



**Local Conference Call
JBS S/A (JBSS3)
Resultados do 3T21
11 de novembro de 2021**

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da JBS para discussão de resultados referentes ao terceiro trimestre de 2021.

Estão presentes hoje conosco os senhores Gilberto Tomazoni, CEO Global da JBS, Guilherme Cavalcanti, CFO Global da JBS, André Nogueira, CEO da JBS USA, Wesley Batista Filho, CEO da JBS América do Sul, e Christiane Assis, Diretora de Relações com Investidores da JBS.

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 a todas.

Fechamos o terceiro trimestre de 2021 com a certeza de que estamos no caminho certo. Os resultados apresentados novamente comprovam não somente a excelência operacional da JBS, o valor da nossa plataforma diversificada, mas a inegável força do nosso time de mais de 250.000 colaboradores ao redor do mundo. Próspera e virtuosa é a empresa que atravessa períodos tão desafiadores com tamanha solidez, preservando sua responsabilidade com o planeta e com as comunidades em que está inserida e, ao mesmo tempo, gerando valor para todos os seus *stakeholders*.



Alcançamos recentemente o reconhecimento que nos enche de orgulho: somos *full investment grade*, o que coloca a JBS no grupo de companhias mais respeitadas e sólidas em todo o mundo. É o resultado direto do foco do nosso time na excelente operacional, na sustentabilidade ambiental e financeira e na governança corporativa. Elegemos 2 novos conselheiros independentes no nosso Board, fortalecemos nossas políticas, processos e estruturas de governança e compliance e implementamos uma meta agressiva de sustentabilidade, que nos levará a ser *net zero* até 2040.

Conforme será detalhado pelo Guilherme mais a frente, encerramos este trimestre com o melhor e mais robusto momento da nossa história. Desde 2020, investimos US\$1.4 bilhão em ESG, US\$3.7 bilhões em novas aquisições, US\$ 1.3 bilhões em expansão ou modernização das nossas unidades produtivas e retornamos US\$3.3 bilhões aos acionistas. No terceiro tri de 2021, nossa receita líquida ficou em 92.6 bilhões, ou US\$17.7 bilhões, nos últimos 12 meses encerrados em 30 de setembro a receita líquida foi de R\$330 bilhões, ou US\$61.7 bilhões, o lucro líquido do trimestre totalizou R\$7.6 bilhões, ou US\$1.5 bilhões, nos últimos 12 meses encerrados em 30 de setembro o lucro líquido foi de R\$18 bilhões, ou US\$3.4 bilhões, o currículo por ação no trimestre, já considerando o cancelamento das ações aprovadas pelo Conselho, foi de R\$3.2 por ações e nos últimos 12 meses foi de R\$7.5 por ações.

Concluimos neste trimestre a aquisição da divisão de negócios de carne e refeições da Kerry Consumer Foods, líder de produção de refeições prontas, congeladas e resfriadas com marcas no Reino Unido e na Irlanda. Obtivemos a aprovação final da aquisição da Huon, a segunda maior empresa de aquicultura de salmão na Austrália e a que marca a nossa entrada nesse segmento. Queremos repetir com a aquicultura o mesmo que fizemos nas outras proteínas. Anunciamos também a aquisição da Sunny Valley, empresa produtora de bacon, presunto, peito de peru e outros alimentos preparados nos Estados Unidos.

Considerando as requisições anunciadas nos últimos 12 meses, mas que ainda não estão integralmente contempladas nos resultados, incluindo as aquisições ainda não concluídas da Huon, Rivalea e a Sunny Valley, ainda temos a adicionar em torno de US\$2 bilhões na receita líquida consolidada e em torno de mais de US\$250 milhões em Ebitda consolidado anual.

E na Seara, nos investimentos anunciados de R\$11 bilhões até 2024, até o final de 2021-22, próximo ano, estarão completos investimentos que somam R\$3 bilhões. Estes investimentos vão gerar na Seara um faturamento adicional de R\$6 bilhões. Estamos no caminho para nos tornarmos uma casa de marcas com lançamento de produtos inovadores e marcas fortes em cada região que atuamos. Nosso *target* é ter 10 marcas com mais de US\$1 bilhão em faturamento até 2025.



Com os bons resultados alcançados no presente, temos também nos dedicado a garantir as condições necessárias para continuar prosperando no futuro. Fizemos da sustentabilidade a nossa estratégia promovendo a transição para uma economia de baixo carbono em toda a nossa cadeia de valor, fomos a primeira grande empresa do nosso setor a assumir o compromisso *net zero*, até 2040 vamos gerar o balanço líquido das emissões de gases causadores do efeito estufa em toda a nossa cadeia de valor.

Foi por isso também que estivemos na COP 26, em Glasgow, com o objetivo de aprender e compartilhar nossos aprendizados como líderes globais imbuídos da mesma preocupação; buscar um futuro mais sustentável para todos. Na COP, produzimos ao lado de outras 9 maiores empresas globais de comércio e processamento de alimentos no mundo uma declaração conjunta nos comprometendo a desenvolver até o COP 27 um roteiro setorial para conter o aquecimento global em 1.5 °C, acima dos pré-industriais. Essa declaração foi articulada pelos governos dos Estados Unidos e do Reino Unido com o apoio da Tropical Forest [incompreensível], ligado ao fórum econômico mundial, e pelo conselho empresarial mundial para o desenvolvimento sustentável.

Também na COP, assinamos uma parceria para avançarmos na redução da emissão de metano entérico bovino em até 90% por meio da utilização de um novo suplemento alimentar na cadeia de valor na produção de carne bovina. Em outra frente, estamos apoiando uma pesquisa em parceria com um instituto para a aplicação de outros aditivos com o mesmo objetivo; de reduzir a produção de metano.

