norte, que é Canadá, Austrália, México e EUA, como o André citou, a nossa operação de aves, de suínos, de bovinos, as aquisições que nós temos feito atrelado com a recuperação do mercado norte americano, desde o ponto de vista de crescimento de consumo, a melhoria de todos os indicadores no mercado americano claramente beneficia a JBS e mostra que toda a estratégia de internacionalização que o grupo fez nos últimos anos foi acertada e se mostra correta.

Nós continuamos focados na expansão de nosso negócio em produtos preparados, em produtos que agregam as nossas marcas, fizemos aí várias aquisições que vão trazer um benefício extraordinário, como a Primo na Austrália, o negócio da Cargill nos EUA, toda a expansão na Foods aqui.

Nós continuamos acreditando que a JBS (não só sendo a maior companhia global de proteínas) montou uma plataforma que é única no mundo de ponto de vista de diversificação, do ponto de vista de portfólio e produto.

Eu vou parar aqui e abri para as perguntas. Mais uma vez 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.

A primeira pergunta vem de Fernando Ferreira, Bank of América Merrill Lynch.

**Sr. Fernando:** Bom dia.

**Sr. Jerry:** Bom dia Fernando.

**Sr. Wesley:** Bom dia.

**Sr. Fernando:** Eu queria fazer 2 perguntas, por favor. A primeira no Mercosul. Vocês falaram já bastante aqui quais foram as causas desta piora de imagem, mas eu queira um pouquinho mais de detalhamento se vocês puderem, né.



a gente viu que, apesar da queda do abate a melhora de preço da carne e também um pouco de aumento de mix na exportação, a margem continuou caindo, né, principalmente a margem bruta.

Então, eu queria entender um pouquinho melhor do porquê disto e saber o que vocês estão enxergando aí para rentabilidade de margem no segundo semestre dado, assim, quando gente olha preço de boi atual, o abate que também que a gente está vendo e esta expectativa de recuperação de exportações a gente vê um cenário bem melhor para a margem do segundo semestre.

Queria só entender um pouquinho melhor disto.

E a segunda pergunta, na Foods, se vocês podiam passar ou só dar uma idéia para gente de quanto do crescimento de *top line* Ebitda veio de orgânico e quanto vieram das aquisições.

E também se vocês pudessem falar um pouco sobre o ambiente competitivo. A gente tem visto aí um acirramento do ambiente competitivo, se vocês esperam algum tipo de impacto no resultado da Foods agora no terceiro tri ou no segundo semestre por conta da volta da marca importante aí no mercado e também deste aumento de investimento em marketing que a gente está observando. Obrigado.

**Sr. Wesley:** Obrigado. Fernando, eu vou falar aqui sobre o bovino e depois passo para o Tomazoni falar sobre a Foods.

Assim, como eu comentei, claramente a margem teve uma compressão. O maior impacto que não tivemos aí veio das exportações, a queda das exportações foi expressiva, a JBS tem mais de 40% de *market share* das exportações brasileiras no negócio de carne bovina, para ser mais preciso quase 45% de todas as exportações brasileiras de carne bovina são feitas pela JBS.

Então, claramente quando você tem um impacto e uma queda tão significativa como nós assistimos nesta primeira metade do ano, logicamente quem tem o maior pedaço de *market share* é o que sofre mais. Por outro lado o benefício vem quando você começa a ter uma recuperação.

Como eu comentei, nós das 9 plantas aprovadas pela China a JBS tem 7, então, nós estamos otimistas, nós achamos que a indústria está mais equilibrada do ponto de vista de balancear oferta e capacidade e estamos vendo o mercado externo recuperar.

Então, assim, claramente nós vamos ter um terceiro trimestre com margens melhores do que foram no primeiro e no segundo e estamos assistindo, nós já



temos aí o mês de julho, estamos assistindo uma boa recuperação nas margens.

Então que nós vamos assistir é um terceiro trimestre bem melhor do que foram os 2 primeiros trimestres deste ano e acreditamos que não só o terceiro trimestre como daqui para frente o bovino vai voltar a estar performando com números melhores.

Eu vou passar para o Tomazoni aqui para falar e comentar sobre a Foods, crescimento orgânico e crescimento de aquisição e o que você comentou do impacto de concorrência e tal, o Tomazoni fala sobre isto.

**Sr. Tomazoni:** Bom dia Fernando. Se a gente dividir aí este crescimento que nós temos aí eu diria para você que praticamente meio a meio veio de orgânico e meio a meio veio de aquisições.

