



**Local Conference Call
JBS S/A (JBSS3)
Resultados do 2T22
12 de agosto de 2022**

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da **JBS S/A** e da **JBS USA** para discussão de resultados referentes ao **2º trimestre de 2022**.

Estão presentes hoje conosco os senhores Gilberto Tomazoni, CEO Global da JBS, Guilherme Cavalcanti, CFO Global da JBS, André Nogueira, Presidente de Operações da América do Norte, Wesley Batista Filho, Presidente das Operações da JBS na América Latina, Oceania e o negócios de Plant-Based, e Christiane Assis, Diretora de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da JBS. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a teleconferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando * zero.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas futuras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia. Considerações futuras envolvem riscos e incertezas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Gostaria agora de passar a palavra ao senhor Gilberto Tomazoni, CEO Global da JBS, que iniciará a apresentação.

Por favor, senhor Tomazoni, pode prosseguir.

Gilberto Tomazoni: Bom dia a todos e muito obrigado pela presença neste *call* de apresentação dos nossos resultados no segundo trimestre de 2022.

Como vamos destacar ao longo desta apresentação, reportamos expressivos resultados neste trimestre, a começar pelo crescimento de 16% em dólares, adicionamos US\$2.5 bilhões no faturamento líquido nesse trimestre em relação ao segundo trimestre de 2021. O crescimento tem sido nossa tônica, desde 2020 já investimos no crescimento US\$4.5 bilhões, sendo 2.3 bilhões em aquisições e 2.2 bilhões em Capex de expansão e modernização, sendo que parte importante desses investimentos de Capex entra operação no final deste ano.



Além do crescimento, temos também remunerado os acionistas. Neste mesmo período, ou seja, desde 2020 retornamos aos nossos acionistas US\$4.9 bilhões, sendo 2.1 bilhões em dividendos e 2.8 bilhões em recompra de ações.

A gestão financeira realizada pela companhia, que alongou a dívida de 6.3 para 8.8 anos e reduziu seu custo e o confortável nível de alavancagem em 1.65 vezes em dólares, colocam a JBS em condições de manter a sua história de crescimento. Outro ponto importante, os números desse trimestre mostram como a nossa plataforma global, que é baseado numa estratégia multi-proteína e multi-geografia, é um dos principais diferenciais competitivos da empresa. A medida em que o mercado americano de carne bovina passa por um processo de normalização de margens, os negócios de aves na América do Norte e no Brasil se mostraram fortes, como demonstra os resultados da Pilgrim's e da Ceara. Além disso, negócios de bovinos no Brasil e na Austrália iniciaram um ciclo positivo com aumento das margens da Friboi e da JBS na Austrália. Ou seja, a queda das margens do segmento de bovinos nos Estados Unidos foi quase que na totalidade compensado pelos outros negócios da companhia.

Estes números demonstram que a combinação única do nosso portfólio traz estabilidade aos nossos resultados, mesmos que estejamos operando em segmentos de negócios que individualmente podem ter maior volatilidade, nós temos uma estabilidade de resultados, como pode ser visto na página 3.

Aqui cabe destacar um outro grande diferencial da JBS, a nossa grande capacidade gerir diferentes negócios em países e culturas diferentes com a mesma excelência operacional. Isso nos permite continuar a abrir novas avenidas de crescimento, como foi o caso do *plant-based*, do salmão ou aquicultura e da proteína cultivada. Foi essa competência que transformou a JBS de um pequeno frigorífico no interior do Brasil na maior empresa de alimentos do mundo. Essa capacidade foi construída por meio do foco absoluto nas pessoas, no nosso modelo de negócio, que é baseado na simplicidade, na gestão, na autonomia e de uma forte cultura corporativa. São os nossos valores e crenças que guiam atitudes diárias dos nossos mais de 250.000 colaboradores ao redor do mundo e onde eu dedico grande parte do meu tempo: gente, cultura, *mindset*.

A nossa excelência operacional, assim como o nosso compromisso com a governança e com a sustentabilidade, foi reconhecido mais uma vez com o grau de investimento de S&P alcançado neste trimestre. Agora temos o status de *full investment grade* nas três principais agências de classificação de risco do mercado; S&P, Moody's e Fitch. Outro ponto importante é o foco que temos dado no desenvolvimento do nosso *road map* para sermos *net zero* até 2040. Nosso prazo para apresentá-lo SBT aí se insere em julho do próximo ano, mas queremos apresentar o SBTis se encerra em julho do próximo ano,, mas queremos apresentá-lo antes desse prazo.



Parte das ações já está em andamento. Nesse sentido, o segundo trimestre de 2022 registou novos avanços da nossa estratégia ESG. Um grande destaque foram os investimentos em economia circular, inauguramos a terceira fábrica de biocombustível localizado na cidade Mafra, em Santa Catarina, e demos início ao negócio de fertilizantes, a Campo Forte. Nos Estados Unidos, estamos apoiando a construção do centro de inovação de confinamento da Universidade de Nebraska, que vai pesquisar iniciativas que promovem a redução da emissão na pecuária, uma das prioridades da JBS. Esse projeto se soma à nossa parceria com a Universidade do Colorado para pesquisar a tecnologia de captura de carbono.

Em um momento que a segurança alimentar e a sustentabilidade dominam a agenda mundial, nosso propósito de alimentar pessoas do mundo inteiro se torna muito mais relevante, por isso temos nos concentrado naquilo que controlamos. Buscamos ser os melhores naquilo que nos propusemos a fazer e em contribuir para uma construção de um mundo melhor, mais justo, mais sustentável para nós e para as próximas gerações.

Meu muito obrigado e agora eu vou passar a palavra para o Guilherme, que irá entrar no detalhe dos nossos resultados. Guilherme, por favor.

Guilherme Cavalcanti: Obrigado, Tomazoni. Vamos passar aos destaques operacionais e financeiros do segundo trimestre de 2022 a partir do slide 23.

Gostaria de iniciar destacando que a S&P recentemente atribuiu uma classificação de grau de investimento para a JBS no trimestre, fruto do sólido desempenho operacional e financeiro atrelado às melhorias substanciais na frente de ESG. Com a classificação de grau de investimento da S&P, a JBS passou a ter classificação de grau de investimento pelas três agências de ratings já que a Moody's e a Fitch haviam elevado os ratings no ano passado. Como resultado, diversos detentores de *bonds* solicitaram que registrássemos os títulos na SEC. Desse modo, conforme comunicado divulgado no dia 2/08/2022, anunciamos uma oferta de troca de notas sêniores e solicitação para alteração das escrituras de alguns *bonds* com o objetivo de se adequarem às escrituras dos *bonds investment grade* emitidos em junho de 2022.

Os registros das notas serão importantes para ampliar a base potencial de investidores, a liquidez das notas e a confiança dos investidores,, além de simplificar a estrutura de capital da companhia. Conforme citado anteriormente, gostaria também de destacar os três *bonds investment grade* emitidos em junho deste ano, que totalizaram US\$2,5 bilhões, sendo US\$500 milhões com cupom de 5.125% com vencimento em 2028, US\$1.250 bi com cupom de 5.75% com vencimento de 2033, e US\$750 milhões com cupom de 6.5% e vencimento em 2052. Os recursos foram utilizados de modo a não ter impacto na alavancagem por meio de pagamento antecipado de US\$1.8 bilhão em notas sêniores, US\$500 milhões do *term loan B* e US\$400 milhões de dívida de curto prazo, sendo que



US\$200 milhões pagos com recursos da emissão e US\$200 milhões do caixa próprio da companhia. No Brasil, no início deste mês também contratamos uma *revolving credit facility* sem garantias no montante de US\$450 milhões com vencimento em 2025.

Toda essa gestão de passivos que realizamos fizeram com que a JBS aumentasse o prazo médio da dívida de 6,3 anos no segundo trimestre de 2021 para 8,7 anos no segundo trimestre de 2022. Para o mesmo período, o nosso custo médio caiu de 4,75 para 4,45% e a alavancagem financeira em dólares permaneceu em níveis bastante confortáveis, em 1,65 vezes.

Passando para o slide 24, no trimestre investimos aproximadamente R\$5,1 bilhões, ou US\$1,1 bilhão, da seguinte forma: retornamos R\$2,2 bilhões para os nossos acionistas por meio de dividendos, o equivalente a R\$1 por ação; realizamos recompra de ações no trimestre que totalizaram R\$1 bilhões – vale destacar o cancelamento de 26,7 milhões de ações em tesouraria que adquirimos em abril de 2022 e a abertura de um novo programa de recompra de 113 milhões de ações –, também investimos R\$1,5 bilhão em modernização e expansão de nossas unidades produtivas; e investimos globalmente aproximadamente R\$450 milhões em iniciativas ESG.

Por fim, gostaria de destacar o retorno recorde sobre o capital investido, que foi de 26,1% considerando o segundo trimestre numa visão dos últimos 12 meses.

