



Local Conference Call
JBS S/A
Resultados do Terceiro Trimestre de 2018
14 de novembro de 2018

Operadora: Bom dia a todos e bem-vindos à teleconferência da JBS S/A em que serão analisados os resultados do terceiro 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 da JBS Global, Sr. André Nogueira, Presidente da JBS USA, 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, Sr. Jerry, pode prosseguir.

Sr. Jerry O'Callaghan: Obrigado, Paula. Obrigado e bom dia a todos. Bem-vindos mais uma vez à nossa conferência para debater o terceiro trimestre de 2018.

Antes de passar a palavra aqui ao Sr. Tomazoni, só para comentar duas coisas, nós colocamos uma apresentação no nosso site uma meia hora atrás e nós vamos fazer referência a esta apresentação ao longo dos nossos comentários preparados aqui hoje pela manhã. A primeira página desta apresentação é um *disclaimer*, eu peço, por gentileza, para tomar conhecimento do conteúdo deste *disclaimer* também.

Com isto passa palavra agora não Sr. Tomazoni para os seus comentários iniciais. Tomazoni.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado Jerry. Bom dia a todos. Sejam todos bem-vindos à nossa teleconferência de resultados. Nós estamos muito satisfeitos em divulgar mais um trimestre de resultados sólidos. Nos últimos 12 meses, nós temos entregado consistentemente, trimestre a trimestre, tudo o que prometemos, e nada disto é por acaso. Estamos colhendo os frutos do nosso compromisso de executar uma estratégia simples e com foco em produzir produtos de alta qualidade e gerenciar ativamente o mix de produtos e marcas e de uma grande disciplina com custo e com a geração de caixa.

Além disso, e o mais importante, é o nosso extraordinário time, com profundo conhecimento do setor e cada um dos nossos negócios, que age como dono, com simplicidade, com senso de urgência e com determinação em fazer as coisas



acontecerem. Nestes últimos trimestres, tem ficado cada vez mais evidente o poder do nosso modelo de negócio, uma plataforma de produção diversificada por região e por tipo de proteína.

Antes de entrar nos resultados do trimestre, eu queria enfatizar as nossas prioridades. Eu tenho feito isso no final de cada *call*, mas achei adequado neste momento trazer este tema também para a abertura, pois é causa do resultado que hoje apresentaremos:

- 1) Primeiro, foco contínuo em excelência operacional, em ser o melhor operador do mercado. Muito dos nossos negócios têm apresentado constantemente um desempenho melhor dos seus concorrentes diretos, como poderá ser visto no andamento da apresentação;
- 2) Segundo, crescimento orgânico dos negócios otimizando nossos ativos ao máximo;
- 3) Terceiro, investimento contínuo em qualidade e inovação.

Aqui vou destacar as inovações premiadas da JBS, ou seja, apenas as que foram reconhecidas por entidades externas: A nova linha de produtos 100% natural da Seara foi escolhida na feira Sial, em Paris, como um dos produtos mais inovadores do evento; e a linha Seara Rotisserie recebeu o pódio do FI Innovation Awards como o produto alimentício mais inovador de 2018.

4) A quarta prioridade, desalavancagem. Aqui precisa fazer um destaque: A partir do terceiro tri de 2017 até os últimos eventos divulgados no mês de outubro, foram pagos US\$4,3 bilhões da nossa dívida, o que proporcionará uma redução de custo financeiro anualizado próximo a US\$300 milhões. Resumindo, entregamos o que prometemos.

5) A quinta prioridade, um robusto programa de compliance global. Como já divulgado anteriormente, o trabalho realizado foi apresentado há vários *stakeholders* nos últimos meses e tem recebido reconhecimentos e elogios no Brasil e no exterior.

Bem, agora vamos aos números. A receita líquida cresceu 20%, chegando próximo ao R\$50 bilhões no trimestre. Fizemos o nosso maior EBITDA em um único trimestre, R\$4,4 bilhões. A geração de caixa operacional foi de R\$4,3 bilhões e o caixa livre gerado no trimestre foi de R\$2,3 bilhões. Nossa dívida de curto prazo passou de 27% no terceiro tri de 2017 para 5% neste trimestre, uma mudança significativa de perfil.

Reforçando o que já falei, a partir do terceiro tri de 2017 até o final do terceiro tri de 2018, ou seja, nos últimos 12 meses, pagamos US\$3,3 bilhões. Adicionalmente



a estes 3,3 bilhões, pagamos, em outubro, já no quarto tri de 2018, mais US\$1 bilhão, totalizando os US\$4,3 bilhões que me referi anteriormente.

Para finalizar esta parte inicial dos meus comentários, quero enfatizar dois pontos que têm sido a fonte de vitalidade e de crescimento do faturamento da companhia e das suas margens:

1) Primeiro ponto, os produtos de maior valor agregado. A representatividade desses produtos vem aumentando muito no nosso portfólio, obviamente o grande impulso foi dado pelas aquisições realizadas nos últimos tempos, lembrando Seara no Brasil, a Moy Park na Inglaterra, a Primo na Austrália, a Plumrose e a GNT nos Estados Unidos. Porém, um outro vetor tem ficado cada vez mais importante, é aí inovação. É surpreendente a criatividade do nosso time em todas as plataformas. Temos conseguido desenvolver marcas, criar novos produtos e colocá-los no mercado com muito sucesso;

2) O segundo ponto, de vitalidade, tem a ver com Ásia. É surpreendente o crescimento do consumo de proteína e o conseqüente aumento das importações dos países asiáticos. A JBS, graças a sua plataforma de diversificada de produção e sua rede de distribuição nos principais países, está extremamente bem posicionada para atender esta crescente demanda. Além disso, nosso foco em qualidade superior dos produtos – lembro aqui que há pouco tempo nós contratamos o Almanza, que era o responsável pelo FDA – credenciaram a JBS a participar na feira de importação da China neste mês e assinar, durante o evento, vários memorandos de intenções com empresas locais, que, na sua totalidade, chegaram a US\$3,4 bilhões.

Bem, agora eu passo a palavra ao Jerry, que irá detalhar os resultados deste nosso terceiro tri.

Sr. Jerry: Obrigado, Tomazoni. Muito obrigado. Enquanto que detalhamos os números do trimestre, nós vamos fazer referência à apresentação e eu vou enumerar as páginas na medida em que a gente vai passando pela apresentação, para facilitar o acompanhamento.

Então, começando na página na três da nossa apresentação e repetindo um pouco alguns dos números que o Tomazoni já mencionou, nós tivemos no trimestre uma receita líquida de R\$49,4 bilhões, mais que 20% superior ao igual período do ano passado. Tivemos um EBITDA de R\$4,4 bilhões, que cresceu 2,6% em relação ao mesmo trimestre do ano passado e, como o Tomazoni comentou, o maior já registrado pela JBS num trimestre.

