



Local Conference Call
JBS S/A
Resultados do Primeiro Trimestre de 2018
15 de maio de 2018

Operadora: Bom dia a todos e bem-vindos à teleconferência da JBS S/A em que serão analisados os resultados do primeiro trimestre de 2018.

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 Gilberto Tomazoni, COO Global da JBS, André Nogueira, Presidente da JBS nos Estados Unidos, Wesley Batista Filho, Presidente da JBS Brasil, e Jerry O'Callaghan, Diretor de Relações com Investidores.

Passo agora a palavra ao Sr. Jerry O'Callaghan. Por favor, senhor Jerry, pode prosseguir.

Sr. Jerry O'Callaghan: Obrigado, bom dia a todos, muito obrigado por estar conosco mais uma vez aqui. Rapidamente aqui quero fazer referência à apresentação que colocamos no nosso site agora há pouco, nós vamos fazer referência à esta apresentação ao longo deste *call* de resultados. Então, por favor, esteja ciente, nós vamos citar os números das páginas para facilitar a comunicação. Mas, em primeiro lugar, queria passar a palavra aqui para o Sr. Tomazoni, que vai dar os destaques. Tomazoni.

Sr. Tomazoni: Bom dia a todos, obrigado pela presença. Os resultados desse trimestre reforçam a vitalidade da companhia e os benefícios da construção da sua plataforma diversificada, geograficamente e por tipo de proteína. A empresa está focada na geração de caixa e na desalavancagem sem, no entanto, perder o foco no mercado, seja no relacionamento com seus clientes, seja na qualidade e inovação de seus produtos.

Lembrando que a empresa fez um plano de desinvestimento de 6 bilhões ao longo de 2017, o que não tem impedido apresentar consistentes resultados a cada trimestre.

A receita líquida cresceu 5.8% comparado ao mesmo período do ano passado, chegando ao redor dos R\$ 40 bilhões no trimestre. O EBITDA cresceu 30.3, representando R\$ 2.8 bilhões. O lucro líquido foi de R\$ 506 milhões, 43.5% superior ao mesmo trimestre do ano passado. A alavancagem reduziu 3.24 vezes, para 4.23 vezes, que foi no primeiro trimestre de 2017. A liquidez total foi de R\$ 15.1 bilhões, superior em 2.1 bilhões ao endividamento de curto prazo.



Destaco que a companhia assinou no dia de ontem um acordo de normalização da sua dívida de curto prazo no Brasil. Os bancos do acordo, que representam 78% deste endividamento, assumiram o compromisso de garantir as linhas de crédito pelos próximos três anos, com uma amortização de 25% do montante do débito neste período. Quero publicamente agradecer a clara demonstração de confiança destes bancos na companhia.

Destaco também os importantes avanços que estamos fazendo no nosso modelo de *compliance*, que serão detalhados no decorrer da nossa apresentação. Nos nossos negócios, tivemos situações bem diferentes por regiões e por tipos de proteína. No Brasil, o nosso negócio de bovinos vive já há algum tempo um ambiente bem desafiador. Primeiro, pela redução dos volumes de processamento, etapa esta vencida, pois já estamos com nossos abates normalizados e adequados à nossa capacidade instalada. Porém, agora esta unidade de negócio que representa 13% do nosso faturamento está enfrentando outros desafios.

De um lado, o aumento da competitividade na compra do gado em algumas regiões, e, do outro lado, o excesso de oferta de carnes no mercado, que se deu pela abertura de novas fábricas, levando a uma redução das margens do negócio. Nós temos enfrentado este problema focado na redução de custos operacionais e na otimização da receita através de um *mix* mais elaborado, no aumento do volume de exportação e de produtos processados.

Ainda no Brasil, na Seara os desafios são de natureza diferente. A empresa optou, no início do ano, em priorizar rentabilidade com o repasse do custo dos grãos e aumentou os preços dos produtos industrializados, e também não acompanhou a intensidade das promoções do mercado, acreditando que o setor acompanhasse essa estratégia, já que se trata de um custo estrutural, fato que não aconteceu. Como consequência, a Seara não conseguiu manter o volume.

O ponto positivo foi a demonstração de robustez da marca, que fechou expressivamente o *gap* de preço no mercado. No caso do frango, a Seara leu o mercado com antecedência, fez os ajustes necessários no ano passado e está operando com níveis normais de estoque.

No exterior, no nosso negócio de frango, a Pilgrim's continua performando muito bem, colhe os resultados de uma acertada estratégia com foco na excelência operacional, diversificação do seu *mix*, com produtos diferenciados de valor agregado, e na aliança estratégica com clientes-chave. Na nossa operação internacional de bovinos, vive um momento muito positivo nos Estados Unidos, boa oferta de gado, ótima performance operacional, e ajudada pela melhora na economia e aumento na demanda internacional.



Na Austrália, demos sinais positivos de melhora. Ainda nos Estados Unidos, a Plumrose, nossa mais recente aquisição, que atua no segmento de processados, bacon, presunto, etc., tem melhorado sua performance significativamente. A qualidade do nosso time na frente do negócio, a moderna tecnologia das fábricas, e a aceitação que temos tido por parte dos clientes, reforçam que temos uma excelente oportunidade de construção de um significativo negócio de processados desse nível nos Estados Unidos. Com isso, eu passo a palavra ao Jerry, que vai dar os detalhes do nosso resultado. Jerry.

Sr. Jerry: Obrigado, Tomazoni, obrigado. Agora fazendo referência à nossa apresentação, que está no site, iniciando na página 5. A receita líquida no período alcançou R\$ 89.8 bilhões, 5.8% superior ao mesmo período do ano passado. O lucro bruto chegou a R\$ 5.2 bilhões, um aumento aí de 16.5% sobre o mesmo período do ano passado. A margem bruta saindo do 11.8 para 13%. EBITDA chegou em R\$ 2.8 bilhões, um aumento de 30.3% sobre igual período do ano passado. A margem EBITDA saindo de 5.7% para 7%. E o lucro líquido saiu de R\$ 353 milhões em 2017 para R\$ 507 milhões no primeiro trimestre de 2018. Lucro por ação saindo de R\$ 0,12 por ação, para R\$ 0,18 por ação.

