



JBS fecha 2011 como empresa mais internacionalizada do país e maior multinacional brasileira de alimentos

São Paulo, 19 de dezembro de 2011 - Líder mundial em processamento proteínas animais, a JBS se posicionou em 2011 como a principal indústria de alimentos do país, consolidando suas operações globais e investindo para agregar ainda mais valor a seus produtos. Com mais de 125 mil colaboradores, a companhia atua hoje nos segmentos de carne bovina, suína, aves e ovinos, lácteos e derivados, produção e comercialização de couros, colágeno, biodiesel e transportes. Presente em 100% dos mercados consumidores, a JBS possui 134 unidades de produção no mundo.

“O ano de 2011 foi muito importante para a JBS. Conduzimos um processo intensivo de consolidação e racionalização nas nossas unidades de couro e carnes, o que trará ganhos superiores a R\$ 200 milhões em 2012. Outro ponto importante foi a captura de 80% das sinergias do frigorífico Bertin”, destaca Wesley Batista, presidente da companhia.

Com operações na Austrália, Estados Unidos, Itália, Uruguai, Argentina, México e China e outros, a JBS também intensificou a troca de boas práticas entre suas subsidiárias para aprimorar os seus processos. Nos últimos anos, a companhia se concentrou em estruturar as áreas de serviços compartilhados (finanças, tesouraria, contabilidade, TI, RH, jurídico, logística internacional e compras de materiais diversos), exportação, atividades operacionais, entre outras, de forma independente em cada uma de suas plataformas (JBS USA, JBS Mercosul e Austrália), com o objetivo de reduzir custos e ganhar eficiência. “A partir de agora, começaremos uma nova fase, em que passaremos a identificar onde estão as oportunidades globais para integrar alguns desses serviços e acelerar o compartilhamento de algumas atividades de forma mais eficiente”, completa.

Para 2012, a expectativa é de que com as operações no Mercosul e EUA mais competitivas, como apontam os números, os resultados que se desenham tendem a ser melhores do que os registrados ao longo de 2011. “Para 2012 projetamos resultados superiores por conta dos ganhos de sinergia e os ajustes na produção de frango na nossa unidade nos EUA. Fazendo isso, acreditamos ser possível continuar crescendo de forma organizada e sustentável”, conta Batista.

No Brasil, o ano também foi marcado pelo processo de reestruturação das marcas de carne da companhia, que terá duração de cinco anos. O portfólio de produtos irá migrar gradativamente para as duas principais bandeiras da empresa: Friboi e Swift. Dentro dessa estratégia, está a inovação de colocar marca na carne in natura, produto encarado apenas como commodity. A reestruturação conta ainda com o maior plano de comunicação da história da cadeia da carne in natura nacional. “Lançamos a primeira campanha publicitária da história da JBS e da cadeia da carne bovina”, conta Batista. “Também trabalhamos para agregar ainda mais valor aos nossos produtos, reforçando sua qualidade e reposicionando nossas marcas”, afirma o executivo.

No campo da sustentabilidade, a JBS se mostra extremamente criteriosa para garantir o acompanhamento de toda matéria-prima utilizada pela companhia. No Brasil, 100% do abate é



georreferenciado, sendo que as compras realizadas dentro do bioma amazônico passam por monitoramento via satélite, com objetivo de garantir que os animais não são provenientes de áreas desmatadas.

No Brasil, a companhia possui quatro divisões: Carnes, Lácteos, Couros e Novos Negócios.

Carnes

No Brasil, a divisão Carnes da JBS passou por uma importante mudança em 2011, com o início do processo de migração das suas mais de 50 marcas para apenas duas, Swift e Friboi. Outro marco foi o investimento em produtos com maior valor agregado, como os hambúrgueres, fiambres e cortes porcionados de carne in natura da marca Friboi.

“A meta da unidade é crescer 50% a cada ano no faturamento de industrializados, 50% em supergelados e 30% em carnes in natura e embaladas com marca”, explica Renato Costa, presidente da divisão no Brasil.