O lucro líquido ajustado foi de R\$2,1 bilhões, enquanto que o prejuízo contábil foi de R\$133,5 milhões. Geração de caixa, que novamente Tomazoni destacou, R\$4,3 bilhões de geração de caixa operacional e de caixa livre R\$2,3 bilhões. A



nossa alavancagem em dólares reduziu para menos que 3 vezes, 2,99 vezes, e em reais a alavancagem, apesar da desvalorização do real no período, caiu de 3,45 vezes no terceiro trimestre de 2017 para 3,38.

Nós tivemos uma dedução na nossa dívida líquida no trimestre de R\$710 milhões e, novamente repetindo o comentário do Tomazoni, nossa dívida de curto prazo reduziu substancialmente como porcentagem total da nossa dívida líquida, caindo de 27% da dívida líquida no terceiro trimestre do ano passado para apenas 5% neste terceiro trimestre de 2018.

Página quatro, nós temos novamente a receita líquida. O nosso lucro bruto no período foi de R\$7,6 bilhões, um aumento de 11,3% em relação a igual período do ano passado. A margem bruta caiu de 16,7% para 15,4%. EBITDA na página 5 da apresentação, EBITDA foi de R\$4,43 bilhões, um aumento de 2,6% em relação ao terceiro trimestre de 2017 com a margem EBITDA caindo de 10,5% para 9%.

O lucro, como eu comentei, foi de R\$2,13 bilhões ajustado e o reportado menos R\$133,5 milhões. Fluxo de caixa, novamente, houve um aumento substancial do fluxo de caixa operacional do igual período do ano passado de R\$3,5 bilhões para R\$4,3 bilhões. Caixa livre R\$2,3 bilhões – lembrando que houve no terceiro período do ano passado, no terceiro trimestre do ano passado, desinvestimento que trouxe um fluxo de caixa livre naquele período de R\$3,2 bilhões.

Quanto à questão da alavancagem novamente, na página sete da nossa apresentação, a gente vê uma redução consistente da alavancagem, tanto em reais como em dólar, desde o segundo trimestre de 2017, caindo para acima de 4 vezes no segundo trimestre do ano passado para, em dólar, 2,99 vezes no final de setembro e 3,38 vezes em reais. Também é relevante ver o quanto que a dívida líquida reduziu no período, caindo de US\$15,2 bilhões para US\$12,4 bilhões no final do terceiro trimestre de 2018.

O Tomazoni já comentou sobre a redução da dívida bruta e nós temos o slide para demonstrar isto na página oito da nossa apresentação. Voltando para o segundo trimestre do ano passado, quando a nossa dívida bruta estava em US\$18,7 bilhões, nós temos visto aí a redução consistente para US\$15,4 bilhões no final do terceiro trimestre de 2018, uma redução de US\$3,3 bilhões, que somado à atividade, ou *liability management*, que nós fizemos agora no quarto trimestre com uma redução da dívida bruta em mais US\$1 bilhão, nós tivemos, considerando o quarto trimestre de 2018, uma redução no período de US\$4,3 bilhões da nossa dívida de bruta.

Caixa e disponibilidade continua forte, nós temos entre as linhas rotativas disponíveis nos Estados Unidos e caixa um total de US\$5 bilhões no final do trimestre, e vamos lembrar, está anotado no slide oito, as atividades de *liability management* que nós fizemos agora no quarto trimestre.



Nós fizemos a recompra do *bond* da JBS S/A que vencia em outubro de 2020, antecipamos o pagamento deste *bond* US\$1 bilhão, metade disto através do uso de caixa, metade através de uma emissão de US\$500 milhões com vencimento em 2026 que nós emitimos no mês passado a uma taxa de 7,1, e também no quarto trimestre nós fizemos um *tender offer* para recobrar US\$500 milhões do *bond* da JBS USA que vencem em 2021 e fizemos a compra praticamente dos US\$500 milhões, que foi a proposta no *tender offer*. Nós também tivemos no quarto trimestre a renovação da linha de crédito rotativo da JBS USA no valor de US\$900 milhões garantida pelos próximos cinco anos em condições e preço similares à operação anterior.

Adicionalmente à esta prorrogação desta linha rotativa nos Estados Unidos, a JBS na Austrália contratou uma nova linha de crédito rotativo no valor de US\$200 milhões australianos, garantido pelos próximos dois anos.

Passando para um pouco mais sobre o detalhamento da dívida no slide nove da nossa apresentação, o perfil da dívida, como já comentamos, 95% da dívida é no longo prazo, 5% no curto prazo, e quando nós vemos inclusive os próximos dois anos, há muito pouco vencimento nos próximos dois anos também.

A abertura por fonte, hoje 77% vêm do mercado de capitais e 23% dos bancos comerciais. Por empresa, 61%, 62% praticamente, na JBS USA, 32% na JBS S/A e 6% na Seara. E por moeda, nós temos hoje 96% da dívida da companhia é em dólar americano a um custo médio de 5,89% por ano e 4,2% da dívida em reais a um custo um pouco abaixo de 9% por ano no Brasil, e por isto mesmo que solicitamos que a nossa alavancagem seja julgada mais em dólar do que em reais.

Agora passando um pouco mais para cada unidade de negócios e o desempenho destas unidades de negócios no terceiro trimestre de 2018, começando com Seara, que só para lembrar, Seara é a nossa unidade de negócios no Brasil que engloba frango, carne suína e os produtos preparados à base destas carnes. Nós tivemos um aumento da receita de 8,8% para R\$5 bilhões no terceiro trimestre de 2018 comparado a R\$4,6 bilhões no terceiro trimestre do ano passado. EBITDA ficou em R\$512 milhões, um ligeiro aumento em relação ao mesmo período do ano passado, e a margem ficou em 10,3%.

Só alguns dos destaques, a receita da Seara foi 8,8% superior ao terceiro trimestre do ano passado como resultado da elevação dos preços médios de venda. No mercado interno, a receita cresceu 9,8% comparado ao mesmo período do ano passado, com destaque para aves e produtos preparados, com preços médios em 11,9 e 8,4% superiores respectivamente. A receita de exportação aumentou em 7,6% em relação ao terceiro trimestre do ano passado com preços 25,1 e 21,6% superiores nas categorias de aves e produtos preparados respectivamente.



O resultado do trimestre foi impactado pelo aumento do custo de milho e do farelo, que aumentaram no período aproximadamente 44% comparado ao mesmo período do ano passado. A Seara continua focada em rentabilidade priorizando produtos de maior valor agregado e marcas premium em detrimento das marcas de combate, como o Tomazoni bem destacou nos comentários. E nós continuamos focados na construção de marca no Oriente Médio.

Novamente, repetindo um pouco o que o Tomazoni falou sobre a questão dos prêmios que a Seara recebeu, slide 11 na nossa apresentação, tanto o Innovation Awards do FI quanto o prêmio de Innovation pela Seara da Granja na feira de Sial agora no mês passado em Paris ganhou o prêmio da Sial Innovation.