Vamos passar agora para o slide 26, onde temos os destaques operacionais e financeiros do trimestre. A receita líquida do segundo trimestre 2022 foi de R\$92,2 bilhões, representando um aumento de 7,7% na comparação anual, o EBITDA ajustado totalizou R\$10,4 bilhões e que representa uma margem de 11,2% no trimestre, o lucro líquido foi de R\$4 bilhões no trimestre, o que representa um lucro por ação de R\$1,78 por ação, ou US\$36 centavos por ação. Considerando os últimos 12 meses a partir do encerramento do trimestre, a receita líquida foi recorde, alcançando R\$373 bilhões, ou US\$71,2 bilhões, um EBITDA ajustado de R\$48 bilhões, ou US\$9,1 bilhões, um lucro líquido de R\$23,2 bilhões, ou US\$4,4 bilhões, ou R\$9,77 por ação ou US\$1,86 por ação.

Por favor, passando agora para o slide 28, o fluxo de caixa operacional do trimestre foi de R\$4,1 bilhões, o fluxo de caixa livre no trimestre foi R\$380 milhões, a menor geração de caixa livre foi resultado de maiores investimentos em expansão e aumento dos impostos pagos. Nos últimos 12 meses, a geração de caixa operacional foi de R\$24,5 bilhões e o fluxo de caixa livre de R\$9,7 bilhões. Excluindo pagamentos não recorrentes de R\$3,7 bilhões e o Capex de expansão no montante de R\$6,1 e bilhões, o fluxo de caixa livre dos últimos 12 meses é R\$9,4 bilhões, uma conversão de um 41% do EIBTDA ajustado.



Conforme comentado, também temos aumentado os investimentos no crescimento orgânico da companhia. No gráfico na parte inferior do slide, podemos notar o nosso Capex no trimestre, que totalizou R\$2,6 bilhões, dos quais 57% referem-se a investimentos em expansão e modernização.

Passando para o slide 29, temos a evolução do nosso perfil da dívida. A dívida líquida do segundo trimestre 2022 encerrou em R\$78 bilhões, um crescimento de R\$11,6 bilhões na evolução trimestral explicado principalmente por aumento de capital de giro de R\$2,6 bilhões impactado principalmente pelo aumento no contas a receber dado o aumento dos preços médios, principalmente na Seara e PPC, e aumento dos estoques como consequência de maiores compras de gás no final do trimestre aproveitando oportunidades de mercado no Brasil e o maior custo dos grãos. No trimestre, também tivemos dispêndios de R\$3,2 bilhões como parte da remuneração aos acionistas via recompras e dividendos, e Capex de R\$2,6 bilhões, conforme comentado, e impostos no montante de R\$2,5 bilhões. A alavancagem líquida ficou em 1,65 vezes em dólares e 1,64 vezes em reais, enquanto que a cobertura de juros passou de 9,2 vezes no segundo trimestre de 2021 para 11,2 vezes no segundo trimestre de 2022, ambos índices extremamente confortáveis.

Além disso, é importante ressaltar a nossa posição confortável de liquidez. Encerramos o trimestre com um caixa de R\$19,3 bilhões, que em conjunto com linhas *revolving* de R\$11,6 bilhões nos Estados Unidos e R\$2,4 bilhões no Brasil nos conferem uma liquidez total de R\$33 bilhões. Considerando os pagamentos em julho, o *term loan* B de US\$500 milhões e as linhas de dívida de curto prazo no montante de US\$400 milhões, o prazo médio da dívida passa para 8,7 anos no segundo trimestre.

Vamos passar agora para as unidades de negócio. Começando com a Seara no slide 30, a receita líquida do trimestre cresceu 20%, resultado do crescimento dos preços do mercado doméstico e exportação. No mercado doméstico, apesar do crescimento da receita em todas as categorias, a categoria de produtos preparados foi o grande destaque com um aumento de 19% no preço médio de venda e de 5% no volume, resultado dos investimentos em expansão, qualidade, preferência e inovação que temos realizado nos últimos anos. No mercado externo, a receita líquida em dólares aumentou 28% em relação ao segundo trimestre de 2021 resultante dos maiores preços médios dado o volume estável no período. Vale destacar que a oferta mundial de frango tem sido limitada pela gripe aviária na América do Norte, Europa, menor produtividade da genética avícola e o conflito entre Ucrânia e Rússia.

Em relação ao custo cenário para os custos de produção, especialmente o da ração, continuou bastante desafiador mesmo diante da melhora no preço do milho na comparação anual. Contudo, por meio da melhor execução comercial, mix de mercados e canais e eficiência operacional, a Seara atingiu o maior EBITDA da



sua história em R\$1,5 bilhão. No trimestre, a marca Seara recebeu duas importantes conquistas de acordo com o ranking Kantar Brand Footprint 2022, a Seara está entre as cinco marcas mais escolhidas pelo brasileiro, ganhando 91 posições em oito anos e a marca Seara foi considerada a marca Brasileira mais valiosa do setor, segundo a revista IstoÉ.

Passando agora para o slide 31, a JBS Brasil registrou uma receita líquida de R\$14 bilhões, 10,8% maior do que o segundo trimestre do ano passado. No mercado externo, apesar do preço médio de exportação atingir os maiores patamares históricos durante o trimestre, a queda dos volumes para a China dado o *lockdown* no país e a suspensão de uma importante planta para exportação, pressionou as vendas para este destino. Contudo, a companhia veio aumentando suas exportações para outros destinos, como Filipinas e Emirados Árabes.

No mercado doméstico, o crescimento de 12,7% na categoria de carne bovina *in natura* é explicado pela estratégia da companhia de seguir impulsionando o portfólio de valor agregado e trabalhar as marcas junto aos consumidores, além de aumentar o número de clientes chaves com elevado nível de preço por meio do Açougue Nota 10. Deste modo, a rentabilidade dessa unidade, mesmo impactada pela alta do preço médio de aquisição do gado, evoluiu 2,3 pontos percentuais na comparação anual.

Passando agora para o slide 32 e falando a partir de agora em dólares e em USGAAP, a receita líquida JBS Beef North America foi de R\$5,5 bilhões, um aumento de 2,7 comparado com o segundo trimestre 2021 e o EBITDA foi de US\$624 milhões com margem de 11,3%. No mercado doméstico, mesmo com o atraso do início do *grilling season* em virtude das condições climáticas atípicas para o período, a demanda por carne bovina permaneceu aquecida, contribuindo positivamente para o crescimento da receita líquida. No mercado internacional, apesar da ainda lentidão dos portos americanos, as exportações de carne bovina aumentaram 7,4% em volume durante o segundo trimestre de 2022. O mercado asiático continua sendo o comprador mais importante, notadamente a China, que mesmo diante dos *lockdowns* durante o período mantiveram os volumes de compra elevados, crescendo mais de 35% no acumulado ano, segundo os dados do USDA.

Passando agora para 33, temos a JBS Austrália. A receita líquida foi de US\$1,7 bilhão, um aumento de 32% quando comparado ao segundo trimestre do ano passado e o EBITDA ajustado foi de US\$106 milhões com margem de 6,3%. As vendas no mercado interno, que representaram 39% da receita total do período, foram 12% superiores ao ano passado impulsionadas pela aquisição da Huon e Rivalea, que possuem grande foco no mercado e pela recuperação da demanda dos canais de varejo e *food service*. No mercado externo, a receita líquida aumentou 49% em relação ao segundo trimestre 2021 explicado pela demanda



que continua forte nos mercados chaves, tais como Estados Unidos, Coreia do Sul e Japão.

Passando agora para a JBS USA Pork, a receita líquida foi de US\$2,1 bilhões, um aumento de 4,2% comparado ao segundo trimestre 2021 com EBITDA ajustado de US\$214 milhões com margem de 10,1%. No mercado doméstico, segundo informações de USDA, a produção de carne suína foi ligeiramente menor no período como consequência de uma redução da disponibilidade de suínos para o abate, aumentando o custo dos animais. Contudo, a demanda aquecida sustentou os preços em níveis elevados ainda que menores quando comparados no mesmo período de 2021. No mercado internacional, os números do USDA mostram que os volumes de exportação de carne suína dos Estados Unidos caíram 17,7% na comparação anual dado o menor volume exportado para importantes mercados consumidores.

Para a JBS, o negócio de suínos nos Estados Unidos cresceu em faturamento e margens na comparação anual em razão do mix de vendas de produtos de maior valor agregado, que continua adicionando resultado relevante para a companhia.

Até Pilgrim's Pride, no slide 35, apresentou receita líquida de US\$4,6 bilhões no segundo trimestre, aumento de 27% em relação ao segundo trimestre 2021 e EBITDA ajustado de US\$623 milhões com margem de EBITDA de 3,5%. Nos Estados Unidos, a demanda robusta, as melhoras operacionais e portfólio de produtos diversificado, a boa rentabilidade do negócio de *big birds* e o contínuo crescimento dos produtos com marca foram os principais impulsionadores do aumento da rentabilidade no período.

No México, a rentabilidade foi impactada por doenças sazonais que reduziram a eficiência na produção, mas que foi parcialmente compensada pela forte demanda do país e pela contínua melhora operacional. Na Europa, a recuperação dos resultados foi consequência da maior diversificação do produto, otimização da produção e foco em parcerias com clientes chaves para compensar custos inflacionários.

Para concluir, eu gostaria de passar para o slide 36, que mostra que as nossas exportações totalizaram R\$24 bilhões, ou US\$5 bilhões, no trimestre com aproximadamente 170 países fazendo parte dessas exportações.

