



Local Conference Call
JBS S/A
Resultados do Quarto Trimestre de 2018
29 de março de 2019

Operadora: Bom dia a todos e bem-vindos à teleconferência da JBS S/A em que serão analisados os resultados do quarto trimestre e ano 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 Sres. Jerry O'Callaghan, Presidente do Conselho da JBS, o Sr. Gilberto Tomazoni, CEO Global da Companhia, o Sr. Guilherme Cavalcanti, CFO Global da Companhia, André Nogueira, Presidente das Operações na América do Norte, e Wesley Batista Filho, Presidente das Operações no Brasil.

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

Sr. Jerry O'Callaghan: Muito obrigado. Obrigado todos, bom dia e bem-vindo ao nosso *call* de resultados para falarmos de 2018 e do quarto trimestre de 2018.

Antes de passar a palavra aqui para o Sr. Gilberto Tomazoni, queria uma palavra breve primeiro para agradecer o Sr. Zé Mineiro, que foi o nosso CEO durante grande parte do ano, que nos guiou até dezembro de 2018 e que passou a cadeira para o Sr. Tomazoni, que está aqui conosco hoje, a partir de dezembro. Também quero desejar bem-vindo a Guilherme Cavalcanti, que se juntou a nós em janeiro agora de 2019 como CFO Global, muito bem vindo a Guilherme e também a Tomazoni neste novo papel.

Quero também agradecer toda a equipe global da companhia pelo desempenho do ano, um ano excepcional para a companhia, todas as operações desempenharam muito bem, muito satisfatoriamente, portanto, nós temos o prazer de trazer estes resultados aqui para os senhores hoje com bastante satisfação.

Obrigado a todos e eu passo agora para Tomazoni.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado, Jerry, bom dia todos, sejam bem-vindos à nossa teleconferência de resultados.

Estamos muito satisfeitos em divulgar os resultados da companhia em 2018, foi um ótimo ano para JBS, o maior valor de EBITDA, de geração de caixa da história



da companhia. Fechamos o ano com chave de ouro, entregamos tudo o que havíamos nos proposto a fazer.

Como eu venho falando trimestre após trimestre, nada disso é por acaso, e, sim, resultado das escolhas que fizemos. Temos uma estratégia clara, focada em produzir produtos de alta qualidade e gerenciar ativamente o mix de produtos e marcas e ter uma grande disciplina com custo e com geração de caixa. Parte central desta estratégia são as pessoas, nosso time, que possui um profundo conhecimento do setor e que tem feito a diferença.

Além disto, os nossos resultados evidenciam a força do modelo de negócios da JBS, uma plataforma de produção diversificada por região, por tipo de proteína, que é praticamente impossível de ser replicada. É uma vantagem competitiva que facilita à empresa aproveitar as oportunidades do mercado local e globalmente.

Antes de entrar propriamente nos resultados financeiros, eu quero destacar alguns pontos que são partes das nossas prioridades:

- Primeiro deles, a excelência operacional. Para nós, excelência operacional significa e se resume em ser o melhor operador do mercado. Para isto, comparamos cada um dos nossos negócios com os dados públicos dos nossos concorrentes diretos. Terminamos o ano muito satisfeitos, a grande maioria das nossas unidades de negócios apresentou resultados comparativos superiores a seus concorrentes diretos;

- O segundo ponto que eu quero destacar é a desalavancagem. A companhia utilizou sua forte geração de caixa para reduzir o seu endividamento, foram US\$2,7 bilhões de redução em 2018 da dívida bruta, e US\$1,5 bilhão da dívida líquida. Se utilizarmos como referência o segundo trimestre de 2017, quando iniciamos o processo até o fechamento do ano de 2018, foram pagos US\$4,3 bilhões, fazendo com que a alavancagem da companhia, em dólar, caísse para 3 vezes o EBITDA.

Além disto, foi relevante a melhora do perfil da dívida. O endividamento do curto prazo da companhia foi reduzido de 24% para 5% no fechamento de 2018 com uma posição de caixa de R\$9 bilhões no fim do ano, somadas às linhas de créditos rotativas de asseguradas que a companhia tem de US\$2 bilhões, permitiu que a companhia fechasse o ano de 2018 com uma disponibilidade total de R\$16,3 bilhões, o porque representa uma liquidez financeira de 5 vezes sua dívida de curto prazo;

- O terceiro ponto é o custo de capital. No ano de 2018, tivemos uma redução expressiva das despesas financeiras, foram US\$240 milhões. Porém, tem outro ponto importante, um outro benefício importante que está por vir, que é a redução dos juros. Nosso atual custo de capital não está condizente com os indicadores



financeiros da companhia. Essa redução se dará ao longo do tempo ao trocarmos dívidas atuais por dívidas mais baratas, conseqüentemente, menor custo de capital produzirá os esforços financeiros para o crescimento;

- O quarto ponto que eu quero destacar é o *compliance* e a governança. Estamos muito orgulhosos do programa de *compliance*. Como já divulgado anteriormente, o trabalho realizado foi apresentado há vários *stakeholders* durante o ano de 2018 e recebeu elogios e reconhecimentos no Brasil e no exterior.

Fechamos o ano com mais de 112.000 funcionários treinados. Considerando que são todos eles no Brasil e o Brasil tem 117.000, nós treinamos praticamente todo o nosso time no Brasil, e foram treinados em código de conduta de ética e nos programas anticorrupção. No exterior, nós treinamos todas as lideranças.

Agora vou comentar os números consolidados do ano. A receita líquida atingiu R\$182 bilhões, o maior EBITDA absoluto da história da JBS, R\$14,8 bilhões, a geração de caixa operacional foi de R\$11,5 bilhões e o caixa livre gerado um foi de R\$5,7 bilhões e o nosso lucro líquido ajustado foi de R\$1,6 bilhão.

Para finalizar esta parte inicial dos meus comentários, eu quero enfatizar 2 pontos que têm sido fonte de vitalidade e de crescimento do faturamento e da margem: O primeiro deles, produto de valor agregado. A representatividade desses produtos vem aumentando muito no nosso portfólio e são o foco do nosso crescimento; o segundo ponto, o forte crescimento de consumo de proteína na Ásia. A JBS, graças a sua plataforma diversificada de produção e sua rede de distribuição nos principais países do continente, tem crescido muito as suas vendas e está extremamente bem posicionada para atender possivelmente adicional de demanda.

Bom, estes são os meus comentários iniciais. Agora passa a palavra ao Guilherme, que irá detalhar os resultados do nosso ano.

Sr. Guilherme Cavalcanti: Obrigado, Tomazoni, obrigado, Jerry. Bom dia a todos. Então, passando para a página 4 da apresentação, temos aqui a nossa receita líquida já comentada de R\$181,7 bilhões, que representa um crescimento de 11,3% em relação ao ano anterior. Tanto o lucro bruto quanto o EBITDA cresceram na mesma proporção e mantiveram suas margens estáveis. No caso da margem EBITDA, se manteve em 8,2% e conforme já comentado também, o nosso lucro líquido ajustado foi de R\$1,6 bilhão.

Já a geração de caixa operacional, teve um momento expressivo devido à melhora significativa no capital de giro, mais especificamente no prazo de fornecedores. Esta melhoria de capital de giro adicionada à menor despesa financeira compensada, em parte, por maior pagamento de impostos por causa dos bons



resultados, fez com que o nosso fluxo de caixa livre mais do que dobrasse, atingindo R\$5,7 bilhões.

Passando para a página 6, temos os resultados agora do quarto trimestre. A receita líquida do quarto trimestre de 2018 em relação ao quarto trimestre de 2017 cresceu 10,7%, atingindo R\$47,3 bilhões. Já o lucro bruto e o EBITDA ajustado cresceram numa proporção menor, apresentando uma pequena queda na margem. Basicamente, o que explica este fator foi o já apresentado resultado do quarto trimestre da Pilgrim's, cujo EBITDA caiu 50% em relação ao quarto trimestre de 2017, e o preço do porco também nos Estados Unidos, cujo EBITDA caiu 37% em relação ao quarto trimestre de 2017.

A boa notícia é que tanto preços do frango quanto o preço do porco já começaram a subir nos Estados Unidos. Contudo, a redução da despesa financeira fez com que o lucro líquido do quarto trimestre fosse positivo em R\$563,2 milhões.