As aquisições que nós fizemos comparado neste período foram todas aquisições de produtos in natura, e você viu que o nosso robusto crescimento veio de industrializados, e industrializados é tudo orgânico o nosso crescimento. Não teve aquisição de industrializados.

Então, resumindo, meio a meio aí é um número razoável.

A respeito do que você citou aí do aumento de... digamos assim, o visível do que você está falando é o que se vê a nível de propaganda. O que eu posso falar para você é que eu acho que este nível de promoção de produtos, de divulgação dos produtos e eu acho que é positivo, eu acho que ajuda o mercado a crescer, eu acho que ele vai levar o mercado a crescer e é positivo para o consumidor.

Agora, quanto à estratégia, volta de concorrente, assim, o que eu posso comentar para você é que a gente, na verdade, não concorre com A, B, C; a gente concorre pela preferência do consumidor. E é este que tem sido nosso foco.

E como eu tenho falado antes, a nossa proposta de valor tem sido muito bem recebida tanto pelos consumidores que têm provado os nossos produtos e têm voltado a comprar os nossos produtos quanto aos clientes que estão satisfeitos com o resultado que estão tendo com os nossos produtos. Esta questão aliada ao nosso foco na execução, na melhora dos serviços, na inovação, no lançamento de produtos e no aumento da base de clientes, como eu falei – são 19.000 clientes a mais – duas coisas: O número de clientes – têm pontos de vendas que nós não estamos ainda, nós não estávamos e ainda têm outros tantos que nós não estamos – e o nosso mix que nós tínhamos no ponto de venda ele era bem inferior ao que nós temos de potencial de ter.





Então, aumenta a distribuição numérica, número de clientes, melhora o mix e ainda você vai para canais mais rentáveis têm levado a nossa expansão. Então, assim, eu acho que este movimento todo de comunicação ele é positivo para o mercado.

**Sr. Wesley:** Fernando, só adicionando aí, assim, nós não estamos assistindo e não acreditamos em compressão de margem por conta de acirramento de concorrência e tal, até mesmo porque nós cuidamos do nosso negócio, nós somos uma empresa que tem uma cultura super forte de cuidar do que nós controlamos e olhar o que nós temos que olhar, e estamos focados, como o Tomazoni falou, em qualidade de produto, execução no ponto de venda, investimento na marca e com tudo isto que você falou no estamos ganhando *market share*.

Então, quer dizer, nós estamos tocando nosso negócio e a estratégia nossa se mostre correta, independente de... nós não controlamos o que concorrente ou que o mercado faz, e continuamos focados no nosso negócio. O concorrente faz o que ele quer fazer e a gente não se influencia porque os outros estão fazendo. Nós tocamos no nosso negócio com crença no que nós acreditamos ser a estratégia correta.

**Sr. Fernando:** Está ótimo. Obrigado Wesley e Tomazoni.

**Sr. Wesley:** Obrigado.

**Operadora:** A próxima pergunta vem de Thiago Duarte, BTG Pactual.

**Sr. Thiago:** Olá, bom dia todos. Duas perguntas. A primeira eu queria entender um pouco como é que está sendo impacto da Primo nas margens da EUA *beef* e entender se este número do segundo tri ele é um número que faz sentido pensar, aí no consolidado, faz sentido pensar pra frente no restante do ano aí na visão de vocês olhando lá para mercado dos EUA?

E a segunda pergunta, voltando para JBS Foods, na verdade, são 2 perguntas em cima da JBS Foods.

Primeiro, eu sei que vocês não gostam de fazer esta distinção, mas dada a violência com que o mercado melhorou nos últimos trimestres para exportação e mais esta evolução positiva no mercado doméstico, eu não sei se dá para vocês quebrarem um pouco, pelo menos na margem bruta, se vocês enxergam uma diferença de rentabilidade entre o *business* de exportação e o *business* de mercado interno, quem é majoritariamente hoje processado na JBS Foods?

E a segunda pergunta de JBS Foods é com relação a... eu sei que vocês já falaram de uma marca concorrente etc., mas eu queria entender se essa dinâmica de *market share* super positiva que vocês mostraram até o segundo tri se ela, pelo menos no terceiro tri, faz sentido imaginar que ela dê uma



voltada ou vocês têm percebido alguma coisa neste sentido nos últimos 45 dias? Obrigado.

**Sr. Wesley:** Thiago, eu vou falar um pouco aqui sobre Primo e tal, e o André está na linha também, André você poderia complementar aí.