A questão do fluxo de caixa, página 7 na nossa apresentação, o fluxo de caixa operacional no período foi R\$ 163 milhões, uma redução de 63% em relação ao mesmo período do ano passado. E o fluxo de caixa livre foi menos R\$ 110 milhões no primeiro trimestre de 2018.

Na questão de alavancagem, página 8 da nossa apresentação, nossa dívida líquida reduziu em R\$ 2.3 bilhões. Nossa alavancagem saindo do 4.23 no primeiro trimestre de 2017, vem reduzindo trimestre a trimestre, chegou em 3.24 vezes neste primeiro trimestre de 2018. Nosso caixa, no final do período, fechou em R\$ 10.8 bilhões. Quando nós acrescentamos a linha disponível nos Estado Unidos de US\$ 1.3 bilhões, ou R\$ 4.3 bilhões, nós tivemos uma liquidez de R\$15.1 bilhões no final do período, que é mais que R\$ 2 bilhões superior à dívida do curto prazo da companhia.

A abertura da dívida por moeda, 95% é em dólar a um custo de 5.58% ano, 4.7% em reais, a um custo de 9.2%. Houve uma expressiva redução da dívida de curto prazo da companhia. Os senhores vão lembrar que, no ano passado, basicamente 1/3 da dívida líquida da companhia estava no curto prazo. No final do primeiro trimestre de 2018, isso reduziu para 23% da dívida líquida total.

Falando agora das unidades de negócios, começando com Seara, e acrescentando nos comentários já feitos por Tomazoni, página 10 da apresentação, nós tivemos uma redução de 2.7% da receita, de 4.1 para R\$ 3.97 bilhões no período. EBITDA melhorou de R\$ 216 milhões para 330, um aumento de 53% ano sobre ano. A Margem EBITDA saiu de 5.3% para 8.3%.



A categoria de produtos processados registrou aumento de 1.9% no preço médio de venda, reflexo da estratégia da companhia de priorizar a rentabilidade do negócio. Nós tivemos também o lançamento da nova campanha de *marketing* com foco em qualidade.

JBS Brasil, página 11 da nossa apresentação, que engloba a carne bovina, couros e novos negócios no Brasil. A receita reduziu de R\$ 6.2 bilhões para R\$ 5.9 bilhões, uma redução de 4.7% quando comparado o primeiro trimestre de 18 com 17. EBITDA ficou negativo R\$ 92.5 milhões, com uma margem negativa de 1.6%, contra R\$ 59 milhões de EBITDA positivo no mesmo período do ano passado, e uma margem de 1%.

A quantidade de animais processados e faturamento no Brasil voltaram aos patamares históricos e adequados à capacidade instalada da JBS. Há pressão no custo de matéria prima, principalmente nas regiões que tiveram um aumento de capacidade por parte da indústria, e nós estamos focados em produtos de maior valor agregado e em mercados mais rentáveis, tanto no mercado do México, como na exportação. Também estamos enxergando uma perspectiva de melhora para os negócios do couro, que faz parte dessa unidade.

A JBS USA *beef*, página 12 da nossa apresentação. Nós vimos a receita aumentar em quase 3%, de US\$ 4.9 bilhões para US\$ 5.06 bilhões. EBITDA chegou em US\$ 308 milhões, contra US\$ 183 milhões no mesmo período do ano passado. A margem EBITDA saindo de 3.7%, para 6.1%.

Os destaques de operação. A América do Norte registrou crescimento impulsionado pelo foco da companhia na diversificação de produtos e segmentação de clientes, pela melhora da economia americana e pela crescente demanda no mercado internacional.

Na Austrália, como o Tomazoni comentou, as operações de carne bovina melhoraram em comparação ao ano anterior, porém, continuam sendo impactadas pela oferta reduzida de bovinos, que vem melhorando gradualmente. A Primo Smallgoods, nosso negócio de marca na Austrália, que é líder no mercado, destacou-se no período pelas melhorias operacionais e ganho de rendimento em suas operações de alimentos preparados.

JBS USA *pork*, página 13 da nossa apresentação. A receita aumentou em 5%, foi de US\$ 1.4 bilhões no primeiro trimestre do ano passado para US\$ 1.46 bilhões no primeiro trimestre deste ano. EBITDA saiu de US\$ 159 para US\$ 178 milhões, um aumento de 11.5% no EBITDA. A margem EBITDA saiu do 11.4% para 12.1%. Nós vimos crescimento do volume e da receita das exportações impulsionados pelo foco de vendas em outras regiões, tais como Colômbia e países da América Central, construindo na sustentabilidade das margens do negócio.



Continuamos ampliando o volume e portfólio dos produtos de maior valor agregado para vendas no mercado doméstico americano, atrelados às parcerias comerciais com clientes relevantes. O Tom Lopez foi contratado, ex-executivo de Kraft Heinz. Tom, juntamente com um novo time, time altamente capacitado no segmento de alimentos preparados no mercado americano, vai acelerar a captura de sinergias, aumentar o desempenho e o tamanho do negócio de Plumrose, a última aquisição que nós fizemos, faz um ano em maio do ano passado.

Pilgrim's Pride, página 14. O nosso negócio de frango, tanto nos Estados Unidos, como no México e também na Europa, nós vimos um aumento de 10.8% na receita líquida, saindo de US\$ 2.5 bilhões para US\$ 2.75 bilhões no período. EBITDA saiu de US\$ 228 milhões para US\$ 272 milhões, um aumento de 19%. Margem EBITDA saindo de 9.2% para 9.9%. Dos destaques, a operação nos Estados Unidos registrou um crescimento de 6% na receita líquida quando comparado ao mesmo período do ano passado, em função dos aumentos nos volumes e preços médios de venda, bem como na integração da GNP, uma aquisição que nós concluímos em janeiro de 2017.