Na página 7 temos o fluxo de caixa operacional no quarto trimestre, também crescendo mais que proporcionalmente devido à melhora de capital de giro, mais especificamente em relação ao prazo de fornecedores. O melhor EBITDA e o melhor capital de giro, compensado em parte por maiores impostos, fez com que o nosso fluxo de caixa livre crescesse, no quarto trimestre, 41% quando descontados os efeitos dos desinvestimentos, atingindo, então, R\$1,6 bilhão.

Passando para página 9, temos o perfil da nossa dívida. Conforme o Tomazoni já explicitou, terminamos com um caixa físico de R\$8,9 bilhões mais quase US\$2 bilhões em linhas de crédito rotativas asseguradas, perfazendo uma disponibilidade total de R\$16,3 bilhões, significa mais de 5 vezes nosso endividamento de curto prazo, que hoje, como pode ver no gráfico abaixo, está apenas 5% do nosso endividamento total.

Esse slide também mostra a significativa redução de dívida. Do segundo trimestre de 2017 até o quarto trimestre de 2018, foram US\$4,2 bilhões de redução de dívida bruta, ou seja, R\$16,1 bilhões.

No quadro ao lado, a gente vê também a forte redução na alavancagem. No segundo trimestre de 2017, a empresa tinha uma alavancagem de 4,05 vezes em dólares, hoje ela apresenta uma alavancagem, uma dívida líquida sobre EBITDA de 3,01 vezes em dólares. A redução da dívida líquida de 2017 para 2018 foi de US\$1,5 bilhão, ou seja, a nossa geração de fluxo de caixa livre de R\$5,7 bilhões.

Passando agora para falar mais especificamente das unidades de negócios, começando, então, agora pela Seara, a receita líquida no ano de 2018 para a Seara cresceu 1,1%, o EBITDA teve uma redução de 1,6%, mas a margem se manteve próxima do ano anterior, em 8,7%. Os destaques foram: Em 2018, a receita da Seara totalizou 17,7 bilhões, 1,1 superior ao ano de 2017. O EBITDA do



período foi de R\$1,5 bilhão com margem de 8,7%. O resultado foi influenciado pelo aumento dos custos de milho e do farelo de soja, bem como eventos não recorrentes como a greve dos caminhoneiros, fatores estes que não deve se repetir para o ano de 2019.

A longo de 2018, a Seara deu continuidade à busca pela conquista da preferência do consumidor através do foco em qualidade e lançamento de novos produtos, alguns tão inovadores que conquistaram reconhecimento local e internacional. A marca vem aumentando sua presença nos lares brasileiros atingindo 77% em 2018 com uma taxa de recompra de 75% no mesmo período.

A demanda do mercado internacional, particularmente no mercado asiático, vem contribuindo para uma melhor precificação dos produtos da Seara no mercado externo em um momento cujos preços de grãos vêm mostrando uma tendência que arrefecimento devido ao melhor equilíbrio entre oferta e demanda.

Passando agora, por favor, para a JBS Brasil, temos como destaques: Aumento de 17,1% na receita em relação ao ano anterior, totalizando R\$27,6 bilhões; uma expressiva recuperação de 3129% no EBITDA de 2018 com margem de 3,5%; foco na melhoria do mix de produtos a fim de maximizar sua rentabilidade e no fortalecimento de parcerias com clientes chaves vez de forma a atender suas necessidades de maneira mais eficiente e personalizada; desenvolvimento de programas especiais junto a seus fornecedores de gado para garantir carcaças cada vez mais padronizadas com qualidade superior.

No quarto trimestre de 2018, vale a pena destacar que um mix de menor exportação, compensada pelo mercado doméstico mais um aumento de preço da matéria-prima e apreciação do câmbio, mostraram uma redução de margem em relação ao terceiro trimestre de 2018. Para o ano de 2019, apesar da pressão na matéria-prima, esperamos uma tendência muito positiva para as exportações.

Falando agora da JBS USA Beef, os destaques para 2018 foram: Forte economia na América do Norte, fundamentos da indústria continuam sólidos e favoráveis para os criadores de gado e produtores de carne, com disponibilidade de gado crescente e capacidade de abate estável; novo recorde no volume de exportações dos Estados Unidos em 2018. A JBS USA Beef alavancou seus escritórios de vendas globais a fim de aumentar seu *market share*, exportações e elevar sua rentabilidade com melhor mix de produtos para seus principais mercados; resultados superiores a anos anteriores na JBS Austrália em função de uma maior disponibilidade de animais e exportações crescentes para a China e outros países asiáticos; Primo Foods e negócios de alimentos preparados na Austrália e Nova Zelândia continuam liderando o mercado.

Passando agora para a JBS USA Pork, o crescimento da capacidade de produção de carne suína nos Estados Unidos afetou o preço de venda no mercado



doméstico. Entretanto, o preço do suíno também sofreu redução, compensando parcialmente o impacto sobre as margens. O volume de exportações de carne suína americana teve um desempenho de 4% melhor do que em 2017. A Plumrose encerrou o ano com um desempenho recorde e contínuo ao executar com excelência seu plano estratégico para aumentar sua capacidade de produção, crescer suas vendas e desenvolver seus produtos com marcas.

A JBS monitora de perto e continuamente os eventos relacionados à febre suína africana na Ásia, que pode trazer uma mudança significativa para o atual ambiente de comércio global de carne suína.

Passando agora para a Pilgrim's Pride. Nos Estados Unidos, a Pilgrim's enfrentou um cenário desafiador no segmento de commodity e uma recuperação mais lenta do que o esperado dos impactos de efeitos climáticos em algumas unidades, parcialmente compensado por uma melhora nos resultados do segmento de alimentos preparados, que registraram aumento de 15% no volume vendido no país.

Na Europa, apesar da captura acima do esperado de sinergias com integração, os resultados foram impactados pelo aumento do custo da ração das aves em função da seca na região. No México, ao longo do ano o segmento de alimentos preparados registrou um significativo aumento de 35% no volume vendido no mercado doméstico.

Com isto, eu volto a palavra para o Tomazoni.

Sr. Gilberto Tomazoni: Não, eu acho que vamos abrir para as perguntas, ou eu falo...?

Sr. Jerry O'Callaghan: Não, vamos abrir para perguntas.

Sr. Gilberto Tomazoni: Então, acho que vamos abrir para perguntas.

Sr. Guilherme Cavalcanti: Podemos abrir, então, para a sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Obrigado. Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem asterisco 1. Para retirar a sua pergunta da lista, por favor, digitem asterisco 2.

Nossa primeira pergunta vem de Daniela Eiger, Bank ok América.



Sra. Daniela Eiger: Oi, bom dia, Jerry, Tomazoni e Guilherme, obrigada pela pergunta. Eu tenho algumas perguntas. A primeira é em relação a US *beef*. A gente viu, apesar de uma rentabilidade ainda bem boa no quarto trimestre (recorde, né), uma queda na receita, e vocês comentam que parte foi por conta de uma semana a menos no trimestre. Eu queria entender se no primeiro tri a gente ainda pode continuar a esperar uma performance sólida na unidade, se a gente deve ver uma normalização em termos de vendas ou se tem algum efeito ainda que a gente deve esperar.

Minha segunda pergunta é relacionada a este surto da febre africana. Eu acho que, na China, eu acho que cada vez mais a gente tem visto alguns dados e parece ser realmente uma coisa bem relevante, eu acho que agora gente está conseguindo realmente ver impactos concretos no mercado, antes a gente tinha só um pouco esta questão dos surtos acontecendo. Enfim, eu queria ver como que vocês estão vendo isto, se vocês já sentiram alguma diferença ao longo deste primeiro trimestre, se vocês já estão conseguindo quantificar um pouco melhor o quê que pode ser o impacto disto, e aí também como que vocês estão vendo a questão da negociação da China com os Estados Unidos, seja na questão do porco, seja até numa potencial reabertura do frango, que tiveram algumas notícias comentando isto.