Mas, assim, a Primo claramente ainda não está performando no nível que nós acreditamos que nós vamos operar este negócio. Nós acreditamos que nós vamos operar este negócio na casa de 15% de margem.

A Primo tem quase 50% de *market share* no mercado australiano em bacon, em presunto e em categorias importantes. A Primo claramente ainda não está no nível que nós acreditamos, então, tem *upside* aí neste número e nós acreditamos que esta performance da JBS USA, que foi 3,8%, claramente dá para ser mantida ou expandida. Nós, na verdade, não achamos que esta performance está no nível que nós acreditamos que nós podemos entregar.

Então, para os próximos trimestres, para 2016, como o André falou, eu acho que a indústria de carne bovina nos EUA passou o seu pior momento. Olhando para frente a gente só vê *upside* porque o rebanho está crescendo, nós vamos ter mais disponibilidade de gado, você tem a Primo que vai trazer um balanço maior do ponto de vista de estabilidade no resultado, adição da margem. Então, é isto.

André, você adiciona aí alguma coisa.

**Sr. André:** É isto mesmo, Wesley, quer dizer, destes 5,9 bilhões os EUA é uma parte muito relevante disto. Embora nós tenhamos operado acima dos nossos competidores a operação passou pelo seu pior momento. A partir de 2016 e 2017 a perspectiva é muito melhor numa parte muito relevante da operação.

Do ponto de vista da Primo, é o que o Wesley falou, a performance dela está do nível do que a gente comprou neste trimestre, foi o primeiro trimestre. A gente já vê melhoria na semana a semana, caminhando em direção do que a gente espera de margem, mas isto só está começando. Nós tivemos o primeiro dela aí e o primeiro trimestre foi em linha do que a gente comprou a operação.

Daqui para frente está caminhando na direção do que a gente espera de margem para este negócio, que é acima de 15%.

**Sr. Tomazoni:** Thiago, falando da questão dos mercados, na verdade, a gente não abre desta forma, a gente nem gerencia exatamente desta forma aí. A gente apresenta os números para uma divisão, mas a nossa gestão ela tem sido uma gestão de priorizar resultado.

Então, se você pegar este segundo tri, nós reduzimos o volume de suínos no mercado interno e levamos o mercado externo. O suíno no mercado interno



ficou com o bife mais pobre. Então, nós não estamos enxergando se por conta disto a margem ficou maior, mas porque a margem ela tem uma questão de atribuição de custo que tem muito a ver com critério que você coloca de uma coisa e outra.

Então, nós não chegamos desta forma e não temos esta abertura desta forma como você quer.

**Sr. Wesley:** Thiago, esta questão da divisão de margem aí de mercado interno e externo, para te falar bem a verdade, assim, nós não acreditamos que isto é a forma correta de olhar.

Por quê? Porque nós somos uma a indústria de desmonte, né, nós processamos aves, suínos e aí você põe uma matéria-prima para fazer presunto, outra você faz outra coisa, exporta. Então, assim, e como Tomazoni falou, você tem aí critério de alocação de absorção de custo que o mercado interno e externo eles são complementares, muitas vezes você faz um mix e olha o mix completo como você gerou melhor retorno naquele animal processado, ou na ave ou no suíno.

Então, este negócio aí de “ah, exportação está dando tanto de imagem, o mercado interno...” isto aí, na nossa opinião, é meio como você atribui ou como você quer atribuir aí as absorções, e logicamente existe critérios para isto, mas isto aí cada empresa tem aí o seu critério de absorção. Então, nós olhamos a margem como um todo.

O Tomazoni seguindo aí...

**Sr. Tomazoni:** É, do *market share*, né. Então, Thiago, primeiro, assim, eu acho que é importante a gente voltar a frisar que a gente desde o início nós não estamos lutando para conquistar *market share*. A nossa disputa é pela preferência do consumidor e nós temos nos mantidos fiéis e disciplinados na busca de buscar a preferência do consumidor, qualidade de produto, comunicação, inovação e trabalho no ponto de venda.

Eu acho que, primeiro, assim, tanto que quando você olha este trimestre nós subimos o preço 5,1%. Se nós poderíamos num mercado para emocionado nós termos subido 5,1% obviamente foi um foco em rentabilidade. Podia ter sido um volume muito maior, o volume cresceu 2 e o preço cresceu 7, quer dizer, nós estamos focados em gerar valor.