No México, as operações apresentaram um desempenho acima do esperado, principalmente em função do aumento do volume e da normalização dos efeitos gerados pelos eventos naturais que ocorreram no último trimestre do ano passado. Vamos lembrar o terremoto no México no último trimestre de 2017. Na Europa, a companhia já enxerga efeitos positivos da integração do Moy Park e das melhorias operacionais que estão gerando sinergias de forma mais rápida que originalmente previstas.

Alguns outros aspectos relevantes que queremos destacar aqui antes de abrir para perguntas e respostas. Queremos falar um pouco dos avanços recentes na questão de *compliance* da companhia. Nós já conversamos em *calls* passados sobre a contratação do Marcelo Proença como nosso diretor global de *compliance*, que reporta ao conselho de administração. Agora podemos reportar que também contratamos o Lance Kotschwar para ser o diretor de ética e compliance das operações internacionais, fora do Brasil. Ele vai estar baseado no nosso escritório nos Estados Unidos, e ele vai liderar o código de conduta, linha direta de denúncias, políticas anticorrupção globais, leis *anti-trust* e da concorrência, conformidade comercial e política de conflitos de interesses, garantindo que as unidades internacionais da JBS implementem e mantenham os mais altos padrões éticos em atividades.

Também, agora em maio, nós lançamos nosso novo código de conduta e de ética global tanto o documento interno, para a companhia, quanto o documento para parceiros de negócios. Este documento está disponível no nosso site para consultas. Antes de passar a palavra de volta aqui para Tomazoni, só para passar por mais três slides aqui na nossa apresentação.



Página 17, subindo a barra, em “segurança de alimentos e garantia de qualidade da companhia”, tornando a JBS uma referência global em segurança de alimentos e garantia de qualidade. Tem aqui só quatro pontos, rapidamente aqui. Almanza, Alfred Almanza, que nós contratamos do USDA, em julho do ano passado. Nossa rede global de qualidade e segurança de alimentos vem realizando reuniões com oficiais de diversos países a respeito do comprometimento da JBS com segurança do alimento e garantia da qualidade.

A JBS conta com um time global de qualidade, coordenando as melhores práticas globais em todas as unidades de negócios. Foi contratada recentemente Anne Knapp, que tem experiência com múltiplas agências de USDA, ela se juntou recentemente ao time global de qualidade da companhia. E nós estamos padronizando as análises laboratoriais e aprimorando nosso relacionamento com os prestadores de serviço nesta área.

Também, só para lembrar, que nós iniciamos uma campanha nova da marca Seara no Brasil recentemente, agora no início do mês de maio, e novamente onde a palavra “qualidade” é a palavra-chave desta campanha. Também estamos fazendo, fora do Brasil, estamos fazendo investimentos na marca Just Bare, que é a marca de Pilgrim’s, marca de destaque de Pilgrim’s para aves nos Estados Unidos. Tivemos um crescimento de 55% nas vendas pelo canal online da Amazon com essa marca. Essa marca vem ultrapassando o crescimento do segmento de produtos *in-natura* da Amazon, e a marca está na lista das 50 melhores marcas de alimentos da Amazon, nos Estados Unidos.

Com isto, terminando a apresentação aqui, vou referenciando a página 20 da nossa apresentação. Passo a palavra de volta aqui para Tomazoni antes de abrir para perguntas e respostas, obrigado. Tomazoni.

Sr. Tomazoni: Obrigado, Jerry. Eu só queria reforçar as cinco prioridades nossas, nós não temos mudado nem a estratégia, que tem se mantido fiel desde o princípio; foco no valor agregado e marca e crescimento, e o foco que nós temos tido no curto prazo contínuo, em eficiência operacional; crescimento orgânico; investimento em inovação e qualidade; desalavancagem, nós temos um *target* de terminar esse ano abaixo de 3 e ano que vem ao redor de 2 vezes. E como o Jerry demonstrou, nós estamos focados em ter um robusto programa de *compliance* global. São as cinco prioridades que nós temos mantido desde o ano passado, e estamos focados em entregar. Eu acho que podemos agora passar para as perguntas?

Sr. Jerry: Sim, perfeito. Por favor. Operadora.

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 pergunta da lista, digitem asterisco dois.

Nossa primeira pergunta vem de Isabela Simonato, Bank of America.

Sra. Isabela: Bom dia, Tomazoni. Bom dia, Jerry. Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas...

Sr. Jerry: Bom dia.

Sra. Isabela: Bom dia. A primeira delas é em relação ao capital de giro. Se a gente olhar o fluxo de caixa operacional como um todo, eu entendi que tem um impacto grande de impostos pagos, mas também teve uma certa deterioração na parte de recebíveis versus o primeiro tri do ano passado. Se vocês puderem passar um pouco mais de cor sobre as principais linhas do capital de giro e como vocês veem isso evoluindo ao longo do ano, inclusive a geração de caixa como um todo, essa é a primeira pergunta.

E a segunda é, na Seara, a gente viu que a margem bruta ela até cai um pouquinho ano contra ano, ficou um pouquinho mais de lado, só que a expansão da margem EBITDA, conseqüentemente, vem principalmente de uma melhora superimportante do SG&A, como percentual da receita. Se vocês puderem também dar um pouco mais de cor na evolução dessa linha e quão sustentável isso é para o restante do ano.

E também, como vocês estão vendo a performance de custo ao longo desse segundo tri, se vocês estão fazendo novos repasses para compensar esse aumento do preço do grão. Obrigada.

Sr. Jerry: Obrigado Isabela.

