



RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE

2015



SOBRE ESTE RELATÓRIO



Este Relatório Anual e de Sustentabilidade da JBS S/A é o primeiro a ser elaborado com abordagem global

Nesta publicação, a JBS S/A relata a evolução de seus negócios, no âmbito econômico, social e ambiental, das seis unidades que a compõem (JBS Mercosul, JBS Foods, JBS USA Carne Bovina, JBS USA Carne Suína, JBS USA Aves e JBS Europa). Também apresenta, neste relatório, iniciativas e desempenhos registrados no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015. **GRI G4-17, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30**

Desde 2012, a JBS S/A voluntariamente divulga suas informações de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), e pelo segundo ano consecutivo adota a opção essencial das Diretrizes da GRI G4. Essa metodologia oferece indicadores que podem ser utilizados para apresentar o desempenho de empresas, independentemente do setor de atuação e localidade de suas operações, de forma a permitir a comparabilidade das informações ao longo do tempo e entre diferentes instituições. **GRI G4-32**

Alguns indicadores de desempenho GRI (ambientais, sociais e econômicos) reportados neste relatório ainda não incluem todas as operações globais, devido às diferenças ainda existentes entre as empresas no que diz respeito ao monitoramento dos indicadores.

Essas mesmas diferenças fazem com que alguns indicadores não contenham, ainda, o histórico do seu desempenho. Esses casos são explicitamente apontados ao longo do conteúdo.

GRI G4-22, G4-23

Para encaminhar comentários, sugestões, dúvidas ou críticas a este documento, entre em contato por meio do e-mail relatorio.anual@jbs.com.br.

GRI G4-31

Matriz de Materialidade

GRI G4-18

O conteúdo deste relatório apresenta ao leitor informações sobre as operações e desempenho da Companhia em 2015, de acordo com os seguintes aspectos altamente relevantes para a sustentabilidade global do negócio e para os principais públicos de relacionamento da Companhia: integridade dos produtos, saúde e segurança dos colaboradores, bem-estar animal, água e mudanças climáticas.

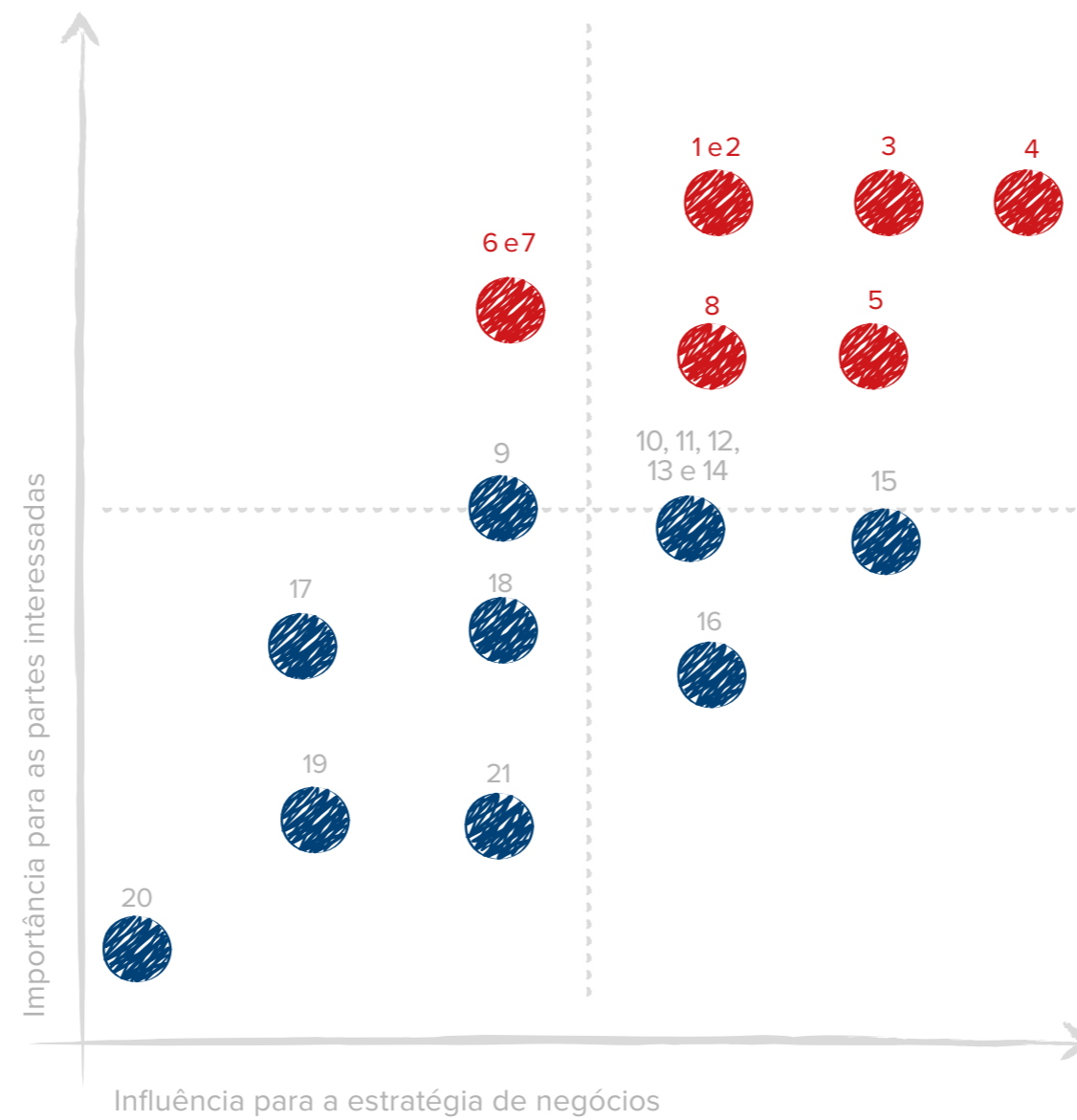
Esses cinco temas foram definidos em consenso pelas três diretorias regionais de Sustentabilidade - localizadas no Brasil, Estados Unidos e Irlanda do Norte -, com base nas suas respectivas matrizes de materialidade. No Brasil, por exemplo, a Companhia revalidou sua última matriz de materialidade, elaborada em 2014. Tal processo de revalidação foi conduzido com o objetivo de revisar a relevância dos temas para a sustentabilidade da JBS no País.

O processo de materialidade realizado em 2014 contou com o apoio de consultoria especializada, que utilizou em sua metodologia entrevistas presenciais com os principais executivos da Companhia, nas quais foram identificados os fatores de sucesso para o negócio.

A partir dos fatores de sucesso, foram selecionados stakeholders de cada categoria de relacionamento (fornecedores, clientes do mercado interno e mercado externo, governo e sociedade civil) que, por meio de entrevistas presenciais ou via telefone, tiveram as suas demandas e opiniões identificadas. Os critérios para a seleção desses stakeholders foram o alto nível de exigência em assuntos de sustentabilidade e o alto nível de legitimidade dentro de sua categoria. **GRI G4-24, G4-25, G4-26 e G4-27**

Com isso, a matriz identificou os seguintes aspectos:

MATRIZ DE RELEVÂNCIA JBS 2015 (BRASIL)