Temos 2 urgências a enfrentar: frear o aquecimento global e garantir a segurança alimentar da crescente população mundial. A esse respeito, tenho 2 convicções: que esses desafios não podem ser enfrentados isoladamente, mas apenas com a união de todos e que a produção de alimentos é parte crucial da solução. Somente a transição para uma produção agropecuária mais sustentável e de baixo carbono vai nos permitir perenizar o nosso negócio, garantir a segurança alimentar e a preservação do planeta como um todo. Já existe caminho para isso. A questão é dar escala a ele. E, diante do tamanho do desafio somado ao nosso crescimento, anunciamos ontem a criação da Presidência Global de Operações, que será liderado por André Nogueira e pelo Wesley Batista Filho. Essa nova estrutura busca garantir nosso foco na excelência operacional, nas pessoas, na cultura e, ao mesmo tempo, nos deixa mais preparado para executar nossa estratégia de sustentabilidade de crescimento preservando autonomia e velocidade na tomada de decisões dos negócios. O André Nogueira presidirá a operação da América do Norte e o Wesley Batista Filho as operações da JBS na América Latina, Oceania e do negócio de *plant-based*.

Com isso, a presidência da JBS Brasil passará a ser ocupada por Gilberto Xandó, e a presidência da Seara será assumida por João Campos. A JBS USA ficará a



cargo do Tim Schellpeper, e Steve Chron vai assumir a JBS USA Fed Beef. Vocês podem ter mais detalhes sobre a trajetória de cada um deles no comunicado ao mercado que divulgamos ontem.

Assumimos toda responsabilidade a altura do nosso papel como líderes globais e seguiremos focados em nosso propósito de alimentar pessoas do mundo com o que há de melhor e de maneira cada vez mais sustentável.

Obrigado, passa agora a palavra ao Guilherme, que irá detalhar os resultados que acabamos de divulgar. Guilherme, por favor.

Guilherme Cavalcanti: Obrigado, Tomazoni.

Vamos passar, por favor, para o slide 21, onde destaco o nosso *upgrade* que a gente teve pela Moody's, que junto com o *upgrade* dado pela Fitch, em junho deste ano, nos torna, então, *Full Investment Grade*, uma importante conquista aí para todos os nossos acionistas e todos que fazem dessa companhia, é fruto da nossa estratégia de crescimento aliada à disciplina financeira e aos avanços na nossa estratégia ESG.

No slide 22, conseguimos demonstrar o que acabo de mencionar. Como o Tomazoni já falou, desde o início de 2020 a gente investiu R\$51 bilhões, ou US\$9,6 bilhões, divididos em US\$3,3 bilhões ou R\$18 bilhões em retorno para o acionista por meio de dividendos e recompra de ações, US\$3,7 bilhões, ou R\$19 bilhões, em aquisições de empresas – aqui já incluindo aquisições ainda não concluídas, Huon, PPC, Rivalea e Sunny Valley –, também investimos US\$1,3 bilhão, ou R\$7 bilhões, em modernização e expansão de nossas unidades produtivas, e, por fim, investimos globalmente mais de US\$1,4 bilhão, ou mais de R\$7 bilhões, em iniciativas ESG. Esse investimento de R\$51 bilhões metade dele foi feito com geração de fluxo de caixa livre da companhia, um quarto ainda não incorporou a dívida líquida, posição às aquisições que eu mencionei ainda não concluídas, e um quarto foi um aumento de dívida líquida.

Mas, ou seja, continuamos avançando a nossa estratégia de longo prazo retornando para o acionista, mas, apesar do aumento da dívida líquida, ainda assim reduzimos a nossa alavancagem de 12.1 vezes em 2019 para uma 1.5 vez e aumentamos a cobertura de juros de 6,2 vezes em 2019 para 11 vezes nesse período. Ou seja, apesar do aumento da dívida líquida, a nossa capacidade de repagamento da dívida hoje é muito maior.

Com a perspectiva de Ebitda e fluxo de caixa livre do quarto trimestre deste ano, mesmo somando na dívida líquida o valor de todas as aquisições anunciadas e não concluídas, a alavancagem deve terminar o ano abaixo de 1.6.



Vamos passar agora para o slide 24, onde temos os destaques operacionais e financeiros. A receita líquida, como o Tomazoni falou, no trimestre atingiu R\$93 bilhões, ou equivalente a US\$18 bilhões, representa um aumento de 32% na comparação anual e nos últimos 12 meses essa receita líquida atingiu R\$330 bilhões, ou US\$62 bilhões. Também já mencionamos, se a gente incluir os 12 meses das aquisições que ainda não completaram esse período e das aquisições que não foram concluídas, esses valores dos últimos 12 meses passam para R\$340 bilhões, ou US\$74 bilhões de faturamento e adicionamos ao Ebitda cerca de US\$250 milhões.

O Ebitda do trimestre totalizou R\$14 bilhões, o que equivale a US\$2,7 bilhões, e que representa uma margem de que 15% no trimestre. Nos últimos 12 meses o Ebitda foi recorde e atingiu R\$40 bilhões, ou US\$7,4 bilhões. O lucro líquido foi de R\$7,6 bilhões no trimestre, o que representa um lucro por ação de R\$3,2 reais por ação já considerando o cancelamento das ações. No acumulado dos 9 meses de 2021, o lucro líquido está em R\$14 bilhões, este valor indica um significativo lucro para o ano 2021 e conseqüentemente de dividendo mínimo.

É importante ressaltar que a exposição cambial líquida em dólares do balanço ao final do terceiro trimestre, como pode ser visto na página 38 das demonstrações financeiras, era de apenas R\$94 milhões, ou seja, a previsibilidade do nosso lucro líquido vai continuar sendo muito boa apesar da volatilidade do câmbio, de forma que resultados dos Estados Unidos passam a ser traduzidos em real, gerando um lucro líquido e conseqüentemente um dividendo mínimo favorável.

Assim, em adição à antecipação anunciada em agosto, estamos anunciando outros dividendos intercalares no valor de R\$2,4 bilhões, o que representa R\$1 por ação a serem pagos em 24 de novembro de 2021. Considerando esses dividendos intercalares, a JBS já acumula um *dividend yield* de 8% em 2021. Se somarmos os R\$7 bilhões de recompra realizada este ano até o mês de outubro o retorno ao acionista, ou seja, *dividend yield* mais o *buyback*, totaliza 15% em 2021. O Conselho da companhia aprovou nessa data de ontem também o cancelamento de 137 milhões de ações que estavam em tesouraria, bem com a aprovação de um novo programa de recompra.