*Market share*, para mim, ele é um resultado, ele é um efeito do que as outras coisas que nós temos feito. Então, assim, é difícil você falar assim o que vai acontecer para frente. Nós estamos focados nessa nossa estratégia, estratégia de construir valor, de conquistar o gosto do consumidor.



Agora, o que vai ser para frente? Não sei. O que eu posso te falar é, por exemplo, julho foi o melhor resultado do mês. Então, assim, o que vai ser pra frente, assim, não sei. Agora, o que já está dentro de casa eu posso falar; foi ótimo!

**Sr. Wesley:** E, assim, Thiago, o Tomazoni falou julho, quando a gente fala em resultado não é só resultado financeiro, mas como volume. Nós fizemos o maior volume em industrializados da JBS fizemos mês passado com todas as promoções que estão ocorrendo no mercado. Então, o que nós estamos olhando nós estamos satisfeito com o que nós estamos fazendo.

**Sr. Thiago:** Era isto mesmo que eu queria. Eu acho que ajudou bastante, obrigado a todos.

**Sr. Wesley:** Obrigado Thiago.

**Operadora:** A próxima pergunta vem de Antônio Barreto, e Itaú BBA.

**Sr. Antônio:** Bom dia pessoal.

**Sr. Wesley:** Bom dia.

**Sr. Antônio:** Eu queria entender um pouco melhor sobre USA 2 questões; primeiro, aqui só para confirmar o nosso entendimento, no ano passado você ter aquela questão que você compra o boi físico e vende o boi na bolsa, então, você tinha um descasamento da margem enquanto o preço do boi estava subindo. Eu entendo que esta não deve ser a dinâmica deste ano. Eu acho que esta é primeira pergunta.

E a segunda é em relação Austrália, que eu imagino que representava uma parcela importante do Ebitda no passado também e a gente viu o custo de gado subido 38% ano contra ano e a desvalorização do dólar australiano compensando em parte isso, foi de 20%, mas ainda assim um cenário de custo maior no gado.

Eu queria que vocês falassem um pouco para mim também de Austrália como que vocês estão vendo a imagem. Sei que a perspectiva é muito boa para rebanho nos EUA, mas eu queria que vocês falassem um pouco mais de Austrália.

**Sr. Wesley:** André?

**Sr. André:** Bom, a primeira pergunta em relação aos EUA, tem uma mudança relevante para a gente aqui, Barreto, que nós no passado tínhamos este descasamento entre a nossa posição de física e o *hedge* que nós tínhamos. Hoje nós estamos trazendo a mercado todos os 2. Então, você vai ver um pouco menos de volatilidade.



No passado a gente, pela regra contábil que a gente utilizava, a gente trazia a mercado toda vez o *hedge* e não trazia a mercado a nossa posição de boi comprado, o que causava um descasamento, causava confusão para mercado.

Agora nós estamos fazendo os 2; trago a minha posição de boi comprado e trago a minha posição de *hedge*, portanto, a oscilação será menor daqui para frente porque você vai estar movimentando os 2 ao mesmo tempo.

Em relação à Austrália, tem efetivamente um aumento relevante do boi, margens continuam bastante sólidas na Austrália, você tocou num dos motivos para isso, a desvalorização o dólar, o maior volume de exportação da Austrália e a melhoria das nossas próprias operações.

Quer dizer, nós não estamos parados olhando o mercado, eu acho que nós temos uma posição competitiva extremamente relevante na Austrália, tanto do ponto de vista de mercado doméstico quanto do ponto de vista de exportação dada a nossa estrutura de distribuição, que nos permite ter uma posição diferenciada.

Eu vou citar, por exemplo, eu falei do volume que os EUA importou de carne bovina, grande parte deste volume foi tratado por nós aqui. Nós temos um time de importação que traz isso, traz isto da Austrália e traz isto de outros lugares, então, nos dá uma posição de acesso ao mercado final que é diferenciado.

Existe uma pressão de custo com o aumento do mercado compensada parcialmente pela desvalorização do dólar. E lembrando que hoje nós somos a maior empresa de alimentos da Austrália. Quando você combina a nossa operação de boi, de carneiro, de distribuição na Austrália com a nossa operação agora da Primo nós somos a maior empresa de alimentos da Austrália.

A nossa expectativa é que qualquer arrefecimento de margem na Austrália seja mais do que compensada com a melhoria de perspectiva da operação americana e da operação canadense.