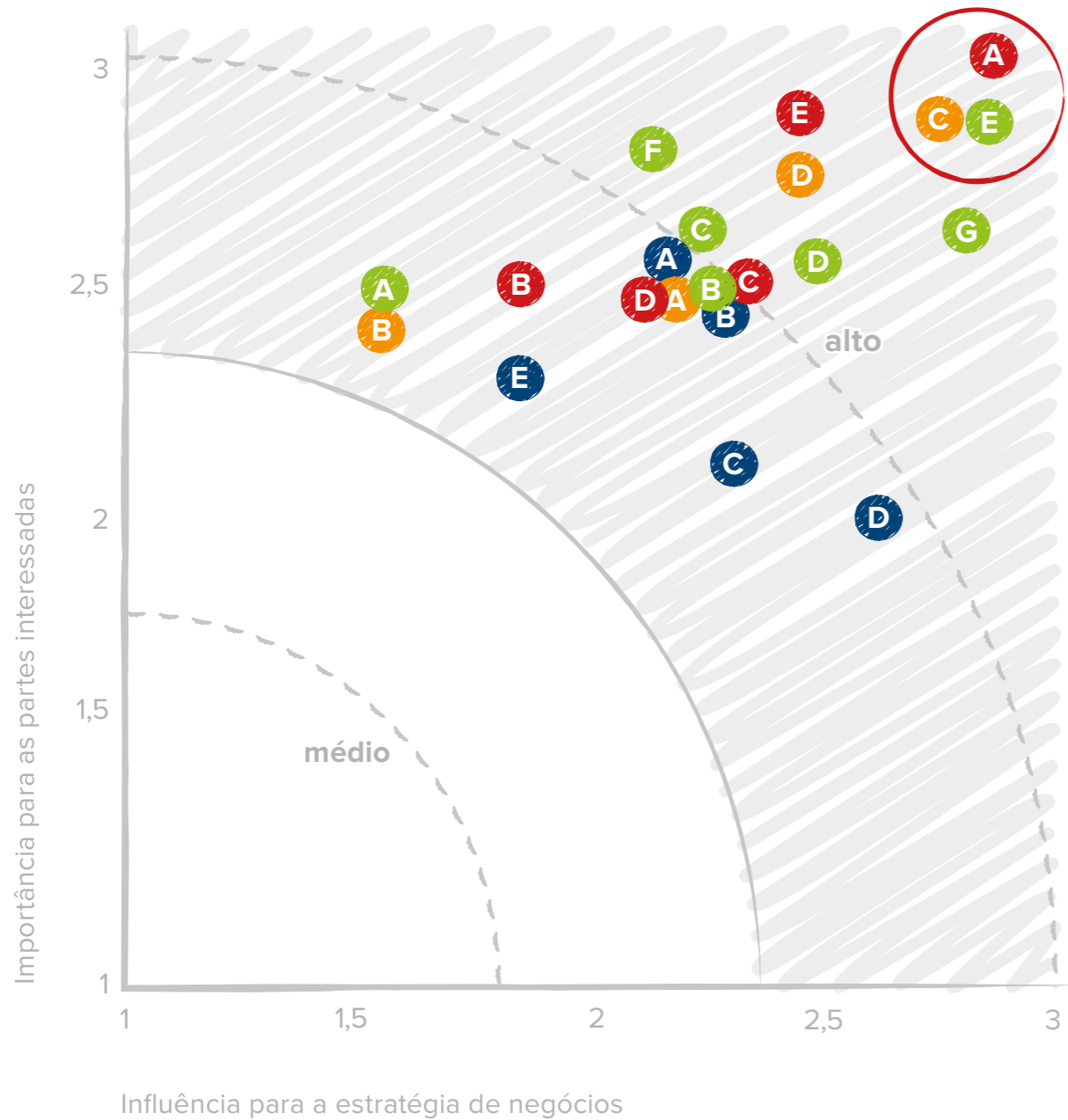


- **Temas estratégicos**
 1. Transparência e confiabilidade das informações
 2. Bem-estar animal
 3. Qualidade e segurança do alimento
 4. Garantia de origem
 5. Água
 6. Mudanças climáticas
 7. Resíduos sólidos
 8. Concorrência

- **Outros temas**
 9. Biodiversidade
 10. Energia
 11. Transgênicos
 12. Saúde e segurança do trabalhador
 13. Desperdício de alimentos
 14. Consumidores
 15. Saúde e nutrição
 16. Desenvolvimento local
 17. Hábito de consumo
 18. Direitos trabalhistas
 19. Agricultura familiar
 20. Investimento social
 21. Impactos nas comunidades locais e tradicionais

Nos Estados Unidos (que além das operações da América do Norte centraliza as da região Ásia-Pacífico), os temas elencados se referem a aspectos de meio ambiente, sociais, econômico e de responsabilidade pelo produto.

MATRIZ DE RELEVÂNCIA JBS 2015 (ESTADOS UNIDOS)



- **Meio ambiente**
 - A. Biodiversidade
 - B. Emissões (ar)
 - C. Emissões (água)
 - D. Uso de energia
 - E. Gestão da terra
 - F. Desperdício
 - G. Uso da água
- **Social**
 - A. Saúde e bem-estar animal
 - B. Direitos humanos
 - C. Impacto sobre comunidade
 - D. Direitos trabalhistas
 - E. Saúde e segurança dos colaboradores
- **Responsabilidade pelo produto**
 - A. Saúde e segurança do consumidor
 - B. Informação e educação do consumidor
 - C. Tecnologia na agricultura
 - D. Transparência da cadeia de valor
- **Econômico**
 - A. Ética e integridade dos negócios
 - B. Investimentos na comunidade
 - C. Transparência da Companhia
 - D. Compliance com legislação
 - E. Fornecedores locais

Na Europa, a atuação da Companhia em temas relacionados à sustentabilidade é pautada pelo princípio de fazer as coisas certas, minimizando o impacto das operações no meio ambiente e trabalhando em parceria com as partes interessadas. A gestão dos negócios é feita com o compromisso de atuar de forma responsável e sustentável. Para gerenciar e minimizar o impacto das operações, a Companhia adota iniciativas no sentido de reduzir o uso de energia e de emissões de gases de efeito estufa, diminuir o consumo de água e descargas de efluentes, além de destinar adequadamente seus resíduos.

Indicadores GRI

Com a definição dos temas materiais, os indicadores GRI a serem reportados foram definidos e respondidos por profissionais de diferentes áreas da Companhia, no Brasil e no exterior, responsáveis pelo gerenciamento das ações refletidas nos dados apresentados.

O detalhamento de tais indicadores está disponível no **Sumário de Conteúdo da GRI G4**.

LIMITES DOS TEMAS MATERIAIS GRI G4-19, G4-20, G4-21

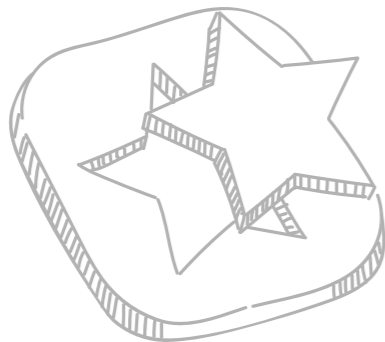
Tema material	Aspectos materiais GRI relacionados	Impacto dentro da JBS (unidades de negócio)	Impacto fora da JBS (públicos de relacionamento)	Indicadores GRI relacionados
Integridade dos produtos	Avaliação ambiental de fornecedores; Práticas de compra; Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas; Trabalho forçado ou análogo ao escravo; Avaliação de fornecedores em direitos humanos; Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade; Saúde e segurança de clientes; Saúde e segurança do consumidor; Comunicação de marketing	Abrange todas as unidades de negócio da JBS (produtivas e comerciais), situadas em mais de 15 países.	Público interno, fornecedores, clientes e consumidores.	EN32, EN33, EN34, FP1, FP2, LA15, HR6, HR10, HR11, SO9, SO10, PR1, FP5, FP6, FP7, PR6
Saúde e segurança dos colaboradores	Alimentação saudável com preço acessível; Saúde e segurança no trabalho	Abrange todas as unidades de negócio da JBS (produtivas e comerciais), situadas em mais de 15 países.	Público interno, terceiros e fornecedores.	LA5, LA6, LA7, LA8
Bem-estar animal	Criação e genética de animais; Pecuária; Transporte, Manejo e Abate	Abrange todas as unidades de negócio da JBS (produtivas e comerciais), situadas em mais de 15 países.	Meio ambiente, matéria-prima, público interno, fornecedores, clientes e consumidores.	FP9, FP10, FP11, FP12, FP13
Água	Água	Abrange todas as unidades de negócio da JBS (produtivas e comerciais), situadas em mais de 15 países.	Meio ambiente, matéria-prima, público interno, fornecedores, clientes e consumidores.	EN8, EN10
Mudanças climáticas	Desempenho econômico; Emissões	Abrange todas as unidades de negócio da JBS (produtivas e comerciais), situadas em mais de 15 países.	Meio ambiente, matéria-prima, público interno, clientes, fornecedores e consumidores.	EC2, EN15, EN16, EN17, EN18, EN19

SUMÁRIO

1 Mensagens da Administração



2 Destaques do Ano



3 Marcas



4 Gestão



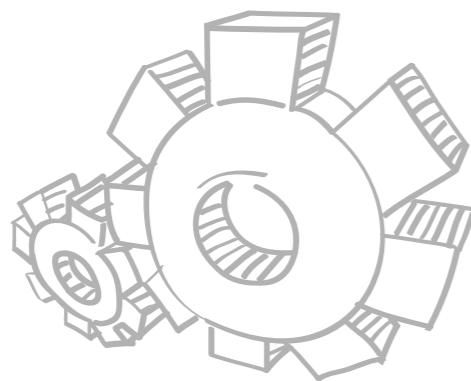
5 Cultura



7 Desempenho Financeiro



6 Operações



8 Sustentabilidade



9 Sumário de Conteúdo da GRI G4



1

MENSAGENS DA ADMINISTRAÇÃO



ANO MARCADO POR IMPORTANTES AVANÇOS NO FORTALECIMENTO DAS OPERAÇÕES E DIVERSIFICAÇÃO DO PORTFÓLIO GRI G4-1

Nossa plataforma de produção global, única no mercado, combinada com uma gestão focada na excelência operacional, nos permitiu obter bons resultados durante 2015. O ano foi marcado por importantes avanços na estratégia da JBS.

Fortalecemos nossas operações em importantes regiões produtoras de alimentos no mundo e diversificamos nosso portfólio, agregando cada vez mais valor aos nossos produtos, com marcas fortes e reconhecidas pelo mercado.