E o meu terceiro ponto, minha terceira pergunta é relacionada ao balanço de vocês. Só queria confirmar, pelo que eu entendi agora, os auditores agora eles não estão mais fazendo uma ressalva no balanço de vocês, então eu queria entender se isto significa que, para eles, eles estão confortáveis com aquela provisão que vocês fizeram no final do ano de 17 em relação aos finais das investigações e eventualmente se vocês já estão vendo algum tipo de *timing* para elas acabarem. São estas as minhas perguntas, obrigada.

Sr. Gilberto Tomazoni: Daniela, obrigado pelas perguntas. Nós vamos dividir aqui as respostas. O André Nogueira, que é o CEO da JBS USA, ele está na linha e eu vou pedir para que ele responda esta questão que você levantou a respeito do *beef* e como é que também ele vê o impacto desta questão da febre suína africana nos negócios e também o negócio do *trade war* nos Estados Unidos.

Sr. André Nogueira: Bom dia, Daniela. Assim, eu acho que 2 pontos impactaram o número que você viu no *beef*. Uma você já comentou, no ano passado, no ano de 2017, o terceiro trimestre foi um trimestre atípico de 14 semanas, a gente sempre tem estes trimestres de tempos em tempos, comparando com este semestre deste ano, de 2018, com 13 semanas, então você teve uma semana a mais; um outro ponto relevante é a taxa de câmbio, lembrando que a gente tem operação no Canadá, tem operação na Austrália e teve uma variação relevante de um ano para o outro na taxa de câmbio, se vocês olharem o dólar canadense e o aussie dólar (o dólar australiano), também tem uma variação de 10%. Então, quando você converte o nosso faturamento e o nosso EBITDA da Austrália e do



Canadá, que, combinado, dá em torno de 7 bilhões, você tem um impacto relevante na venda quando você converte US\$1,00 australiano em US\$1,00 canadense, que foram bem mais fracos este ano em relação ao mesmo trimestre do ano passado.

Então, no fim, as vendas cresceram. Se você comparar numa mesma base de moeda e numa mesma base de semanas, as vendas cresceram e cresceram até de forma bastante forte no período.

Quando você olha para frente e fala como que a gente espera o primeiro trimestre, o primeiro trimestre foi mais desafiador por causa dos aspectos, especialmente da América do Norte, muito evento do tempo com um clima muito molhado na região produtora de gado e muito frio nas regiões das plantas impactaram – e vocês viram aí, uns falam que foi um dos piores invernos numa parte da América do Norte – sem dúvida isto impactou a disponibilidade de gado e sem dúvida isto impactou a forma que nós operamos nossas plantas neste período.

Por outro lado, a Austrália bem melhor, o primeiro trimestre é sempre muito mais desafiador na Austrália, mas Austrália começou muito melhor apesar da grande enchente que teve lá, que impactou bastante especialmente uma planta, mas o ano começou bem melhor na Austrália, começou forte no Canadá, mas bem mais desafiador que nos Estados Unidos.

Isto não muda nada nossa expectativa, na verdade, hoje nós estamos muito mais confiantes em relação ao ano de 2019 do que nós estávamos quando fizemos o nosso orçamento, e aí você tocou no principal fator: Este evento na China com os porcos sem dúvida isto muda todo o balanço de *trade*, e você já está vendo agora, já começou a ver agora em março os impactos disso com a China importando muito mais *beef* com os mercados mundiais sofrendo um forte balanceamento aí de *supply* e *demand*.

Eu acho que isto torna o ano de 2019 uma perspectiva extremamente positiva. Todos os fundamentos básicos continuam positivos, tem disponibilidade de gado nos Estados Unidos, tem disponibilidade de porco nos Estados Unidos, tem disponibilidade de grãos na América do Norte como um todo e com um evento de demanda mundial – e o Tomazoni tocou nisso na fala dele inicial – da Ásia de uma forma geral, mas agora muito fortemente na China que antecipa uma demanda muito forte em todas as proteínas.

Então, eu acho que o semestre que vai ser um pouco mais desafiador, o ano que vai ser um pouco mais desafiador especialmente no *beef* Estados Unidos por conta dos eventos de tempo, unicamente por conta de evento de tempo, mas a perspectiva para o ano extremamente positiva.

Eu acho que eu cobri os pontos principais que você perguntou aí, Daniella.



Sr. Gilberto Tomazoni: Bom, só adicionando aí e complementando esta questão da febre suína africana, a gente não tem uma previsão de quanto isto pode impactar porque, quando você olha, tem várias informações de fontes diferentes que dão números diferentes, mas alguma coisa de todas elas é em comum: É muito sério o que está acontecendo lá e, seguramente, terá um impacto importante no fluxo mundial de proteínas em todos os mercados.

Ah, você falou também sobre a questão da ressalva no balanço. Guilherme, você podia...

Sr. Guilherme Cavalcanti: É exatamente como você disse, a retirada da ressalva do balanço passando para pontos de atenção mostra, de fato, uma confiança maior dos auditores em relação às provisões já mostradas no nosso balanço.

Sr. Gilberto Tomazoni: Acho que a gente respondeu tudo, Daniela, não foi?

Sra. Daniela Eiger: Foi assim, está ótimo, obrigada. Bom dia.

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

Sr. Antônio Barreto: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Eu queria explorar mais uma vez a questão da febre suína, mas eu queria focar um pouco no que é que vocês estão fazendo para se preparar para este cenário. Aí, eu queria que vocês focassem, se possível, em algumas diferentes proteínas e geografias.

Começando no Brasil, vocês estão alojando mais matriz de frango, tem material genético para vocês aumentarem produção agora já pensando no frango e no suíno também? Quando a gente vai para Estados Unidos, como que vocês acham que vocês conseguem se aproveitar destas altas de porco que já estão acontecendo agora? Vocês têm contrato de longo prazo lá?

E, adicionalmente, a gente sabe que os Estados Unidos produzem porco com ractopamina e a China em geral não aceita. Então, como é que está este processo de adaptação para vocês conseguirem se adaptar a este momento aí de disrupção no mercado internacional em todas essas proteínas e geografias diferentes?

E se eu puder só emendar a última proteína, em relação ao frango americano, caso venha a acontecer de a China voltar a importar de fato frango americano, se vocês pudessem dar uma impressão para a gente de onde vocês estão alocando as carnes escuras hoje, a que preço e o quê que vocês acham que pode vir de *upside* na realocação para a China.



Então, eu acho que a pergunta é muito mais esta questão da febre suína, mas focando no quê que a empresa está fazendo para se aproveitar disso talvez aí no segundo semestre do ano.

Sr. Gilberto Tomazoni: Antônio, obrigado pela pergunta. Eu acho que você, de alguma forma, colocou bem as oportunidades que potencialmente podem acontecer no mercado dado os números que se tem, e, assim, eu queria enfatizar aqui que, mais uma vez, quando ocorrem estas oportunidades no mercado, a gente tem uma tremenda vantagem competitiva dada a nossa plataforma de produção, nós produzimos no Canadá, produzimos nos Estados Unidos, produzimos no México, produzimos na Europa, produzimos da Austrália e produzimos no Brasil, e nós produzimos 5 tipos de proteínas: Frango, suínos, bovinos, cordeiros e processados. Então, realmente a gente está preparado para aproveitar esta oportunidade.

Especificamente, eu vou pedir para ao Wesley Filho e ao André que façam seus comentários dos 2 mercados, tanto fora do Brasil quanto no Brasil.

Sr. Wesley Batista: Antônio, eu vou começar aqui. Aqui é o Wesley, bom dia. Vou falar um pouco aqui do Brasil. Claro que a cadeia de frango é muito mais rápida de se ajustar do que a cadeia de suíno e bovino, a gente está acompanhando aí, principalmente na área de aves, preço na China, estamos olhando demanda na China e a gente tem uma flexibilidade muito maior de fazer e muito mais rápida de fazer mudanças nesta cadeia para suprir o aumento de demanda.

Então, nesta proteína a flexibilidade é muito maior e mais rápido de a gente ajustar o nosso volume dependendo aí da demanda que vier da China.

No suíno e no bovino, como a cadeia é mais longa, obviamente a gente está se preparando para ter a capacidade de suprir um eventual aumento relevante aí de demanda que a gente tenha ouvido da China, mas muito provavelmente por conta da velocidade do ajuste desta cadeia, no curto prazo a gente provavelmente vai ver um aumento de volume para estes mercados, mas muito mais um aumento de faturamento vindo dos preços.