Passando para a JBS Brasil, que é a unidade de negócios de carnes, negócios correlacionados, que nós chamamos de “novos negócios” e de couro no Brasil. Então, dentro desta unidade nós temos estas três atividades. A receita cresceu substancialmente em relação ao mesmo período do ano passado, R\$5,1 bilhões no terceiro trimestre do ano passado para R\$7 bilhões, 37,2% de aumento da receita. EBITDA também teve uma melhora, praticamente dez vezes maior quando comparado ao mesmo período do ano passado, saindo de R\$72 milhões no terceiro trimestre do ano passado para R\$712 milhões, com a margem EBITDA saindo de 1,4% para 10,1%.

Os destaques, a receita da JBS Brasil cresceu 27,2% com crescimento de 29% no número de animais processados no período. No mercado doméstico, a receita cresceu 23,2% com aumento de 18,1% no volume e 4,4% nos preços de venda. No mercado externo, a receita aumentou 54% com aumento de 20% no volume e preços 18,1% maior. A desvalorização do real ajudou a impulsionar o crescimento desta receita.

A margem EBITDA de 10,1% impulsionada pela adequada utilização da capacidade da companhia e foco nas vendas por meio de marcas e canais mais rentáveis aliadas a condições de mercado mais favoráveis.

JBS USA carne bovina, lembrando que torna a atividade de carne bovina nos Estados Unidos também incluindo o Canadá e Austrália, e a partir de agora os números são em dólares americanos. Nós tivemos aí uma ligeira redução na receita nesta unidade no terceiro trimestre para US\$51,4 bilhões, caindo de 5,5 no mesmo período do ano passado. Porém, nós tivemos um aumento do de EBITDA saindo de US\$405 milhões para US\$446 milhões nos períodos comparados, um aumento de 10,3%.

A margem EBITDA saindo de 7,3% para 8,2%. Tivemos um forte crescimento da economia nos mercados domésticos na América do Norte, que impulsionou o consumo da carne bovina. Tivemos uma maior diversificação do portfólio de



produtos aliados a parcerias comerciais nos mercados doméstico e internacional, que ampliaram o resultado da unidade de carne bovina.

O crescimento de *market share* de exportação de JBS USA com aumento de rentabilidade em função do melhor mix de produtos exportados. Um crescimento bastante robusto. JBS Austrália teve resultados superiores ao mesmo período do ano passado, a proximidade com Ásia confere diferencial competitivo relevante no suprimento da crescente demanda vinda daquela região, que também o Tomazoni destacou nos comentários iniciais.

Com produtos inovadores e de qualidade, o alto nível de serviço prestado aos clientes e foco na eficiência operacional, a Primo, que é a nossa divisão de produtos preparados e de marca na Austrália, tem aumentado sua receita e gerado margens relevantes.

Carne suína, JBS USA carne suína, que é uma atividade que é totalmente dentro dos Estados Unidos, nós tivemos aí a diminuição do preço médio do produto vendido e, portanto, uma diminuição da receita de US\$1,69 bilhões na terceira trimestre do ano passado para 1,39 no mesmo período este ano, uma redução de 17,5% na receita. EBITDA também reduziu, de US\$256 milhões para US\$138 milhões, com a margem EBITDA reduzindo de 15,1 para 9,9%. Porém, nós vimos um aumento do EBITDA e da margem EBITDA comparado ao trimestre logo anterior.

Nós tivemos um aumento da oferta de carne suína no mercado doméstico americano, que afetou o preço de venda dos produtos. Entretanto, a redução do custo da matéria-prima ajudou a minimizar o impacto sobre as margens. No terceiro trimestre de 2018, a JBS aumentou sua capacidade de produção e o volume de produtos convertidos em maior valor agregado, enriquecendo seu portfólio e atendendo a uma demanda dos seus principais clientes de ter produtos de maior valor agregado.

Plumrose, que é uma empresa que nós adquirimos em 2017, faz parte desta unidade de negócios, segue com sucesso na execução de sua estratégia de ampliar a produção e lançar produtos inovadores. No período, a companhia manteve o forte desempenho apresentado nos trimestres anteriores. A JBS tem dedicado especial atenção aos recentes eventos de febre suína africana ocorridos na China e na Europa pelo potencial impacto que isto tem na demanda global por carne suína.

Pilgrim's Pride. Pilgrim's já reportou seu resultado algumas semanas atrás, portanto, é público. A receita de Pilgrim's caiu US\$2,79 bilhões no ano passado para 2,7 basicamente no terceiro trimestre deste ano. EBITDA reduziu de US\$463 milhões para US\$156 milhões, a margem EBITDA saindo de um pico de 16,6% para 5,8%. Houve uma redução nos preços dos cortes do frango no mercado



doméstico americano, parcialmente compensado por um aumento no volume. No México, a redução da receita foi de 10,1% em função de menores preços e do impacto negativo da variação cambial do peso mexicano para o dólar americano.

Na Europa, houve um crescimento de 2,4% da receita graças a um aumento de 4,6% nos preços de venda, parcialmente compensado por uma redução do volume vendido. A integração entre Pilgrim's e Moy Park está acima das expectativas e a Pilgrim's está à frente do alvo de 50 milhões de sinergias para os próximos dois anos.

Terminando com as unidades de negócios, rapidamente aqui vamos passar por poucos slides antes de abrir para perguntas e respostas. Eu achei importante nós mencionarmos a evolução do *rating* da companhia em relação às principais agências de classificação de risco em 2017. Nós tivemos um *rating* com Fitch igual ao longo do período, nós tivemos aí dois *upgrades*, tanto do Moody's como do S&P, e a companhia hoje está na categoria de classificação de Duplo B. Então, no slide 16 da nossa apresentação a gente mostra esta evolução desde o início deste ano.

O Tomazoni comentou um pouco sobre Ásia e sobre a demanda crescente que vem das exportações particularmente no mercado asiático, e nós tivemos uma presença relevante neste mês agora, no mês de novembro, no início deste mês, no China International Import Expo, um evento que destaca também a tendência de a China ser cada vez mais um mercado de consumo e não um mercado de exportação. Nós fizemos vários memorandos de entendimento com vários clientes, tanto para produtos desde o Brasil, como também produtos oriundos da Austrália, assinamos um memorando de entendimento com Alibaba, Unifood, com Grand Farm, com CP (que tem uma grande distribuição também na China) e com outros, totalizando, como o Tomazoni comentou, US\$3,4 bilhões em potenciais vendas para o mercado chinês ao longo dos próximos anos.

Eu vou parar aqui agora para abrir para perguntas e respostas e os últimos slides o Tomazoni vai comentar nos comentários finais que ele fará antes do término desta conferência.

Então, por favor, pode abrir para perguntas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Obrigada. 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 dois.

A nossa primeira pergunta vem de Daniela Eiger, Bank of America.



Sra. Daniela: Oi, bom dia, Jerry, Tomazoni, obrigada pela pergunta e parabéns pelo resultado. As minhas perguntas elas são mais direcionadas para a Seara. O primeiro ponto é se você puder comentar como que este aumento de preço no mercado doméstico foi dividido entre melhora de mix ou se, de fato, foi um repasse de custo em todas as categorias, e como vocês viram isto impactando o *market share* de vocês ao longo do trimestre.