Nossas vendas consolidadas atingiram R\$163 bilhões em 2015, uma expansão de 35% em relação a 2014. No ano, 30% das vendas globais da Companhia ocorreram por meio das exportações, que somaram US\$15,4 bilhões, com destaque para Ásia e Oriente Médio. Nosso EBITDA foi de R\$13,3 bilhões, um incremento de 20% sobre o ano anterior, com uma margem

EBITDA de 8,2%. O lucro líquido do ano apresentou uma expressiva melhora e atingiu R\$4,6 bilhões, 128% superior a 2014, equivalente a R\$1,60 por ação. No lado financeiro, nossa disciplina contribuiu para elevar a classificação de risco da JBS perante as três principais agências de rating. Continuamos focados em melhorar as nossas métricas financeiras, promovendo solidez e consistência ao nosso negócio.

Outro destaque do ano foi a geração de caixa operacional, que totalizou R\$21,2 bilhões e nos permitiu crescer e realizar aquisições estratégicas. Além da expansão da nossa plataforma no Brasil, concluímos, no primeiro semestre, a aquisição da Primo na Austrália, empresa líder no segmento de produtos preparados de valor agregado, dona de marcas fortes e de grande reconhecimento e aceitação por parte dos clientes e consumidores.

Expandimos a nossa operação no México por meio da aquisição de ativos na região e também concluímos a aquisição da Moy Park, empresa sediada no Reino Unido que está totalmente alinhada com nossa estratégia global. A Moy Park é reconhecida pela alta qualidade de seus produtos e pioneirismo em inovar na produção de alimentos. No final de outubro, ampliamos as nossas operações de suínos no mercado americano, com a aquisição de ativos estratégicos, bem localizados e com a vantagem de produzir itens de valor agregado.

Comunicamos ao longo de 2015 e no início de 2016 o fortalecimento do nosso time de liderança global, nomeando gestores com profunda experiência no nosso setor de atuação para contribuir com o crescimento sustentável da JBS. Também anunciamos uma nova estrutura de gestão regional, com a criação de quatro plataformas: América do Sul, América do Norte, Europa e Ásia-Pacífico.

No ano de 2015 fortalecemos e diversificamos nossa plataforma de produção global de alimentos, com acesso a matéria-prima em diversos mercados e em diferentes proteínas, o que nos protege de questões sanitárias e barreiras comerciais e nos possibilita acessar 100% dos mercados consumidores. Essa diversificação geográfica e em proteínas nos permite mitigar a volatilidade associada aos ciclos das commodities e entregar resultados mais sólidos e consistentes.

Estamos investindo em pesquisa e inovação para agregar valor aos nossos produtos e assim trazer mais conveniência para nossos clientes e consumidores. Dedicamo-nos a entender o comportamento dos consumidores e assim inovar e customizar os nossos produtos, pensando em saúde e bem-estar. Além disso, seguimos investindo no fortalecimento de nossas marcas-chave, como Seara, Friboi, Swift, Primo, Hans, Beehive, Moy Park, Pilgrim's, Pierce, Del Dia, entre outras.

Analisando o cenário econômico, acompanhamos a projeção do crescimento populacional no mundo, que irá aumentar expressivamente a demanda por alimentos e pelos nossos produtos. Adicionalmente, a mudança de hábitos de consumo, combinado com uma maior disponibilidade de renda em diversos países, tem provocado uma busca por uma dieta mais saudável, com aumento do consumo de alimentos mais nutritivos e à base de proteínas.

Estamos confiantes em nossa plataforma global de alimentos e em nosso time altamente qualificado para conduzir a JBS em nossa estratégia. Vamos nos manter vigilantes na excelência operacional, na segurança alimentar, na qualidade de nossos produtos e no alto padrão do nível de serviço para continuar a superar as expectativas de nossos clientes e consumidores.

Aproveito essa oportunidade para agradecer a todos os nossos parceiros, clientes, fornecedores, investidores e demais stakeholders que nos apoiam e acreditam na JBS. Faço um agradecimento especial a todos os nossos mais de 230 mil colaboradores, embaixadores da nossa cultura e dos nossos valores, que contribuem diariamente para o crescimento e desenvolvimento da JBS.

Wesley Batista

CEO Global da JBS



Nosso compromisso é consolidar a JBS como uma das empresas líderes globais de alimentos, com marcas e produtos de valor. A estratégia que nos levará a esse objetivo passa por nossa capacidade de atender necessidades e antecipar desejos dos nossos consumidores e clientes, com produtos e serviços da mais alta qualidade, a custos competitivos. Isso só será possível se todos os processos da nossa cadeia de valor operarem no mais alto padrão de excelência.

A excelência dos negócios começa por trabalhar com as melhores pessoas. O que realmente importa, e faz a diferença, são as pessoas certas nos lugares certos. Formar equipes fortes, com clareza na direção e alinhadas aos valores que permeiam a nossa empresa – atitude de dono, determinação, simplicidade, humildade, disciplina, franqueza e disponibilidade – é um dos fatores mais importantes da nossa gestão e da nossa cultura.

Temos focado nossos esforços na Excelência Operacional. A diversidade de nossa atuação – geográfica, de negócios e de portfólio de marcas e produtos – nos ajuda a caminhar nessa direção, pois permite a troca constante de experiências entre as plataformas, comparando processos e identificando melhores práticas e lacunas operacionais, possibilitando importantes ganhos de sinergia.

Buscar a qualidade na JBS é mais que uma estratégia. Faz parte da cultura da Companhia. Acreditamos que o sucesso dos nossos negócios está diretamente relacionado à capacidade de produzir e entregar produtos da mais

alta qualidade, gerenciando os negócios de forma sustentável e oferecendo, aos consumidores e clientes, produtos e serviços superiores.

A conquista do reconhecimento da qualidade dos nossos produtos é uma jornada e temos avançado muito nesse trajeto. Em tal contexto, mais uma vez as pessoas são fundamentais. Acreditamos que a qualidade do que produzimos e a excelência dos serviços que prestamos é uma responsabilidade diária de todos que trabalham conosco. A determinação e a obstinação de cada colaborador da JBS, em qualquer área de negócios ou lugar do mundo, fortalecem nossos valores e crenças diariamente.

Temos confiança no nosso time, no seu profundo conhecimento do setor e nas atitudes alinhadas com nossos valores. Nossa gestão disciplinada dos negócios, focada nos detalhes da operação do dia a dia, irão acelerar nossos ganhos de sinergia e apoiarão a JBS na sua missão de ser a melhor naquilo que se propuser a fazer.

Gilberto Tomazoni

Presidente Global de Operações



A JBS vive um momento de evolução, de uma empresa inicialmente focada em commodities para uma companhia global de alimentos, com marcas líderes e produtos de valor agregado. Nosso objetivo é sempre oferecer ao mercado produtos de alta qualidade, com margens de rentabilidade mais elevadas aos nossos investidores. Em 2015, obtivemos avanços expressivos nessa estratégia. Enquanto desenvolvemos muitas de nossas marcas, fizemos importantes aquisições no exterior, como a Primo, na Austrália, e a Moy Park, no Reino Unido, e expandimos as operações no México e nos Estados Unidos por meio da compra de ativos estratégicos nos dois países, que irão fortalecer o nosso portfólio.

Fizemos um enorme progresso na construção de nossas marcas nas diferentes operações globais. A marca Friboi, no Brasil, é um exemplo de como estamos “descommoditizando” uma categoria, mostrando um benefício exclusivo – a confiança - na compra de produtos Friboi em relação aos concorrentes. Há três anos, menos de 30% dos

produtos na categoria de carnes desossadas eram vendidos com a marca Friboi. Agora, já são mais de 80%.

A marca Seara, também no Brasil, era vista localmente como uma marca mais barata, mas quando a adquirimos fizemos dela uma marca forte, vinculada a produtos inovadores e de alta qualidade. Isso fez com que a preferência pela Seara triplicasse no último ano. De acordo com uma pesquisa de mercado publicada recentemente, tanto a Seara quanto a Friboi estão entre as 50 marcas mais valiosas no Brasil. Estamos muito orgulhosos por essa conquista.

A construção de marcas é essencial para o futuro da JBS. É parte da nova fase da Companhia.

Marca é uma promessa de qualidade consistente entre nós e nossos clientes e consumidores, e a JBS sempre investiu - e continuará a investir - na melhoria da qualidade de seus produtos.

Nossas equipes de marketing e inovação em todo o mundo estão focadas na construção de nossas marcas de maneira constante e sustentável.

Ancoradas em profunda compreensão dos clientes e consumidores, vêm descobrindo tendências de consumo e traduzindo-as em planos que se revertam em valor às marcas por meio de uma comunicação autêntica e engajada, fazendo uso de diferentes veículos de mídia.

Temos também a missão de criar um forte plano de inovação para a Companhia, pois o ritmo das mudanças no setor de alimentos é mais intenso a cada dia, com exigências crescentes dos consumidores. Temos um robusto programa de inovação que reflete nossas crenças em entregar constantemente a melhor qualidade possível e ser um líder na oferta de novas ideias e opções para os nossos consumidores e clientes.