Então, a gente já tem visto algum aumento aí nestas 2 proteínas especificamente, estamos nos preparando para, cada vez mais, poder ter menores restrições para este mercado, então, melhorando capacidade nas nossas unidades e capacidade instalada nas unidades que estão habilitadas para este mercado e também nos preparando na matéria-prima, tanto no boi quanto no porco.

Então, estamos nos preparando para esta demanda que vai vir da China.

Sr. Gilberto Tomazoni: André, você quer complementar aí a resposta?



S.r André Nogueira: Eu posso falar sim. Claramente, no *beef* o Brasil é o primeiro beneficiado dado o volume que o Brasil exporta. O que nós estamos fazendo no Canadá, por exemplo, que hoje já exporta para a China e já está crescendo muito a exportação, é ter mais gado disponível. Lembrando que o gado que vai para a China é um gado diferenciado do gado que se produz normalmente no Canadá e nos Estados Unidos.

Então, Canadá o que gente está montando é o *supply chain* desta produção de gado, que tem requerimentos específicos, para crescer fortemente. Eu acho que já em condições normais, sem grande demanda causada pelos programas de produção de porco na China, a gente já teria condição de crescer 50% da exportação do Canadá para a China, e nós já estamos nos preparando para ter mais do que isto, nós estamos preparando a cadeia, ter os gados com a especificação adequada para esta exportação. É mesma forma na Austrália. Ela cresceu no ano passado fortemente em relação a 2017, está crescendo este ano novamente, a demanda já está lá, portanto, tem uma posição diferenciada geograficamente e de qualidade. Então, de novo, é preparar a cadeia de ter o tipo de gado adequado, a gente está previamente com os produtores construindo os contratos para ter visto.

Nos Estados Unidos, não está no nosso cenário básico que os Estados Unidos vai exportar direto porque o grande benefício da nossa cadeia para cenários base nos Estados Unidos é: Uma maior absorção de Canadá, de *beef* no Canadá, de *beef* da Austrália, de *beef* da Nova Zelândia indo para a China abre espaço para os Estados Unidos continuar crescendo a exportação para os mercados mais tradicionais dos Estados Unidos, que é Japão e Coréia, a um preço bastante favorável. Mas já estamos vendo isto neste momento.

No porco, a questão da ractopamina ela é bastante simples: Você consegue em um mês alterar este processo e estar sem ractopamina. Lembrando que a ractopamina nos Estados Unidos primeiro tem muita produção de porco que já não é ractopamina e a grande maioria dos produtores só usa ractopamina no verão, então não é um uso sazonal. Então, não vejo nenhum desafio de ajustar e muito rapidamente para exportação. Nós já fizemos este teste, nós já temos uma produção que é livre e isso é muito fácil de ajustar.

Na questão do frango, você perguntou da questão do preço, no nosso caso básico, o grande benefício para o frango americano será a menor competição de porco dentro do próprio mercado americano. O que afetou muito a performance no frango no ano passado foi a promoção muito forte de *beef* de porco pelos mercados, pelo *food servisse*, e isso deixou o frango meio que na segunda posição.

Com este preço de porco, que já está antecipando toda esta demanda, o frango vai ter um grande benefício. Nós nem entramos em consideração se os Estados



Unidos comecem a exportar *leg pork* direto para a China porque isto é tão explosivo do ponto de vista de preço e margem que nós nem estamos considerando esta possibilidade, é muito mais com uma maior exportação direto. Seja direto para a China, seja indireto, lembre que mesmo que os Estados Unidos não cheguem a nenhum acordo, a Europa vai exportar muito mais para a China e vai deixar de exportar para Japão, para Coréia, o Canadá vai exportar mais e o Brasil vai exportar mais porque abre mercado em outros.

Então, eu acho que existe uma diferença, mas seja exportando diretamente, seja exportando para outros mercados não ficarem mais desabastecidos, o benefício será enorme. Eu acho que o grande benefício para o frango é menos competição no mercado interno. Se abrir para *leg quarter* para a China, que os Estados Unidos são extremamente competitivos em preço, esse *leg quarter* sempre é em torno de 35 centavos por pound, isto vai ser exclusivo.

Você perguntou, o que que nós estamos fazendo é: Posicionando para isto. Nós estamos bastante curto em qualquer contrato de preço, que nós achamos que os preços futuros são muito mais altos que os preços atuais, nós estamos bastante abastecidos e não precificados sempre que possível na produção de porco e que vai beneficiá-la, lembrando que a gente tem uma produção de porco doméstica, a gente tem uma produção de porco criada a grão que dará um benefício considerável para a margem do porco no período.

Eu acho que eu cobri aí os principais pontos da sua pergunta.

Sr. Antônio Barreto: Sim, André, obrigado. E se eu puder fazer só uma última pergunta sobre o *beef* Brasil, vocês podem explicar um pouquinho ou dar um pouco mais de detalhe do porquê da volatilidade de margem que a gente viu no EBITDA. A gente sabe que teve um pouco de apreciação cambial, mas parece que a variação de margem foi bastante maior do que a dos concorrentes de vocês. Se pudesse dar um pouco de cor na *beef* Brasil no quarto tri eu agradeceria.

Sr. Wesley Batista: Tá joia. Antônio, aqui é o Wesley, então, eu vou falar um pouco mais do *beef* Brasil, alguns elementos aí algumas, coisas que o Guilherme já mencionou, mas a gente viu aí, se a gente comparar o terceiro trimestre com o quarto trimestre de 208, um custo de matéria-prima muito mais pressionado, muito mais competitivo aí na parte da aquisição de matéria-prima, então isso aí foi um grande efeito da diferença entre o terceiro trimestre e o quarto trimestre, e também vimos um mix um pouco mais voltado para o mercado doméstico do que para o mercado externo, que a gente acha que é uma questão pontual do quarto trimestre, mas foi um efeito também relevante.

Igual você falou também, a questão do efeito de câmbio foi uma parte também importante. Tudo isto junto teve esta diferença.



Um ponto também relevante dentro desta diferença de resultado entre o terceiro tri e o quarto tri foi o negócio nosso de couros, que continua desafiador, o negócio de couros, nos últimos anos, tem tido uma performance muito desafiadora, o preço do couro no mercado internacional tem caído muito e a gente acha que tem mostrado alguns sinais de melhora, mas ele recentemente tem performado abaixo da margem histórica dele.

Então, estes efeitos principais fazem a diferença. Agora, para comentar assim como a gente vê o negócio em geral do negócio de bovinos aqui no Brasil, a gente olha com muita confiança o nosso negócio e muita confiança na nossa estratégia desse negócio, a gente acha que a nossa estratégia de desenvolver mais produtos de valor agregado, de melhorar o nosso mix, melhorar a nossa distribuição na exportação tem sido muito importante. A gente tem um bom *market share* nos principais mercados rentáveis deste negócio, a gente tem as principais marcas aqui no Brasil de carne bovina, estamos trabalhando muito firme e muito forte na fidelização tanto de fornecedores, clientes e consumidores com programas de fidelização para garantir aí tanto margens melhores como também negócio mais estável. Então, a gente está muito confiante no trabalho que a gente está fazendo e o futuro deste negócio.

Agora, claro que a gente vê também no curto prazo a questão aí da matéria-prima pode ter uma certa pressão aí neste lado, mas a gente está muito confiante que nos mercados que a gente está atuando com a nossa estratégia que a gente vê isto com bons olhos, a gente vê possibilidade de mais mercados no Brasil conforme a China demanda a carne bovina de mercados como Austrália, de mercados como Nova Zelândia, a gente vê que pode abrir oportunidades para gente em mercados como Indonésia, em mercados como até mesmo Estados Unidos, que já tem visita marcada para olhar a habilitação de plantas aqui no Brasil, então a gente também vê que tem um futuro aí e um potencial de melhora na exportação e também no mercado doméstico com a situação econômica aqui no Brasil melhorando, a gente vê que tem um potencial muito positivo aí para frente. Então, a gente vê com confiança.

Sr. Antônio Barreto: Obrigado.