Com isso, gostaria de abrir, então para a nossa sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

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



E nossa primeira pergunta vem de Tiago Bortolucci, Goldman Sachs.

Tiago Bortolucci: Oi, pessoal, bom dia a todos, Tomazoni, Cavalcanti, Nogueira, Wesley e Cris, parabéns pelos resultados e obrigado pela apresentação e por tomarem as perguntas. Eu tenho duas, a primeira é com relação ao momento em US Beef. O Cavalcanti na apresentação comentou o *delay* do *grilling season*, eu queria entender no sequencial como que o momento no doméstico tem evoluído e como a gente deveria imaginar a margem sequencialmente evoluindo em US Beef. Essa é a primeira pergunta.

E a segunda pergunta é com relação à Austrália, o quanto de risco vocês entendem que o surto que está acontecendo de febre aftosa na Indonésia poderia afetar o *outlook* da produção para lá. São essas perguntas. obrigado, pessoal.

Gilberto Tomazoni: Tiago, obrigado pela pergunta, pelas perguntas, né. Eu vou passar para o André para que o André fale do momento de US Beef e depois, Wesley, se você pode entrar na sequência e responder sobre esta questão da Austrália.

André Nogueira: Bom dia, Tiago, obrigado pela pergunta. Tiago, a margem continua movendo em direção a uma normalização, ainda está acima do que a gente considerava histórico ou margem, eu não consigo te dizer qual vai ser esse novo patamar de margem ainda, você tem muitos fatores, os Estados Unidos está com uma exportação muito forte vindo principalmente da demanda da Ásia, este ano vai ser recorde absoluto do volume de exportação dos Estados Unidos, o *cutout* está estabilizado, tem estado estabilizado durante todo esse verão num patamar muito acima do patamar normal, e preço no supermercado do *retail* americano, embora o *cutout* tenho caído, eles têm mantido os preços num patamar elevado, isso claramente tem dado algum impacto em demanda, principalmente nos preços nos cortes *beef* mais nobre, mas o consumidor americano, apesar de uma pressão inflacionária muito grande, o nível de desemprego nos Estados Unidos está num nível baixíssimo historicamente, o aumento de renda do trabalhador, principalmente trabalhador de nível de renda mais baixo, continua bastante forte, está 6% esse ano, o que compensa um pouco o nível de inflação, então tem muitas variáveis ainda para a gente dizer como é que vai ser esse comportamento, mas claramente tem uma pressão principalmente na demanda seguido do *retail* principalmente nos cortes mais nobres.

Eu acho que a gente vai continuar assistindo esse processo de *beef* continuando movendo para uma margem normalizada. Qual é essa normalização, acho que a gente vai ter que esperar alguns trimestres pra entender qual é esse nível de margem normalizado, mas ainda num patamar bastante saudável do ponto de vista histórico.



Wesley Batista: Tiago, bom dia. Sobre a Austrália, a Austrália é um dos países que tem a melhor segurança sanitária do mundo até por ser uma ilha, né, um dos países que tem um cuidado com isso maiores que têm. Então, apesar de a gente estar acompanhando a situação, e claramente da importância para um potencial risco de febre aftosa, a gente não acha que é um risco grande, um risco que seja relevante pra gente acompanhar com muito cuidado pensando de margens assim para o futuro, pensando na situação da Austrália para o futuro. Então, a gente acompanha, mas como a Austrália tem um controle super, super acirrado com isso, a gente não vê que isso pode ser um risco relevante agora no futuro.

Tiago Bortolucci: Tá claro, obrigado, pessoal.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Isabela Simonato, Bank of America.

Isabela Simonato: Tenho duas perguntas, a primeira é em relação ao capital de giro. A gente [...]

Gilberto Tomazoni: Isabela, não sei se você está falando, nós não estamos ouvindo.

Isabela Simonato: Ah não? Espera só um minutinho.

Gilberto Tomazoni: Não sei se está baixa sua...

Isabela Simonato: Melhorou agora?

Gilberto Tomazoni: Ah, agora ficou bom.

Isabela Simonato: Ah, desculpa. Duas perguntas, a primeira em relação à capital de giro, vocês mencionam no *release* que teve algumas pressões, principalmente em recebíveis e estoques por conta da logística e etc., queria que vocês dessem um pouco mais de cor e *update* pra frente, como vocês enxergam uma normalização desse ciclo.

E a segunda pergunta é em relação à Seara, a gente viu uma expansão de imagem representativa esse tri mesmo com o preço do grão ainda um pouco elevado e como vocês estão olhando pra frente em relação a ciclo de frango no Brasil, exportação e também obviamente algum *update* de custo. Obrigada.

Gilberto Tomazoni: Obrigado, Isabela, pela pergunta. Vamos fazer assim, Guilherme, você responde essa questão do capital de giro e depois o Wesley complementa respondendo à questão da Seara.



Guilherme Cavalcanti: OK. Bom dia, Isabela, obrigado pela pergunta. Bom, então, Isabela, eu vou colocar os pontos que impactaram o capital de giro e já vou dar, então, uma noção do que pode se prever pra frente, né.

Então, o primeiro impacto foi imposto de renda, a gente teve no segundo trimestre deste ano R\$1 bilhões a mais de pagamento de imposto de renda contra o segundo trimestre do ano anterior e isso basicamente foi devido a uma maior lucratividade nos Estados Unidos e do ajuste que você faz todo abril em relação ao ano anterior. Nos próximos trimestres, acho que a estimativa que você pode usar é da alíquota efetiva que a gente teve do primeiro semestre de 21%, e os próximos trimestres ele tende a ser mais linear, o segundo trimestre é que você tem esse impacto de ajuste do ano anterior.

Depois a gente teve um impacto, né, e aí não é no capital de giro, é no fluxo de caixa livre, mas também acho que vale a pena a gente entrar, de R\$600 milhões a mais em juros, isso aí basicamente se deve que a gente antecipou pagamento de dívidas, a gente liquidou dívidas antecipadamente e você paga juros *accruados* na cabeça e você tem outros custos relacionados a isso, só que ao fazer isso você alonga e reduz o custo médio de dívida, que esse benefício se dá ao longo do tempo. Então, só pra ter uma ideia, o *liability management* que a gente fez em junho tem um valor presente positivo de US\$32 milhões, então você paga, você tem um consumo de caixa, mas você vai revertendo isso pra frente ao longo de um juros menor.

Depois a gente teve um Capex – ainda também dentro do fluxo de caixa livre – a gente teve um Capex de expansão e aquisição de R\$600 milhões a mais nesse trimestre em relação ao trimestre anterior, que são as expansões das plantas que a gente está construindo, e essa expansão gera também um investimento em capital de giro que você tem que encher o *pipeline* para expansão basicamente em ativos biológicos, então tanto suínos quanto frangos a gente começa a encher os ativos biológicos preparados para o abate quando elas ficarem prontas, então isso tem um impacto no capital de giro, que está presente nesse trimestre.

Tanto esse item do Capex de expansão quanto do investimento de capital de giro, ele começa a retornar via receita e EBITDA e fluxo de caixa livre à medida que as fábricas começam a entrar em operação, e aí você tem um retorno sobre esse investimento. O retorno sobre o capital investido da JBS nos últimos 12 meses foi de 26%, então, ou seja, o crescimento da companhia demanda capital de giro e a gente tem alavancagem baixa e liquidez e crédito suficiente para, como o Tomazoni falou no início da apresentação, de manter esse crescimento.

O outro ponto foi o preço dos grãos nos estoques de matérias-primas, o ativo biológico hoje está carregando um custo maior, e pra frente isso vai depender da evolução do preço dos grãos. Mas, de novo, a gente tem hoje uma alavancagem baixa e a liquidez para aproveitar a oportunidade se, por exemplo, o preço dos



grãos cai bastante, a gente pode tomar uma decisão estratégica de investir em capital de giro para aumentar o estoque se essa oportunidade aparecer, então isso é uma flexibilidade financeira que a companhia conquistou e que tem valor de longo prazo, apesar de às vezes ter um consumo de caixa no curto prazo.

Outro ponto foi de cargas logísticas das exportações para a China, principalmente das carnes congeladas da exportação Estados Unidos, e isso já começou a se reverter em julho e continua a se reverter agora em agosto. Então, nesse item a gente tem uma liberação aí de capital de giro nesse trimestre.

E, por fim, assim, ao longo dos últimos trimestres, a gente tem reduzido o prazo de fornecedores porque, de novo, a gente com uma alavancagem baixa, a gente não precisa alongar prazo de fornecedor quando você embute o custo financeiro no preço da mercadoria. De novo, a gente não precisa de ter uma alavancagem muito baixa e a gente só alonga prazo de fornecedor agora quando você não embute o custo financeiro no preço da mercadoria.

Então, a gente vê que pra frente tem direções opostas aí: um, a gente vai liberar estoques; por outro lado a empresa continua a crescer e encher esse *pipeline*. Mas, de qualquer jeito, o terceiro e o quarto trimestre do ano sempre são trimestres que têm um consumo de capital de giro bem mais baixo do que o primeiro semestre, então se a gente pegar o ano passado, o ano passado o consumo de capital de giro do segundo semestre foi um pouco menos da metade do consumo de capital de giro do primeiro semestre. Quer dizer, em termos de sazonalidade você tende a ter um consumo menor, mas, de novo, você tem que ter essas variáveis que a gente pode ter decisões que têm retorno num prazo mais longo, quando você olha o fluxo de caixa livre num prazo mais longo, por isso que eu frisei, por exemplo, o nosso fluxo de caixa livre dos últimos 12 meses, o nosso retorno sobre capital investido porque você pode ter um trimestre de consumo maior e fatores que vão estar gerando um valor para o acionista quando a gente olha um prazo mais longo.