Marcas criam valor para os investidores, e companhias com marcas fortes são melhor avaliadas pelo mercado, pois são menos vulneráveis às crises. Estamos bastante confiantes de que estamos no caminho certo, e estou particularmente orgulhoso por termos alcançado resultados tão expressivos.

Tarek Farahat

Presidente Global de Marketing e Inovação

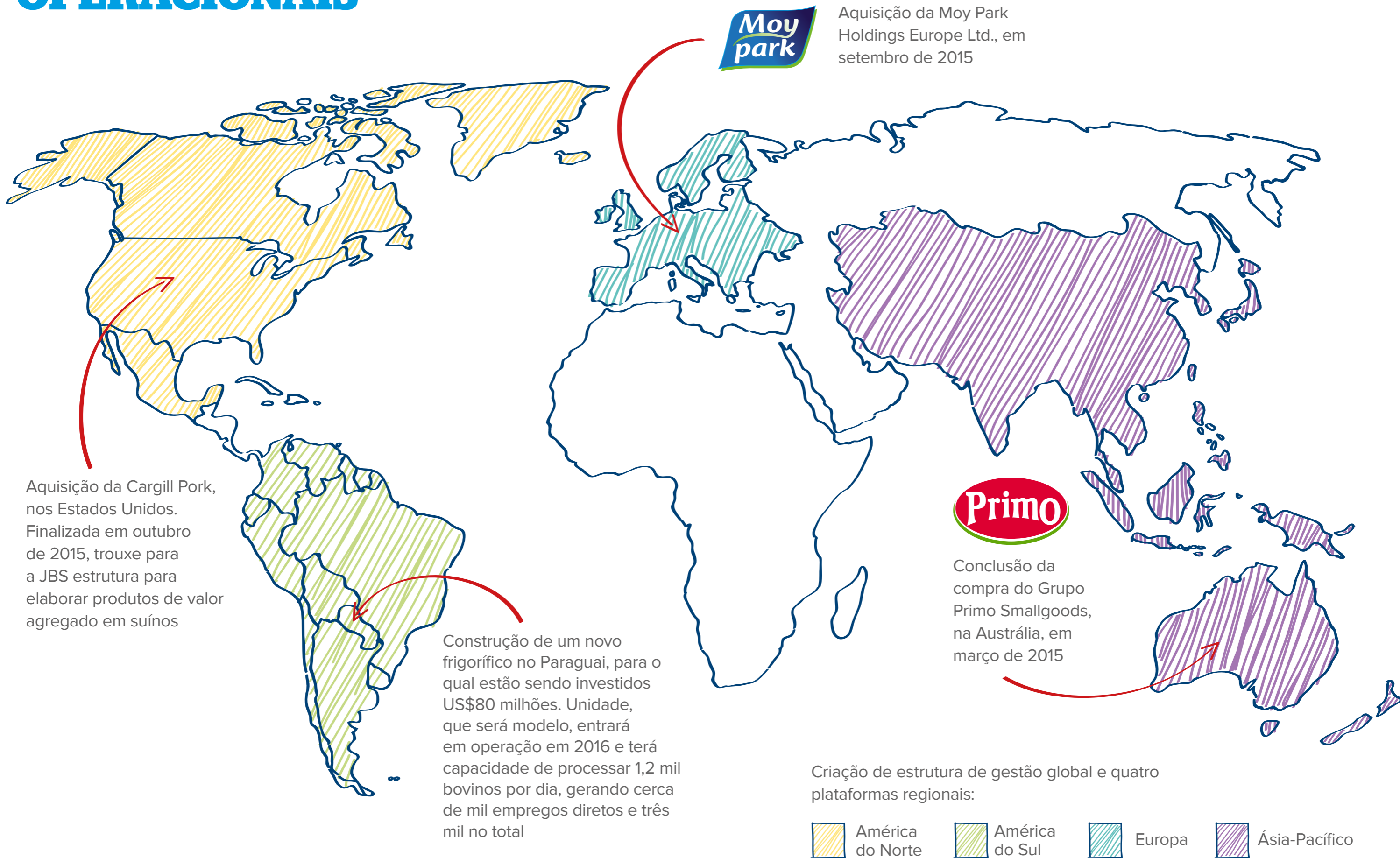


2

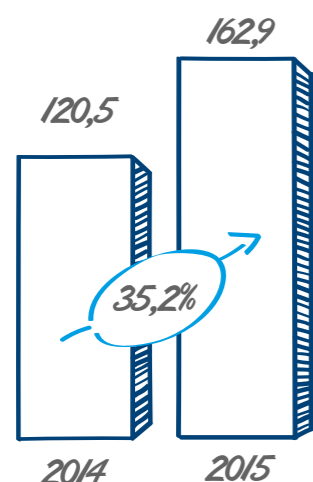
DESTAQUES DO ANO



OPERACIONAIS



FINANCEIROS



Receita líquida de

R\$162,9 BI,

35,2% superior (ou com acréscimo de R\$42,4 bilhões) em relação a 2014.

Lucro líquido de

R\$4,6 BI,

aumento de 127,9% quando comparado a 2014.

EBITDA de

R\$13,3 BI,

crescimento de 19,9% sobre 2014. A margem EBITDA foi de 8,2%.

Dívida líquida de

R\$47,0 BI

e alavancagem de 3,18x. A alavancagem ajustada pelos resultados proforma das aquisições ficou em 2,91x. A dívida líquida dolarizada, por sua vez, totalizou US\$12,0 bilhões.

Geração de caixa operacional de

R\$21,2 BI,

aumento de 136,0% em relação a 2014.

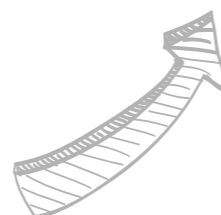
Geração de caixa livre antes das aquisições foi de

R\$17,0 BI,

169,3% superior ao período anterior.



Classificação de risco elevada pelas três principais agências de rating.



PRINCIPAIS INDICADORES

	2015	2014	2013	2012	2011
Indicadores Econômico-financeiros – R\$ milhões					
Receita Operacional Líquida	162.914,53	120.469,70	92.902,80	75.696,70	61.796,80
Custo dos produtos vendidos	-140.324,20	-101.796,30	-81.056,10	-67.006,90	-55.100,20
Lucro Bruto	22.590,30	18.673,40	11.846,70	8.689,80	6.696,60
Margem bruta %	13,90%	15,50%	12,80%	11,50%	10,80%
EBITDA	13.300,40	11.090,00	6.130,30	4.410,30	3.151,00
Margem EBITDA (%)	8,20%	9,20%	6,60%	5,80%	5,10%
Lucro líquido	4.640,10	2.035,90	926,90	718,90	-75,70
Margem líquida (%)	2,80%	1,70%	1,00%	0,90%	-0,10%
Investimentos	21.603,87	4.276,85	1.905,91	1.870,29	704,36
Dívida líquida	47.038,70	25.168,70	23.748,20	15.105,90	13.584,00
Geração de caixa operacional	21.206,40	8.987,00	2.541,05	1.472,26	606,51
Geração de caixa livre	-397,47	4.710,16	635,13	-398,04	-97,85
Indicadores Socioambientais					
Número de colaboradores	227.168	208.503	191.426	141.628	135.187
Total de Emissões de GEE, por peso (tCO2e) - escopo 1	4.445.098,00	4.411.977,13	3.877.792,00	2.423.078,00	403.902,00*
Total de Emissões de GEE, por peso (tCO2e) - escopo 2	1.779.980,77	1.457.679,79	2.423.078,00	1.274.401,00	16.083,00*
Volume de água consumido (mil m³)	161.027,00	N/D**	N/D**	N/D**	N/D**
Investimentos em gestão e melhorias ambientais (R\$)	716.550.063,28	N/D**	N/D**	N/D**	N/D**

*No Inventário de Emissões GEE do ano de 2011 foram consideradas as atividades da Vigor Alimentos S.A., que no ano era controlada pela JBS S.A. Em 2012, a Vigor abriu capital, por isso não foi considerada no Inventário de Emissões GEE do ano de 2012.

**Nos anos de 2011, 2012, 2013 e 2014 os dados foram calculados somente para o Brasil. As informações estão disponíveis nos relatórios dos anos anteriores.

3 MARCAS



SOBRE A JBS

Segunda maior empresa de alimentos do mundo¹

¹ Fonte: Bloomberg

Possui amplo portfólio de produtos que incluem, principalmente, carne bovina, suína e de aves, alimentos preparados e processados, com marcas reconhecidas e com valor agregado, vendidas em mais de 150 países. **GRI G4-4**

Plataforma global e diversificada de produção e distribuição de alimentos, com unidades produtivas e escritórios comerciais em mais de 15 países e cerca de 230 mil colaboradores.