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

Sr. Thiago Duarte: Olá, bom dia a todos. Eu queria fazer 2 perguntas e, se possível, depois 2 *follow-ups* em relação aos comentários anteriores. As 2 perguntas são as seguintes: A primeira, o Tomazoni quando fez aí a apresentação inicial, inclusive vocês colocaram aí das prioridades, né, e 2 pontos aí que eu queria levantar e ouvir um pouco mais de vocês, uma é em relação a crescimento orgânico e desalavancagem, que é muito em linha com o que vocês vêm fazendo particularmente nos últimos 2 anos com desinvestimentos e aí a companhia deu uma segurada ali naquele processo de aquisição bem acelerado que aconteceu



nos anos anteriores. Quando a gente conversa com vocês aí no ano passado recente, eu tinha um pouco a impressão que esta mensagem pela estava mudando, de que vocês já começavam, conforme a desalavancagem foi caindo e etc., vocês já começavam a vislumbrar espaço para reacelerar crescimento inclusive inorganicamente.

Então, eu queria ouvir um pouco de vocês, na realidade, sobre esse *trade-off* entre desalavancar mais ainda a companhia (e aí eu não sei qual patamar que vocês ainda vislumbram, se falar ainda em chegar a 2 vezes ou alguma coisa assim ainda faz sentido) e em relação a crescimento, particularmente crescimento inorgânico que sempre fez parte da história de vocês. Então, eu acho que, para uma companhia que sempre usou muito capital para crescer e nestes últimos 2 anos vem fazendo movimento inverso para desalavancar, seria interessante se a gente deveria ver um pouco mais do mesmo nos últimos 2 anos ou mais do mesmo dos 8-10 anos anteriores.

A segunda pergunta é sobre o processo ou a intenção de listagem da companhia nos Estados Unidos ou de uma subsidiária. Eu não sei se vocês conseguem dar alguma atualização para a gente principalmente em 2 coisas: Primeiro, que é o fim do acordo de acionistas com o BNDESPAR no final deste ano, que a gente sabe que no passado houve desacordo entre os 2 acionistas principais em relação à forma de listagem da companhia nos Estados Unidos; e, segundo, em relação à investigação interna que vocês ainda estão conduzindo, e, pelo meu entender, me corrija se eu estiver errado, ela também era um ponto de partida importante para que vocês pudessem conduzir este processo do IPO nos Estados Unidos ou, enfim, a listagem da companhia em outro mercado.

Então, se vocês puderem atualizar a gente neste sentido eu agradeceria.

E os 2 *follow-ups*, rapidamente, com relação a *beef* Brasil e *beef* Estados Unidos, no *beef* Brasil, na pergunta anterior, o Wesley Filho falou bastante da pressão de matéria-prima, do preço de matéria-prima. A gente de fato viu a arroba, a partir da final do ano passado, dando uma recuperada. Eu queria ouvir na opinião de vocês por quê que vocês acham que isto está acontecendo. A gente está vivendo um ciclo pecuário positivo e eu queria entender, na opinião de vocês, se isto passa por algum tipo de irracionalidade da indústria, alguma aceleração de crescimento, enfim, entender mais comum é que vocês têm visto o mercado de boi no Brasil.

E o segundo *follow-up* em relação a *beef* Estados Unidos, o André, na primeira resposta dele, ele comentou (eu posso ter entendido errado, mas) ele comentou de um enfraquecimento temporário, se eu não estiver enganado, das margens na operação de US *beef* no primeiro trimestre, talvez por questão da própria sazonalidade e etc., mas eu queria entender um pouquinho mais se eu peguei alguma coisa errada na resposta dele. Obrigado.



Sr. Gilberto Tomazoni: Thiago, obrigado pelas perguntas. Vamos responder em partes aqui. Eu comecei colocando a questão da prioridade, as prioridades nossas não mudaram, nós temos um foco no crescimento orgânico, um foco em reduzir a nossa alavancagem, isto não mudou, é um foco da companhia e isto não quer dizer que nós não estamos crescendo. Se você olhar inclusive com os desinvestimentos que nós fizemos a companhia continua crescendo dado o potencial de desalavancagem interna nos processos produtivos. Nós temos tudo para fazer, muitas das nossas fábricas que estão operando com um turno, nós temos fábricas que não estão operando hoje. Então, assim, nós temos estressado, no bom sentido, as reservas de crescimento interno no nosso processo. Então, isto é uma coisa que continua.

Agora, isto não quer dizer que nós não estamos olhando oportunidades. Eu acho que é uma obrigação inclusive da administração de estar olhando oportunidades e nós estamos, obviamente, olhando oportunidades, ao longo do tempo nós nunca paramos.

Agora, nós estamos tendo uma tremenda responsabilidade na avaliação de toda e qualquer oportunidade, oportunidades que possam fazer transformação na companhia e que possam nos levar outro patamar. Agora, não mudamos o foco, o foco é absolutamente este, você vai ver a nova geração de caixa desalavancando mais a companhia. Não quer dizer com isso que nós vamos perder oportunidade de crescimento.

A segunda questão que você falou é sobre a questão que você considerou aí a questão da abertura de capital. Sim, isto é uma das coisas que nós vínhamos falando já há algum tempo, nós continuamos trabalhando com uma estrutura de capital que melhor represente o negócio da companhia. Quer dizer, nós temos uma operação hoje que 25% da operação é no Brasil, ou 75% é fora do Brasil, e nós somos uma empresa listada no Brasil. Então, assim, nós temos uma adequação de estrutura de capital com as operações é fundamental.

Agora, estamos buscando entender qual é a estrutura, qual é a arquitetura que melhor destrave valor para acionista, porque esta não é uma questão de urgência, nós temos um nível de alavancagem muito confortável, a questão de nós termos uma estrutura de capital diferente é uma questão estratégica, é uma questão de qual é a estrutura de capital que tem o maior potencial de destravar valor para o acionista. E a gente está trabalhando isto, isto é uma das prioridades do Guilherme quando ele chegou aqui na companhia, nós não paramos com isto, mas nós temos uma urgência para fazer isto, nós estamos trabalhando firmemente neste assunto.

A questão que você colocou da investigação interna, as investigações, assim, elas se encontram em estágio muito avançado e a gente espera que, potencialmente, elas estejam concluídas no primeiro semestre de 2019. Então, assim, eu estou



tentando responder... ah, a questão que você falou do acordo do BNDES não é uma questão que nós temos considerado na hora que nós temos avaliado qual é o melhor potencial que destrava valor para o acionista. Nós aqui estamos olhando considerando a companhia quais são os potenciais e, obviamente, torna arquitetura será aprovada pelo conselho de administração e cabe a nós, na gestão e na operação, apresentarmos o que tem de melhor para a companhia.

Eu acho que eu respondia as outras 2 perguntas. Eu vou pedir aqui para que o Wesley e o André deem o *follow-up* que você perguntou das 2 questões. A questão do *beef* Brasil sobre a questão da matéria-prima, André, eu acho que você podia, o Wesley e depois o André faz a questão dos Estados Unidos.

Sr. Wesley Batista: Thiago, bom dia. Então, para falar um pouco aqui sobre a questão da matéria-prima no Brasil. Então, a forma que a gente vê é, assim, é verdade, o ciclo da agropecuária no Brasil, o ciclo bovino tem sido muito positivo, a agropecuária está se profissionalizando de uma forma relevante, aumentando eficiência e intensificando, então a gente tem visto uma melhoria significativa aí na área da pecuária e isto traz, sim, no longo prazo vai ser superimportante para o Brasil na eficiência e na nossa competitividade tanto no mercado doméstico quanto no mercado externo. Então, isto é super-relevante.

Do outro lado, o contraponto que a gente tem é que a gente sabe que tem uma capacidade instalada atualmente de frigoríficos abertos no Brasil maior do que o normal, a gente sabe que em 2017 teve bastante abertura, isto obviamente também, como um contraponto, traz uma pressão para o custo da matéria-prima na compra desta matéria-prima. Então, isto não é generalizado, isso é em alguns estados mais do que outros, mas isto também é um contraponto aí a este ciclo positivo e a esta melhora da eficiência e profissionalização da agropecuária.