O Canadá está performando bem melhor que o ano passado, mas ainda não está no nível que vai estar no futuro. E os EUA, de novo, os últimos 2 anos foram muito duros para o mercado de gado americano, teve um ajuste importante na estrutura de produção e agora uma retenção importante de rebanho que deve começar a provocar uma maior disponibilidade de animais para o abate a partir de 2016.

**Sr. Antônio:** Está ótimo, obrigado. E a segunda pergunta, se vocês puderem, em relação à política de *hedge*, eu só queria entender, pelo menos só para confirmar o entendimento aqui, nos parece que até o final de 2014 a posição de derivativos de vocês era muito em linha com a posição da dívida da



controladora, e hoje, pelo que aparenta para a gente, esta posição de derivativos é um pouco maior e ela faz um *match* mais próximo com a dívida total em dólar que vocês têm, a dívida líquida total em dólar.

É correto a gente entender que esta é a política da companhia agora? É travar totalmente a dívida em dólar, não só da controladora, mas também das subsidiárias lá fora?

**Sr. Wesley:** É isto mesmo. Você está 100% correto. Com o aumento aí das incertezas em 2014 nós passamos o ano inteiro *hedgiando* a exposição da controladora e com o momento, como eu comentei, assim, nós olhamos o mercado e achamos que estar exposto a dólar neste momento não é prudente, e aí decidimos fazer o *hedge* não só da controladora como das controladas.

De novo, eu comentei que para nós quando você olha China, quando você olha EUA, a questão só é quando; se a setembro, se é dezembro, juros vão aumentar, quando você olha todos os desafios, preço de *commodities* e tudo nós achamos que ter exposição a dólar neste momento não é prudente de forma nenhuma. Então, nós estamos fiel a nossa crença.

Lembrei bem, né, o câmbio fechou a 2,60 em dezembro, nós estamos aí 8 meses e o câmbio está 3, 50. Então, um trimestre pode mudar, penalizar e tal, mas até agora nós acreditamos que a estratégia foi acertadíssima, e continuamos na mesma opinião, não mudamos não, viu.

Em que pese muita gente fala aí “Ah, o custo de carregamento é alto”, mas eu sei quanto ele custa. Eu sei que ele me custa 14%, 15%, e está dado; eu não corro o risco da surpresa de amanhã, como nós vimos aí de dezembro até agora, ter uma variação como teve.

E, de novo, eu já comentei isso em *calls* anteriores, nós não somos adeptos a política de *hedge account* por que nós achamos que isto é só uma forma de deferir o problema, nós não acreditamos nesta história que a gente ouve muito de *hedge* o natural. Por quê? Porque *hedge* natural para nós é só se você garante que o preço não cai, e não é realidade. Quando a gente vê o dólar se apreciando a gente vê o preço dos produtos no mercado internacional caindo de patamares.

Então, como nós não acreditamos em *hedge* natural, como nós não acreditamos em política de *hedge account*, e quando gente olha o cenário no mundo inteiro a gente não acredita, e outra; na nossa opinião, nós temos mais foco no cenário global do que propriamente no mercado brasileiro, porque às vezes ficam com muito foco de que o câmbio está com isto por conta de desafios internos, e nós acreditamos mais que os emergentes de uma forma global as moedas vão ter que refletir a nova realidade do cenário dos mercados emergentes, com preço de *commodities* e com aumento de juros nos países maduros.





Então, esta é a nossa estratégia.

**Sr. Antônio:** Perfeito. Muito obrigado pessoal.

**Sr. Wesley:** Obrigado.

**Operadora:** Nossa próxima pergunta vem de Gabriel Lima, Bradesco.

**Sr. Gabriel:** Bom dia.

**Sr. Wesley:** Bom dia.

**Sr. Jerry:** Bom dia Gabriel.

**Sr. Gabriel:** Wesley, normalmente a gente não fala de suínos nos EUA, que é um segmento menor, mas eu queria tocar neste ponto por 2 motivos: Primeiro, ouvir de vocês o quê que você acha desta compra da Cargill, você vai dobrar de tamanho praticamente lá nos EUA com ela, mas acho que um senador recentemente se manifestou contra porque isto iria concentrar o mercado lá fora de suínos nos EUA, então, entender como é que andam os desdobramentos dessa aquisição, quando que você espera resolver essa pendência com DLG e entender também – um *update*, aproveitar, né – neste setor já que os preços caíram 30% neste trimestre e parece que está dando uma sobre oferta, se vocês ficam preocupados olhando para o segundo semestre e para 2016?