Seus clientes – mais de 350 mil - são redes varejistas, clubes de atacado e empresas do setor de *food service* (restaurantes, hotéis, distribuidores de serviços de alimentação e processadores complementares). **GRI G4-6, G4-8, G4-9**

A JBS também possui uma divisão dedicada a Novos Negócios, voltada a extrair valor de matérias-primas que derivam do manejo e produção de proteína animal. Essa área atua nos segmentos de higiene e limpeza, colágeno, embalagens metálicas, envoltórios, biodiesel,

transportes e gestão de resíduos e reciclagem. A Companhia também tem operações no processamento de couro. **GRI G4-4, G4-8**

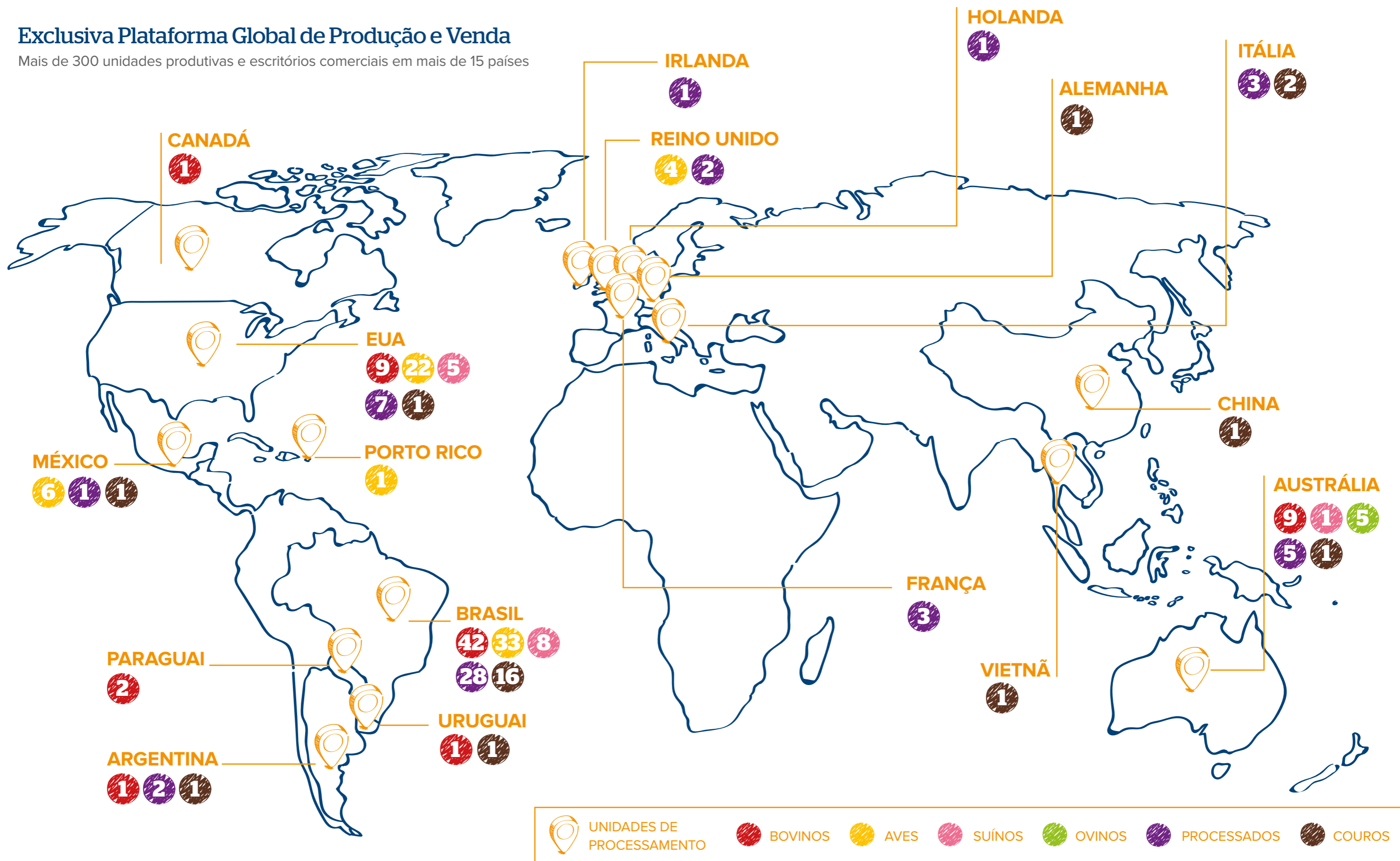
Sediada no Brasil, na cidade de São Paulo, a JBS S/A é a maior empresa privada do País. É uma companhia aberta, com ações negociadas na BM&FBovespa e ADRs (American Depositary Receipts) no mercado de balcão OTCQX, na Bolsa de Nova York. **GRI G4-3, G4-5, G4-7**



UMA COMPANHIA GLOBAL GRI G4-6, G4-8, G4-9

Exclusiva Plataforma Global de Produção e Venda

Mais de 300 unidades produtivas e escritórios comerciais em mais de 15 países



ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

Os negócios da JBS são conduzidos na direção de transformar a Companhia em uma empresa global de produção de alimentos. A estratégia adotada, para isso, tem sido **diversificar o posicionamento em três frentes: portfólio de marcas e produtos, segmentos e mercados.**

Cada vez mais, a Companhia tem avançado no sentido de oferecer, a seus clientes e consumidores, marcas reconhecidas e líderes em seus respectivos mercados, com produtos de valor agregado.

Isso tem possibilitado que a JBS estabeleça uma forte conexão com os consumidores finais, oferecendo uma gama de opções que vão desde carnes congeladas até produtos prontos para o consumo.

A ampliação do portfólio de marcas e produtos só é possível com a diversificação dos segmentos em que está presente. A Companhia, hoje, atua no processamento de carne bovina, de aves e suína, e maximiza essas atividades de forma a lançar novos produtos e agregar valor aos alimentos.

Outra característica é a presença da Companhia em diversos mercados. Suas operações – unidades de processamento e escritórios comerciais - estão distribuídas nos cinco

continentes. Isso se reflete, de um lado, em acesso aos diferentes mercados, podendo atender a um número crescente de clientes e consumidores. Por outro lado, a diversificação geográfica resulta em uma operação equilibrada, com a exposição minimizada aos riscos de negócios, econômicos ou políticos de cada localidade. Ao ter sua estrutura operacional diversificada, cria uma espécie de proteção aos negócios, já que uma divisão tende a compensar os desafios que venham a ser encontrados em situações específicas. **GRI G4-8**

Para aproximar-se de clientes e consumidores por meio de um portfólio de marcas e produtos de valor agregado, que é o intuito da JBS, a Companhia pauta a sua atuação na qualidade. E qualidade, para a JBS, não se refere apenas ao produto.

Qualidade envolve operar dentro dos padrões mais elevados de sustentabilidade social, econômica e ambiental, ter a melhor equipe de colaboradores, com as pessoas certas nas posições corretas, fábricas de última geração e parceria nas relações com seus públicos. Oferecer qualidade a clientes e consumidores é o principal propósito da JBS.

DIVERSIFICAÇÃO GEOGRÁFICA E DO PORTFÓLIO DE PRODUTOS E MARCAS **GRI G4-4, G4-8, G4-13**

A JBS deu passos importantes em 2015 dentro de sua estratégia de crescer no segmento de produtos com maior valor agregado, como preparados e de conveniência, e de diversificar geograficamente suas operações e as linhas de negócios.

Com isso, foi possível ampliar sua base de clientes, tanto nos respectivos mercados em que atua, como em exportações.

Em junho, adquiriu a totalidade das ações da Moy Park Holdings Europe Ltd., operação que permitiu à JBS ampliar suas operações na Europa de forma relevante. A Companhia detém marcas fortes localmente, como O’Kane, Castle Lea, Kitchen Range Foods, Albert Van Zoonen e Moy Park, além de desenvolver produtos no formato *private label* para os principais varejistas do Reino Unido. Em mais de 70 anos de história, a Moy Park conquistou a liderança em categorias de alto valor agregado, além de ter se tornado referência no desenvolvimento e na inovação de alimentos. A operação foi concluída em setembro, após as devidas aprovações regulatórias.