Sr. Tomazoni: Isabela, com relação à geração de caixa, você deve ter, olhando as ADSs, percebido que nós tivemos um aumento significativo nos nossos estoques, é uma questão bastante normal, principalmente no caso da Austrália, eles param a operação no final do ano, no último mês do ano, e quando retoma a operação isso constrói um estoque importante. Então, nós temos um volume de aumento de estoque importante, na casa de mais de 700 milhões, e que agora atingiu o seu patamar e não teremos esse mesmo efeito nos próximos trimestres.

Também, teve um importante... a questão que nós tivemos, aumento dos nossos ativos biológicos, que se dá por uma questão natural quando tem um aumento dos grãos, você teve um aumento dos estoques por conta disso. E, além disso, com fornecedores, que é um outro importante item, os fornecedores nos solicitam que a gente faça o pagamento, normalmente que venceria no ano anterior, faça o



pagamento no início do ano seguinte, isso que aconteceu. Então, isso que aconteceu aqui é uma normalização do nosso nível de capital de giro.

Com relação à Seara, eu não sei se o André quer completar alguma coisa sobre o negócio dos estoques nos Estados Unidos, André?

Sr. André: Fora isso Tomazoni, e ainda mais se você for olhar todo ano, o primeiro trimestre, ele é um trimestre onde aumenta o *working capital* e é basicamente pelo que o Tomazoni falou, a questão da retomada na Austrália. Obviamente, Estados Unidos, de uma forma geral, as operações do internacional, de uma forma geral, estão produzindo mais, isso leva à uma maior utilização de *working capital*. Tem a retenção de pagamento a produtores americanos, que eles pedem para ser feito no final do ano, isso sempre impacta o primeiro trimestre.

E tem também o aumento no volume das exportações. Porco e *beef* nos Estados Unidos estão exportando mais, as exportações estão crescendo, e isso gera um aumento de volume também de estoque. O ciclo na exportação ele é um pouco mais longo do que o ciclo no mercado doméstico. Apesar de tudo isso, o trimestre foi tão forte, que nas operações internacionais, de uma forma consolidada, ainda assim se gerou *cash flow*, *free cash flow* no trimestre por conta das operações no estado de São Paulo. O que é absolutamente não usual para um primeiro trimestre do ano, normalmente é negativo, mas esse ano foi positivo e isso normaliza no segundo, terceiro e quarto trimestre do ano.

Sr. Tomazoni: Isabel, se você não... poderia repetir exatamente o seu ponto sobre a Seara, por favor?

Sra. Isabel: Lógico. Obrigada pelas respostas. Na Seara, quando a gente olha a performance de margem bruta versus o primeiro tri do ano passado, ele ficou mais ou menos no mesmo patamar. E a melhora grande que a gente viu da margem EBITDA ela acaba vindo do SG&A, essencialmente, que teve uma melhora bastante substancial. Então, queria entender exatamente os *drivers* para isso e quão sustentável é isso ao longo do ano. E daí, olhando para a inflação de custos de grãos, se vocês continuam repassando o preço ao longo desse segundo trimestre.

Sr. Tomazoni: Eu vou responder, depois se o Wesley quiser complementar. Assim, o esforço e redução de G&A ele é evidente e ele começa a aparecer nos resultados. Esse é um esforço que nós temos feito forte, porque no momento em que você tem uma pressão de custo estrutural, você tem que buscar nas coisas que você controla, que está no seu controle e fazer redução. E aí a gente tem focado nessa redução de custo.

Com relação à questão dos custos dos grãos, a gente vê que nós não vamos ter, daqui para frente, um arrefecimento muito grande nesses custos. Talvez



possamos ter uma queda em torno de 7 a 10% nos custos, mas não mais do que isso.

Então, esses custos estruturais que estão aí vieram para ficar, e o esforço que nós fizemos no primeiro trimestre de repassar esses custos dos grãos nos preços, nós vamos continuar fazendo. Obviamente, a gente espera que isso seja um movimento que o mercado todo faça, porque os custos que a gente está vendo dos grãos internacionais, daqui para frente, eu acho que os custos vieram para um novo patamar. Não sei se o Wesley quer complementar...

Sr. Wesley: Não, eu vou só complementar algumas coisas. Bom dia, Isabela. Eu acho que na parte do SG&A, que o Tomazoni comentou, acho que ele comentou uma parte importante, não sei se ficou claro, mas o foco nosso é mesmo reduzir o G&A. A parte de vendas a gente vê que é uma força nossa, e a parte do G&A é a parte que a gente tem que ser bastante austero para evitar custo e agilidade. A gente vem trabalhando nisso, tanto nos dois principais negócios do Brasil, e esse é um foco prioritário para a gente, principalmente agora no Brasil, que temos cenários desafiadores, principalmente no bovino, mas também na Seara.

Na questão do aumento dos grãos, eu acho que o Tomazoni resumiu bem, o foco nosso é em rentabilidade, trazer valor para nossas marcas e o foco nosso é que isso vai ter que ser repassado e esse é o foco nosso, de crescer a rentabilidade e aumentar o preço.

Sra. Isabela: Está superclaro. Se eu puder fazer um *follow-up* rápido na questão do capital de giro. Principalmente na linha de recebíveis, o ano passado essa linha trouxe um impacto superpositivo no capital de giro, de quase R\$ 1 bi, que foi bem menor esse ano. Quando a gente olha em dias de recebíveis, teve uma piora ano contra ano para primeiro tri, de mais ou menos um dia, um dia e meio. Isso é um efeito de mix, ou tem alguma coisa muito diferente para esse aumento no número de dias?

Sr. Wesley: Isabela, principalmente aqui no Brasil também, e nos Estados Unidos também, como o Tomazoni já falou, mas aqui no Brasil também, hoje a gente vê a exportação como um foco para a gente, tanto na Seara como no bovino. Então, a gente vê que, e obviamente, estruturalmente a exportação tem um ciclo mais longo, mas hoje o foco nosso é aumentar a exportação, então a gente vem controlando isso muito próximo, mas você tem uma parte estrutural que é, quando você aumenta exportação, você normalmente tem esse efeito no fluxo.