E uma segunda pergunta, um pouco mais técnica, tem uma linha no *cash flow*, que crédito com empresa ligada, no valor de 420 milhões neste trimestre, e é uma linha que ela vem um pouco volátil e crescendo ultimamente. Só queria entender o quê que é esta linha, aparentemente é um lucro, e entender como é que está funcionando esta linha no *cash flow*? Obrigado.

**Sr. Wesley:** Gabriel, deixa eu responder de trás para frente. Esta linha aí no *cash flow* que você está citando de variação de parte relacionada, isto foi a emissão do *bond* de \$900 milhões que nós fizemos na JBS USA e pagamos os mesmos \$900 milhões do *bond* da JBS S/A, e isto ficou nesta linha até que seja formalizado... o dinheiro veio para cá, foi pago, então, ficou nesta linha até que seja formalizada a contabilização que isto parte vem como retorno de capital e parte vem como dividendo.

Então, é só uma questão da formalização, mas foi o *bond* dos EUA.

Eu vou responder um pedaço da pergunta que você fez dos suínos e vou pedir ao André responder uma outra parte ali, que é o seguinte: Com relação ao quão estratégico e tal, olha, eu comentei no *call* quando nós fizemos o anúncio desta aquisição, este negócio faz alguns anos desde quando eu fui para lá para



os EUA, eu e o André, nós investimos um tempo relevante em nos aproximar e falar sobre esta possível aquisição.

Por quê? Porque, de novo, ela é super estratégica, ela é super complementar, nós gostamos muito da nossa operação de suíno, nós – e aí não é nós que estamos falando, os números públicos mostram – nós temos a melhor operação neste segmento no mercado americano.

Todo trimestre se você olha nós estamos performando melhor que todo mundo do ponto de vista de rentabilidade, traz uma boa entrada para nós no segmento de produtos preparados no mercado americano, a Cargill recém fez um investimento expressivo numa fábrica bastante grande de produção de bacon, nós temos a marca Swift, que é uma marca centenária no mercado americano, então, nós vamos investir neste segmento de processado, investir na marca Swift, produção de bacon. Então, ela é super estratégica.

Com relação ao departamento de justiça, olha bem, é um negócio impossível de dar previsão porque, de novo, você não controla este tipo de processo em lugar nenhum no mundo. Esta questão de um senador ter feito e falado isto, assim, isto é um negócio que não é fora do normal, isto acontece na maioria dos casos.

A gente não vê isso como alguma coisa problemática, e estamos confiantes que nós vamos conseguir aprovar a transação porque, logicamente, antes de fazer nós investimos um tempo, nós temos uma assessoria muito muito boa do ponto de vista de *anti-trust* nos EUA. Então, a gente não vê nenhum risco neste negócio. Em que pese, de novo, a gente não controla.

André, precisa adicionar aí sobre o que eu falei e falar de preço aí que o Gabriel perguntou, por favor.

**Sr. André:** Ok. Gabriel, assim, obviamente tem uma produção maior, bem maior este ano, mas vamos lembrar que nós tivemos uma interrupção e um processo grande aí que nos afetou no primeiro trimestre dos portos americanos, né, e isto gerou conseqüências no segundo trimestre.

Eu diria o seguinte; eu estou muito satisfeito e positivamente surpreendido o quão bem o mercado doméstico está absorvendo a produção de porco, né, o aumento de venda é relevante no *retail* americano, no varejo americano, e eu acho que a exportação nossa já está mostrando isto, eu acho que o mercado olhando quanto competitivo hoje está a produção de porco americano os EUA vai voltar a conquistar mercados que no ano passado, por conta da menor produção e do preço elevado, conseqüência do PED aqui nos EUA, vai voltar e vai voltar a exportar muito mais.

Então, eu acho que nós passamos aí nesta primeira parte do ano por um momento de ajuste, e eu diria que se alguma coisa eu estou muito satisfeito



com a absorção que o mercado doméstico teve neste aumento de produção e eu acho que considerando quão competitivo está os EUA novamente do ponto de vista de preço e considerando que alguns mercados muito relevantes do ponto de vista de importação estão com redução da produção, uma perspectiva forte de redução de produção, eu acho que o cenário está desenhado corretamente para mercado americano reconquistar este mercado de exportação e eu não tenho nenhuma preocupação.

De novo, no geral eu acho que a indústria está muito saudável, mas, mais do que isto, eu acho que a nossa execução, como o Wesley já destacou, vai provar de novo que a margem é deste nível aí para cima.