E também, se você pudesse falar um pouquinho como vocês estão vendo o *outlook* para o quarto trimestre, qual que é a estratégia de preço de vocês, vocês comentaram que não conseguiram repassar todo o aumento de custo, mas também a gente já está vendo uma queda tanto em soja quanto em milho por conta de uma safra mais favorável. E também, já comentando um pouquinho do quê que vocês têm de visão para o natalino, como que vocês estão vendo aumento de preço nessa categoria, perspectiva de mix, enfim, se vocês pudessem dar um geral de como vocês estão esperando o quarto trimestre seria ótimo. Obrigada.

Sr. Jerry: Tomazoni?

Sr. Tomazoni: Obrigado, Daniela. Eu vou fazer um comentário genérico, eu não vou entrar no detalhe, porque quanto se pergunta quanto foi por mix, quanto foi por preço na tabela, ele é uma matemática difícil porque o número de categorias que a gente trabalha é muito grande. Eu quero dizer que foi com as duas coisas, porque nós viemos já, há alguns trimestres anteriores, falando que nós temos focado em produtos de maior valor e marcas de maior valor, em marcas premium. Este tem sido nosso foco.

Então, em detrimento de marcas de menor valor ou produtos de menor valor, nós priorizamos a venda de produtos em que reporte o maior preço, porque, ao final, todos eles são feitos com a mesma matéria-prima. É a habilidade que você tem de conseguir de fazer que um produto possa valer mais porque, no final, o custo dele não muda muito. Então, assim, foram nas duas coisas: Foi no mix e foi no preço.

O *market share* no momento que a gente está vivendo, né, que você viu, que se você verificar que trimestre contra trimestre nós tivemos um aumento de custo das rações de 44%, e aí entrou a questão de mercado, dólar, enfim, mas a ração que nós alimentamos os animais aumentou 44%, então você olha o repasse de preço que a gente fez neste período, a gente ficou devendo. Como nós falávamos nos trimestres anteriores que a gente ia buscar repassar esses custos no preço, a gente não conseguiu porque a ração representa aí, depende de qual é a categoria de produto que nós estamos falando, mas nos animais representa, eu vou falar uma média aí, de 60 a 70% do custo dos animais é a ração.

Então, nós temos ainda uma atraso em repassar custos, e quando a gente está num momento deste a gente não foca *market share*, a gente tem que fazer o que



precisa ser feito porque não vale a pena você fica brigando por *market share* quando você tem que estar preocupado com a rentabilidade e com a saúde da sua empresa.

Com relação ao final do ano natalino, nós estamos olhando bastante positivo, a gente está vendo que o mercado começou a se animar mais e as nossas vendas, as pré-vendas estão bastante positivas. Nós estamos, vou dizer assim, bastante otimistas para o final do ano.

Sra. Daniela: Está superclaro, obrigada. Se eu puder fazer um *follow-up*. Se você puder dar uma estimativa de qual que foi o aumento médio que vocês tiveram de preço, eu sei que cada categoria vocês acabam implementando um nível adiamento, mas qual foi o aumento médio que vocês fizeram na categoria de processados ao longo do trimestre seria ótimo. Obrigada.

Sr. Tomazoni: Daniela, vamos fazer o seguinte, eu não tenho essa informação agora aberta do jeito que você pediu. A gente vai providenciar e depois faz o contato com você.

Sra. Daniela: Está ótimo, super obrigada.

Operadora: A próxima pergunta vem de Lucas Ferreira, da JP Morgan.

Sr. Lucas: Oi pessoal, bom dia. A primeira pergunta é sobre o processo de listagem nos Estados Unidos, que vocês, no último *call*, disseram que continuam o plano muito provavelmente para o ano que vem. Se houve alguma evolução nas conversas com o DOJ, qualquer informação que vocês possam dar a respeito deste processo, como é que está caminhando.

E a segunda pergunta é sobre crescimento. Eu sei que vocês estão super focados em geração de caixa, em desalavancagem, mas, assim, nos últimos seis meses eu acho que a geração de caixa da companhia surpreendeu positivamente. Eu sei também que o acordo de normalização da dívida talvez limite um pouco vocês em respeito à Capex, mas, com a geração de caixa que vocês estão tendo, se vocês pudessem falar em que nível de alavancagem vocês ficam mais confortáveis em voltar a investir e crescer inorganicamente e se a aceleração de caixa talvez possa até ter, digamos assim, uma... mudar um pouco este acordo de normalização. Vocês poderiam antecipar um pouco estas conversas e voltar a falar em M&A um pouco mais cedo do que o esperado? Obrigado.

Sr. Jerry: Obrigado, Lucas. Deixa eu responder a primeira parte da sua pergunta. Primeiro, sobre de a questão de uma listagem fora do Brasil, a companhia, desde vários anos, busca ter uma listagem mais adequada à realidade hoje das atividades da companhia. Lembrando que nós temos hoje algo próximo de 60% da nossa receita oriunda das atividades que a gente tem na América do Norte. Então,



é natural que nós conseguimos priorizar uma listagem mais adequada à realidade da companhia e nós continuamos a focar nisto e a buscar fazer isto.

Recentemente, nós fomos ao mercado de dívida, a JBS S/A, nós fizemos uma emissão de US\$500 milhões aí no mês passado, é informação pública, nós tivemos uma sobre oferta de cinco vezes o que nós buscamos no mercado, obviamente isto indica que o mercado financeiro vê a JBS como uma companhia interessante de investir, então isto já é uma sinalização para nós quanto à questão do apetite do mercado internacional, e nós vamos continuar a perseguir esta meta de ter esta listagem mais adequada o mais cedo possível. Lembrando que também nós temos que levar em consideração as condições do mercado sempre.

Quanto à segunda pergunta...

Sr. Tomazoni: Eu acho que isto é sobre o crescimento, sobre aquisições, sobre um M&A mais ativo. Lucas, primeiro, eu concordo com você, a situação da companhia sob o ponto de vista financeiro está muito sólida, a geração de caixa que nós temos conseguido ela poderia permitir evidentemente que nós tivéssemos olhando ativamente a gestão do M&A.

Eu quero dizer assim, nós estamos mantendo o foco, eu vou falar isso no final, a gente está mantendo o foco na geração de caixa, eu acho que este foco que a gente manteve agora, essa disciplina que a gente manteve ela foi muito produtiva, tanto os números comprovam isto, o que nós conseguimos gerar de caixa, o foco da companhia na geração de caixa, acho que isso é positivo, uma companhia precisa gerar caixa, e esta disciplina na geração de caixa ela é uma conquista que a gente quer manter.