Para fechar esse slide, destaco que continuamos a nossa estratégia de M&A, concluímos as aquisições de carne de refeições da Kerry Consumer Foods, além disso, obtivemos a aprovação final para a aquisição da Huon com fechamento previsto para 17 de novembro, uma das maiores empresas de aquicultura de salmão da Austrália, e, por fim, anunciamos a aquisição da Sunny Valley, empresa de bacon nos Estados Unidos aliada com nossa estratégia de expansão do portfólio de produtos de maior valor agregado e marca.

Passando para o slide 25, destaco o aumento de 32% na receita líquida consolidada como resultado do crescimento de receita em todas as unidades de



negócios. O Ebitda ajustado também apresentou um importante crescimento de 74% no trimestre. Com isso, o Ebitda expandiu 3,6 pontos percentuais no período, indo 11,4 em terceiro trimestre 2020 para 15% de margem no terceiro trimestre de 2021.

Por favor, passando agora para o slide 26, fluxo de caixa operacional do trimestre foi de R\$11 bilhões, ou US\$2,1 bilhões, e o fluxo de caixa livre alcançou um montante de R\$7,3 bilhões, ou US\$1,4 bilhão, o que representa uma conversão de 52% do Ebitda em fluxo de caixa livre. Excluindo os pagamentos não recorrentes, essa conversão teria sido 60%. Também temos aumentado os investimentos no crescimento orgânico da companhia e no gráfico na parte inferior do slide podemos notar que o nosso Capex do trimestre totalizou um montante de R\$2,6 bilhões, dos quais 54% referem-se a investimentos em expansão.

Passando para o slide 27, temos a evolução do nosso perfil da dívida. A dívida líquida do terceiro trimestre ficou em US\$11,2 bilhões, isto é US\$386 milhões acima da dívida líquida do segundo trimestre de 2021, lembrando que esse aumento é principalmente devido ao pagamento da aquisição da Kerry, dividendos e recompra líquida, que juntos totalizaram US\$1,7 bilhões. Mesmo assim, a alavancagem líquida ficou em 1,51 vezes em dólares, 1,54 vezes em reais. É importante frisar que a dívida líquida já está impactada pela aquisição de Kerry concluída no final de setembro.

Incluindo o Ebitda dos últimos 12 meses de Kerry, as alavancagens ficam em 1,49 vezes em dólares e 1,52 vezes em reais. O nível mais baixo já atingido pela companhia historicamente. Além disso, é importante ressaltar a nossa posição confortável de liquidez, encerramos o segundo trimestre com caixa de R\$23 bilhões, ou equivalente a US\$4,3 bilhões, e em conjunto com uma linha *revolver* de R\$12 bilhões, ou US\$2,2 bilhões, nos confere uma liquidez total de R\$35 bilhões, ou US\$6,5 bilhões, o que é mais de 3 vezes superior à dívida de curto prazo e suficiente para amortizar a dívida até meados de 2026.

Na parte inferior do slide, destaco o nosso custo médio da dívida em dólares de 4,47% ao ano, foi o menor já registrado pela companhia, porém, ainda 1,4% acima dos juros que os nossos *bonds* são negociados no mercado secundário para o mesmo prazo médio de 6,2 anos. Isso significa que temos um espaço para uma potencial redução de despesa financeira de US\$216 milhões para a empresa. Lembrando que no próximo ano 3 *bonds* com cupons de 7, 5,75 e 5,88% que juntos somam US\$2,6 bilhões passam a ter possibilidade de recompra antecipada. O nosso *bond* de 10 anos no mercado secundário está negociando a 3,15%, ou seja, somente essas 3 dívidas ao serem refinanciadas aos juros que a gente hoje é negociado no mercado secundário, a gente consegue capturar no ano que vem praticamente US\$100 milhões em redução de despesa financeira.



Vamos passar agora para as unidades de negócios. Começando com a Seara, no slide 28, temos a receita líquida do terceiro trimestre de 2021 crescendo 38% na comparação anual e atingindo R\$9,6 bilhões. No mercado doméstico, correspondeu por 51% da receita da unidade, a categoria de produtos preparados manteve a tendência de crescimento registrando um crescimento de 4% no volume vendido e 20% no preço médio de venda. A Serra continua focada em inovação e dentro dos lançamentos deste trimestre ressaltamos o lançamento da primeira linha de corte 100% à base de proteína vegetal do Brasil através da Seara Incrível. No mercado externo, a Serra registrou crescimento de 19,7% no volume vendido e 10,7% no preço médio de venda.

O cenário para custos de produção se manteve desafiador com o custo médio do farelo de soja e do milho subindo cerca de 23% e 74% na comparação anual respectivamente segundo dados da ESALQ. Assim, o Ebitda ajustado atingiu R\$984 milhões com margem de 10,2%.

Passando agora para a JBS Brasil no slide 19, vemos a receita do trimestre crescendo 35% ano contra ano totalizando R\$15,5 bilhões. O destaque do trimestre para essa unidade foi o mercado externo, que registrou um aumento de 50,1% na receita líquida da comparação anual devido principalmente ao crescimento de 25% do volume e 27% do preço médio de venda de carne bovina *in natura*.

No Brasil, a marca Friboi alcançou importante conquista ao ser eleita a marca de carnes mais lembrada do Brasil, segundo pesquisa do Top Of Mind 2021. Apesar da melhora sequencial do resultado do trimestre, a rentabilidade dessa unidade continua sendo impactada pela alta do preço médio da aquisição de gado, que, segundo os dados publicados pela ESALQ, aumentou cerca de 35% na comparação anual. Assim, o Ebitda da JBS totalizou R\$946 milhões no trimestre com margem de 6,1%.