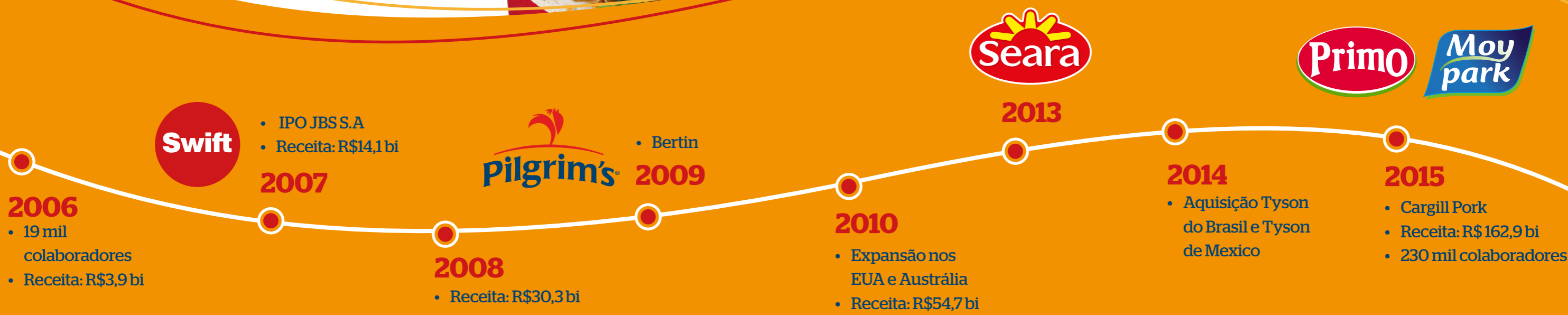
Poucos dias após o anúncio da compra da empresa na Europa, a JBS adquiriu ativos de processamento de suínos nos Estados Unidos que pertenciam à Cargill Meat Solutions Corporation. A operação é um marco para os negócios naquele país, pois trouxe uma estrutura de criação de suínos e produção de bacon que a JBS ainda não tinha no mercado norte-americano. A transação, em montante próximo a US\$1,45 bilhão, incluiu duas fábricas de processamento de carne suína em Ottumwa (Iowa) e Beardstown (Illinois), cinco fábricas de ração em Missouri, Arkansas, Iowa e Texas, e quatro granjas de suínos em Arkansas, Oklahoma e Texas, unidades que foram integradas às operações da JBS USA Carne Suína. A conclusão do negócio se deu em outubro, após serem obtidas todas as aprovações regulatórias necessárias.

Outra aquisição concluída no transcurso do ano foi a do Grupo Primo Smallgoods, líder em produtos processados como presunto, salsicha e bacon na Austrália e na Nova Zelândia. Com mais de quatro mil colaboradores, possui marcas reconhecidas e líderes de mercado como Primo Smallgoods, Hans, Beehive, Hunter Valley Quality Meats e Primo Quality Meats.

A operação, anunciada em setembro de 2014, contemplou a totalidade das operações do Grupo Primo, incluindo cinco unidades produtivas, sete centros de distribuição e 30 lojas de varejo, em valor equivalente a US\$1,250 bilhão. A nova empresa foi integrada à estrutura da JBS USA, que também concentra as operações na Austrália.

Nos últimos oito anos, a JBS deixou de ser uma empresa brasileira de carne bovina, com receita de R\$3,9 bilhões, para se tornar a segunda maior companhia global de alimentos, com receita de R\$163 bilhões em 2015.

Esse crescimento acelerado se deu, principalmente, via aquisições. Foram diversas as empresas compradas nesse período, no Brasil e no exterior, estratégia que tem se mostrado acertada. A JBS desenvolveu um modelo de gestão bem-sucedido para integrar rapidamente as novas operações à Cultura da Companhia, reduzir custos operacionais e obter ganhos de sinergias. **GRI G4-9**



MARCAS GRI G4-4

Portfólio de dezenas de marcas reconhecidas em seus respectivos mercados, que oferecem a clientes e consumidores produtos de valor agregado, atendendo diversas preferências

JBS Brasil

JBS Carne Bovina

Carne de confiança tem nome.

Marca líder no mercado de carne bovina, a Friboi conta com uma linha completa de cortes e várias opções práticas de produtos industrializados como hambúrgueres, kibes, charque, jerked beef e carnes cozidas. A marca tem compromisso com a garantia de origem, rigoroso controle de qualidade e responsabilidade com o meio ambiente.

A carne bovina da raça Angus é de origem escocesa, com traços de maciez, textura, sabor e alta marmorização. Essas características premium são validadas pelo selo de certificação da Associação Brasileira de Angus.

Oferece ao consumidor 23 cortes de carnes selecionadas e 90 bandejas de cortes especiais, sugerindo ao consumidor mais opções na preparação de pratos diversificados.

Marca que unifica várias categorias de produtos: além da linha grill, conta com linhas de pescados, frutos do mar, aves e vegetais. Os produtos são voltados para donos de restaurantes, bares, lanchonetes e churrascarias.

Com carnes com sabor e maciez garantidos por rigoroso processo de maturação, oferece oito cortes de carne para churrasco.

Além dos produtos, a Empresa mantém uma marca relacionada a serviços: o Açougue Nota 10: programa que tem o compromisso de oferecer serviços que garantem os melhores resultados nas lojas de parceiros. Tem o objetivo de valorizar os pontos de venda e conquistar a fidelidade dos clientes. Também oferece consultoria técnica especializada, capacitação de mão de obra e forte apoio de ações de marketing nas lojas. Conta com completo portfólio de carnes: Friboi, Reserva Friboi (exclusivo para participantes do programa), Maturatta Friboi e Angus Friboi.

JBS Foods

Marca tradicional, presente há quase 60 anos no mercado brasileiro. Com total compromisso com a alta qualidade, a Seara oferece amplo portfólio nos segmentos de carnes de aves e suínos *in natura*, além de alimentos preparados e industrializados.

Lançada em 1970, Doriana está entre as líderes do mercado. Seu histórico se destaca pelo pioneirismo: foi a primeira margarina cremosa do Brasil, a primeira margarina light a ser lançada no País, em 1991, e inovou ao usar ingredientes obtidos do iogurte desnatado, em 1997.

Fundada em 1962, conta com um portfólio de produtos com mais de 90 itens, como linguiças, salsichas, mortadelas, presunto, peito de peru, empanados, pratos prontos, pizzas e hambúrgueres, entre outros. É a 5ª marca mais lembrada no Brasil.



Empresa com sede no Rio Grande do Sul que desenvolve produtos industrializados a partir da carne suína e de frango, como presuntos, fatiados em geral, patês, salsichas e linguiças, além de congelados, como pizzas, lasanhas, empanados e pão de queijo. A marca, que soma 122 anos de trajetória, é distribuída na região Sul do País.



Segunda marca mais lembrada nas categorias linguiça e salsicha na região Sul do Brasil.



Líder no segmento de frango no Estado do Paraná.



Marca de peso no Estado do Rio de Janeiro.



Também originária do Rio Grande do Sul, a Pena Branca atua nos segmentos de salsichas, mortadelas, presuntos, empanados, hambúrgueres e cortes de frango. A marca foi fundada há quase 40 anos.



Terceira marca mais lembrada nas categorias de frango na região Sul do Brasil.



agrovêneto

Marca líder em frango no Estado de Santa Catarina.



Força em mortadela no Nordeste brasileiro.



Líder no Brasil na produção de massas frescas e terceira maior produtora de pratos prontos do País. Oferece uma variedade de alimentos como pizzas, lasanhas, escondidinhos e pão de queijo, além da linha de alimentos congelados.

JBS Argentina



JBS Paraguai



JBS Uruguai



Pilgrim's Pride Corporation



Principal marca da Companhia, com tradição de mais de seis décadas em oferecer ampla gama de produtos de frango, abrangendo opções de carne fresca, pré-preparada, pronta para o consumo e congelada.



Produtos de frango, com alto valor agregado, para clientes de varejo e foodservice.



Atua há mais de 60 anos na oferta de produtos de frango de alta qualidade para alimentação escolar de acordo com as diretrizes nacionais de nutrição.



Marca da família Pilgrim's México especializada em produtos de frango de valor agregado. Entre as opções disponibilizadas a clientes e consumidores, estão hambúrgueres de frango, nuggets e milanesas.



Oferece ampla variedade de pratos de carne de frango com valor agregado, voltados para o segmento de varejo e foodservice.



Produtos de frango classificados como "halal", com qualidade e sabor para mercados internacionais em todo o mundo.



Oferece produtos de frango in natura, comercializados inteiros ou em cortes, nas versões resfriado e congelado. Está localizada em Porto Rico.

Carne Suína



Produto que ressalta características próprias da carne suína, como maciez e suculência.



Pedaços de carne suína temperada e pré-preparada.



Linha de produtos frescos de carne suína, temperados e preparados para atender as preferências dos consumidores hispânicos.



Cortes de carne fresca suína sem adição de temperos, preservando as características naturais.



Carne Bovina



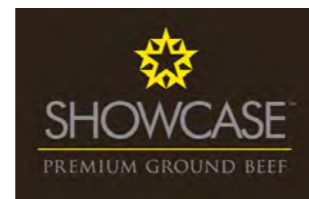
Produtos originados de novilhos de raça pura, alimentados com dieta 100% vegetariana, sem uso de promotores de crescimento nem antibióticos e criados em ambientes livres de estresse. A carne, de qualidade superior, resulta da genética, alimentação e abate dentro de 14 a 17 meses.



Beef



Cortes especiais de altíssimo padrão de qualidade derivados do Black Angus. Os novilhos de raça Black Angus são tratados com alimentação diferenciada para atender aos requisitos de paladar e maciez que destacam a qualidade da marca.



Cortes de carne provenientes de novilhos de raça Angus, também alimentados com dieta 100% vegetariana e sem uso de promotores de crescimento nem antibióticos, que se diferenciam pelas melhores práticas utilizadas em todo o processo de criação do gado.