Sra. Isabela: Está superclaro. Obrigada, gente.

Sr. Tomazoni: Obrigado, Isabela.



Operadora: Com licença. Lembrando que para fazer perguntas, basta digitar asterisco um (*1).

A próxima pergunta vem de Thiago Duarte, BTG Pactual.

Sr. Thiago: Olá, bom dia a todos, Wesley, Tomazoni, Jerry, André. Eu queria tocar no tema da alavancagem. Tomazoni, você falou no final da tua apresentação da expectativa de chegar à três vezes no final desse ano, e à duas vezes no final do ano que vem. Eu queria só trazer isso no contexto do anúncio que vocês fizeram ontem do acordo de normalização com os credores da companhia, da preservação da liquidez de curto prazo e das condições para pagamento de principal nos próximos três anos, acho que é um tema também bastante importante.

Eu queria só entender, como é que esses números de três vezes e duas vezes alavancagem eles conversam com esse acordo de normalização. Queria só entender se esse acordo, ele está, de certa forma, atrelado à essa redução de alavancagem nesses patamares que você mencionou. Essa é a primeira parte.

E a segunda parte é se acordo de normalização ele embute custos de carregos, custo de dívidas de juros e em que patamares? Se a gente deveria pensar semelhantes aos que a JBS tem hoje no Brasil, ou maiores ou menores? Enfim, só para ter um pouco mais de detalhes do acordo de normalização.

E eu queria, voltando ali ao tema da Seara, eu queria tocar em duas coisas. Primeiro, vocês mencionam no *release* a melhora de preços ano contra ano, eu queria só entender como é que foi a performance de volume no negócio de processados, ano contra ano. Se vocês pudessem abrir isso para a gente. E segundo tema em relação à Seara, a gente está vendo e, obviamente, a gente tenta trazer isso no número de vocês, vocês hoje abrem um pouco menos de detalhes que vocês abriram, mas a concorrência também abre alguma coisa.

A gente tem a impressão, olhando as margens brutas da indústria, e tentando extrapolar para as questões de câmbio, preço, Operação Carne Fraca, questão de ciclo e assim por diante, a impressão que a gente tem é que a indústria ela está rodando hoje a custos de produção, vamos dizer aqui, conjunturalmente ou estruturalmente, mais altos. E eu queria que vocês comentassem um pouco sobre isso, se essa impressão é uma impressão razoável, e entender quais são os elementos que a gente pode enxergar para frente para que esses custos possam de fato cair, e a indústria possa viver patamares de margem bruta pelo menos parecidos com o que ela já viu há dois, três anos atrás. Obrigado.

Sr. Tomazoni: Thiago, você fez uma pergunta bastante longa, vamos ter que ao longo das respostas, você nos repetindo, porque eu não sei se eu peguei todas. Primeiro você a sua pergunta é se tem alguma correlação com os nossos *targets*



de alavancagem com o nosso acordo de normalização com o banco. Não, não tem nenhuma relação. Esse é um *target* interno da companhia, não tem nenhuma relação.

Sr. Jerry: Não, inclusive o acordo com os bancos é a preservação das linhas, mas não muda o perfil da dívida.

Sr. Tomazoni: E a outra questão que você comentou é se esse acordo ele onera mais a companhia. Não, este acordo prevê a manutenção das condições dos contratos.

Sr. André: Outro ponto, Tomazoni, da questão da alavancagem, o acordo não tem nenhuma *covenant* de *default* nas dívidas, Thiago.

Sr. Jerry: Bem lembrado, André.

Sr. Tomazoni: A outra pergunta que você fez, Thiago, agora você vai nos monitorando aí, é sobre a Seara, né?

Sr. Thiago: Sim. Exato, é basicamente como é que foi a performance de volumes de processados no Brasil, ano contra ano, porque no *release* vocês falam de preço, acho que foi 1.9%, acima do contra ano. E a segunda pergunta dos custos estruturais da indústria, se eles hoje estão em patamares mais elevados ou não. Era basicamente isso.

Sr. Tomazoni: Tá. Então, primeiro, volumes, se eu comparar trimestre contra trimestre, teve uma importante mudança no mix, a gente no mix mais pobre perdeu mais volume. Se eu pegar em média no que aconteceu, tem uns 5% de redução de volume nesse período, e focado muito mais nos produtos de menor valor agregado, os produtos mais de combate. Nós estamos focados em segmentação, em possuir maior valor agregado, a gente tem um esforço grande em lançamento de novos produtos, na segmentação das categorias e na marca premium.

Então, com relação, que você fez a pergunta, se esses custos estruturais, mas assim... os custos estruturais aumentaram, para mim isso já é um fato, e esse custo estrutural, que é o preço dos grãos, acho que ele foi para um outro patamar. Eu acho que não é uma questão simplesmente que nós estamos falando hoje da quebra da Argentina, dos baixos estoques na China, quebra no Brasil. Sim, eu acho que os Estados Unidos continuam o aumento da produção de etanol, então eu acho assim, os custos vão, novamente, os custos dos grãos estão novamente para um outro patamar.

E aí, o nosso esforço tem sido um esforço de buscar segmentar essa categoria, fazer um *upgrade*, vou falar assim, nas categorias, no tipo de produto, nas



inovações, para permitir que você possa reconstituir as suas margens que você tinha antes desses aumentos de custo.

Sr. Wesley: Eu acho que só para complementar o que o Tomazoni comentou aqui, que eu acho importante expandir um ponto que ele comentou, que é a questão do mix mais barato, que foi uma das partes do nosso portfólio de industrializado que viu uma queda de volume. A gente viu um cenário de, como a gente mencionou, frango mais barato no mercado, e isso de certa forma competiu com algumas das categorias de mais baixo valor do nosso portfólio de industrializado.