**Sr. Gabriel:** Está bom. Obrigado André. Wesley, então, a questão da parte relacionada ficou bem clara, e parece que ela faz parte deste refinanciamento, enfim, interno que você está fazendo na companhia desalavancando Brasil, alavancando os EUA.

Eu queria, enfim, confirmar se esta estratégia ainda continua, o quanto que você ainda pode fazer ela acontecer para a gente ver... você tem pagado bastante imposto de renda ultimamente, eu acho que a taxa este trimestre foi até acima de 40%, então, creio que você não está aproveitando o *good will* aqui no Brasil – esta uma outra pergunta também – então, quando que a gente pode ver este remanejamento de dívida dentro da JBS e esta parte de imposto efetivo caindo para companhia como um todo?

**Sr. Wesley:** Gabriel, 2 coisas separando a dívida e a questão da *tax* aí. Assim, a dívida nós não planejamos fazer nenhum movimento de tirar a dívida daqui por nos EUA, até mesmo porque achamos que nós agora fizemos, completamos o ciclo, a JBS USA vai *fundiar* a aquisição da Cargill nos EUA, então, nós não pretendemos fazer movimento de tirar dívida daqui e passar para lá. Achamos que agora está equilibrado e não queremos sobrecarregar ou aliviar também as plataformas. Então, a gente acha que está bom.

Do ponto de vista de *tax* é um outro ponto, assim, nós temos trabalhado aí durante já um bom período, nós estamos neste momento concluindo um trabalho bem extensivo (capitaneado pela Price) com relação a todo um planejamento global para que a gente possa ganhar eficiência do ponto de vista de *tax*.

Então, nós acreditamos ser possível até o final deste ano, pelo que nós já discutimos, aprovamos junto com a Price, implementar toda esta reestruturação, que é um *tax planning* global, e achamos que vamos ter um benefício relevante quando concluído este trabalho, porém, logicamente leva um tempo, que eu comentei. Até o final do ano a gente acredita ser possível implementar para nós iniciarmos o 2016 mais eficiente neste ponto.

**Sr. Gabriel:** Está legal. Obrigado Wesley e bom dia pessoal.



**Sr. Jerry:** Obrigado Gabriel.

**Sr. Wesley:** Obrigado.

**Operadora:** A próxima pergunta vem de João Barrieu, Goldman Sachs.

**Sr. João:** Bom dia pessoal, obrigado pela pergunta. Eu queria que vocês elaborassem um pouco sobre a abertura do mercado americano para a carne bovina brasileira.

Apesar da aprovação sanitária obtida em junho, o processo continua um pouco turbulento lá com uma discussão no congresso americano e algumas notícias mais negativas neste sentido que poderiam atrasar os primeiros embarques.

Qual que é a expectativa da empresa para a abertura?

E, além disto, eu gostaria de fazer um *follow-up* em relação à política de *hedge*, se vocês já fizeram algum tipo de *hedge* para as aquisições da Moy Park e da Cargill? Obrigado.

**Sr. Wesley:** De nada. Obrigado pela pergunta. Com relação ao mercado americano, eu acho que eu citei isso em alguns *calls* anteriores, eu nunca pensei que isto seria um negócio simples e um negócio fácil. Você tem um setor produtivo nos EUA super organizado que logicamente defende os interesses deles, associações de classe, defendem os interesses dos produtores americanos.

Eu acredito na formalização da abertura do mercado, eu acho que não tem risco de isto não acontecer, mesmo com o movimento de lobby vindo de alguns setores, eu acredito que isso acontecerá, mas acredito que este ano nós não vamos ver a exportação de carne brasileira para os EUA; eu acho que nós vamos levar daqui até o final do ano e que se nós conseguirmos, se o governo brasileiro conseguir, será um grande feito levar estes próximos 5 meses para formalizar esta abertura.

Então, assim, eu acredito que nós vamos ver se concretizar isto no ano de 2016. E como eu falei, nós estamos super otimistas, nós temos uma plataforma de distribuição, imagina, nós superamos em carne bovina, em suínos, em aves, somos uma das maiores empresas em bovinos, suínos e aves nos EUA, com uma plataforma de distribuição, equipe que venda, estrutura, nós temos uma equipe dedicada à importação já dos nossos produtos australianos e que a JBS vai ter aí um benefício bem relevante.