André Nogueira: Bom dia, Isabela. Sobre custo, Isabela, obviamente a gente está vendo uma ótima safrinha no Brasil, então isso tem trazido o preço do milho no Brasil a níveis mais baixos, claro que isso não afeta nem o segundo tri e o começo do terceiro tri, uma parte grande do terceiro tri a gente não vai ver esse efeito, mas obviamente é otimista, é um sinal bom para o futuro. Claro que também tem duas definições que para o futuro vai ser super influente na nossa questão de custo de milho, que é tanto o dólar quanto a definição da safra nos Estados Unidos para o milho global, mas também para o Brasil.

Então, a gente continua acompanhando isso e, como o Guilherme falou, a gente está numa posição superpreparada aí para conseguir ter uma possibilidade de pegar uma oportunidade boa de mercado se essa oportunidade vier.



Sobre ciclo de frango, a gente tem visto das duas formas, das duas coisas, né, demanda e oferta. A demanda tem sido muito boa tanto no mercado externo quanto no mercado interno, como é uma proteína comparada com outras como o bovino que é supercompetitivo, então a gente tem visto uma força grande na demanda de frango, na exportação também, bastante forte, bastante também conectado com a questão da Ucrânia, com alguma questão de influenza aviária e a questão também de menor produtividade da genética no mundo.

Então, a gente vê um cenário de frango bastante relevante, bastante positivo e a gente vê esse cenário se carregando para o futuro.

Por outro lado, assim, a Seara entregou um resultado forte esse trimestre, grão uma parte importante foi os suínos, mas não só aves, mas não só isso, suínos também teve uma melhora importante, obviamente não quando comparado com o que a gente vinha em anos anteriores, mas teve uma recuperação importante, e os alimentos preparados também, Isabela, a gente tem conseguido avançar bastante na nossa marca, no tamanho do nosso negócio de alimentos preparados, conseguimos repassar preço com a pressão de custo que a gente vem enfrentando e conseguindo através do que a gente vem fazendo de qualidade, fazendo no trabalho da nossa marca, a gente vem conseguindo avançar esse negócio, que tem sido um pilar importante da rentabilidade da Seara.

Isabela Simonato: Tá super claro, gente, obrigada.

Operadora: E nossa próxima pergunta vem de Ricardo Alves, Morgan Stanley.

Ricardo Alves: Bom dia, Tomazoni, Guilherme e todo o time da JBS, obrigado pelo *call*. Só resposta bem completa, Guilherme – obrigado pelos detalhes em fluxo de caixa –, sobre *working capital*, só mais um detalhe, vocês mencionaram, acredito que no *release*, que vocês aproveitaram a oportunidade para ser mais agressivo em compra de gado aqui no Brasil. Eu queria só um pouco mais de granularidade nesse sentido, a arroba se manteve alta ainda, então eu só queria entender um pouco essa oportunidade que vocês viram e se isso também se traduz num benefício mais significativo, mais de curto prazo também na medida que você processa esse inventário bovino. Então, queria saber quão significativo foi isso.

E a segunda pergunta, voltando a Beef North America, então acredito que para o André, os *spreads*, de fato, eles continuam de lado e eu só queria tentar entender um pouco mais do meu detalhe, André, a demanda na ponta quando você olha as últimas semanas, agosto acho que é um mês muito importante quando os *retailers* começam a se posicionar para o final do *grilling season* e *labor day*, se você vê uma melhora nesse sentido. Talvez especificamente com relação ao *labor day* se os estoques eles melhoraram um pouco na cadeia, principalmente nos varejistas o



estoque estava muito alto, então se tiver alguma granularidade nesse sentido também nos ajudaria. Muito obrigado, pessoal.

Gilberto Tomazoni: Guilherme, completa aí o negócio de capital de giro que o Ricardo pediu, depois o André pode ajudar aí pra entender essa questão do Beef Nort America.

Guilherme Cavalcanti: Então, Ricardo, em junho a gente aumentou a compra de gado para se aproveitar exatamente do um terço menor do gado que veio caindo até por questões da China e esse gado, de fato, vai ser abatido no terceiro trimestre, então você tem sim um benefício. Então, no corte do trimestre você tem esse aumento do estoque porque a gente aproveitou uma oportunidade de comprar alguns milhares a mais de cabeças de gado, que, de fato, a gente tem um benefício que vai depender, no caso, a rentabilidade vai depender do preço de venda, mas o preço do gado já foi comprado num preço mais vantajoso.

Ricardo Alves: E esse aumento de estoque, Guilherme, ele foi muito significativo? Desculpa, o aumento de estoque, boa parte dele foi explicado por esse movimento ou foi um componente menos relevante no aumento de estoque?

Guilherme Cavalcanti: Foram R\$300 milhões, ou seja, 30% a mais no estoque por isso, foram 50.000 cabeças de gado.

Ricardo Alves: Tá, obrigado.

Gilberto Tomazoni: Isso aí volta tudo, né, Ricardo. Acho que ficou claro na explicação dele, do Guilherme, que você tem a compra, entrou o custo, entrou o capital que você usou e a venda exatamente quando muda o calendário, ela está entrando agora, então isso aí, na verdade, é só por uma questão de data, de calendário, não tem nada a ver com algum problema. Ao contrário, tem que vir a margem desse capital investido aí.

André, você ajuda com essa questão do Beef North America, do posicionamento aí dos *retails*?

André Nogueira: Oi, Ricardo. Está um pouco cedo ainda para antecipar e ter clareza se os *retailers* vão promover *beef* de forma mais agressiva. De novo, preço de *beef* no *retail* tem estado em patamar bastante elevado, não acompanhou a queda do *cutout*, se você for olhar *cutout* agora comparado com o mesmo período ano passado está abaixo e o preço do *retail* não está. E está cedo ainda para a gente ter uma visão se eles vão promover mais agressivamente agora neste próximo feriado aí americano. O que tem é que normalmente no final de julho/início de agosto, se você olhar essas horas o normal dos anos anteriores, tem uma queda de preço do *cutout* e essa queda não aconteceu, essa queda não



aconteceu. Nós temos, na verdade, *traidado* um *cutout* muito estável desde o início do verão e continua nesse patamar muito estável.

O número de gados em confinamento, último divulgado pelo USDA, nós estamos com 0.4% acima do que estava no mesmo período do ano passado, então a oferta de gado que está no confinamento aí vai ser boa para esses próximos 6 meses, mas temos que ver, temos que ver ainda quanto o *retail* vai promover e como é que vai ser a reação do consumidor.

A exportação continua forte para a Ásia, mas o mercado doméstico acho que as próximas três semanas vão indicar. O que a gente normalmente vê é que a partir de agora, a partir do final da segunda quinzena de agosto, você tem um movimento de apreciação normal do *cutout* por conta do feriado e depois já antecipando aí o consumo de final de ano. Mas está um pouco cedo no mercado, eu acho, assim, que agora eu estou satisfeito em ter visto que pelo menos o *cutout* não teve a queda normal que teria em final de julho/início de agosto.

Ricardo Alves: Perfeito, André, muito claro. Obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Leonardo Alencar, XP Investimentos.

Leonardo Alencar: Bom dia a todos. Eu queria fazer uma pergunta a respeito mais de Austrália, como vocês estão começando a separar essa operação debaixo da operação JBS Beef e como a Austrália mesmo tem passado aí por um desafio de um bom tempo de reconstrução de rebanho, então acho que eu queria ter uma percepção de vocês o que que vocês acham que é uma margem estabilizada para Austrália, o que que seria uma recuperação prevista pensando na operação de *beef*, mas ouvir um pouco também em relação à operação de suínos, como é que está performando, como é que até a relação política aí Austrália e China, que estava meio fragilizada, pode favorecer eventualmente quando melhorar a negociação? E um pouco também na leitura de pescados, né, que acho que tem uma dinâmica diferente, sazonalidade diferente.

Então, ouvir um pouquinho mais das operações da Austrália, se possível.

Gilberto Tomazoni: Wesley, você pode responder ao Leonardo

Wesley Batista: Bom dia, Leonardo. A gente está tendo uma situação climática na Austrália bastante interessante, já faz bastante tempo que o clima na Austrália está muito positivo para o produtor segurar e reter o rebanho dele, que tem sido muito positivo para recuperar e crescer o rebanho, né. Então, a gente está vendo, assim, no curto prazo isso tem gerado obviamente uma restrição de oferta, que a gente tem sentido no ano passado, este ano ainda estamos sentindo, devemos sentir agora no curto prazo, no terceiro tri ainda e por um período, mas que com



certeza para o ano que vem, principalmente para o ano depois, vai ser muito positivo para toda a indústria de bovino na Austrália. A gente vinha de uma eliminação de rebanho muito forte, talvez histórica, que agora também está tendo uma recuperação muito forte também histórica. O clima tem sido basicamente perfeito, chovendo exatamente quando precisa, nas regiões que precisa para poder ter essa recuperação forte igual está tendo.