Adicionalmente a isto, nós estamos focando em extrair oportunidades dentro dos nossos ativos hoje. Nós temos muita capacidade ociosa, principalmente no Brasil. A gente tem, tanto na Seara quanto na JBS Brasil, a gente tem muita capacidade ociosa para crescimento e que é uma oportunidade para nós está estressarmos mais e buscar adicionalmente capacidades de crescimento que hoje não estão sendo usadas, porque, de alguma forma, você não está estressando o seu sistema.

Então, assim, agora assim, a JBS nós estamos focado, vamos continuar focados nisto, isso não quer dizer que lá na frente a gente vem, mas o que vocês podem esperar agora é que nós continuamos focados em desalavancagem. A gente acha que isso é bom para companhia e isto gera muito valor para o acionista.

Isto não quer dizer que pequenas aquisições não podem ser feitas. O que eu estou falando aqui eu não estou falando de aquisições em grande vulto, pequenas aquisições obviamente poderão ser feitas e nós ficamos olhando pequenos detalhes. Não é uma grande aquisição que faça uma mudança de indicativo. No



entanto, a Pilgrim's é uma empresa listada no mercado, ela tem olhado aquisições, é uma coisa que não depende de nós, é uma empresa independente e que define as suas prioridades.

Sr. Lucas: Jerry, se me permite um pequeno *follow-ups*, eu sei que não era um *guidance*, mas vocês chegaram ao mencionar algumas vezes que um eventual acordo com o DOJ poderia acontecer até o final do ano. Vocês têm ainda um *time frame*, uma perspectiva de *timing* para isto acontecer?

Sr. Jerry: Estas questões jurídicas mais pormenorizadas nós não estamos dando nenhum tipo de *guidance* em relação a estas questões e, particularmente, a JBS S/A não está necessariamente numa situação onde tem que fazer um acordo.

Sr. Tomazoni: Eu acho que é assim, Lucas, eu queria adicionar ao que o Jerry falou, a companhia está operando normalmente, nós não temos nenhum impedimento do andamento normal da companhia. Eu acho que isto é o relevante.

Sr. Lucas: Excelente, muito obrigado.

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

Sr. Antônio: Bom dia, pessoal. A minha primeira pergunta, sobre exportação de ave da Seara, vocês reportaram, vocês escreveram num parágrafo que o preço médio subiu 25% ano contra ano e isto é um contraste bastante forte, especialmente quando a gente olha alguns concorrentes tiveram até um desempenho de preço em reais negativo. Você tem como falar para a gente quanto que deste impacto positivo é Europa? Se vocês puderem ser mais quantitativos aqui e falar para a gente ou o volume que vocês exportavam para Europa no terceiro tri de 17 versus o de hoje ou o mix de volume, quanto percentualmente era Europa versus o de hoje? Só para a gente tentar entender o quão positivo foi o efeito de vocês ainda poderem vender para a Europa e alguns concorrentes não.

Sr. Tomazoni: Assim, eu não tenho o número em detalhe para te dar talvez o número absoluto, eu posso te falar em percentual. Assim, no terceiro trimestre de 2017, a Europa representava 11% das exportações da companhia em valor. Agora, neste trimestre que passou, a Europa representou 14%. Não é uma grande diferença.

Sr. Antônio: Eu entendo que este número é para a JBS inteira, né, Tomazoni? Ou você está falando especificamente da Seara?

Sr. Tomazoni: Não, não. Eu estou falando da Seara porque você falou de frango né?



Sr. Antônio: Isto.

Sr. Tomazoni: Eu estou falando frango. Frango para... e Europa é só o frango, não vai suínos, então quando eu falo da Seara eu estou falando de frango. Olhando Seara aqui, Seara representou, voltando, repetindo, a Europa tinha 11% de participação no *breakdown* das exportações da Seara no trimestre de 2017, no terceiro tri, e agora tem 14. Então, assim, como eu te falei, você vê que é um pequeno acréscimo.

Sr. Antônio: Está ótima, está claro. E a minha segunda pergunta é sobre esta parceria, esse MOU, né, como vocês colocaram, com o Alibaba e outras empresas. Eu queria só entender um pouco mais estrategicamente como vocês vêm este acordo. A gente entende que nos Estados Unidos a Pilgrim's tem uma parceria um pouco mais desenvolvida com a Amazon, por exemplo, na Amazon Fresh, se eu não me engano, vocês lançaram até uma marca própria para este canal, aquela Juice Bear, e eu que entender quais são as diferenças deste modelo, deste MOU com o Alibaba.

Pelo que eu entendo hoje, no caso da Amazon, é uma parceria com um cliente comum, ele vai ser um revendedor, ele compra a carne de vocês e revende. No caso do Alibaba, o Alibaba é um comprador normal, ou seja, o risco é dele da revenda, ou é uma parceria com um *fee* de serviço que te coloca em contato direto com o consumidor final? Eu queria entender qual que é a diferença destes MOUs que vocês firmaram em relação ao modelo tradicional de vendas para a China.

Sr. Tomazoni: O modelo dos Estados Unidos já é um modelo consolidado, como você falou, e a Juice Bear não é uma marca dedicada para o Amazon, ela está na Amazon, mas ela também está em outros canais. Ela é uma marca que nós estamos desenvolvendo, uma marca que tem um apelo de saudabilidade.

Indo para a questão do Alibaba, nós vamos detalhar mais os procedimentos de como é que se dará a operação, mas o primeiro atendimento que nós temos, evidentemente, vai ser muito mais uma relação de compra e venda. Mas isto está aberto, nós estamos sentando, faz parte do MOU sentar agora e detalhar o desdobramento disto.

Sr. Wesley Batista: Antônio, aqui é o Wesley. Eu acho que para complementar o Tomazoni está falando, eu acho que o que é importante é assim: O Alibaba é um cliente grande no mercado lá, ele vê necessidade de ter um parceiro para desenvolver esta categoria de proteínas que ele está desenvolvendo bastante lá, ele vê a necessidade de ter um parceiro relevante e a gente entrou em contato e está agora fazendo esta parceria para, agora com este crescimento na demanda de proteína na China, a gente participar e ter um relacionamento mais próximo.



Então, eu acho que o principal ponto deste MOU é a proximidade do relacionamento em ir desenvolvendo aí o mercado de proteínas junto com eles conforme este mercado vai crescendo na China.

Sr. Antônio: Está ótimo, obrigado.

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

Sr. Thiago: Olá, bom dia a todos. Tem três perguntas, duas sobre a operação e uma falando um pouco mais de cor aí para frente.

Com relação à operação, o que vocês puderem comentar nas operações Estados Unidos (eu acredito que o André esteja na linha), se você puder comentar um pouquinho sobre o impacto da Austrália neste número que a gente olha aí da operação de bovinos nos Estados Unidos. Vocês mencionam que as margens melhoraram ano contra ano, mas isto eu diria que era até esperado, né, a Austrália vem de um ciclo duro aí de rentabilidade. Então, eu queria entender em que patamar de margens a Austrália hoje está rodando e como é que vocês vêm este processo de recomposição de rebanho aí para frente.