Sr. Jerry O'Callaghan: Deixa eu só apresentar um ponto aqui, no curtíssimo prazo nós temos tido chuvas abundantes em todo o Centro-Oeste, que é local da maior parte do rebanho brasileiro, portanto, os pastos são abundantes e, numa situação destas, sempre tem uma certa retenção de animais até o final do período das chuvas, que está chegando agora em abril e maio. Então, é normal que tenha esta retenção um pouco maior quando há este clima favorável naquela região, e devemos ver, com o fim das chuvas e o início do período mais frio, no Centro-Oeste uma oferta maior e certamente uma oferta maior no segundo semestre em função da perspectiva dos confinamentos que normalmente vêm ao mercado no segundo semestre.

Sr. Gilberto Tomazoni: André, você pode complementar a resposta à pergunta dele no *beef*?

Sr. André Nogueira: Claro. Thiago, você entendeu, sim, o que eu falei. É assim, o primeiro trimestre você, tem razão, o primeiro trimestre e o quarto trimestre são os



2 trimestres, na questão do *beef* Estados Unidos, são sempre os mais fracos, o segundo e o terceiro trimestres são os trimestres sempre bem mais fortes, então você tem a questão da sazonalidade absolutamente normal; segundo, você teve um inverno que teve um impacto aí, nos Estados Unidos especificamente, até nos Estados Unidos, foi um inverno muito molhado para os criadores de gado, o que afetou bastante a performance em do gado. Qual é o impacto disso? Você tem menos prioridade imediata porque o gado demora um pouco mais para ficar pronto porque as condições de confinamento não foram positivas e você vai ter uma disponibilidade muito maior no segundo e terceiro trimestres. Então, um gado que deveria estar disponível já no primeiro trimestre ele só vai estar disponível no segundo/terceiro trimestre. Então, o primeiro trimestre tem uma disponibilidade menor do que a nossa expectativa e a consequência disto foi o peso que nos gados, que foi um pouco menor que no ano passado. Por outro lado, você vai ter uma disponibilidade muito maior porque você vai ter o gado ficando pronto no segundo trimestre/terceiro trimestre.

E o inverno afetou muito as plantas, aí tanto no *beef* quanto no porco, todos aqueles eventos que você viu, especialmente na região *northeast* e central dos Estados Unidos. Então diversos dias nós não pudemos rodar algumas das plantas porque as estradas não podiam transitar animais ou porque a condição de neve foi tão violenta e o frio foi tão violento que não era *safe* para os empregados, então isto afetou principalmente em janeiro e fevereiro.

Por outro lado, você teve uma Austrália começando muito mais forte o ano, que é normal, o primeiro trimestre normalmente é fraco na Austrália pelas condições locais lá começou muito mais forte e o Canadá começou muito mais forte. A Austrália, para você ter uma ideia – e também conectando com a pergunta anterior que foi feita –, as primeiras 11 semanas nossa do ano, a nossa exportação para a China de *beef* da Austrália cresceu 100%. Só para te dar uma dimensão do impacto que já se começa a se ter em relação à China.

Sr. Thiago Duarte: Está bem claro. Eu agradeço a todos aí pelas respostas.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado você, Thiago.

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

Sr. Lucas Ferreira: Bom dia a todos. A primeira pergunta é para o André: André, você comentou no começo que estava mais confiante com os números de orçamento para JBS US. Se puder dar mais detalhes qual que é este orçamento, quanto vocês esperam mais ou menos de margem, o crescimento em JBS US.

No passado você também falou em ganhos de produtividade, eficiência, melhoria do mix, que isto pode trazer um ganho significativo para a companhia. Então, tendo um pouco mais de visibilidade e confiança nestes números, que tipo de



rentabilidade você espera para a companhia este ano ainda sem colocar na conta um possível impacto da febre suína dado que ainda a gente tem pouca visibilidade, eu diria?

A minha segunda pergunta é sobre Seara, como é que vocês estão vendo preços, se vocês acham que ainda tem espaço para aumentar preço neste mercado? Vocês têm feito alguma coisa nas 2 grandes categorias, *in natura* e processados? Se vocês pudessem comentar como é que está um pouco a dinâmica no mercado e falar um pouco de preço e volume nesse começo de ano no primeiro trimestre eu agradeceria. Obrigado.

Sr. Gilberto Tomazoni: André, você pode responder?

Sr. André Nogueira: Claro. Lucas, bom dia e obrigado pela pergunta. É assim, Lucas, a gente não dá *guidance* específico, né, mas, quando a gente fez o orçamento, nós estávamos no quarto trimestre do ano passado, setembro e outubro, onde a gente estava vivendo aquele momento, aquela oferta excessiva de frango no mercado americano para o nível de demanda que você tinha naquele momento e a questão do porco também, né, um crescimento na produção de porco e sem muita clareza ainda do que poderia ser o impacto da China.

O que mudou muito é: A questão do frango começou melhor o ano com os *retails* fazendo promoção, muito mais promoção do que fizeram o ano passado, e agora, já precificado neste futuro de porco, os impactos que China vai ter na demanda geral.

Então, eu diria o seguinte, sem passar *guidance* específico, eu tenho muita confiança que o ano de 2019 vai ser um ano para a JBS USA, para *beef*, porco e frango e toda a operação fora do Brasil, que é um ano que tem tudo para a gente entregar um resultado mais forte do que entregamos em 2018 pelas condições de mercado em geral que a gente está enxergando aqui, sempre com alguns desafios aqui e ali.

E aí eu parto do portfólio geral da JBS, né, aí você vai ter mais oferta de *beef*, você tem uma demanda de *beef* muito forte na América do Norte, você tem uma demanda de *beef* muito forte na Austrália, mas do outro lado, provavelmente na segunda parte do ano, você vai ter uma questão de oferta ligada na Austrália, que pode impactar, na questão de porco, uma oferta ideal de porco nos Estados Unidos, vem muita demanda do mercado externo para isto, e frango.

Então, assim, eu olho todos os fundamentos da indústria e eu ficou mais confiante em 2019 comparado com o que nós entregamos em 2018. Além disso, você tocou num ponto importante, que é o que o Tomazoni falou da questão de eficiência operacional e excelência operacional, a gente mapeia os *gaps* que nós temos, quais são as oportunidades que nós tivemos, nós evoluímos muito em 2018 em



relação a 2017 do ponto de vista do que a gente controla, especialmente na parte da venda em geral, de mix de produtos, teve uma evolução relevante em 2018 em relação a 2017, e o que nós mapeamos de oportunidade em 19 para melhorar são US\$500 milhões.

Então, dadas as condições, se condições da indústria forem absolutamente as mesmas, nós temos nas nossas mãos, internamente, em termos de eficiência de operação, de mix, de evolução de produto de valor agregado, US\$500 milhões, que é o que a gente vai brigar para capturar a maior parte disto, a grande parte disto em 2018.

Então, sem dar *guidance*, eu estou muito confiante que 2019 tem tudo para ser um ano muito mais forte do que foi em 2018 .

Sr. Gilberto Tomazoni: Eu vou responder aqui à questão aqui da Seara porque a questão aqui, quando se fala em aumento de preço, são 2 fatores importantes:

- Um é que tem uma questão de repasse dos custos dos grãos nos preços, que os custos dos grãos aumentaram muito no ano passado e está tendo um repasse aos poucos do preço. Eu acho que o número que a gente já conseguiu passar é um número em torno de 7%, mas ainda tem que passar 5% aos preços para que pudesse compensar o aumento todo que a gente teve dos grãos. A gente vê uma boa oferta de grãos, a gente vê os estoques de passagem bastante tranquilos, mas nós estamos vendo que o preço vai retroceder dada toda esta questão da variação cambial, nós devemos ter nos preços uma estabilidade com uma pequena possível redução. Não é para cima, é para baixo, mas não é alguma coisa significativa. Então, a estratégia que tem, a unidade de negócios da Seara tem a estratégia de ainda buscar repassar mais 5% dos seus preços;

- Tem um outro fator importante que não é só repasse em si na tabela de preço, tem uma outra questão que é o mix, que é muito relevante e muito importante. Nós temos enfatizado aqui desde lá de trás de que a Seara tem focado em priorizar marcas de maior valor. A Seara Gourmet fizemos um trabalho, estamos desenvolvendo um portfólio cada vez maior e melhor para que a gente possa ter um mix mais rico e que possa recuperar, porque tem uma tendência de consumo que hoje o consumidor está buscando por valor. Qualidade é o principal impulsionador das contas sendo até mais relevante que preço e promoção.