Com relação a questão da política de *hedge* nós não *hedgiamos* a compra da Cargill e da Moy Park na nossa exposição ou na nossa posição de proteção cambial. Então, nós temos a posição que nós tínhamos, logicamente ela flutua



porque você contempla venda, dívida e tal, então, ela flutua para mais e para menos, mas nós não adicionamos *hedge* nessas aquisições.

**Sr. Gabriel:** Sopé claro USA, obrigado.

**Sr. Wesley:** Obrigado você.

**Operadora:** A próxima pergunta vem de Vincenzo Paternostro, Credit Suisse.

**Sr. Vincenzo:** Bom dia a todos e obrigado pela pergunta.

**Sr. Wesley:** Bom dia.

**Sr. Vincenzo:** Bom dia. Eu gostaria de saber, que vocês comentassem um pouco a respeito da parte de custo de insumos.

Então, eu gostaria que se pudessem dar uma idéia para gente como vocês estão vendo o preço de grãos no curto prazo e também comentassem um pouco do preço de gado, tanto no Brasil quanto nos EUA no sentido de se vocês acham que vai ter, por exemplo, no Brasil esta melhora ou eventual melhora da exportação pode puxar o preço de boi para cima ou isto pode ser compensado por um desaquecimento do mercado doméstico de carne?

Só pra gente ter uma idéia de como vocês estão enxergando esta linha de custo de insumo. Obrigado.

**Sr. Wesley:** Assim, grãos, nós achamos que a gente não vê risco de algum movimento muito expressivo do ponto de vista de preço. A gente acha que vai estar aí, logicamente tem tido até uma volatilidade alta muito mais devido a estimativa da safra de milho nos EUA, da soja EUA e Brasil, mas nós acreditamos que grão vai estar nestes patamares que estão aí com logicamente a suas flutuações.

A gente não vê o mercado com algum risco de grande variação, até mesmo porque você tem aí todo tema China com redução de importações. Então, nós não acreditamos que grão tenha algum risco aí de movimentos bruscos, tirando a volatilidade normal que sempre tem.

Com relação a bovinos nós estamos assistindo a uma baixa nos preços dos dados dos EUA devido à um pouco mais de oferta que, em que pese, caiu comparado ao do ano passado, mas nós estamos assistindo e sazonalmente isso acontece mesmo, então, nós não achamos que bovinos nos EUA... pelo contrário, nós achamos que para 2016 você vai ter mais estabilidade em preço ou até pressão para não ter aumento de custo devido a ter mais disponibilidade.



Aqui no Brasil, em que pese, as exportações são mais equilibradas, você tem China aí, mas você tem um mercado interno desafiador. Então, a gente também não vê espaço no cenário como está hoje para alta no custo de matéria-prima. Então, a gente acha que vai estar estável.

O *call* o nosso é “estável grão, é estável bovino Brasil e estável para a alguma pressão de baixa nos EUA”.

**Sr. Vicenzo:** Perfeito. A minha segunda pergunta é em relação a estratégia de M&A. Vocês acham que eventualmente ainda... vocês ainda enxergam oportunidades, vocês estão mais ativos ou reativos em potenciais aquisições fora do Brasil?

Só para gente entender se eventualmente este pode ser o foco de crescimento no curto prazo ou não.

**Sr. Wesley:** Olha, assim, nós iniciamos este ano de 2015 muito focados em crescimento orgânico, em melhoria de todas as métricas nossas e estamos entregando isto, fizemos uma desalavancagem expressiva mesmo com todo o crescimento da JBS nós fizemos uma desalavancagem e vamos continuar desalavancando, gerando caixa.

Então, assim, fizemos 2 aquisições porque achamos ser super estratégicas, de novos, surgiu o momento, coisa que a gente vem aí (como a gente fala internamente aqui) “namorando” por algum tempo estes 2 negócios aí que nós adquirimos, mas não estamos focados. Não estamos ativos.

Em que pese, oportunidade sempre existe, mas nós não estamos focados, hoje não estamos olhando nada especificamente e achamos que vamos digerir o que fizemos e oportunidade não termina, mas é questão de momento. A JBS fez uma escolha neste momento e estamos quietos, estamos reativos e não estamos ativos.

**Sr. Vicenzo:** Perfeito. Muito obrigado.

**Sr. Wesley:** Obrigado você.

**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:** Olha, eu gostaria muito de agradecer a presença de todos vocês no *call*, super construtivo e oportuno para debater o que a gente vê na companhia do ponto de vista dos resultados do trimestre para frente.

Então, tenham todos aí um super bom dia, muito obrigado pela presença.





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