O crescimento nas vendas projetado para 2011 é ao redor 20% em comparação ao registrado em 2010. A unidade conta hoje no Brasil com 27 mil funcionários, 34 unidades produtivas e cinco confinamentos, que recebem até 350 mil cabeças de gado por ano. A produção é escoada para 120 mil clientes a partir de 13 centros de distribuição.

Lácteos

Terceira maior indústria de lácteos do Brasil, a Vigor prepara para o segundo trimestre de 2012 um novo posicionamento de mercado, com desafio de faturar R\$ 5 bilhões até 2015. “A hora de crescer é agora, com o aumento do poder de compra do consumidor. A Vigor está presente no mercado há 70 anos e detém marcas tradicionais como Vigor, Leco, Danúbio, Faixa Azul e Serra Bela. Em 2012 vamos aumentar a percepção de valor dos nossos produtos, com investimentos em inovação e comunicação”, explica Gilberto Xandó, presidente da Vigor. “Outro ponto importante é o lançamento de 30 novos produtos nos próximos 24 meses. Iremos aprimorar os nossos modelos de distribuição e vendas, para facilitar o acesso destes novos produtos ao nosso consumidor final.”, diz Xandó.

Atualmente, a unidade conta com mais de 3 mil funcionários, espalhados em sete unidades produtivas, cuja capacidade de captação de leite chega a 21 milhões de litros por mês. Os produtos da unidade chegam a mais de 20 mil clientes mensalmente.

Couros

Em 2011 a unidade Couros da JBS investiu US\$ 60 milhões nas suas unidades em Cascavel (CE), Itumbiara (GO), Lins (SP) e Uberlândia (MG). “Com os investimentos realizados vamos aumentar a capacidade instalada das unidades e focar as atenções em produtos com alto valor agregado, como couro acabado e semi-acabado”, informa Roberto Motta, presidente da divisão.

A JBS Couros é atualmente a maior processadora e exportadora do mundo e deve fechar 2011 com um faturamento 20% superior ao registrado em 2010. Os mais de sete mil funcionários estão alocados entre as nove unidades de wet-blue e cinco de semi e acabado. “Temos uma capacidade para transformar 35 mil toneladas de pele in natura/mês em 4,5 milhões de m² de couros semi e acabado”, diz Motta.



Novos Negócios

Com 4 mil funcionários e expectativa de crescimento de 12% em 2011 sobre o ano passado, a Divisão de Novos Negócios da JBS pretende ampliar em 2012 sua área de reciclagem. Hoje, a companhia desenvolve produtos reciclados a partir de resíduos industriais, que servem de matéria-prima para vários segmentos da indústria nacional. "A ideia é investir para permitir que todos os resíduos das unidades da JBS sejam recolhidos, transformados e comercializados no mercado, reforçando a sustentabilidade da companhia e, ao mesmo tempo, rentabilizando ainda mais a operação", afirma Nelson Dalcanale, presidente da Divisão Novos Negócios Brasil.

Além da fábrica recicladora, a Unidade de Novos Negócios possui outras nove plantas industriais, destinadas à fabricação de biodiesel, colágeno, latas e envoltórios. Também engloba a transportadora, responsável pela distribuição dos seus produtos pelo país e pelo transporte de contêineres aos portos para exportação.

Sobre a JBS

Maior multinacional brasileira na área de alimentos, a JBS é líder mundial em processamento de carne bovina. Com mais de 125 mil colaboradores presentes em 10 países, a companhia possui 134 unidades de produção e atua nos segmentos de carne bovina, suína, aves, ovinos e lácteos e derivados, produção e comercialização de couros, colágeno, biodiesel e transportes. Presente em 100% dos mercados consumidores, a JBS é a maior exportadora do mundo de proteína animal, vendendo para 110 países. Em 2011 foi considerada pela Sobeet (Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica) a companhia brasileira mais internacionalizada.

São Paulo, 19 de dezembro de 2011.

Jeremiah O'Callaghan
Diretor de Relações com Investidores