Então, a gente vê ainda este ano razoavelmente desafiador, para o ano que vem já uma melhora relevante e para 2025 a gente vê uma melhora ainda melhor.

Sobre os outros negócios, o negócio do suíno e o negócio do salmão, a gente tem trabalhado agora na integração desses negócios levantando as sinergias que a gente tem tanto comercial quanto produtiva. No negócio de suínos, tem bastante sinergia operacional, então a gente já tem nosso time global, que traz todos os *benchmarks* nosso de Estados Unidos e de Brasil, já foi lá, fez um mapeamento bastante intensivo, é um negócio que já é rentável hoje em dia, mas tem a possibilidade de... tem bastante *gap* para capturar, então tem uma oportunidade de melhorar os resultados no negócio de suínos relevante na Austrália tanto na agropecuária quanto na parte de operações.

E tanto o negócio de salmão quanto o negócio de suínos tem uma sinergia bastante relevante comercial. O Guilherme comentou nos *remarks* aí no começo que a gente tem uma presença... que esses dois negócios eles têm uma presença relevante no mercado doméstico, então as nossas unidades de negócios tanto da Primo quanto do negócio de bovinos tem conseguido ajudar a posicionar o nosso negócio de suínos e nosso negócio de salmão junto com os varejistas locais.

Então, a integração tem sido boa, tem bastante sinergia tanto operacional quanto comercial e esses dois negócios com certeza vão ser negócios que vão elevar, vão elevar a média da rentabilidade da Austrália para cima. Então, a gente está com a Austrália com uma rentabilidade de *mid single digit*, a gente vê que tem um potencial de melhora pra frente, provavelmente mais perto todos os negócios juntos talvez mais perto de *high single digit*, mas ainda tem muito para ver com tanto a sinergia que a gente está falando dos suínos e do salmão. Para ter uma noção bastante mais... com mais *accuracy* de qual que é o EBITDA normalizado desse negócio pra frente.

Leonardo Alencar: Tá ótimo, agradeço. Só um pequeno *follow-up*, você tinha comentado aqui a respeito do programa de (incompreensível) na parte de aves. Eu entendo que nesse momento de inflação e *trade down* e até uma perspectiva de preço mais baixo de milho e soja, eventualmente deveria haver um aumento na produção de frango como *catch-up* em relação à demanda. Esse problema genética ou de eclosão, isso pode segurar, pode de repente sustentar margens da parte de frango maiores, por mais de tempo?



Gilberto Tomazoni: Leonardo... não, vai em frente, Wesley, depois eu complemento aí.

Wesley Batista: Não, a gente tem visto no Brasil os dados oficiais de alojamento, não tem grandes aumentos, então a gente vê que isso, de alguma forma, tem afetado a indústria como um todo. Tendo dito isso, a gente continua com nossos planos de expansão que a gente vem anunciando que, em algum momento entre o final deste ano e começo do ano que vem, deve começar a ter um efeito no nosso resultado.

Gilberto Tomazoni: Complementando aí, Leonardo, assim, quando a gente vê essa questão de inflação dos alimentos globais, obviamente o frango é, entre todas as proteínas animais, é a proteína mais competitiva, então normalmente tem uma tendência de aumento do consumo do frango globalmente, e essa questão que está colocada aí da genética é que as casas genéticas elas têm feito, ao longo do tempo, melhorias na genética e isso tem permitido essa evolução toda, essa competitividade do frango ao longo do tempo. Mas muitas vezes você quando faz a evolução em algum fator, acaba gerando alguns desafios em outras coisas, então ela tem melhoria, mas requer um manejo muito mais apurado, muito mais detalhado e que tem um aprendizado ao longo do tempo todo.

Então, a gente vê que ou por causa dessa genética que está demandando um trabalho maior – e que não é no Brasil, não é nos Estados Unidos, é globalmente – um trabalho mais lento que não tem levado a um aumento de eclosão, aumento de produtividade e número de animais, e tem essa questão da influenza, que ela é mais forte num país ou no outro país. Então, se você olha globalmente, você vê que a atividade frango não tem uma expectativa de um crescimento global de frango importante e deve ter uma demanda que normalmente acaba sendo maior nas proteínas de menor valor.

Obviamente que isso não se aplica lá na Ásia e que ela não afeta a questão que o André colocou antes das exportação de suínos porque é estrutural lá, é uma questão de aumento do poder aquisitivo e quando tem um aumento do poder aquisitivo tem uma melhora na dieta e normalmente essa melhora na dieta vai para uma questão mais aspiracional, que é a questão da carne bovina.

Então, assim, são coisas diferentes, a enxerga que o frango continua tendo uma demanda forte e não enxergamos uma expansão grande dada as condições que nós falamos e vemos a Ásia continuando forte na questão da carne bovina.

Leonardo Alencar: Tá ótimo, perfeito, tá claro. Muito obrigado a todos.

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



Lucas Ferreira: Bom dia, pessoal. Duas perguntas do meu lado, a primeira sobre Beef North America. Na minha pergunta, vocês falaram sobre o cenário, estão construtivos apesar da normalização do ciclo, se a gente olhar abate de fêmeas relativo ele continua bem alto no histórico, num *high* histórico, que mostra que uma parte grande do país ainda está em *liquidation*. Eu tinha perguntar, da margem do trimestre de vocês hoje, o resultado de hoje, quanto que vocês acham que ainda se beneficia de *liquidation*, ou seja, quanto que vocês comprem de gado em áreas de liquidação mais intensa e se vocês acham que isso não está gerando um risco de você acabar tendo ciclo, uma normalização mais, digamos, *hard landing*, né, uma margem no setor caindo mais forte, talvez abaixo da média histórica ao invés de um *soft landing*, que é o que eu acho que ainda é a visão média do mercado? Mas, assim, quanto que vocês acham que isso não está criando um risco de a gente ver talvez mais para o final do ano que vem, algum ponto ano que vem, uma queda mais acentuada, uma falta mais acentuada de oferta de gado?

E a segunda pergunta é só se vocês puderem falar de US *pork*, como é que vocês estão vendo o cenário, enfim, a margem continua ainda bem saudável, se vocês puderem falar um pouco de demanda e perspectiva de exportação, enfim, o que imaginar pra rentabilidade de US *pork*. Obrigado.

Gilberto Tomazoni: Lucas, obrigado aí pela pergunta, o André caiu na conexão, eu vou responder aqui e depois, quando o André voltar, ele pode complementar essa questão das respostas que por acaso ele pode ir mais no detalhe.

Mas quando você está falando do Beef North America, essa questão que você colocou aí do aumento de fêmeas, ela está muito mais localizado por uma questão de clima do que de uma questão de uma tendência, então quando você pega olhando uma região. Nós enxergamos essa questão é do Beef North America que é o *soft landing*, e aí nós não vemos que vamos ter um retorno que eram as margens no passado porque o negócio está muito diferente, principalmente por dois fatores: primeiro é que hoje nós temos uma – eu até comentei na resposta antes para o Leonardo – essa questão do aumento das importações de carne bovina estrutural pela Ásia dado ao aumento do poder aquisitivo, então o *beef* ele é aspiracional, tem uma melhora do poder aquisitivo, tem o aumento da demanda.

Então, assim, independente de que nós estamos falando, nós vamos ver a Ásia continuando a crescer as importações de carne bovina dado que a base de consumo per capita é muito baixo comparado ainda com os outros países. Então, assim, estruturalmente tem uma coisa que não tinha no passado, é uma exportação bastante forte de carne bovina. Esse é o primeiro ponto. O segundo é que o nosso negócio também está bem diferente do que foi no passado, nós ao longo do tempo investimos muito em melhoras e eficiências operacionais, em automações e em *improvements* que foram feitos nos nossos processos e mais, que é mais importante, um foco na gestão de programas de valor agregado, de mix. Então, o nosso negócio hoje, também em si e por si, ele é diferente do que foi



no passado e as exportações. Então, esses dois fatores, eles são fatores que devem ter a condições de prever que nós vamos ter uma margem diferente do que foi a margem do passado. Nós enxergamos que que vai ter uma normalização, o André até citou, não sabemos em que nível essa margem vai se estabilizar, mas nós enxergamos que as margens serão maiores do que foram as margens históricas desse negócio bovino.

No negócio de frangos, desculpe, de *pork* que citou, assim, primeiro, se você olhar o histórico do nosso resultado na nossa atividade de suínos, você percebe que tem uma grande estabilidade de resultado. Independente do que acontece no mercado, o nosso time tem conseguido fazer uma gestão de mix de canal e de mix de produto com maestria. Então, assim, o nosso negócio tem uma grande estabilidade. O que a gente vê é que a China estruturalmente recompôs o rebanho bovino, ela vai voltar a importar o que isso que importava no passado, aí 1,500, 1,600, 1700 milhão t de suínos, vai voltar a ser o que era. Por outro lado, a gente vê que essa questão da febre suína africana agora ela está se espalhando por outros países, então outros países acabam tendo dificuldades, inclusive países que não só são consumidores, mas também são produtores como a gente vê aumentando na Europa, a gente viu na Alemanha, a gente viu na Itália, como está vendo em outros países.