Cortes de carne reconhecidos pela maciez, suculência e sabor derivados do Angus. Os animais são criados com processos específicos, reconhecidos pelo USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos). A JBS é um dos principais processadores de Certified Angus Beef®, com produção localizada nos Estados Unidos e no Canadá.



Principal marca de carne bovina, com clientes em todo o mundo que reconhecem o compromisso da marca com a qualidade e consistência.

JBS Europa



Os produtos da marca Moy Park estão entre os líderes na Irlanda, presentes em cerca de 50% dos lares. Também estão disponíveis na Grã-Bretanha. Marcados pela alta qualidade e inovação, os produtos – distribuídos em lojas de varejo e de conveniência – abrangem cortes de carne de frango *in natura* e empanados.



Fundada em 1932, O'Kane é uma marca reconhecida pela alta qualidade de seus produtos, originados de frangos produzidos localmente, sob os mais altos padrões. Fornece uma gama de produtos de conveniência, como milanesas e prontos para o consumo.



Fundada em 1913 e com sede na Itália, é líder na produção de bresaola e outros embutidos, exportando seus produtos para mais de 20 países.

Carne Bovina



Provém de raças britânicas, como Angus e Hereford, cuja seleção genética resulta em uma carne de alta qualidade e maciez. Os produtos dessa marca se diferenciam pelo fato de os animais serem criados em ambientes livres de estresse.



Proveniente de rebanhos de gado instalados em King Island, ilha que está entre a Austrália e a Tasmânia. Nessa região – conhecida como um dos ambientes mais limpos e mais naturais do mundo, com chuva abundante e com leis que proíbem o uso de promotores de crescimento –, o gado é criado livremente, em pastagens ricas em nutrientes.



Produto com origem de bovinos tratados em confinamento localizado no sul de New South Wales, na Austrália, e alimentados com grãos de elevada qualidade, selecionados pelos principais nutricionistas da indústria.



Carne Ovina



Lançada em 2013, é a mais nova marca da JBS Austrália. Os animais são alimentados exclusivamente com capim, sem nunca serem expostos a hormônios de crescimento, OGM (organismos geneticamente modificados) ou antibióticos.



Reconhecida pela qualidade, suculência e sabor, atualmente é comercializada na Europa e no varejo australiano.



Uma das marcas de cordeiro mais antigas e reconhecidas da Austrália, é produzida na planta de Bordertown, Austrália, no coração da região de Tatiara, no Sul do País. É comercializada principalmente no Oriente Médio, Japão e Europa.

Produtos Preparados



Palavra derivada do italiano, que significa “melhor” ou “primeiro” – é a maior fabricante de bacons, presuntos e carnes curadas da Austrália.



EST Nº 262
HUNTER VALLEY
QUALITY MEATS



Marca de confiança na Nova Zelândia, onde a qualidade é prioridade. Utiliza cortes nobres e métodos de defumação natural na produção de bacons, presuntos e carnes curadas.



É uma das marcas mais reconhecidas na Austrália. Fundada em 1960, e inicialmente focada em produtos como salames e salsichas, continuamente cria produtos inovadores.

PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTOS

As marcas e produtos da JBS, assim como a atuação da Companhia, constantemente são reconhecidos e destacados por instituições de mercado, veículos de comunicação e organizações da sociedade civil. Abaixo, algumas das premiações conferidas à JBS, nos diferentes mercados em que atua, em 2015.

No Brasil

- **Prêmio Marketing Best 2015**, conferido pela Editora Referência e pela consultoria Madiamundomarketing pela campanha “Friboi. Aqui tem confiança”. Tal ação abriu as portas das fábricas para criar ainda mais proximidade com os consumidores e ampliar a transparência dos processos internos.
- **Prêmio Comunicação de Marca**, entregue à Friboi pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). O reconhecimento foi concedido pelo case “Do Commodity à cultura popular”, que destaca os investimentos da empresa para ser a pioneira na criação de uma marca de carne no mercado nacional.
- **Prêmio Top Qualidade Brasil**, que elegeu o projeto Chefs Especiais como “Melhor Projeto de Responsabilidade Social do Ano na Gastronomia”. Concedido pela Academia Brasileira de Honrarias ao Mérito, a premiação destaca a excelência de empresas nacionais pela qualidade de suas ações, produtos e serviços. Como patrocinadora do projeto, a Friboi também foi condecorada na homenagem.
- **Prêmio Top of Mind**, recebido nos estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Paraná e Espírito Santo. O prêmio reconhece as marcas

que se destacam pela qualidade dos produtos e dos serviços que prestam, além de serem diferenciadas por apostarem continuamente em inovação e melhoria de processos.

- **Troféu Empreendedor Nacional**, em uma homenagem realizada na premiação **Top Of Business 2015** às empresas brasileiras que contribuem para o desenvolvimento do país.

Nos Estados Unidos

JBS USA

- **Best Community Involved Business**, conferido pela revista *The Best of Greeley*.
- **Bronze Supplier Award**. Sysco (Beef)
- **Truck Safety Awards**. Concedido à JBS Carriers durante a conferência anual de Saúde, Segurança e Recursos Humanos do ATA (American Trucking Associations), realizada em Little Rock, Arkansas. O prêmio reconhece a redução da frequência de acidentes em relação ao ano anterior.
- 3º lugar – General Commodities Truckload/Line-Haul Between 20-50 Million Miles.
- 3º lugar – General Commodities Truckload/Local Up to 25 Million Miles.
- **Hazard Control Recognition Award** concedido à JBS pelo Conselho de Segurança Iowa – Illinois durante a 62ª Exposição e Conferência Anual sobre Desenvolvimento Profissional, realizada em Dubuque, Iowa. Tal Conselho de Segurança é um capítulo do Conselho de Segurança Nacional. Trata-se de uma organização sem fins lucrativos dedicada a proteger a vida e promover a saúde, estimulando boas práticas sociais e ambientais na comunidade em que atua.

Na Austrália

JBS Austrália

- **Melbourne Fine Food & Sidney Royal Fine Food Awards**. Por três anos consecutivos, a Primo foi a empresa do setor com o maior número de medalhas. Em 2015, foram 41, em reconhecimento à qualidade de diversos produtos oferecidos pela Companhia. As medalhas refletem o compromisso da empresa para entregar os mais elevados padrões de qualidade a clientes e consumidores.

Na Europa

Moy Park

- Food Manufacture Excellence Awards; eleita a Companhia do ano na categoria de carnes e frangos e na categoria de alimentos em geral.

- IoD Director of the Year Awards – vencedor do prêmio Liderança e Responsabilidade Social do Reino Unido.
- Waitrose Supplier Award for Technical Excellence – fornecedor de destaque por excelência técnica.
- IGD Awards – prêmio John Sainsbury em Aprendizado & Desenvolvimento.
- Irish Quality Food Award – destaque em inovação pela criação do frango Assa Fácil (Roast in the Bag chicken).
- Royal Society for the Prevention of Accidents (RoSPA) – prêmio em prevenção de acidentes.
- Food & Drink Manufacturing Industry Sector Award.
- EFQM Ireland Excellence Award.
- Meat & Poultry Processing Awards; destaque do ano em Desenvolvimento de produtos.



4 GESTÃO



GESTÃO

Os negócios da JBS são conduzidos por uma estrutura de gestão global e por quatro plataformas regionais:

Estrutura de Gestão Global



Wesley Batista
CEO



Tarek Farahat
Presidente de
Marketing e Inovação



Gilberto Tomazoni
Presidente de
Operações



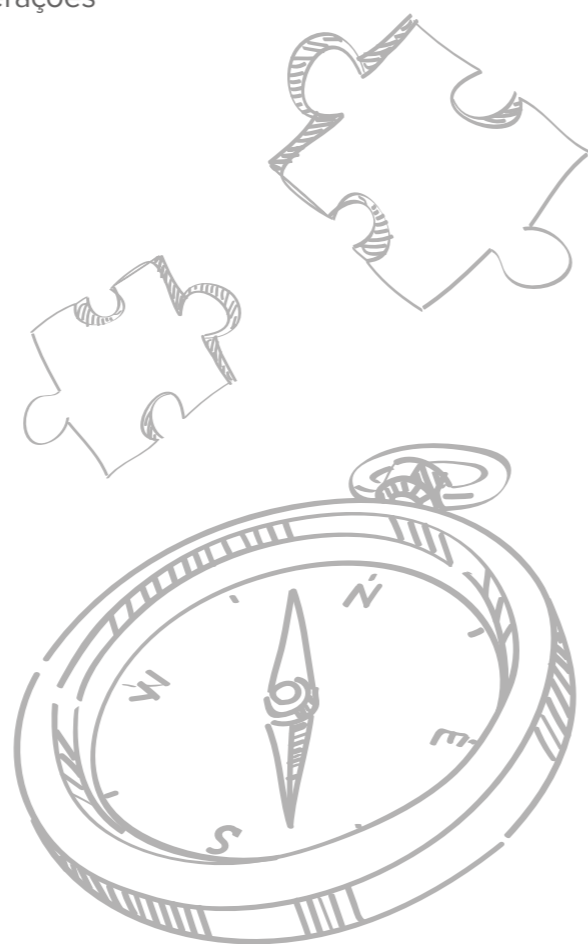
Vincent Trius
Presidente de Novos
Projetos



Russ Colaco
CFO

Plataformas Regionais

- América do Sul
- América do Norte
- Europa
- Ásia-Pacífico



GOVERNANÇA CORPORATIVA

Ser o melhor naquilo que se propõe a fazer é o que norteia as atividades da JBS. Diante disso, a Companhia busca constantemente adotar as melhores práticas de Governança Corporativa, visando manter o equilíbrio adequado na alocação de direitos, poderes, obrigações e responsabilidades entre gestores, Conselho de Administração e acionistas.