Passando para o slide 30 e falando a partir de agora em dólares e em USGAAP, a retirada da JBS USA Beef atingiu US\$7,4 bilhões no terceiro trimestre, um aumento de 38% ano contra ano com um Ebitda total de US\$1,3 bilhão e margem de 22%. Na América do Norte, a demanda por carne bovina continua crescendo impulsionada pelo progresso na vacinação de COVID-19, que acelerou a abertura do canal de *food service* ao mesmo tempo em que as vendas de varejo permanecem fortes. No mercado internacional, a demanda global por carne bovina também continua forte, principalmente na Ásia, que atualmente é responsável por 75% do total das exportações Americanas e a China já se tornou o terceiro maior destino.

O desempenho no negócio de carne bovina na Austrália continua apresentando melhora sequencial nos resultados trimestrais, principalmente devido à forte demanda doméstica e internacional, que estão sustentando os preços.



Passando agora para a JBS USA Pork, a receita líquida do trimestre foi de US\$2,1 bilhões, um aumento de 46% ano contra ano. O Ebitda foi de US\$249 milhões com margem de 12%. As margens do negócio de carne suína nos Estados Unidos aumentaram na comparação trimestral sustentadas pela forte demanda interna e uma limitação para crescer a produção dada a restrição de mão de obra. Nas exportações, o México, Japão e a Coreia do Sul aumentaram os seus volumes no acumulado do ano em 30%, 6,5% e 5% respectivamente, compensando a redução das exportações para a China desde o início de 2021.

A Pilgrim's Pride, no slide 32, apresentou uma receita líquida de US\$3,8 bilhões no trimestre, um aumento de 25% ano contra ano e o Ebitda totalizou US\$347 milhões com margem de 9,1%. Nos Estados Unidos, a demanda e preços têm se mantido em patamares robustos graças ao avanço do canal de *food service* e varejo ainda forte. No México, os negócios mantiveram uma boa performance, enquanto que na Europa a escassez de mão de obra e aumento dos custos com grãos pressionaram as margens.

Para concluir, eu gostaria de passar para o slide 33, que mostra nossas exportações totalizaram US\$4,9 bilhões no trimestre com a Grande China representando 28% e a Ásia como um todo representando 50% desse total.

Com isso, eu 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.

Nossa primeira pergunta é de Isabella Simonato, Bank of America.

Isabela Simonato: Bom dia, Tomazoni, bom dia, Guilherme, obrigada pelo call. Tenho 2 perguntas. A primeira, Tomazoni, acho que sobre essa estrutura nova de *management* que vocês anunciaram e principalmente olhando sobre o que vai ficar sob o Wesley Filho, né, assim, como vocês vão olhar esse negócio de Latam/Oceania e *plant-based*, né? Como que isso se integra de alguma maneira nessa nova estrutura e se de alguma maneira isso muda o jeito que vocês olham como um todo cada um dos negócios e até eventualmente o *disclosure* para cada uma dessas divisões?

Então, é entender de modo geral um pouco mais o que que vocês esperam capturar de eficiência e de gestão com essa nova estrutura.



E a segunda, eu queria confirmar alguns dados que vocês mencionaram que são um supervaliosos sobre as aquisições, se eu não me engano US\$2 bi de receita e US\$250 milhões de Ebitda adquiridos, se isso incluem todas as aquisições já concluídas e pagas e as a pagar, obviamente excluindo aí Pilgrim's, e se já existe pelo menos para as empresas adquiridas e concluídas alguma indicação de sinergia que vocês já estão conseguindo vislumbrar e que vocês possam passar para a gente? É isso, obrigada.

Gilberto Tomazoni: Isabela, obrigado pelas perguntas. A questão da estrutura, ela é uma mudança gerencial, ela não é uma mudança societária. Societariamente, não tem nenhuma alteração do jeito que nós gerenciamos, nós divulgamos nossos resultados hoje. Ela está sendo construída para nós podermos dar foco nos detalhes, como é uma das virtudes da companhia, gestão dos detalhes para nós é fundamental, e para permitir que nós tenhamos condições de acelerar o nosso processo de crescimento, de M&A, e as nossas metas de *net zero*. Então, nós estamos criando um nível que já existia no passado – e inclusive essa posição eu exerci no passado –, ela está focada e não tem nenhuma mudança do jeito como nós divulgamos nossos resultados.

Com relação ao que você falou das aquisições, elas consideram todas as aquisições que nós já fizemos e as aquisições que ainda nós anunciamos e não fizemos e não pagamos, algumas não pagamos.

Guilherme, você pode endereçar esse ponto?

Guilherme Cavalcanti: Basicamente, esse cálculo, Isabela, é o seguinte: a Vivera inclui alguns meses só nos últimos 12 meses, outras aquisições não... não, as aquisições a gente normalizou as aquisições que não têm 12 meses preenchido, então a gente extrapolou, então é esse diferencial das que já estão adquiridas, mas que não completaram 12 meses mais as que não concluídas, tá. e algum ganho já de sinergia para a questão do Ebitda.

Então, ou seja, essa foi a metodologia, ou seja, o que a gente já adquiriu que ainda não completou 12 meses então a gente completou esses 12 meses e as que não foram concluídas.

Isabela Simonato: Tá superclaro, obrigada, gente.

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

Lucas Ferreira: Oi, pessoal, bom dia. A minha primeira pergunta é um follow-up da pergunta da Isa, a minha pergunta é se essa mudança gerencial, Tomazoni, tem alguma relação ou se é algo que vocês pretendiam fazer da listagem dos Estados Unidos, ou se a listagem dos Estados Unidos necessariamente previa nenhuma mudança gerencial da companhia e vocês aproveitaram que



[incompreensível – som abafado] uma atualização de quais são os próximos passos para vocês conseguirem fazer a listagem. E a segunda pergunta queria perguntar mais no operacional pensando principalmente sobre US em geral, mas principalmente US Beef, se vocês já têm alguma visibilidade para 2022 de como é que vai estar a disponibilidade de gado, como é que vocês acham que se comporta preço, principalmente porque esse ano que foi um ano excelente em relação a preços, se vocês acham que a economia e talvez com menos incentivos os preços médios conseguem ficar em patamares parecidos com este ano. Obrigado.

Gilberto Tomazoni: Obrigado, Lucas, pela pergunta. Eu vou responder essa questão da listagem, da estrutura e depois vou pedir para o André que fale sobre a questão da perspectiva do US Beef.