Então, assim, a perspectiva para o negócio de suínos para nós é uma perspectiva positiva tanto com a recomposição do rebanho nos Estados Unidos com a melhora que teve, porque no início teve um efeito da questão de sazonalidade de doença, que é uma coisa normal que acontece nos Estados Unidos, agora começa a recompor o rebanho, as exportação pelos fatores que eu citei estão voltando, então, assim, nós continuamos bastante positivo achando que o nosso negócio de suínos vai estar dentro do que tem sido o histórico dele.

Lucas Ferreira: Obrigado, Tomazoni.

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

Tiago Duarte: Olá, bom dia. Bom dia, Tomazoni, Guilherme, André, Wesley, bom dia a todos. Eu queria puxar o gancho do final dessa tua última colocação, Tomazoni, e acho que aí dá pra até estender a pergunta aos demais, chama atenção duas coisas: primeiro como as unidades de suínos, seja nos Estados Unidos ou sejam as unidades de suíno em Austrália e Seara, elas neste tri foram provavelmente as que pior performaram em relação às outras proteínas e também chama atenção quando a gente olha o preço do suíno em vários mercados, aqui estou olhando a exportação Brasil, estou olhando o mercado doméstico americano, o preço do suíno ele caiu muito em termos relativos à carne de frango, por exemplo, ou mesmo a carne bovina, então poucas vezes vimos o suíno tão barato, na média, em relação a outros cortes de outras proteínas. E aí puxando o gancho desse teu último comentário, Tomazoni, queria ouvi-los se não faz sentido



a gente imaginar que o preço do suíno ele deveria passar por uma correção para cima, ou se vocês acreditam que, na verdade, são as demais proteínas que talvez tenham que ter algum tipo de ajuste para baixo.

Então, queria comentar... eu entendi todas as questões mais estruturantes que você colocou, Tomazoni, mas pensando até mais no curto/médio prazo se não chama atenção de vocês essa discrepância de preço relativo do suíno em relação às demais proteínas. Essa é a primeira pergunta.

A sua pergunta, voltando para bovinos nos Estados Unidos, a gente, pela primeira vez em algum tempo, não ouviu falar muito seja da JBS ou mesmo de outros *players* da indústria sobre restrições de mão de obra, que vinham sendo há muitos anos um limitador relevante de adição de capacidade ou operação à plena capacidade. Aí queria ouvir, talvez se o André estiver de volta na linha, queria ouvir um pouco como é que isso tem se dado, foi um fator importante nos últimos anos para impedir grandes adições de capacidade na indústria bovina americana e a gente está ouvindo menos sobre isso, então seria uma discussão importante também.

E, por último, quando a gente vem para Brasil de novo, JBS Brasil, essa é uma unidade que eu acho que todos nós analistas e investidores temos uma dificuldade grande projetar, de traçar tendências de resultado porque é uma unidade que tem muita coisa ali dentro, não é só bovino. Mas eu queria ouvi-los um pouco, quando a gente olha essas margens do trimestre, como é que a unidade de bovinos Brasil propriamente dito ela se compara com essa margem média em relação aos outros negócios, como biodiesel, couros e etc.? Acho que só para a gente tentar traçar um pouco como é que bovinos está performando na operação de Brasil. Obrigado.

Gilberto Tomazoni: Tiago, obrigado aí pelas perguntas. Eu vou começar a responder essa questão dos suínos porque é um complemento da resposta que eu dei anteriormente, depois o André, eu acho que já voltou aí no *call* e eu acho que o André ouviu a sua pergunta sobre a questão do bovinos Estados Unidos e que você se refere à questão da restrição da mão de obra, quando isso vai impactar na frente na questão da produção de bovinos, e, Wesley, depois você pode tratar essa questão do Beef Brasil.

A questão dos suínos, assim, as questões estruturais aí, como você falou, eu já fiz a explicação sobre elas, o que eu vejo claramente eu tenho que a questão do preço do suíno no mercado ele foi impactado nesse período, neste ano, vamos falar, nesse semestre, bastante pela questão da recomposição do rebanho chinês. O mundo inteiro estava produzindo, atendendo uma demanda chinesa, acreditando que a recomposição do plantel da China tivesse uma recomposição mais lenta, a China conseguiu fazer num espaço de tempo bastante curto recompondo o seu plantel, apesar de ainda estar convivendo com essa questão



sanitária, ela já está bem gerenciável dentro da China e eles já recompuseram o seu plantel e,, como eu falei, antes, deve voltar a ter uma importação baseada muito no seu histórico e no que foi no período que teve no foco da influenza.

Isso fez com que no mundo inteiro, fez na Europa, no Brasil, nos Estados Unidos, todos esses mercados, eles ficam afetados, os Estados Unidos têm essa particularidade que eu citei antes da questão sanitária, mas no Brasil, pegando aqui o foco, é que estava-se preparado para uma exportação, a exportação não veio e essa demanda, essa é uma cadeia que não tem muito como represar, a oferta vai para o mercado e aí é a lei da oferta e da demanda, né, você teve uma oferta muito maior, você chegou a ver preço de suínos menores que preço de frango, que é uma coisa que não condiz com a história e até com o valor agregado dos produtos.

Então, você falou que você enxerga isso, eu tenho a mesma visão sua, eu vejo uma recomposição novamente dos níveis históricos, da relação histórica de preço entre as proteínas.

André Nogueira: Só complementar, Tomazoni...

Gilberto Tomazoni: Vai em frente.

André Nogueira: ... só complementar na questão ainda do suíno, você tem razão, Tiago, e nos Estados Unidos já está acontecendo porque você teve uma exportação menor pelos motivos que o Tomazoni já comentou, você teve uma importação maior, a produção nos Estados Unidos esse ano está um pouco menor do que ano passado, mas o *cutout* continua num patamar bastante elevado, isso quer dizer que a demanda tanto de *retail* de supermercados quanto de *food service* nos de Estados Unidos está bastante forte no suíno e eu acho que é por conta dessa relação de preço tanto com o frango quanto com o *beef*. Então, o que você está comendo, aqui nos Estados Unidos já está acontecendo.

Em relação à questão da mão de obra, no geral, a indústria, nós lideramos isso aí na indústria, fizemos um investimento grande tanto de remuneração quanto de condições de trabalho quanto nas áreas comuns nas plantas para atrair e manter trabalhadores e estamos tendo sucesso. Claramente, a situação de mão de obra está melhor, o que está nos permitindo colocar mais gente para trabalhar nos produtos de valor agregado. Quando a gente estava numa dificuldade maior, nós tivemos que simplificar o nosso mix e fazer mais produtos comeditizados. Uma vez que está melhorando a condição dado o nosso investimento, não porque a condição de emprego nos Estados Unidos esteja nada fácil, continua, tem mais vagas abertas nos Estados Unidos do que tem oferta de trabalhador, mas nós e a indústria fizemos um investimento e por isso a condição está melhor, e com essa condição melhor o que nós estamos fazendo é voltando a fazer um mix mais sofisticado, isso se aplica em todas as proteínas, mas especialmente no *beef*.



Não acho que isso está afetando maior produção no total, mas está afetando a gente ter capacidade de voltar a fazer um mix melhor de produtos de maior valor agregado.

Wesley Batista: Tiago, bom dia. Sobre a JBS Brasil, dentro da JBS Brasil, a Friboi é a principal unidade negócio e a maioria do resultado, tanto no faturamento quanto EBITDA desse negócio, é a Friboi. A gente tem os novos negócios, a gente tem o negócio de couros, tem o negócio da Swift que estão dentro, mas a grandíssima maioria do que a gente olha é a Friboi e a gente pode considerar razoavelmente parecido o que a gente olha de Friboi com o que a gente olha de JBS Brasil. Claro que em alguns trimestres, alguns desses negócios têm alguma variação mais relevante, mas ao longo do tempo a gente pode considerar razoavelmente parecido.

Só para comentar um pouco, você comentou sobre a dificuldade de projetar, né, vou falar um pouco rapidamente o que que a gente tem feito nesse negócio e qual que tem sido a nossa estratégia. A gente vê uma grande oportunidade de melhorar a rentabilidade desse negócio é tendo mais mercado de exportação, melhorando habilitações e avançando nos mercados em que a gente já está, esse é um negócio que a gente tem trabalhado bastante recentemente nos últimos anos, e não só isso, nas plantas que a gente tem boas habilitações, a gente conseguir expandir essas plantas às vezes por algum desengargalamento ou com aumento mesmo de produção dessas plantas, com mais horas, com maior número de turnos, etc..

Então, a gente vem fazendo isso nos últimos anos para maximizar as habilitações que a gente tem e isso sem dúvida nenhuma é um fator relevante, super relevante na rentabilidade do negócio de bovino no Brasil. Por outro lado, a gente tem o mercado interno, que pra gente a gente considera um mercado que sempre vai estar lá e é um mercado que sempre a gente pode contar com ele e é um mercado que a gente sempre aposta muito nele. Então, a gente vem fazendo aí ao longo dos anos a gente sempre comenta programas como Açougue Nota 10, que o programa de fidelidade já tem 1.800 parceiros, lojas que contam com esse programa, é um programa de lealdade, de estar junto com o cliente, trazer oportunidade de melhoria de rentabilidade para o cliente, trazer principalmente num cenário, como a gente está falando e dizendo de inflação, trazer mais opção para o consumidor.