A segunda pergunta é na operação de suínos. Quando a gente olha a dinâmica de receita e vocês mencionam a indústria no mercado americano ela está razoavelmente sobreofertada, isto com certeza tem um reflexo em preço, o mercado de exportação a gente imaginava até que ele pudesse estar um pouco mais complicado por conta das tensões comerciais com a China, mas as margens ainda assim vieram muito boas. Vocês mencionaram também que teve queda de custo de matéria-prima, tal, e se vocês puderem passar também um pouco mais de cor desta divisão em termos de rentabilidade para frente eu agradeceria.

E por último, queria ouvir um pouco de vocês, quer dizer, vocês mencionaram algumas vezes aí este processo super virtuoso aí de redução de alavancagem, de otimização do processo, de foco em excelência operacional, principalmente desde os eventos do ano passado. Eu queria ouvir um pouco de vocês como é que vocês enxergam a administração da companhia para frente. A hoje tem aí todos vocês aí, Jerry na presidência do conselho, o Tomazoni como COO, o Wesley Filho como CEO Brasil, queria entender se vocês entendem que este é o desenho que vocês acreditam que deve permanecer aí por um prazo visível ou se vocês entendem que a empresa deve passar por mais algum tipo de ajuste do ponto de vista de administração.

Houve notícias aí de contratação de CFO, tal, então eu queria ouvir se vocês entendem que este corpo diretivo é o corpo que deve continuar tocando a companhia aí neste futuro que vocês também já falaram bastante aí de crescimento, desalavancagem, etc. Obrigado.



Sr. Jerry: Muitas perguntas. André, por gentileza. Em relação à Austrália, a primeira pergunta.

Sr. André Nogueira: Bom dia. Bom dia Thiago. A Austrália está em recuperação, você tem razão, vem de um período difícil aí nos anos de 2016 e 2017. Normalmente, o terceiro trimestre na Austrália, que é o inverno, não é um trimestre forte para bife e para carneiro, mas, apesar de não ser um trimestre forte, teve uma melhora relevante em relação ao período anterior.

Ainda a Austrália está abaixo das margens que nós estamos vendo nos Estados Unidos, então neste trimestre Estados Unidos foi o líder em margem e abaixo da margem dos Estados Unidos teve a Austrália e teve o Canadá, mas uma melhoria relativa e importante em relação ao primeiro trimestre do ano passado, e a operação na Austrália vai se normalizando em torno de disponibilidade de gado considerando a redução que tivemos aí em 2016 e 17.

Ainda não está no nível que a Austrália pode performar, muito pela [incompreensível], do ponto de vista de demanda, nós estamos conseguindo crescer e venda em termos de valor dos produtos vendidos dada a forte demanda que está acontecendo na Ásia com o crescimento do Japão, Coréia, China, Vietnã e todos os países de uma forma geral, o crescimento do consumo de carne bovina está muito forte, e em vários destes mercados a produção doméstica continua caindo.

Então, do ponto de vista de estrutura, a Austrália ainda não está no que a gente chama de normal, ponto de vista de demanda, bastante forte, que permite a Austrália, mesmo ainda com preço de gado bastante elevado, consegue crescer e aumentar sua venda, e essa é a razão da melhoria de margem em relação ao ano anterior. Mas de volta ao ponto, ainda abaixo do que nós estamos vendo nos Estados Unidos.

Você perguntou sobre carne suína. Teve um momento de produção importante nos Estados Unidos neste ano e nós vamos ver um outro aumento no próximo ano de produção, a margem está dentro daquilo que eu falei no início do ano, que eu repeti no trimestre anterior, que a gente ia fechar o ano entre 8 e 10%, é nesse patamar que nós estamos subindo e este trimestre voltou a ficar dentro deste patamar.

Nossa operação de carne suína nos Estados Unidos é muito eficiente, tem muitos produtos frutíferos com algumas redes de varejo nos Estados Unidos . Os Estados Unidos estão produzindo mais e ele tem que exportar mais. Nós estamos fazendo a nossa parte nisto e buscando novos mercados considerando o quão eficiente os Estados Unidos é.



Sr. Jerry: André, nós estamos tendo dificuldades na comunicação.

Sr. André: Alô?

Sr. Jerry: A comunicação está cortando um pouco, André. Só se você puder repetir só seu último comentário, por favor, porque eu acho que foi cortado.

Operadora: Com licença, a linha do Sr. André foi desconectada. Aguardem um instante, por favor.

Sr. Jerry: Tá bom. Enquanto que conecta a linha, o Sr. André de volta, eu vou responder, então, a terceira pergunta que o Thiago fez.

Thiago, sobre a questão da governança da companhia, nós entendemos que a companhia hoje tem uma governança adequada e se tiver alguma mudança nesta governança nós vamos comunicar o mercado. Mas a gente não comenta questões especulativas ou notícias especulativas. Então, a gente vai manter o mercado informado se tiver qualquer revolução nesta questão.

O André já voltou? Não, eu acho que foi o Thiago que entrou.

Sr. Tomazoni: Thiago, mas eu acho que o André tinha respondido a sua pergunta, não tinha?

Sr. Thiago: Não, não, respondeu sim. Depois se precisar eu faço um *follow-up* com vocês, mas eu acho que eu entendi a ideia geral. Muito obrigado.

Sr. Jerry: Obrigado Thiago.

Operadora: Com licença, o Sr. André já está reconectado.

Sr. Tomazoni: André, se você quiser comentar a última parte da sua resposta, porque a última a sentença que você falou ela ficou cortada, não sei se você vai lembrar também qual foi sua última sentença, mas, enfim, ou o Thiago, já falei com ele, ele está entendendo como respondida a pergunta. Se ele tiver uma dúvida ele faz contato.

Operadora: Desculpe e senhores, a linha dele caiu novamente. Mas nós estamos aguardando a reconexão.

Sr. Tomazoni: Podemos ir em frente, então.

Sr. Jerry: Vamos à próxima pergunta.

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



Sr. Jerry: Bom dia, Luciana.

Sra. Luciana: Bom dia a todos. Bom dia Tomazoni, Jerry, parabéns pelos resultados. A minha pergunta é referente à JBS Brasil, que surpreendeu aí positivamente na nossa visão. Vocês apresentaram um aumento de volume de 18% no mercado interno e bastante expressivo também, de 30%, nas exportações. Eu queria só entender um pouquinho deste crescimento no volume de mercado interno. Se vocês conseguirem dar um pouquinho mais de detalhes como vocês atingiriam este resultado, qual contribuição, mesmo que de repente qualitativamente, do mercado doméstico para esta margem de dois dígitos. Eu queria ter uma leitura aí quanto à sustentabilidade destas margens para frente, se de repente, além de volume e preços, vocês destacariam algum outro ganho em termos de custos de despesas. Obrigada.