Primeiro, a listagem ela continua sendo uma prioridade para nós e eu tenho falado em outros *calls* que não é uma questão de se vamos fazer, é de quando vamos fazer, e eu acredito que nós estamos... fizemos este ano várias ações e que facilitaram e que vão acelerar o processo da nossa listagem. Nossa visão é que se nada atrapalhar nós vamos estar listados no próximo ano.

Agora, a estrutura não foi feita pensando nisso, a estrutura foi feita pensando em que nós temos oportunidade de crescimento e temos um desafio de descarbonizar a nossa cadeia, e são os focos que nós estamos dando para que a gente possa fazer todas esses desafios e sem perder o foco nas nossas operações, garantir que a nossa excelência operacional com que nós executamos ela seja mantida, o foco nas pessoas, o foco na cultura. É um reforço para a estrutura dado os desafios adicionais e as oportunidades adicionais que se apresentam para a empresa.

André, você poderia dar o detalhe do US Beef, que é sobre as perspectivas?

André Nogueira: Bom dia, Lucas, obrigado pela pergunta. Lucas, se você olhar no geral, demanda está muito forte externa e interna. Pega o *beef*, por exemplo, a exportação cresceu dos Estados Unidos e também do Canadá cresceu 21% esse ano e a importação nos Estados Unidos está *flat* para um pouquinho para baixo, mostra que não só a demanda interna, mas a demanda externa na verdade está ainda mais forte do que a demanda interna, então se está crescendo exportação e você está diminuindo importação é o que os preços internacionais estão puxando esse preço interno, né. Então, isso vale para todas as proteínas.

Do lado da demanda, eu acho que vai continuar muito forte, principalmente a demanda internacional, Ásia no geral continua puxando, se você vê no porco, por exemplo, a gente perdeu um pouco de exportação para a China, mas Filipinas cresceu muito, aqui na América Central com Honduras, República Dominicana, cresceu muito, Colômbia cresceu muito, México cresceu muito, e tudo isso no



momento em que o Japão ainda está devagar. Japão vai voltar, Japão é um mercado forte, Japão começou a reabrir, começa a voltar o *food service*. Então, assim, demanda internacional fortíssima, não tem nada no cenário que eu diz que isso vai mudar, a demanda interna com esses aumentos de salários, principalmente para a parte mais baixa da população, o *blue collar worker*, aconteceu de forma muito forte nos Estados Unidos, de novo eu acredito que a demanda interna vai estar fortíssima, e o *supply* vai estar adequado, a gente vai ter um pouco menos de gado talvez aí para o próximo ano 1% a 2% menos de gado, nada brutalmente relevante, mas deve assentar o preço do gado, se você olhar para o futuro de gado já apresenta um aumento de preço, mas eu acho que a demanda vai continuar forte e vai suportar nossos preços de forma que a gente consiga manter uma margem bastante forte.

Uma coisa para chamar atenção, Lucas, a inflação nos Estados Unidos e no Canadá, mas ainda mais nos Estados Unidos, está muito forte. Se você olhar nossos custos operacionais esse ano, esse trimestre comparado com o mesmo trimestre do ano passado somando frete, estocagem, custo total das operações das plantas, mais *packaging*, foi US\$380 milhões maior que o mesmo trimestre do ano passado. Só em frete e estocagem 25% a mais. Nós temos tido capacidade de passar isso no preço, mas claramente inflação e pressão de custo está em todos os lugares nos Estados Unidos.

Eu estou bastante confiante, quando eu olho o *supply*, o *supply* de gado, o *supply* de porco, quando eu olho preço de grãos, a perspectiva de preço de grão nos Estados Unidos eu acho que está tudo bastante adequado e com demanda forte estou bastante confiante que a gente consiga continuar repassando essa pressão de custo que nós estamos tendo.

Lucas Ferreira: Obrigado.

Gilberto Tomazoni: E, Lucas, eu acho que eu queria reforçar o que o André falou, acho que é importante a gente considerar a plataforma global que a JBS tem. Então, os ciclos dos negócios podem ou ficam correndo num país, num outro país, o André comentou bem qual é a perspectiva que tem nos Estados Unidos, mas lembrando que nós temos uma presença global, estamos em várias proteínas e em várias geografias, isso dá um nível de estabilidade do nosso resultado muito importante. Eu fico vendo cada vez mais o valor estratégico da plataforma que nós construímos.

Lucas Ferreira: Excelente, obrigado, pessoal.

Operadora: Nossa próxima pergunta Ricardo Alves, Morgan Stanley.

Ricardo Alves: Bom dia, Tomazoni, Guilherme, todo o time da JBS. Obrigado pelo *call*. Eu queria um *follow-up* sobre US Beef para o André, um *follow-up* dessa



última pergunta do Lucas. No curto prazo, talvez um pouco mais preocupado com o quarto tri do que 2022, André, essa diminuição de *spread* claro que tem fator sazonal, a gente entende isso, mas eu só queria saber se da sua perspectiva o preço de *cattle* está subindo um pouco mais do que o esperado ou se vocês já tinham essa percepção de preço de gado. Então, só focando um pouquinho mais no curto prazo na sua rentabilidade em US Beef nos Estados Unidos.

Uma pergunta para o Wesley, o aumento de 4% de volume vem com esse aumento de preço de 20%, que de fato é impressionante porque a sua base de comparação do terceiro do ano passado ainda era muito difícil e esses números são comparáveis, né, não inclui a Bunge. Então, eu só queria ver como que você está vendo essa elasticidade a preço do consumidor agora no quarto tri, se dinâmica bem favorável ela continua, especificamente agora a gente vai começar a falar dos natalinos, então se você tiver algum comentário nesse sentido também nos ajudaria. Muito obrigado, pessoal.

Gilberto Tomazoni: Ricardo, obrigado pela pergunta. André, você responde o negócio do quarto tri do US Beef e depois o Wesley, por gentileza, responde sobre a Seara.