Reforço ainda mais a nossa estratégia de aumentar o valor da nossa marca através de produto com mais valor agregado e, enfim, até como comentário também do nosso *release*, que a gente lançou a linha *Rotisserie* que, de novo, a gente tem feito um esforço bastante forte de levantar, dar um *upgrade* na categoria em geral, e aumentar a preferência, não através necessariamente de preço, que é o contrário, a gente precisa cada vez mais ir repassando esse custo, e passar a elevar o *upgrade* da categoria.

Sr. Thiago: Muito claro. Agradeço a todos.

Sr. Jerry: Obrigado, Thiago.

Operadora: A próxima pergunta vem de Alex Roberts, Citigroup.

Sr. Alex: Obrigado, bom dia a todos. Duas perguntas, Seara e depois boi em Estados Unidos. Você pode comentar um pouco como foi o comportamento de vocês enquanto a *market share* dos processados no primeiro tri? Se você pode comentar um pouco da tendência ano contra ano, tri contra tri, e talvez uma palavra sobre o que você tem visto no segmento de embutidos. A gente aprendeu a semana passada que teria alguns movimentos de preços e tal, então, se você pode comentar.

A segunda parte é se você acredita que no segundo semestre vai precisar aumentar preço no mercado doméstico. Então, esta seria a pergunta com duas partes sobre Seara e depois eu volto sobre a segunda pergunta em boi Estados Unidos.

Sr. Tomazoni: OK. Sobre a Seara, a Seara, nesse período que teve, teve uma perda ligeira de *market share* no início, nos primeiros meses, já mostra uma recuperação agora na última leitura e, claramente, se deu o fato de que a Seara aumentou os preços. A parte positiva disso, é que a gente conseguiu perceber o potencial da marca, que sustentou um fechamento de *gap* de preço em relação ao líder de mercado. Essa é a parte positiva.



Outro fato positivo que, principalmente nas categorias de menor valor, perdeu *market share*, mas o *market share* não é relevante para nós, a perda de *market share*, a gente acha que é uma conduta natural quando você se põe a puxar o preço. Até a Seara assumiu uma posição de liderança nesse sentido, de pegar e puxar preço no mercado, e teve como consequência essa pequena redução, eu falo assim, pequena redução de *market share*.

E eu vejo assim, infelizmente, não conseguiu repassar o preço que precisava repassar, esse é o fato. Eu falei no call passado que a gente precisava passar 5.5% para fazer frente àqueles custos estruturais. O custo do grão subiu ainda mais. Então assim, foi aí como você viu, próximo de 2%, está faltando um pedaço que nós temos feito investimentos em inovação, em novas categorias, pegando, trabalhando o mix para ir buscando o repasse desses custos.

Quer dizer, eu vejo que não tem alternativa. Em um momento em que você tem uma mudança de patamar dos seus custos, a indústria tem que buscar, as empresas individualmente, cada um com a sua estratégia, recompôr as suas margens. E a nossa estratégia de recompôr margens é mudar os preços em si da categoria e entrar em categorias de maior valor, é isso que tem sido feito.

Sr. Alex: Tá, então talvez é cedo de comentar sobre a perspectiva de repassar preços no segundo semestre, né?

Sr. Tomazoni: Assim, você sabe claramente que quando os custos são estruturais, eles dependem das condições de mercado. O mercado, quando está muito apertado, como teve muita promoção nos mercados, é um ambiente muito mais desafiador. Então, vai depender muito das condições estruturais do mercado, mas o foco da companhia é fazer isso, nós temos ficado na rentabilidade. A gente tem falado desde o início que nós não vamos focar em ganhar *share* por briga de preço, nós vamos ganhar *share* por ganhar a preferência do consumidor. E esse tem sido, desde o início da Seara nós temos norteado nossas ações, e é isso que a gente tem mantido.

Sr. Alex: OK, OK. Bem claro, obrigado. Só sobre Estados Unidos, a gente está entrando agora no *grilling season* para o boi nos Estados Unidos. Vocês têm feito muitas iniciativas enquanto à produtividade, parece que o ganho na Austrália está bem melhorando e tal. Vocês podem comentar sobre como você está vendo agora oportunidades ou desafios entrando nesse *peak selling... grilling season* do segundo, terceiro tri? Vocês estão bem posicionados, a base de comparação, de margem, não é fácil, porém, se você puder comentar sobre a perspectiva sua enquanto à margem neste período de *grilling season* nos Estados Unidos. Obrigado.

Sr. Tomazoni: André, você podia responder essa pergunta, por gentileza?



Sr. André: Claro. Robarts, claramente o segundo e o terceiro trimestre para a América do Norte, de uma forma geral, são os trimestres mais fortes das operações em geral, e não deve ser diferente esse ano. Nós tivemos um primeiro trimestre bom comparado com o primeiro trimestre do ano passado, mas o primeiro trimestre para as operações internacionais de uma forma geral, quando você soma América no Norte, Europa e a Austrália e a Nova Zelândia, é o trimestre mais desafiador do ano, é o primeiro trimestre, e esse ano vai ser da mesma forma.

A gente espera que o segundo trimestre tenha melhora relevante em relação ao primeiro trimestre no combinado das operações, é o verão do hemisfério norte, é quando a demanda é mais forte. No caso dos Estados Unidos e do Canadá, você tem a soma de demanda mais forte, mas também uma oferta maior de gado. Então, assim, acreditamos que a sazonalidade normal das operações internacionais vão se apresentar esse ano também, que o segundo e terceiro trimestre serão os dois trimestres mais fortes.