Então, assim, a nossa estratégia de ter produto de qualidade superior, nossa estratégia de estar com marcas, ao longo do tempo, substituindo marcas regionais pela marca Seara e pela marca Seara Gourmet, tem possibilitado a Seara melhorar suas margens, e nós acreditamos que este é o foco. E, assim, eu acho que nós temos um foco que acertou com uma tendência do mercado que o que a gente percebe tem uma volta do consumidor ao lar, os consumidores passam mais tempo em casa, tem uma redução devido aos PDVs, o que abre espaço



ainda maior para o crescimento de produtos mais sofisticados, que fecha com a nossa estratégia.

Então, assim, 2 estratégias claras: Repassar ainda custo dos produtos; e trabalhar e continuar trabalhando mix de marcas de maior valor e produtos de maior valor agregado.

Sr. Lucas Ferreira: Obrigado, André e Tomazoni.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Leandro Fontanesi, Bradesco BBI.

Sr. Leandro Fontanesi: Bom dia, obrigado pela oportunidade. Eu queria também fazer algumas perguntas sobre a peste suína. Pensando assim no benefício para vocês dos *business* que não são integrados, então eu acho que ficou bem claro que esta questão pode ser bem relevante em demanda, vocês já citaram alguns exemplos desse *push* em termos de *top line*, mas pensando como que pode ser este benefício no *net*, né, considerando que vocês podem eventualmente ter uma pressão também na parte de custos, principalmente, enfim, por exemplo, o gado igual vocês citaram no Brasil e com os problemas na Austrália.

Então, eu queria só ter um pouco de visão qual seria o efeito *net* para vocês, se seria mais o *top line* ou se vocês acreditam também que poderia ter uma melhora de margem.

E o segundo ponto, ainda sobre a peste suína, pensando que pode ter uma queda de produção de porco relevante na China, se vocês acreditam que poderia ter um benefício também de custo de grãos, ou seja, a China demandando menos ração e, com isto, vocês acreditam que poderia ter também um alívio em termos de custo de grãos para o *business* de frango, por exemplo. Obrigado.

Sr. Gilberto Tomazoni: Leandro, eu vou responder aqui inicialmente, depois se o Wesley e o André quiserem complementar, ficam à vontade. Eu quero fazer um [inaudível].

Nós antes de estarmos falando de problema de aumento da demanda, de proteína, por conta da febre suína africana, nós já tínhamos um aumento de demanda grande na Ásia, principalmente na China, pelo aumento de consumo de proteína dado que o aumento do poder aquisitivo estava levando a uma sofisticação na dieta, o aumento da proteína, e, de todos eles, o que estava se favorecendo era o *beef*, que estava tendo uma maior demanda, tanto que a Austrália aumentou tremendamente suas exportações para lá.



Então, independente desta questão, nós estávamos vendo que tinha um aumento de consumo de proteína na Ásia e o que estava acontecendo. A questão da febre suína potencializa tudo isto porque nós vamos ter uma produção menor de proteínas na Ásia. E é o que a gente falou, nós temos *business* que estão integrados, nós temos *business* que são menos integrados ou que não são integrados no processo produtivo, basicamente é a questão do *beef*.

Eu vejo aqui a oportunidade que nós temos, vai ser de 2 maneiras: Um, nos Estados Unidos, acha que o André pode comentar, não tem muito espaço para a questão de aumento de volume de produção, é marginal o que se consegue crescer dada a capacidade instalada que tem. Todo o ganho vai vir em cima de margens, que vai vir em cima de imagens; nos outros *businesses* que nós somos integrados, a gente vê que, no caso que você falou do grão, a grande demanda da compra chinesa é pelo farelo de soja ou pela soja em grão. Então, eu acho que no farelo não vamos ter pressão em cima destes custos, eu acho que os custos de produção, dadas as safras que estão aí de crescimento de safra, eles estão do volume que está para baixo, nós não vemos potencial de alta.

Então, vai ter uma expansão da margem dos 2 negócios: Ou por volume e por preço. Eu não sei se o Wesley quer complementar aí o André, fiquem à vontade.

Sr. Wesley Batista: Leandro, aqui é o Wesley, bom dia. Então, para comentar um pouco também, assim, eu acho que são 2 coisas, assim, que a gente pode comentar sobre esse *net* aí sobre este efeito é na China.

Eu acho que a primeira coisa, assim, as nossas plantas habilitadas para a China são muito bem distribuídas pelo país, então a gente está unidades habilitadas para a China em 4 estados diferentes no Brasil, então a gente acha que uma maior demanda destas unidades não causaria um efeito de pressão na matéria-prima que seria negativa nem neutro, o acho que muito pelo contrário, não criaria um efeito adicional ao que já tem na matéria-prima dado que a capacidade destas unidades é a capacidade destas unidades. Então, a gente não vê que isto daí teria um efeito relevante no custo da matéria-prima para estas unidades e para as regiões onde ela está, elas estão localizadas.

Na parte da venda, eu acho que tem uma parte relevante também de comentar que esta situação na China, para carne bovina e para os outros negócios nossos, mas principalmente para a carne bovina, ela obviamente cria um ganho e uma oportunidade de curto prazo, que é para suprir esta demanda no curto prazo aí enquanto esta situação desta doença ela existe, mas ela também cria uma situação de longo prazo também muito relevante.

Então, por conta desta situação, a gente tem também conseguido trabalhar cada vez mais com clientes que usam o nosso produto que não são *traders*, a gente tem conseguido entrar cada vez mais na cadeia de produção, nos



relacionamentos na cadeia de produção e distribuição na China, estamos investindo muito nisto, tanto em relacionamento como em redistribuição lá. Então, também isto vai criar uma oportunidade de longo prazo que eu acho que vai ser perene mesmo depois que, alguns anos à frente, esta situação na China se resolva.

Sr. Gilberto Tomazoni: André, você quer comentar alguma coisa adicional ou está bom?

Sr. André Nogueira: Não, Tomazoni, só para reforçar o ponto que você falou, que eu acho que é muito importante, é muito difícil ter esta visibilidade porque a demanda na China ela só vem, na verdade, ser exponencial para alguma coisa que é o crescimento de consumo que já vinha na Ásia de uma forma geral.

Você vê que a Coréia, que já é um país maduro do ponto de vista de economia, cresceu 30% a importação de *beef* em um ano, o Japão, que é extremamente maduro, em 2017, pela primeira vez, o consumo de proteína de *beef*, porco e frango passou o consumo de proteína de peixe por 2 motivos: Crescimento de demanda de um lado e menor produção doméstica de outro. Então, já era um fator que é extremamente favorável para JBS pelo *footprint* que a JBS tem.

E você falou também, Tomazoni, só reforçar que, por exemplo, *beef* Estados Unidos, o preço de gado é dado pela capacidade instalada, e não tem aumento de capacidade instalada. Então, a indústria deve capturar uma boa parte deste benefício de maior demanda geral, acelerada pela China, deve ser capturado pela indústria.

Sr. Leandro Fontanesi: Ficou bem claro, obrigado pessoal.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado você, Leandro.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Alex Robarts, Citibank.

Sr. Alex Robarts: Olá, bom dia a todos. Obrigada pela pergunta. Duas coisas, na verdade, da nossa parte: Pilgrim's e depois outra pergunta sobre estes contratos com China de boi em Brasil. Vocês têm falado que a margem de Pilgrim's no quarto tri, na verdade, teve um efeito negativo por conta do clima, entre outras coisas. Mas chama a atenção que, ao longo do ano de 18, a receita foi bem estável, US\$2,7-2,8 bi, e teve realmente 2 metades do ano bem distintas, né, a primeira metade do ano margem de 9-10%, segunda metade do lado a metade, 5%.

Eu queria entender um pouco mais o que vocês têm como visão nesses próximos trimestres, se a gente já bateu no chão do ciclo de frango nos Estados Unidos, se vocês acham que esta situação de *cold storage* das carnes frias nos Estados



Unidos sendo um *record* quanto a volume, se esta situação pode melhorar nos próximos trimestres e se o *gap* dos preços que a gente está venda no mercado entre carne de boi e de carne de frango nos Estados Unidos se este *gap* pode reverter para melhorar um pouco a questão do preço. Então, esta realmente é a primeira pergunta, sobre de Pilgrim's.