Sr. Wesley: Oi Luciana, tudo bem? Vou falar um pouco do resultado aí da JBS Brasil. Eu acho que grande parte do volume veio da nossa melhor utilização da capacidade instalada, então consequentemente tem um aumento aí no faturamento. Como deu para perceber, o crescimento da exportação e o crescimento do mercado doméstico a gente focou com neste período aí do dólar apreciado, a gente focou na exportação, tanto é que cresceu a exportação, o volume de exportação cresceu mais do que o volume do mercado doméstico, mas o mercado doméstico, no Brasil, a gente vem fazendo muito tempo focando em desenvolver aqui canais de mais alta rentabilidade e produtos de mais alta rentabilidade.

O positivo de desenvolver isso é as parcerias com parceiros aqui no Brasil, em canais mais rentáveis e produtos de valor mais agregados, que estes produtos eles têm uma demanda mais estável, uma margem mais estável e uma margem mais elevada. Então, a gente tem visto que isto tem sido uma grande fonte de a gente poder ter crescido esse volume no Brasil sem ter pressionado o preço, sem ter pressionado a rentabilidade nossa no mercado brasileiro. Então, são canais aí que estão desenvolvidos e ajuda a gente a conseguir aumentar a nossa capacidade, a utilização da nossa capacidade instalada de uma forma que não pressione o mercado e diminua a rentabilidade.

Então, é um pouco como a gente vê o mercado doméstico.

Sra. Luciana: Está ótimo, Wesley, obrigada. E se me permitirem só mais uma pergunta referente à Rússia, a gente teve aí a abertura, a reabertura de algumas plantas e vocês acabaram não sendo beneficiados neste momento. Eu queria entender um pouquinho de vocês a expectativa para frente, obrigada.

Sr. Wesley: Luciana, assim, a Rússia reabilitar plantas brasileiras é sempre visto como uma boa notícia para o mercado em geral. Então, apesar aí de a lista



preliminar que saiu não tendo plantas da JBS Brasil não ser obviamente o que a gente deseja, é sempre uma boa notícia que a Rússia reabilite plantas do Brasil, porque já foi um mercado importante e, apesar de hoje a gente estar exportando o volume que a gente está exportando e estar conseguindo escoar a nossa produção nos mercados de uma forma satisfatória, sempre mais mercado é melhor.

Agora, a gente acha que também a gente encara isto como um processo natural, a gente encara isto como uma lista preliminar e a gente tem confiança de que o ministério junto com as autoridades russas vão trabalhar e desenvolver para habilitar mais plantas e habilitar uma lista de plantas que corresponda com o mercado aqui no Brasil e corresponda também com a capacidade que o Brasil tem de suprir este mercado.

Sra. Luciana: Sra. Luciana: Está ótimo, obrigada.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem de Alex Robarts, Citibank.

Sr. Alex: Olá, bom dia e obrigado pela pergunta. Quero seguir nesta linha com Brasil mesmo, tá, algumas perguntas sobre o mercado, começando com o mercado doméstico. Você falou você comentou sobre este aumento de 38% do valor, né, queria entender se você nos pode ajudar a entender, tirando ou ajustando pelos couros e novos negócios, qual foi o aumento do volume no mercado doméstico, só para entender a taxa de carne de boi, tá?

A segunda pergunta, chama a atenção mesmo no mercado externo aquele aumento de 30% do volume. Tem um destaque lá, “um mercado que entrou de maneira forte comprando”. Qual é a qualidade desta demanda externa? Se você pode comentar sobre isto.

E, finalmente, chama a atenção a fortaleza do ciclo de boi no Brasil hoje, esta margem de 10% parece que é margem de um pico de ciclo, né, entendo tem uma grande parte e ajuda agora que o câmbio mais baixo de onde foi no terceiro tri. Você pode comentar se a gente deveria ter como premissa que o terceiro tri é a margem de pico de ciclo médio para Brasil ou tem como pensar que tem ainda espaço para ficar neste patamar de *double digit* assim, né?

Sr. Jerry: Obrigado, Alex.

Sr. Wesley: Alex, eu vou responder as três perguntas. Então, assim, no mercado doméstico, quando a gente fala de couros, grande parte é exportação, e novos negócios a gente tem um mix aí, mas todos os negócios são muito correlacionados, então eu acho que, assim, a gente não pública um número separado, mas é proporcional, vamos por assim. Então, quando você olha aí o que a gente está colocando, publicando de aumento de volume no mercado



interno, no mercado doméstico é coerente, é em linha com o que seria só carnes, então você não vai ver uma diferença muito expressiva ajustando o negócio de couros e novos negócios neste número.

No mercado externo, não teve um grande mercado, Alex. Claro, a gente tem uma presença, igual a gente já falou, crescente e relevante na Ásia, a gente tem crescido aqui no América do Sul, em mercados como Chile, por exemplo, também a gente tem feito um bom trabalho, o Oriente Médio também é um mercado que a gente vem desenvolvendo o nosso negócio de carnes. Então, eu não te diria que tem um grande mercado, mas duas coisas principais, que é: O nosso contínuo desenvolvimento destes mercados de uma forma mais participativa no mercado, entendendo o consumidor deste mercado, entendendo e trabalhando junto com o cliente, ou seja, saindo um pouco do relacionamento mais *commoditizado* e fazendo um negócio olhando mesmo a necessidade do cliente local e entendendo cada vez mais isto. Então, a gente tem desenvolvido isto bastante bem; e eu acho que o segundo ponto que ajuda muito a gente poder ter este aumento de exportação igual a gente teve aí é a sinergia que a gente tem como os outros negócios da JBS.

Então, assim, sempre que a gente fala, por exemplo, da nossa presença na Ásia, a nossa presença no Oriente Médio, nossa presença em outros países que a gente... isto na Europa como exemplo, a gente sempre, quando a gente está nestes mercados, a gente sempre está com o nosso portfólio inteiro, tanto de proteínas quanto de geografias. Ou seja, quando a gente está na Ásia a gente também está sempre em contato e apresentando o portfólio inteiro da JBS. Então, isto também dá uma vantagem para a JBS na exportação igual teve agora este trimestre. Então, não teve um grande mercado.

Quanto ao ciclo do boi, não, a gente vê, assim, a gente vê que a pecuária brasileira ela tem desenvolvido muito, ela tem profissionalizado de uma forma impressionante, cada vez mais isso se demonstra aí nos números de produtividade aqui no mercado, a gente vê que, claro, tem sempre mais oportunidade, mas isto tem sido muito expressivo e rápido esta evolução. Então, a gente acha que o Brasil, talvez até diferente de outros mercados, ele tenha aí uma possibilidade de crescimento na eficiência mesmo. Então, a gente acha que a gente vai ver estes benefícios aí nos próximos anos desta profissionalização e deste aumento de produtividade.

Então, assim, a gente vê não um *guidance*, mas com uma ideia, a gente vê que a gente ainda pode ter um cenário estável, a gente não vê que é um cenário de pressão de preço de matéria-prima, a gente acha que a gente ainda enfrenta aí para frente um cenário estável. A gente não dá *guidance* de margem, mas a gente vê um negócio de carne bovina no Brasil de uma forma otimista, e vemos com bons olhos aí as margens e o negócio para frente.