André Nogueira: Bom dia, Ricardo, obrigado pela pergunta. Ricardo, não tem surpresa não. O aumento do preço do gado neste momento está dentro do esperado, do normal. Você falou bem, sempre tem uma sazonalidade, segundo e terceiro trimestres no total da nossa operação considerando todos os negócios são mais fortes, quarto trimestre um pouquinho mais fraco, mas, na verdade, alguma coisa esse ano está nos surpreendendo para o outro lado, você ter subida de preços, tanto de frango que está estável como porco que está estável um pouquinho para cima como *beef* que nas últimas semanas começou a subir nas vésperas de *thanksgiving*, isso é muito não usual. Normalmente você chega até o *thanksgiving* muito sobre *turkey* aqui nos Unidos e você tem uma compressão de preço, isso não está acontecendo esse ano no preço do *beef*. Então, isso é muito forte.

Eu queria destacar, assim, acho que vocês falaram, os analistas estão comentando, mas se a gente olhar as nossas operações aqui, o aumento de vendas em relação ao mesmo período ano passado, é impressionante, né, 37% no *beef*, 57% do porco, 24% no frango, tudo em dólar, né. Então, assim, mesmo que as margens algumas não evoluíram tanto, mas o total do Ebitda é bastante impressionante por conta deste aumento de receita fortíssima que nós estamos tendo.

Um destaque também quando a gente pensa *beef* e pensa para o próximo ano, acho que eu continuo com a perspectiva que a Austrália na segunda parte do próximo ano começa a voltar, ela tem melhorado sequencialmente, de novo pela demanda, que, aliás, Ricardo, você fala muito bem sobre isso da demanda



internacional para *beef*, né, você vem destacando isso e está absolutamente correto, e apesar da Austrália estar vivendo o maior preço de gado da história, uma produção que está 30%, 40% abaixo do normal, as margens estão ok do ponto de vista histórico, não é absolutamente no nível americano desse momento por causa da escassez de gado fortíssimo que está na Austrália, mas o preço está tão elevado que tem permitido uma margem ok.

Você imagina isso no próximo ano quando a gente olhar a recuperação na segunda parte do ano, que deve começar a voltar uma disponibilidade maior de gado e de *lamb* na Austrália.

Além disso, o fator relevante dos Estados Unidos mudou, Estados Unidos, de Canadá e mesmo de Austrália, que é um *labor*. Continua muito difícil isso e está segurando muito qualquer aumento de produção.

Ricardo Alves: Perfeito, André, muito obrigado.

Wesley Batista: Bom dia, Ricardo. Como você comentou, a gente tem conseguido trimestre após trimestre repassar os aumentos de custos que a gente tem tido e ao mesmo tempo a gente tem conseguido aumentar volume e ganhar espaço de mercado, a gente tem conseguido fechar gap de preço e a gente tem muito claramente assim que isso é tudo um fruto da nossa estratégia que a gente vem fazendo há anos aí, que é bastante consistente, melhoria de mix, execução no ponto de venda, principalmente qualidade, e a gente tem visto que isso tem gerado valor e gerado resultado, porque mesmo tendo que repassar custo e ter uma inflação de preço a gente tem conseguido ganhar espaço de mercado, ganhar a preferência do consumidor, né.

Então, para o futuro a gente não vê que que essa condição vai mudar, né, cada vez mais a Serra, se continuar com a nossa estratégia que a gente vem fazendo há tantos anos, a gente vai conseguir continuar ganhando espaço no mercado independente aí do cenário de inflação, do cenário de mercado aí.

Natal, a gente vê que festivos aí para o final do ano, vai ser um Natal muito importante, vai ser um Natal em um momento em que as pessoas vão querer se encontrar, vão querer estar mais junto, a gente está trazendo bastante inovação para o Natal, que tem uma categoria bastante tradicional, mas a gente quer trazer mais inovação porque a gente sabe que cada vez mais você tem que ceias diferentes, você tem momentos de consumo diferente, então a gente está trazendo bastante forte esse Natal principalmente, e apesar de um cenário que o consumidor vai estar com uma situação de renda um pouco mais sensível, a gente está muito otimista com esse Natal e está com uma perspectiva muito boa.

Gilberto Tomazoni: Ricardo, eu queria adicionar ao que o Wesley falou aí, acho que a Seara fez um trabalho nesse tempo que passou aqui de trabalhar a questão



de preferência do consumidor, que foi bem-sucedida quanto a inovações e lançamento de produtos, e ela conseguiu ao longo deste ano com inovações, com questão de mix, com o aumento de produtividade, compensar esse aumento de custos estrutural que aconteceu nos grãos. Nós achamos que o preço dos grãos eles andaram para um outro patamar com a competição com os biocombustíveis e agora, dada a boa produção nos Estados Unidos de safra, boa produção na América do Sul, a gente vê que vai ficar por aqui, não vemos uma redução do custo, mas vemos uma manutenção, e a Seara conseguiu fazer esse trabalho todo como o Wesley citou e eu citei aqui agora e nós estamos com a perspectiva muito positiva porque o ano que vem, daqueles 8 bilhões nós anunciamos dos investimentos, em torno de 3, 3 e poucos bilhões vão ficar prontos, as fábricas vão ficar prontas, isso vai gerar para a Seara um destravamento de algumas categorias hoje que ela está estrangulada, vai gerar um faturamento adicional de 6 bilhões.

Então, assim, é muito positiva as nossas perspectivas com relação à Seara.

Ricardo Alves: Muito claro, Tomazoni, obrigado. Obrigado, Wesley também.

Operadora: Nossa próxima pergunta Tiago Duarte, BTG Pactual.

Tiago Duarte: Olá, bom dia a todos, Tomazoni, Guilherme, André, Wesley e todo mundo. Eu queria fazer 3 perguntas. A primeira acho que mais direcionada para o André, esse ponto que você comentou, André, no final da tua última resposta sobre disponibilidade de mão de obra nos Estados Unidos, principalmente quando a gente fala de capacidade de carne bovina, você diria que esse ainda é o principal limitador para a indústria não estar adicionando capacidade de maneira mais relevante apesar dessas margens superfortes? E mesmo uma perspectiva que você passou, perspectiva ainda bem otimista para o quarto tri e para o ano que vem? Essa seria a primeira pergunta.