Eu só queria destacar, quando a gente fala das operações internacionais, que a performance foi melhor do que no ano passado, uma boa performance e muitos analistas, enfim, atribuem isso à melhor demanda nos Estados Unidos, isso é verdade, tem uma demanda melhor, as condições de mercado nos Estados Unidos são mais favoráveis, mas a melhora não é só nos Estados Unidos, a melhora é total das operações internacionais. A Austrália está melhor do que no ano passado, Estados Unidos está melhor que no ano passado, o Canadá está melhor, o México está também muito melhor, e a Europa também performou melhor do que no ano passado.

Então, a performance está melhor no total das operações internacionais. Mais importante do que isso, é que no ano passado a gente performou melhor do que os concorrentes, e isso foi realidade também no primeiro trimestre. A gente bateu a concorrência com uma margem bastante relevante, se você comprar seguimento por seguimento, que é possível comprar, eu acho assim, que a ação está melhor, as condições de mercado são mais favoráveis, mas os investimentos que nós fizemos nos ativos depois desses últimos cinco anos, a diversificação do mix, Robarts, hoje nós temos o maior produtor de frango orgânico dos Estados Unidos. Nós somos o maior produtor de *beef* orgânico nos Estados Unidos, nós somos o maior produtor de *grass-fed* nos Estados Unidos e na Austrália, e cada um desses nossos mix de produto ele é muito mais sofisticado e muito mais diversificado do que o de mercado. E foco absoluto na excelência operacional.

Quando a gente compara as condições de mercado, que estão favoráveis, mais a performance da companhia, eu acho de 2 a 3% dessa performance, que é acima da concorrência, é fruto do time que temos e do foco na excelência operacional, dos investimentos em ativos que fizemos e na diversidade do nosso mix, que eu



acho que é único no mercado. Você não tem outra companhia com a complexidade, diversidade e qualidade do mix que nós temos hoje.

Um exemplo que eu vou dar claro disso, eu vi várias companhias nos Estados Unidos falando do aumento do custo de frete, a visão deles tem uma certa justificativa para uma performance um pouco inferior. Eu olhei o que aconteceu com o nosso custo de frete, aumentou efetivamente o custo de frete no trimestre, só que nesse aumento que teve o custo de frete nós faturamos 90% dele em preço que nós ajustamos com os nossos clientes.

Então, eu posso falar que, do ponto de vista da JBS nos Estados Unidos, o frete não foi algo relevante que impactou que impactou nosso custo, ele impactou o custo, mas ao mesmo tempo nós tivemos a capacidade de muito rapidamente, dentro do trimestre ainda, repassar isso em forma de preço nos nossos produtos.

Sr. Alex: Está OK. Está bem completa a resposta, muito obrigado.

Sr. André: Obrigado, Alex.

Operadora: A próxima pergunta vem de João Pedro Soares, Bradesco.

Sr. João: Bom dia a todos.

Sr. Jerry: Oi, João, bom dia.

Sr. João: Bom dia, Jerry. Eu tenho duas perguntas, mudando o foco um pouco passa suínos nos Estados Unidos e Pilgrim's. A gente vê a margem de suínos ainda bem, assim, normalizado, em torno de 12%, e aí eu queria entender um pouco como que vocês estão vendo a cabeça da indústria hoje. A gente sabe que alguns preços [50:32 incompreensível], com aumento de capacidade, então vocês veem esse ano possivelmente uma normalização dessa margem, ou vocês acham que ainda é um ano favorável, vocês conseguem sustentar este nível de margem ao longo do ano para suínos?

E aves, a gente já está vendo a margem recuando ano contra ano, se olhar a Pilgrim's, o resultado da operação de aves nos Estados Unidos, sem considerar México nem APAC, a gente também está vendo uma retração, e eu queria entender se vocês esperam que isso continue. E também se vocês pudessem discutir um pouco a dinâmica lá com a Tyson também, se anda só aumentando a capacidade, como é que pode impactar a margem de vocês ao longo do ano. É isso aí.

Sr. Tomazoni: André, eu acho que você podia também responder essas duas perguntas, que são aí dos Estados Unidos.



Sr. André: Claro. Falando primeiro dos suínos, quando começou o ano nós falamos isso no *call* anterior e continua sendo a nossa visão. Existe efetivamente o aumento de capacidade, tem duas novas plantas que começaram, três novas plantas que começaram, uma menor e duas um pouco maiores, elas não estão ainda em plena capacidade de produção, mas teve nos últimos anos um aumento também da produção de animais para o abate, na nossa visão, em linha com o aumento da capacidade.

Então, teve o aumento da capacidade efetiva, a gente está produzindo mais e vai produzir mais, mas teve o aumento na disponibilidade de animais de abate também. A questão relevante para os suínos é quanto disso vai ser carregado para exportação, e quanto os Estados Unidos vai continuar ganhando *market share*.

A gente entende que no longo prazo, no médio-longo prazo, a gente vai continuar ganhando *market share* na exportação, é isso que aconteceu nos últimos 20 anos da produção americana, ela veio crescendo nos últimos 20 anos, desse com esse crescimento essa produção tem ganho *market share* nessa plataforma. A gente entende que essa vai continuar sendo a tendência. Não aconteceu na mesma proporção no primeiro trimestre, então acho que não vai acontecer no segundo trimestre, porque tem uma oferta bastante grande, o preço de porco na China agora está nos patamares mais baixos dos últimos 3-4 anos. Então, vai demorar um período para essa produção americana ganhar esse *market share* no mercado.

A nossa operação de preparados performou bastante bem já no primeiro trimestre, a gente continua acreditando que isso vai continuar evoluindo durante o ano. Nossa margem de bacon foi a maior da história, da nossa recente história em bacon, vendo que a gente já começou a produzir bacon nos últimos 2 anos, é a sua melhor margem de trimestre dessa história.

No nosso negócio de porco, a gente acredita que vai ser um ano bom, nós vamos continuar tendo margem de dois dígitos no nosso negócio do porco. Como eu falei no *call* do último trimestre, a gente acredita que não vai ser tão forte quanto ano passado, mas continua sendo margens de dois dígitos. Menor do que no ano passado, caminhando para que você está falando de uma normalização, de novo, entendendo que o nosso negócio tem performado muito acima do mercado.