Claro que o câmbio, igual você falou, e tudo isso, são pontos muito relevantes quando a gente fala de margem, quando a gente fala da nossa presença na exportação. Então, tudo isto é de se levar em consideração também.

Sr. Alex: Então, só para entender este último ponto, então, para você, este ciclo de boi no Brasil, a diferença talvez entre os anteriores pode ser que você falou que ainda tem espaço de ficar mais eficiente e tal dentro da indústria mesmo, ou realmente não tem um grande destaque hoje em dia do ciclo atual dos anteriores?

Sr. Wesley: Não, é exatamente o que você falou. A gente acha que tem um ganho de produtividade aí que a indústria pecuária está tendo no Brasil e que isto vai beneficiar o setor para os próximos anos, e então a gente vê isso de uma forma bem otimista.

Sr. Alex: Ok, obrigado.

Sr. Jerry: Obrigado, Alex.

Sr. Wesley: Obrigado, Alex.

Operadora: A próxima pergunta vem de Rafael Sommer, Bradesco.

Sr. Rafael: Bom dia, Jerry, bom dia, Tomazoni. Obrigado pela pergunta. A minha pergunta é em relação à divisão US *pork*. Vocês relataram dois pontos relevantes: O primeiro é em relação ao aumento de capacidade; e também dos volumes de alimentos de maior valor agregado. Se vocês puderem dar uma melhor visão em relação ao quanto estes alimentos de maior valor agregado representaram neste tri contra o tri passado, né.

E o segundo o ponto é em relação à peste suína africana. Vocês também citaram isto no *release* e eu gostaria de saber se vocês poderiam dar uma cor em relação ao que vocês esperam de potenciais impactos desses surtos em 2019, seja em aumento de volume ou melhor de preço para a operação. Obrigado.

Sr. Tomazoni: André, você está no *call*?

Sr. André: Retornei Tomazoni.

Sr. Tomazoni: Tá bom. Por favor, então é melhor você responder que você está com melhor condições.

Sr. André: Tá bom. Rafael, nós colocamos a questão da febre suína, que está na Europa e que se expandiu rapidamente na China, porque isso pode ter um impacto relevante. Está cedo ainda para tentar dimensionar o quê que é o impacto, mas, obviamente, a China produz basicamente 50% do porco no mundo,



é o maior produtor com 50% da produção e o maior consumidor. Um impacto na produção deste mercado pode ser muito relevante, não só para porco para *supply* e *demand* para porco mundial, mas para outras proteínas.

Então, como é um negócio recente, que está se espalhando rapidamente, que teve impacto relevante em outros mercados que tiveram a ocorrência desta questão de saúde na produção de porco, pode ter um impacto muito relevante. Mas eu acho que está cedo, eu acho que nós vamos precisar pelo menos mais um ou dois trimestres para conseguir ter uma dimensão de se vai ter um impacto relevante ou não e qual seria o tamanho deste impacto. Mas é um evento muito importante dada a importância da produção de porco na China e o consumo de porco na China.

Nos Estados Unidos a produção está crescendo, cresceu este ano e vai crescer no ano que vem, eu estava começando a falar na resposta à pergunta anterior que nós estamos encontrando novos mercados, expandindo em diversos mercados, especialmente, de novo, Ásia, na Coreia do Sul com um crescimento relevante e América Central, são mercados de forte crescimento para a produção de porco nos Estados Unidos, para exportação de porco nos Estados Unidos e vamos continuar focados nisto.

Claramente este aumento de produção que está acontecendo nos Estados Unidos tem que ir para a exportação. O mercado doméstico é forte, mas ele já consome uma quantidade bastante relevante. O que a gente conseguir crescer de produção tem que ir para exportação. Estados Unidos é extremamente competitivo e nós estamos confiantes que isto vai acontecer. Especialmente com a normalização de algumas operações comerciais.

Vamos lembrar que teve a discussão com o México, durante esta discussão o México impôs uma tarifa à importação, o México é o principal mercado de porco para os Estados Unidos e esta tarifa ainda não voltou ao patamar anterior, normal. Certamente para o ano que vem isto volta ao patamar anterior e isto vai gerar impacto em preço, em volume de exportação para o México.

Em relação aos produtos de valores agregados, vale lembrar que nós temos uma forte produção de produtos de valor agregado dentro do que a gente produz de carne suína fresca e faz parte da JBS USA carne suína os negócios da Plumrose, que é o negócio de preparados nos Estados Unidos. A gente não abre quanto que é, mas o que é claro é que o mercado de produtos de valor agregado ele cresce nos Estados Unidos três vezes mais do que cresce o mercado total de proteína. Então, nós estamos continuando e investindo fortemente em marca, em produtos, em inovação, criamos um time focado apenas em produtos de valor agregado para carne suína e carne de boi fresca (não preparada, preparada é uma outra parte) porque a gente entende que isto é uma das formas de a gente crescer margens, estabilizar margens, um pouco parecido com o que o Wesley filho falou



em relação ao Brasil, é a mesma lógica nos Estados Unidos deste mercado, mercado de conveniência, mercado com produtos de valor agregado mais fácil para o consumidor lidar é o mercado que está tendo um forte crescimento e nós já participamos, já somos um *player* muito importante e queremos ser o principal *player* deste mercado nos Estados Unidos.

Sr. Rafael: Está ótimo, André. Muito obrigado. Ficou muito claro.

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

Sr. Tomazoni: Eu quero aproveitar este final de conferência para enfatizar as nossas prioridades. Como comentei durante o nosso *call*, nós não mudamos as prioridades, eu acho que tem sido uma vantagem nossa de ter uma simplicidade em um foco e ter clareza do que precisa ser feito, então é: Foco contínuo em eficiência operacional, a gente continua focando em eficiência operacional; crescimento orgânico, tem muita oportunidade de nós extrairmos valores ainda dos atuais ativos que nós temos; investimento em inovação e qualidade; desalavancagem; e um robusto programa de compliance.

Eu também quero aproveitar, porque a gente tem conversado desta questão e a gente fica falando agora da China, ficamos falando do negócio do problema da febre suína africana, tem o slide 19 que a gente colocou aqui para vocês verificarem a nossa plataforma global. Eu acredito que que hoje esta plataforma que a JBS construiu, este modelo de negócio diversificado por região e por tipo de proteína, é um diferencial estratégico importante em um contexto de empresa global. Então, eu acho que a gente está superbem posicionado, para fazer frente a esta demanda crescente de proteínas que o mundo está apresentando.

E, assim, para encerrar a primeira agradeço a cada um de vocês pela participação nesta conferência, ao nosso time de liderança, que tem feito um trabalho extraordinário do ponto de vista de exemplo, de gestão de negócios, o meu muito obrigado aos 230.000 colaboradores que, com o seu trabalho dedicado no dia a dia, tem feito desta companhia uma empresa melhor a cada dia.

Enfim ,gente, obrigado a todo mundo que está do nosso lado e tem torcido pelo nosso sucesso. Obrigado.

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