Aí a segunda pergunta, talvez mais para o Wesley, talvez para o Tomazoni também, eu queria se vocês pudessem falar um pouquinho a dinâmica de oferta de carne de frango no Brasil. Apesar de toda essa discussão de pressão de custo e necessidade de repasse, para nós chama bastante atenção quando a gente olha dados, indicadores de oferta, seja alojamentos ou disponibilidade de carne de frango, como a oferta ela não está retraindo. A impressão que, além da Seara que está investindo, como acho que o Tomazoni acabou de mencionar em expansão de produção e adição de receita, eu queria que vocês comentassem um pouco por que vocês acreditam que a oferta ela não retraindo a despeito da pressão de custo que a indústria vivenciou nesses últimos ano, ano e meio?

E aí, a terceira pergunta, acho que essa mais direcionada para o Tomazoni mesmo e muito na rabeira da discussão dessa reestruturação na gestão que vocês anunciaram, queria, Tomazoni, se você puder discorrer um pouco sobre



onde que a gente deveria esperar a companhia mirando essas oportunidades, você falou bastante de oportunidade de crescimento, oportunidade de aquisição, continuando esse *pipeline* de aquisições, onde que a gente deveria esperar a companhia mirar.

Vocês falam muito de adição de produto processado, valor agregado, mas eu não sei se você consegue dar um pouco mais de direcionamento para a gente. Hoje a gente viu vocês, esses últimos movimentos apontando em várias direções, eu não sei se você consegue falar seja de proteína ou de geografia ou de tipo de ativo ou de tamanho médio de aquisição, enfim, algum tipo de direcionamento daquilo que faz mais sentido a gente pensar estrategicamente para a companhia continuar crescendo com M&A. Obrigado.

Gilberto Tomazoni: Ok, Tiago, obrigado pela pergunta. Então, vamos fazer a resposta na sequência das perguntas que você fez, o André começa respondendo sobre os Estados Unidos na questão da mão de obra e depois o Wesley responde e do Brasil e eu completo aí com a questão que você está colocando sobre as aquisições.

André Nogueira: Tiago, bom dia. É isso, Tiago, é mão de obra e não é só Estados Unidos, tá, Tiago, essa questão da mão de obra hoje é uma questão que está afetando praticamente todos os países desenvolvidos do mundo, afeta a Europa fortemente, foi um dos uma das coisas que impactou o resultado da Pilgrim's na Europa, afeta Canadá onde a gente tem uma operação excepcional, mas mesmo assim afeta um pouco, nos Estados Unidos e na Austrália também. A questão da mão de obra hoje é uma questão chave.

Nós estamos aqui principalmente no *beef* e no porco com o time completo nas plantas, mas estar com o time completo não significa que você consegue rodar como se rodava no passado. Num momento desse do passado você conseguiria rodar, você rodaria suas plantas praticamente todos os sábados. Isso hoje não é possível. Se você tentar rodar suas plantas todos os sábados, você perde a mão de obra. A mão de obra atual não quer esse tipo de carga de horário, então é um ajuste estrutural da indústria e da realidade da mão de obra de hoje e isso, de novo, não é uma questão só Americana, talvez mais aguda aqui nos Estados Unidos, mas também não é só mão de obra, ou só a nossa mão de obra, é o *supply chain* como um todo. Nós estamos tendo dificuldade grande de motoristas de caminhão tanto nos Estados Unidos quanto na Austrália quanto no Canadá quanto na Europa, e você tanta colocar *loads* adicionais para produzir, por exemplo, porco no sábado, você tem uma dificuldade muito grande. A gente está conseguindo, mas é um constrangimento de produção.

Então, é mão de obra direta e é mão de obra indireta, eu diria dessa forma.



Wesley Batista: Bom dia, Tiago. A demanda de carne de frango tanto no Brasil quanto na exportação a gente tem visto uma demanda bastante forte. Aqui no Brasil sem dúvida nenhuma a demanda por carne de frango tem sido bastante forte, tem ganhado espaço, o consumo per capita tem aumentado, a gente acha que vai aumentar mais ainda no Brasil. E na exportação também, a exportação de carne de frango no Brasil tem sido bastante demandada e tem crescido, e Brasil é competitivo na produção de frango e o frango, dentro das proteínas, é uma proteína muito competitiva de produção apesar da situação de grãos que a gente falou que muda de patamar, né. então, a gente acredita no crescimento do negócio do frango, temos crescimento no negócio do frango dentro dos nossos investimentos, mas vale lembrar também, Tiago, que a maioria do nosso investimento e o grande foco do nosso investimento e do nosso Capex é em produtos de valor agregado, né, então em produtos que a gente hoje tem necessidade adicional de capacidade e não cresce no mercado porque não tem essa capacidade.

Então, resumindo, é isso, é uma demanda forte, a gente vê que o Brasil é bem competitivo, mas lembrando dessa questão aí do valor agregado.

Gilberto Tomazoni: E, Tiago, para fechar o terceiro ponto que você levantou, que é a questão das aquisições, a gente tem se mantido constante no mercado olhando oportunidades de M&A e de crescimento. Obviamente que M&A e oportunidades é uma questão de que elas acontecem no momento que você tenha uma oportunidade que faça sentido estratégico para a companhia, primeira coisa, depois tem que fazer sentido econômico. Então, muitos dos negócios que a gente fica vendo e discutindo eles têm valorizações que nós acreditamos que nós não conseguimos numa aquisição adicionar valor fazendo aquisição.

Agora, a prioridade que nós temos de crescimento ela está focada em produtos de valor agregado, de marca e daí assim é todas as geografias, né, que nós temos essa meta de ter 10 marcas em 2025 com mais de 10 bilhões de faturamento, então a gente está buscando crescer nos Estados Unidos, na Austrália, no Brasil na Europa esta aquisição da Kerry Foods, a divisão da Kerry foi uma aquisição de marca, nós não tínhamos marca praticamente na Europa, foi feita através da Pilgrim's, é uma aquisição focada nisso.

Então, essa é uma das prioridades que nós temos. Obviamente, novamente, é aquela questão que eu falei, onde vai ocorrer aquisição é o foco, tem que fazer sentido econômico a aquisição, mas é um foco do nosso crescimento.