Se você olhar nesse primeiro trimestre, você vai ver que o *gap* da nossa performance de mercado foi bastante grande, ainda maior do que tinha sido no ano passado, mas a gente entende que não vai ser, quando você olhar o porco como um todo, no mesmo nível do ano passado. É menor, mas ainda margem no nível de dois dígitos para o ano.



O negócio do frango, você comentou, no total a Pilgrim's performou melhor que no ano passado, a questão dos Estados Unidos, e a Pilgrim's falou isso no *call* dela, foi afetada pelo início do ano a parte de *commodity* do negócio de frango, que é mais a parte de *big birds* aqui nos Estados Unidos foi afetado, o preço demorou a ter a reação normal. O inverno aqui no hemisfério Norte, especialmente em algumas partes dos Estados Unidos, foi mais longo, foi um mês mais longo do que o inverno normal, isso afetou mercado em geral, afetou a Pilgrim's no início do preço de *commodity* inicial do frango, mas a gente continua achando que o ano para o frango vai ser um ano muito forte, a Pilgrim's vai ter um ano forte, em linha com o que foi o ano passado.

Sr. João: Obrigado, André. Só um *follow-up* em relação a suínos. Hoje a China representa quanto exatamente da exportação para a China da operação, das vendas?

Sr. André: A China, diretamente, é um resultado relativamente pequeno para os Estados Unidos como um todo e para a JBS também. Na exportação de porco, a China em torno de 5 a 6% da exportação de porco americano, e a maior parte desses 5 a 6% da exportação é de subprodutos. O maior mercado depois do Estados Unidos é México e depois é o Japão, a Coréia, Canadá, a Colômbia cresceu muito, nós temos feito um esforço muito grande, nós entendemos que a América Central, dada a nossa estrutura de vendas e distribuição, especialmente para a JBS, é um mercado com uma oportunidade enorme, então nós temos crescido muito nossa exportação para os países da América Central e para a América do Sul. E a Colômbia hoje, que veio de praticamente nada há alguns atrás, já é o sexto mercado americano para a exportação de porco.

Sr. Tomazoni: Eu queria só adicionar à questão que o André falou antes. A China, nós acreditamos muito no potencial das exportações americanas para a China, eu acho que essa é uma questão de comércio bilateral que está em negociação, os Estados Unidos possivelmente vão ter acesso mais forte a esse mercado rapidamente, e lembrando que os Estados Unidos é hoje o local mais competitivo de produzir carne suína. Então, assim, a vantagem competitiva que os Estados Unidos têm na produção, ele deve continuar ganhando *share* globalmente no mercado de carne suína.

Sr. João: Está ótimo, Tomazoni, André. Obrigado.

Sr. André: Obrigado, João.

Operadora: A próxima pergunta vem de Luciana Carvalho, Banco do Brasil.

Sra. Luciana: Bom dia a todos. Só voltando um pouquinho para Seara, para a unidade de Seara, eu queria ver se vocês podem dar um *overview* sobre o Oriente Médio. Como é que está o ambiente competitivo, estoques na região? E aí



aproveitando, se vocês puderem falar um pouco sobre as novas exigências de Arábia Saudita, como que a empresa tem se adaptado, como ficam os custos e repasse na região? Obrigada.

Sr. Tomazoni: Nós estamos enxergando o Oriente Médio, o Oriente Médio é um importante mercado para o Brasil, sempre foi um mercado relevante, e nós temos, ao longo do tempo, Luciana, procurado estruturar melhor a nossa distribuição. Nós temos feito, nesse mercado, acordos estratégicos com distribuidores locais para desenvolver a marca Seara mais intensamente.

Então, ao longo do tempo nós estamos conseguindo aumentar a nossa participação com a marca Seara. Esse é um ponto, para nós, relevante e estruturante para o longo prazo, porque você tem que ter uma boa distribuição numérica no mercado, e tem que ter um posicionamento da sua marca. Nós fizemos um investimento no nosso time de *marketing*, reforçamos nosso time de *marketing*, nós estamos hoje com escritório na Arábia Saudita, com um escritório em Dubai, para atender toda a região.

Quanto ao que você colocou a respeito da questão, você deve estar falando da questão de se adequar aos requerimentos da Arábia Saudita com respeito ao abate *allow...*

Sra. Luciana: Exato.

Sr. Tomazoni: Então assim, a Seara, desde o princípio que se começou esse assunto, mudou rapidamente seu processo e se adequou aos novos requisitos da legislação, nós já estamos operando assim, os custos inicialmente eles ficaram bastante aviltados, mas a gente aprendeu a operar com isso, e hoje já são custos bem aceitáveis.

Obviamente que continuam tendo alguns custos adicionais, que representam uma maior dificuldade ao acesso ao mercado, porém, a gente acha que essa não é uma questão de ficar discutindo, se é um requerimento do mercado, a gente tem que seguir o mercado.

Obviamente que o Brasil tem feito todo um movimento junto à Arábia Saudita, junto aos outros países que exigido isso, de uma adequação. E a gente vai, novamente, faz parte desse movimento, mas enquanto isso acontece, as nossas operações já foram adequadas e nós já estamos operando normalmente atendendo a esse mercado.

Sra. Luciana: Está ótimo, Tomazoni. Obrigada.

Sr. Tomazoni: Obrigado, Luciana.



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

Sr. Jerry: Obrigado. Não, só para agradecer todo mundo que está conosco neste *call*, tanto o time nosso como todo mundo que está nos ouvindo, muito obrigado por nos apoiar neste trimestre e pela continuidade deste apoio. Um bom-dia a todos.

Sr. Tomazoni: Obrigado a todos.

Sr. André: Obrigado.

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