Segunda pergunta é sobre esta questão destes contratos de boi que, no quarto tri, Alibaba e estas outras empresas chinesas vieram ao Brasil para assinar, contratos de longo prazo para boi, se a gente pode esperar o começo destes contratos ao longo deste ano, se é uma coisa que talvez comece mais por volta de segundo semestre teriam US\$3 bi, você falou se a gente fosse considerar uma porção disso chegando este ano ou ainda tem para esperar antes de realmente ter o *guidance* destes projetos com a China. Muito obrigado.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado você, Alex. André, você quer responder esta questão da Pilgrim's?

Sr. André Nogueira: Claro, sem problema. Oi, Alex, obrigado pela pergunta. É assim, claramente você tem razão, teve 2 partes do ano, o ano começou muito mais forte do que foi a segunda parte. A segunda parte, Alex, é consequência de condições de mercado que foram muito mais desafiadores, especialmente no segmento mais de *commodities*, que é o *big bird*, né, que é o frango grande, ele foi bastante desafiador em toda a segunda parte do ano por maior produção e pela demanda ter sido fraca nos Estados Unidos, fundamentalmente, porque teve pouca promoção, tanto no *food service* quanto no *retail*, no varejo americano. Então, você teve uma maior produção e teve uma demanda bastante fraca.

O que nós colocamos é que no quarto trimestre, além destas condições fracas, nós tivemos eventos que afetaram plantas, alguns furacões regionais, nós tivemos que parar a planta por vários dias, e ,quando você para a planta por vários dias, você afeta todo aquele *supply*, que você é dono do frango, tem que está lá no campo, continua crescendo, o que nos custou bastante, então impactou o resultado do quarto trimestre, além da questão de ter sido já um mercado fraco para *commodities*.

Se você viu o que já aconteceu em janeiro e fevereiro e acompanhar o preço de mercado de frango nos Estados Unidos, você vê que já teve uma recuperação bastante forte contra uma sazonalidade. Então, isto já está refletido nos preços hoje, e aí, de novo, uma reversão daquilo que aconteceu lá atrás, tem muito mais promoção de *retail*, de varejo americano, e tem muito mais promoção de *food service* que está acontecendo, além da nossa questão operacional também não nos impacta mais no primeiro trimestre.

Se você olhar para frente, falar o quê que a gente espera de 2019, se você olhar o preço futuro que está hoje de porco, você vai ver que porco vai estar bastante caro



por toda esta questão que a gente já discutiu muito mundialmente, então imagine que os varejistas americanos vão fazer pouca promoção de porco, relativamente pouca promoção de *beef*, o que deve ser bastante benéfico para frango para 2019.

Eu acho que com isto eu cobri o ponto referente à Pilgrim's.

Sr. Gilberto Tomazoni: A questão, Alex, referente ao que você citou aí aos contratos de US\$3,4 bilhões que a JBS assinou lá no evento que teve na China com o Alibaba e outros *players* do mercado, eu acho que isto aí é mais uma demonstração, uma resposta daquela ponderação que eu fiz anteriormente que isto era pré todo esse evento que a gente tem e está vendo aí da questão da febre suína, já que era mais um evento que estava antecipando o aumento do consumo de proteína na China.

Então, assim, eu acho que com este evento todos os trabalhos que estavam sendo feitos eles vão se acelerar, porque tem um período aí em que você começa a negociar a parte de *commodities*, que isto já está acontecendo, o *beef* Brasil, a JBS cresceu muito suas exportações de *beef*, a JBS Brasil e a JBS Austrália cresceram muito a exportação de *beef* já para a China.

Agora, tem um outro maior crescimento, ele vai vir que quando nós conseguirmos adequar o portfólio exatamente à necessidade de cada um dos canais, porque quando você vende um produto *commodity*, você vai para um tipo de canal. Quando você vende um produto que pode ir já para o *retail*, o mais próximo do consumidor, ele tem um outro portfólio e demanda um tempo maior para você adequar o seu portfólio à necessidade do mercado. E é isto que está sendo feito agora. A gente já está sentindo o efeito positivo dos aumentos das exportações, como eu já falei, da Austrália principalmente e do Brasil e do Canadá, e vamos perceber, eu acredito, já no segundo semestre um crescimento de agenda de um portfólio mais sofisticado, um portfólio com produto de valor agregado maior.

Então, assim, este assunto não está parado, este assunto está trabalhando, mas não é uma coisa que você liga a chave hoje e sai andando amanhã, você tem que desenvolver, principalmente, o seu portfólio de produto, que tem a ver adequar a fábrica, adequar a embalagem e adequar o canal que vai distribuir o produto.

Sr. Alex Robarts: Muito obrigado por ter explicado este ponto de China. E talvez o *follow-up* final da gente realmente sobre boi Brasil. Obrigado pelas respostas anteriores explicando que a margem do quarto tri teve este efeito contra o terceiro tri do custo, do mix e também do couro. Mas, na verdade, fora do couro, os outros *players* no Brasil de boi tiveram também esta impressão de arroba subindo e talvez mais demanda no mercado doméstico, mas a margem de vocês, aqueles 3,6%, chama a atenção porque a gente viu que a despesa como porcentagem da receita aumentou em 100 pontos bases no quarto tri contra o terceiro tri.



Então, a pergunta é: Teve uma coisa enquanto à despesa com venda de negócio de boi Brasil no quarto tri contra terceiro tri que deu este incremento específico ou talvez foi mais entrega de produtos natalinos? Só para entender este movimento lá na parte do custo com venda em boi Brasil. Obrigado.

Sr. Wesley Batista: Alex, assim, vou comentar sobre boi Brasil mais uma vez. Assim, a gente sabe que a gente vem fazendo aí bastante investimento aí nas nossas marcas, em cada vez chegar mais próximo do nosso consumidor, nossos clientes e também nossos fornecedores, então, a gente vem fazendo bastante investimento nessa área.

Mas como eu disse na pergunta anterior, enfim, a gente está bastante confiante aí com a nossa estratégia e bastante confiante que a performance deste negócio vai ser uma boa performance para este ano com esta questão aí da matéria-prima, que é um ponto de atenção. Mas a gente está bastante confiante com o resultado do negócio para frente.

Sr. Alex Roberts: Okay, muito obrigado.

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, Sr. Gilberto, pode prosseguir.

Sr. Gilberto Tomazoni: Obrigado. Para concluir, apenas reforçar, eu até falei quando o Thiago fez a pergunta, a gente continua com as mesmas prioridades, nosso foco em eficiência operacional, em performar melhor que o mercado, é um dos focos da companhia, a companhia tem direcionado seus esforços em cima disso, a questão do crescimento orgânico, a questão do investimento em inovação e qualidade eu comentei nos trimestres passados os reconhecimentos externos que a gente conseguiu, a desalavancagem, que foi muito comentada aqui, e a questão do programa de *compliance* global, que também a gente teve a oportunidade de falar aqui.

Mas, olhando no slide 16, se vocês olharem, por favor, tem onde se enxerga a plataforma global da JBS, tanto o slide 16, que mostra a nossa diversificação geográfica e mostra a nossa diversificação de proteínas, ela, acho que, assim, é realmente uma grande vantagem competitiva dado o cenário que nós estamos vendo agora de crescimento da demanda de proteína na China. Então, assim, eu acho que nós estamos numa condição realmente favorável e competitiva para tirar o maior proveito deste aumento de demanda.

E aí, se você olhar no slide 17, vai ver a mesma coisa, quer dizer, olha quanto a grande China já participa do nosso negócio e como é que são os nossos fluxos que nós já temos de exportação. Eu acho que realmente reforça a grande



oportunidade, como a JBS está preparada para capturar as oportunidades de mercado.

E, assim, para fechar, eu quero realmente agradecer cada um de vocês por participação nesta teleconferência e agradecer aos meus colegas de liderança aí que têm feito um trabalho exemplar do ponto de vista de gestão dos negócios, e o meu muito-obrigado aos 230.000 colaboradores, que, com o seu trabalho dedicado, têm feito nossa companhia melhor a cada dia.

Enfim, obrigado a todos e um bom final de semana.

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