Então, a gente vem trabalhando bastante no mercado interno para ele poder ser um mercado super rentável e relevante para a gente no longo prazo. Os outros negócios que a gente tem, eles têm uma mentalidade sempre de agregar valor, principalmente nos coprodutos da Friboi, né. Então, a gente tem anunciado aí, a gente fez a nova fábrica nossa de biodiesel, hoje a Friboi basicamente não vende mais sebo, a maioria do que ela produz ela mesmo beneficia, tanto com o biodiesel quanto outros produtos de valor agregado, a gente tinha já um negócio



de colágeno alimentício, agora estamos avançando e fazendo um negócio de colágeno farmacêutico e nutricional, né, então a gente vai poder agregar mais valor ainda sobre esse negócio. Anunciamos também o negócio de fertilizante, que não só tem um componente ambiental importante de manejo de resíduos sólidos nas fábricas nossa, mas também vai agregar valor para a nossa operação.

Então, assim, tanto com a questão de aumentar habilitações e aumentar nossa presença no mercado externo, nas coisas que a gente controla porque, claro, a gente pode sempre conseguir mais habilitações, mas tem uma parte disso que a gente controla, uma parte que não controla, e mercado interno, isso é um mercado muito forte, muito desenvolvido para a gente e agregar valor nos coprodutos. Essa tem sido nossa estratégia e a gente tem visto bastante avanço nos últimos anos nisso tudo.

Tiago Duarte: Muito obrigado, pessoal, pela resposta.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Gustavo Troiano, Itaú BBA.

Gustavo Troiano: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Eu tenho duas aqui, a primeira é em relação à Seara. Eu queria voltar para esse tema dado que resultado chamou atenção por ter vindo acima do que a gente esperava e também aproveitando o momento que a empresa passa a ter um pouco mais de exposição aos produtos de maior valor agregado. Voltando nesse ponto da rentabilidade do mercado doméstico, eu queria explorar um pouco com vocês se vocês acham que tem mais espaço para aumento de preço em preparados aqui. Eu entendi que isso aconteceu no segundo tri, mas eu queria explorar um pouquinho essa dinâmica aí pra frente, principalmente tendo em vista o sentimento sobre o ambiente de consumo que vocês têm visto na ponta, a entrada do auxílio emergencial que pode ajudar um pouco aqui no segundo semestre, se vocês acham que isso viabilizaria uma renovação de expansão de margem.

E a segunda pergunta em relação à alocação de capital, e aqui tendo em vista que a companhia tem remunerado bastante os acionistas seja houve recompra ou dividendo, eu queria ouvir de vocês se a gente deveria continuar vendo um *pace* parecido indo pra frente ou se a companhia entende que, dada a incerteza ainda relacionada a margens de US *beef* e condições macro, talvez seja um momento de desacelerar um pouco esse ritmo e entender um pouco melhor o que está por vir aqui em relação às margens e aproveitar a janela para priorizar um pouco a questão de dívida bruta. Qualquer granularidade aqui nesse sentido seria ótimo, pessoal, obrigado.

Gilberto Tomazoni: Gustavo, obrigado pela pergunta. Wesley, você quer falar sobre a Seara aqui, essa questão que o Gustavo colocou?

Wesley Batista: Bom dia, Rodrigo...



Gilberto Tomazoni: É Gustavo...

Wesley Batista: Perdão, desculpa! Bom dia. Não, assim, a gente não dá *guidance* de preço pra frente por ser uma informação bastante sensível, mas eu posso falar um pouco assim como a gente está vendo, o que que a gente tem visto no passado e o que que a gente está vendo pra frente nessa questão, que é assim, a gente vê o aumento de preço que a gente tem feito, preço médio, que a gente tem feito nos trimestres, trimestre após trimestre, e esses aumentos, claro, teve uma parte que foi repasse de custo, sem dúvida nenhuma, mas a gente vem trabalhando bastante na questão de mix. Então, assim, uma parte importante disso é o mix, principalmente num cenário inflacionários em que tem uma sensibilidade para o aumento de preço, isso é superimportante e isso vem evoluindo bastante.

Na questão do auxílio, a gente não sabe muito, a gente sabe que esse negócio a gente não controla, mas quando a gente olha como esse auxílio se comportou durante a pandemia, a gente viu que grande parte desse recurso foi para alimentação, então a gente não sabe como que vai ser daqui pra frente, a gente vai ver nos próximos meses, mas a gente espera que uma parte relevante desse auxílio aí ele pode vir sim para consumo de alimento e pode ser relevante para a gente. Não sabemos, vamos ver, né, mas se usar o auxílio que teve durante a pandemia como exemplo, como parâmetro, a gente pode pensar nisso.

Eu acho que também comentar, né, assim, eu acho que parte relevante desse aumento de preço médio que a gente tem podido fazer tem muito a ver com a força da marca, tanto com a confiança do consumidor com a marca nossa e com a qualidade do nosso produto, com as inovações que a gente vem trazendo, então acho que tem sido super relevante pra gente conseguir fazer isso.

Por último, acho que vale a pena comentar que uma parte relevante também da rentabilidade que a gente vai entregando na Seara é a parte da eficiência, da excelência operacional nas nossas unidades, a gente sabe que cada vez mais isso é uma coisa superimportante de a gente fazer, ser cada vez mais eficiente para poder entregar rentabilidade nesses níveis ou superior.

Gilberto Tomazoni: Wesley, eu queria adicionar ao que você falou aí, você falou de uma maneira, ficou implícito, mas apenas para dar mais cor, esse crescimento que a gente vê da Seara dos produtos de valor agregado principalmente eles vêm, como o Wesley falou, pela força da marca, a preferência, que tem aumentado a preferência do consumidor, e isso pode ser visto pelo aumento da penetração que a marca está tendo e pela recompra. Os dois fatores que têm crescido trimestre após trimestre têm levado a Seara a conseguir aumentar a sua participação no mercado. Isso é relevante porque é um trabalho que foi baseado na qualidade dos produtos lá atrás desde o começo da Seara e que vem gerando fruto com inovações que trabalham.



E adicionando ao que o Wesley falou também sobre essa questão da demanda, a gente vê que, assim, a Seara está muito bem-posicionada porque não tem só marca Seara, tem marcas regionais relevantes, Rezende, Confiança, Lebon, que, no momento em que o mercado pode ter um desafio em termos de mix de produto, essas marcas podem desempenhar um papel relevante regionalmente para a Seara fazer ou continuar o seu ritmo de crescimento dos volumes que ela tem feito.

Guilherme, você quer falar da... depois eu complemento a questão do que ele pediu da alocação de capital?

Guilherme Cavalcanti: Sim, eu vou começar, você falou de dívida bruta, eu vou começar pela dívida e depois a gente entra em alocação de capital, Gustavo. Então, questão de dívida bruta ou dívida líquida, né, na verdade, se você olhar, com as linhas *revolving* que a gente contratou a gente está diminuindo nossa dívida de curto prazo e usando o caixa e com isso a gente vai ter um carregamento menor, o que é importante num ambiente de aumento de juros, e a gente obviamente está preocupado com o nível absoluto da dívida líquida, mas o que importa mais não é esse nível absoluto, é a capacidade que você tem de repagar essa dívida.

Por exemplo, se você pegar o nosso nível de endividamento hoje, a gente tem US\$ 2 bilhões a mais que o nível que a gente tinha ao final de 2018, mas a nossa despesa de juros é cerca de US\$400 milhões a menos, então você teve um aumento de dívida, mas a sua capacidade de repagar essa dívida hoje é muito maior, nossa cobertura de juros é recorde em 11 vezes, então você tem que olhar relativamente não só o valor da sua dívida bruta, mas qual é o custo que ela está tendo e qual é o prazo que ela está tendo.

Outra questão que a gente teve essa redução toda de juros e alongou ela de tal forma que o principal investimento mais... de amortização mais significativa vem em 2026 ou 2027, que, dependendo das condições de mercado, são dívidas que a gente vai refinar possivelmente ao longo de setembro e aí você vai ter a sua primeira grande amortização em 2028 e 2029, ou seja, é uma posição muito confortável que te dá uma flexibilidade financeira muito grande e nenhuma pressão no curto prazo. Então, a gente tem que olhar a dívida também não sob o aspecto só dela absoluto, mas também qual é sua capacidade de repagar ela relativa.

E aí a gente entra na alocação de capital. Vamos lá, primeiro vamos falar do que é mandatário, o Brasil tem na lei das S/A um *payout* generoso de 25% do lucro líquido, e quando a gente melhorou e simplificou nossa estrutura de capital e balanceou a nossa dívida em dólar, em moeda forte, com a nossa geração de moeda forte, se você olhar hoje a divisão entre o que a gente tem de dívida em dólar, está muito alocada na região onde a gente gera essa dívida em dólar, você



acaba com um problema que tem de moeda funcional em reais para a maioria das empresas brasileiras que têm dívidas em dólares de você ter variação cambial no seu resultado e você afeta o seu lucro líquido e seu lucro líquido não fica uma coisa que reflete, de fato, a sua rentabilidade. A gente hoje conseguiu fazer, então esse equilíbrio, de fato, que você vê que a variação cambial hoje que a gente tem no lucro líquido é muito menor, o que torna o nosso lucro líquido muito mais previsível e esse lucro que a gente apresentou, foram R\$9 bilhões no primeiro semestre e aí a gente adiantou já os 25% que foi pago nesse trimestre que é os 25% obrigatório por lei sobre esse lucro que teve no primeiro semestre.