A outra questão é que nós no *plant-based* nós fizemos a aquisição da Vivera na Europa, foi uma oportunidade importante de nós compramos a maior companhia independente da Europa, ela tem uma posição relevante, tem uma posição de liderança em alguns mercados, *plant-based* é uma prioridade nossa também, nós não sabemos o tamanho que esse mercado de *plant-based* vai ter, o que a gente



tem convicção é que nós seremos um dos grandes *players* nesse mercado, tanto que você viu que na hora que a gente mudou a estrutura aqui, que nós reforçamos a estrutura, nós pegamos um *plant-based* e estamos trazendo o *plant-based* para uma gestão global, diferente de região, que normalmente todos os outros negócios a gente gerencia por região, no caso do *plant-based* nós demos destaque porque acho que a gente vê oportunidade de crescimento e de sinergias em enxergar esse negócio globalmente na gestão.

Bom, aí o negócio da aquicultura que nós entramos agora ele é uma prioridade, nós queremos fazer da aquicultura o que a gente fez com frango, o que a gente fez com suínos, ter uma posição relevante nos mercados em que a gente atua. Então, assim, é um *driver* de crescimento, nós estamos focados nesse *driver* e assim outras oportunidades que façam sentido no nosso negócio nós estamos sempre olhando, como foi a questão da Rivalea lá na Austrália, que está ainda em fase de finalização, aquisição, ela tinha uma posição pequena de só um abatedor, não tínhamos uma produção agropecuária de destruídos, esta aquisição ela teve um *fit* perfeito com as nossas operações que estão lá, cria, aumenta a nossa diversidade e resposta da nossa plataforma na Austrália.

Então, assim, quando se fala um pouco em cada lugar, é que a companhia tem uma plataforma diversificada e essa é uma vantagem porque nós podemos estar olhando oportunidades em diferentes geografias de acordo com as oportunidades que fazem sentido econômico.

Tiago Duarte: Está superclaro.

Gilberto Tomazoni: Obrigado, falei bastante, não sei se deixei claro.

Tiago Duarte: Não, deixou, deixou. O tema é superamplo. Só um *follow-up*, tanto a aquicultura quanto *plant-based*, quando a gente olha os segmentos que vocês reportam hoje, onde eles estão entrando?

Gilberto Tomazoni: Então, a gente reporta por geografias, do jeito que a gente reporta aí. Então, o *plant-based* está entrando lá nos Estados Unidos, na JBS USA, North America, e a aquicultura vai entrar junto agora do jeito que reportamos lá na Austrália, que vai estar junto dentro da JBS US.

Tiago Duarte: Excelente, muito obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta Gustavo Troiano, Itaú BBA.

Gustavo Troiano: Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Eu queria explorar um pouco mais sobre a dinâmica da divisão de boi Brasil, e aqui eu queria focar um pouco mais nos impactos do embargo de China. A gente viu uma expansão de margem relevante no terceiro trimestre quando a gente compara com o segundo



tri mesmo com os impactos de China aparecendo ali no finalzinho do terceiro tri. Eu queria entender um pouco melhor como é que vocês têm visto a performance de rentabilidade desse segmento agora nesse mês e meio que já tivemos do quarto trimestre, existe uma expectativa muito grande para que essa dinâmica de China traga um melhor preço médio para as exportações uma vez que reaberta, mas em contrapartida a gente já vê uma redução de custo de gado significativa com base nessa menor demanda para exportação.

O que eu queria explorar um pouquinho é como é que vocês têm visto essa variável negativa do embargo de China sendo contrabandeada por esse custo de gado mais baixo e se a gente deve esperar uma desaceleração nas margens do quarto trimestre ou se a redução de custo de gado mais do que compensa a perda desse mercado e vocês ainda veem espaço para continuar melhorando rentabilidade no quarto tri apesar de ter mais tempo com China fechada agora para exportação. Obrigado.

Operadora: Por gentileza, aguardem enquanto conectamos o palestrante.

Por gentileza, senhores, podem continuar na linha de *backup*.

Wesley Batista: Alô, está ouvindo?

Gustavo Troiano: Estou ouvindo.

Wesley Batista: Opa, voltamos aqui, Gustavo. Desculpe, tivemos um problema técnico. Não, então resumindo, a gente acha que é uma desabilitação temporária, o governo brasileiro está empenhado aí trabalhando com a China para voltar a comercialização normal, mas esse momento, apesar de ser uma suspensão temporária, nesse momento a gente consegue ver de uma forma mais evidente ainda o tanto que o mercado interno e a nossa parceria em outros mercados tem sido bastante importante para a gente conseguir manter a nossa rentabilidade no mercado apesar deste grande desafio.

Gilberto Tomazoni: Gustavo, eu quero complementar o que o Wesley falou, relativizando assim, eu acho que a questão da China para a Friboi é importante, é 50% das exportações da Friboi. Agora, olhando no contexto da JBS, a Friboi é 15% do nosso faturamento global da JBS, aí se você pegar que é 15% e atribui e exporta 50%, então nós estamos falando do faturamento da Friboi 7,5% é das exportações, e aí nós vamos pegar a China é a metade disso, então nós estamos falando de 3,5% de impacto globalmente no negócio.

Então, é importante para a Friboi aqui no Brasil, nós estamos acreditando, o governo brasileiro vem fazendo, tem feito um esforço bastante grande, nós acreditamos que deve ser liberado rapidamente, mas olhando em contexto da JBS, a gente tem que entender que essa plataforma global que nós criamos ela dá



esse tipo de benefício para a companhia que quando temos problemas num dos países a gente pode até ser beneficiado em outros países.

Gustavo Troiano: Perfeito, pessoal, obrigado.

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: Eu queria agradecer a todos os que participaram desse *call*, obrigado pelas perguntas e, acima de tudo, agradecer ao time da JBS, os 250.000 colaboradores ao redor do mundo que têm feito um trabalho extraordinário e que tem permitido que a gente apresente resultados como o que nós estamos apresentando hoje. Muito obrigado.

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