Então, a gente vai continuar tendo esses lucros, de novo, a gente não tem um impacto grande de variação cambial e vai continuar pagando os 25% sobre esse lucro líquido e a gente antecipando ou não à medida que a gente toma uma decisão de caixa. Então, isso obviamente você já pode contar na conta que vai ser realmente pagamentos de acordo com a nossa rentabilidade, que está muito boa.

E aí vem a questão da recompra, que é uma coisa mais oportunística, e aí a gente vai esperando os resultados aparecerem. Então, à medida que os resultados vão aparecendo, você vai tendo excesso de caixa, aí a gente tem as decisões para tomar que são dinâmicas, se você tem uma oportunidade de M&A, se tem uma oportunidade de investimento em capital de giro, como eu falei, de comprar grãos baratos ou de investir mais em expansão e aí você toma uma decisão ou você retorna. Isso é dinâmico e à medida que os resultados vão se apresentando, né, que aí a gente vai fazendo o nosso excesso de caixa e uma hora a gente fala “o que que a gente faz com esse excesso de caixa?”, e aí a gente toma essa decisão à medida que, de novo, os resultados vão se apresentando.

Gustavo Troiano: Perfeito, pessoal, superobrigado, está claro.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Victor Saragiotto, Credit Suisse.

Victor Saragiotto: Cavalcanti, deixa eu fazer um *follow-up* nessa pergunta do Gustavo, que era um ponto que eu queria entendeu também. Qual é o nível de alavancagem ou, enfim, uma outra métrica que você olha cobertura de juro e etc. que vocês estariam menos agressivos, recompra, M&A, dividendos para além do obrigatório?

Um outro ponto que eu tenho, aí indo um pouquinho para a parte operacional, a empresa anunciou alguns movimentos ali na região de Halal, Halal vem com margens extremamente fortes aí no último trimestre, o que suscita um pouco de dúvida aqui a respeito de quão agressiva a JBS pode passar a ser nessa região dada essa rentabilidade tão boa. Então, eu queria entender um pouquinho de vocês a cabeça para investimento eventualmente um pouco mais agressivos aí em plantas locais e até a volta das listagens para exportação pra lá.



E um último ponto, o mercado está extremamente construtivo com a dinâmica de oferta de bovinos no mercado brasileiro, uma discussão bastante na pauta é a inflexão do ciclo, oferta de gado, alongamento de escala de abate, assim por diante, o que faz com que alguns clientes estejam até apontando para margens, vamos colocar aí, em dois dígitos para 20 e 23. Eu queria saber se essa leitura ela é correta, se a gente deveria ter, de fato, uma oferta de gado extremamente forte e empurrar essas margens para cima.

Eu pergunto isso porque quando a gente olha até a utilização de capacidade das plantas, a gente pode até pegar as plantas que a JBS tem, tem uma parte delas ainda fechadas, e eu fico na dúvida o quanto que essa utilização de capacidade não pode ofuscar essa eventual melhora de margem.

São essas perguntas, pessoal, obrigado.

Gilberto Tomazoni: Obrigado, Victor. Aí nós vamos dividir essa questão. Guilherme, você quer falar sobre a questão da alavancagem e de como é que funciona a nossa política de alavancagem?

Guilherme Cavalcanti: Sim. Obrigado, Victor. Então, a gente aprovou já há um tempo uma política de endividamento que a nossa intenção – isso já era lá quando a gente aprovou – é, de fato, a gente obter *investment grade* e manter o *investment grade*. A gente está vendo aí na prática todos os benefícios que a gente tem ao ser *investment grade* no nosso custo de capital, principalmente num momento de crise, de aumento de juros como a gente está passando agora você ter aí um custo de capital bem menor quando você tem *investment grade*.

Então, a nossa premissa é: conquistamos *investment grade* e agora vamos manter o *investment grade*. Esse é o nosso desejo, e para isso você, aí realmente, se você olhar a metodologia das agências, são várias métricas que tem fluxo de caixa, fluxo de caixa sobre dívida, sobre ativo e de cobertura de juros, que é uma das principais, mas simplificando, no fundo para ter uma métrica só para falar mais fácil é de dívida líquida sobre EBITDA.

Como eu falei, não é o único que você pode olhar porque se você tem um custo de dívida mais barato, o que importa é sua cobertura de juros, para a mesma dívida líquida sobre juros você pode ter uma cobertura de juros muito maior, que é, de fato, o que a gente tem mostrado. Mas, de qualquer jeito, para simplificar, a gente quer perseguir no longo prazo ter uma dívida líquida sobre EBITDA de duas a três vezes, que é o nível que as agências de *rating* pedem para que empresas do nosso setor sejam *investment grade*.

Obviamente, você pode numa aquisição chegar perto de três ou até passar de três e apresentar para a agência de *rating* qual é o teu plano de desalavancagem que ela pode te dar um *grace period*, um crédito, (incompreensível) e se você mostra



que você vai desalavancar, não necessariamente você vai perder *investment grade*.

Mas, de qualquer jeito, a gente quer ficar entre duas e três vezes dívida líquida sobre EBITDA no longo prazo. A gente hoje está abaixo disso, obviamente tem todas essas análises que a gente olha sempre pra frente, mas esse é o nível que a gente quer perseguir aí de dívida líquida sobre EBITDA.

Gilberto Tomazoni: Wesley, você pode falar sobre o mercado Halal e o negócio do bovino no Brasil?

Wesley Batista: Claro. Bom dia, Victor. No Halal, na verdade, este ano a gente vem trabalhando bastante nesse mercado, é um mercado que a gente vem evoluindo muito, a gente não tinha uma distribuição própria, esse ano a gente estruturou a nossa distribuição própria, já temos tanto nos principais países do Golfo principalmente, então Arábia Saudita, Emirados Árabes, Kuwait, Qatar, Bahrein, Omã, a gente já está bem-estruturado, na verdade, já está estruturado com a nossa distribuição própria, algo que a gente não tinha nos anos anteriores, então isso já está feito e, na verdade, a gente está com duas unidades que têm dado capacidade de produção local para a gente, então a gente tem uma unidade na Arábia Saudita, em Dammam, e a gente tem uma unidade nos Emirados Árabes, em (incompreensível). Essas duas unidades têm permitido a gente fazer alimentos preparados locais e a gente está fazendo um investimento com a marca Seara localmente no mercado do Golfo.

Então, a gente tem tido resultados bastante animadores no curto prazo e a gente está bem otimista com esse mercado, e não só com o mercado em si, mas com a nossa participação nesse mercado com tanto a nova distribuição que a gente montou quanto essa capacidade produtiva que a gente não contava e hoje a gente pode contar com ela na região.

Claro que a gente tem a questão da Arábia Saudita, que atualmente a gente atualmente tem acesso ao mercado com cortes, mas não tem acesso ao mercado com frango inteiro, mas tanto na parte de alimentos preparados quanto na parte de frangos na região, a gente está bem otimista não só pela questão, claro que vai ter agora da Copa, mas com o mercado em geral e a gente tem a intenção de continuar avançando nesse mercado e continuar investindo nesse mercado.

Na questão do bovino no Brasil...

Gilberto Tomazoni: Wesley, antes de entrar no bovino, deixa eu ser um pouco mais explícito nesse negócio aí do mercado Halal. Sim, você comentou do que nós já construímos numa estrutura e isso só foi possível porque nós conseguimos montar um time que... hoje nós temos um time que nos dá a confiança de que nós



podemos avançar nesse mercado e repetir o que a gente fez com a Seara aqui no Brasil a gente pode repetir lá no Oriente Médio.

Wesley Batista: É, vamos trabalhar muito forte nisso, Victor. No negócio de carne bovina no Brasil, a gente já tem visto durante os últimos anos um aumento de produtividade impressionante no Brasil, a velocidade que a pecuária brasileira está se profissionalizando e está avançando em muitos aspectos, até virando um benchmark global em produtividade, tecnicidade, é muito importante e, fora isso, tem a questão do ciclo. Sem dúvida nenhuma a gente vê que no ano que vem vai ter mais disponibilidade de gado sim e a gente vê que isso vai ser positivo para margens, a gente não pensa que a gente vai ver algo a ver com capacidade ociosa, afetar como isso vai melhorar a margem. A gente está otimista para margens para o negócio de carne bovina para o ano que vem.

Victor Saragiotto: Show de bola, pessoal, obrigado e parabéns pelos resultados.

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

Gilberto Tomazoni: Bom, o meu muito obrigado a todos vocês, hoje foram muitas perguntas e eu acho que foi um bom bate-papo, a companhia está num excelente momento, nós estamos muito satisfeitos e muito otimistas com o futuro, com o crescimento, com a geração de caixa, é um momento bastante especial para a companhia e quero aproveitar para agradecer aí os nossos 250.000 colaboradores que tornam esse resultado possível e que tem feito dessa companhia cada dia melhor. Obrigado.

Operadora: A audioconferência da JBS está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia, e obrigada por usarem Chorus Call.