Estrutura de Governança GRI G4-34

Na JBS, a estrutura de Governança Corporativa se apoia em duas principais instâncias: Conselho de Administração e Diretoria Executiva. Mais alto

órgão de governança da Companhia, o primeiro reúne representantes dos acionistas com o intuito de determinar as linhas centrais dos negócios e metas relativas aos temas econômicos, sociais e ambientais, além de decidir sobre questões-chave, em linha com as competências que lhe são atribuídas pelo Estatuto Social.

Eleito pela Assembleia Geral de Acionistas para mandatos de dois anos (com a possibilidade de reeleição), é composto por oito conselheiros. Do total de membros, dois são independentes.



**Joesley Mendonça
Batista**



**Wesley Mendonça
Batista**



**José Batista
Sobrinho**



**Humberto
Junqueira de Farias**



João Carlos Ferraz



**Carlos Alberto
Caser***



Tarek Farahat



**Márcio Percival
Alves Pinto***

*Conselheiros independentes

Para dar suporte ao Conselho de Administração, a JBS possui as seguintes instâncias:

- **Conselho Fiscal:** Dentre suas atribuições, fiscaliza documentos expedidos pelos Administradores e, se necessário, opina ou denuncia erros, fraudes ou crimes ao Conselho de Administração e à Assembleia Geral. É formado por quatro membros efetivos, sendo um presidente, e quatro suplentes. A relação de membros pode ser acessada no www.jbs.com.br/ri.
- **Comitês:** A JBS conta com quatro Comitês não-estatutários – Sustentabilidade, Auditoria, Financeiro e de Gestão de Riscos e de Gestão de Pessoas. No website da Companhia (www.jbs.com.br/ri), há mais informações a respeito de cada um desses Comitês.

Diretoria Executiva

A Diretoria Executiva, por sua vez, está prevista em Estatuto e é responsável pela gestão e administração das atividades da JBS. Responde pela execução dos negócios da Companhia, cumprindo a orientação estratégica determinada pelo Conselho de Administração, instância que também escolhe os executivos para mandatos de três anos, sendo permitida a reeleição. A atual composição da Diretoria Estatutária, cujo mandato expira em maio de 2019, é formada por quatro membros:

- Wesley Mendonça Batista – diretor-presidente
- Francisco de Assis e Silva – diretor-executivo de Relações Institucionais
- Jeremiah O’Callaghan – diretor de Relações com Investidores
- Eliseo Santiago Perez Fernandez – diretor de Administração e Controle

Listagem em Bolsa **GRI G4-DMA**

A JBS S/A negocia suas ações no Novo Mercado da BM&FBovespa, segmento de listagem que é referência em termos de boas práticas de Governança Corporativa para companhias abertas. Ao aderir a esse ambiente, a JBS assume compromissos de governança corporativa, de forma voluntária, que vão além das exigências da legislação atual.

Isso implica, por exemplo, zelo pela conduta ética e sustentável, pois as regras estabelecem que as informações sejam prestadas para facilitar o acompanhamento e a fiscalização dos atos da administração e dos controladores da companhia. O regulamento do Novo Mercado também busca fomentar a adoção de regras societárias que melhor equilibram os direitos de todos os acionistas, independentemente da sua condição de controlador ou investidor.

No encerramento de 2015, o valor de mercado da JBS, em Bolsa, atingiu R\$35,3 bilhões. Tal montante situa a Companhia entre as 15 empresas de maior valor de mercado do Ibovespa, índice no qual seus papéis figuram. **GRI G4-9**

As ações da JBS também compõem a carteira teórica dos seguintes índices da bolsa paulista:

- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC)
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG)
- Índice Brasil (IBrX)
- Índice Brasil 50 (IBrX-50)
- Índice Brasil Amplo (IBrA)
- Índice Carbono Eficiente (ICO2)

- Índice BM&FBovespa Consumo (ICON)
- Índice Valor BM&FBovespa (IVBX-2)
- Índice Mid-Large Cap (MLCX)
- Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT)

No mercado norte-americano, a JBS negocia ADRs (American Depositary Receipts) Nível 1 no mercado de balcão OTCQX, na Bolsa de Nova York (Nyse).

Políticas

Como parte das boas práticas de governança corporativa adotadas, a Companhia conta com políticas que concentram informações sobre temas relevantes e auxiliam a gestão na condução dos negócios. O conjunto de políticas aborda os seguintes temas:

- Política de Divulgação de Informações Relevantes
- Política de Negociação com Valores Mobiliários
- Política de Dividendos
- Política de Privacidade

A íntegra de cada política está disponível no site da Companhia (www.jbs.com.br/ri, em Informação Corporativa/Códigos e Políticas).

Gestão de Riscos

Todos os riscos aos quais a JBS está exposta, nas várias dimensões de seus negócios, são gerenciados pela Diretoria de Controle de Riscos (Risk Management), com o apoio da Comissão de Gestão de Riscos. Cabe a essa divisão apoiar as áreas operacionais na identificação, avaliação, mitigação e monitoramento dos riscos inerentes às atividades da Companhia, bem como empregar sistemas específicos e alocar profissionais capacitados para sua mensuração, análise e gestão.

Os riscos são classificados por categoria e nível de criticidade pré-definidos, que possibilitam a avaliação dos cenários existentes e a priorização e adoção das ações corretivas necessárias, contribuindo para a sustentabilidade das operações e a perenidade do negócio.

A seguir, são apresentados os principais riscos financeiros e socioambientais identificados, monitorados e mitigados e as iniciativas para sua gestão. Todos os potenciais fatores de risco conhecidos pela Companhia são apresentados e comentados em detalhe no Formulário de Referência da JBS S/A, nas seções 4 e 5 do arquivo disponível aqui ([link](#)). Os fatores socioambientais identificados como riscos à operação podem também trazer oportunidades de negócio, levando a companhia a melhorar sua eficiência e produtividade, reduzir seus custos, se diferenciar de seus competidores e desenvolver novos negócios.

CATEGORIA	TIPOS	DEFINIÇÃO	COMO É MITIGADO
RISCOS FINANCEIROS	Mercado	Englobam os riscos de câmbio, juros e de commodities, cujas flutuações de preços potencialmente afetam os negócios da JBS.	As exposições são mapeadas em tempo real e constantemente gerenciadas pela Diretoria de Controle de Riscos, que emprega instrumentos financeiros de proteção, inclusive derivativos, desde que aprovados pelo Conselho de Administração.
	Crédito	Risco de inadimplência, relacionado às suas contas a receber de clientes, aplicações financeiras e contratos de proteção.	Contas a receber de clientes: risco por meio da pulverização da carteira e pelo estabelecimento de parâmetros seguros para a concessão de crédito (sempre observando limites proporcionais, índices financeiros e operacionais, e realizando consultas a órgãos de monitoramento de crédito). Operações financeiras que tenham como contraparte instituições financeiras: utiliza limites de exposição definidos pela Comissão de Gestão de Riscos e aprovada pelo Conselho de Administração, baseados em classificações de risco (ratings) de agências internacionais especializadas.
	Liquidez	Possibilidade da ocorrência de desequilíbrios entre os ativos negociáveis e os passivos exigíveis que possam afetar a capacidade de cumprir as suas obrigações financeiras a vencer.	Gestão da estrutura de capital da JBS tem foco nas métricas de liquidez imediata modificada – ou seja, disponibilidades mais investimentos financeiros divididos pela dívida de curto prazo – e de capital de giro, para manter a alavancagem natural da companhia e de suas controladas.
RISCOS SOCIOAMBIENTAIS	Aquisição de Matéria-Prima	Risco de adquirir matéria-prima de fornecedores envolvidos com desmatamento de florestas nativas, invasão de áreas protegidas, como terras indígenas ou unidades de conservação ambiental, uso de trabalho infantil e análogo ao escravo ou produtos que possam oferecer riscos à saúde dos seus consumidores.	Aquisição de bovinos: Comunicação ao mercado sobre os critérios socioambientais para a compra e estímulo para o uso das boas práticas agropecuárias, além de monitoramento das fazendas de fornecedores localizados nos estados da Amazônia Legal por meio de um sistema geoespacial que é capaz de identificar, remotamente, ocorrências de não conformidades e impedir a compra de matéria-prima destes fornecedores. Aves e suínos: a origem e a qualidade da matéria-prima são garantidas por meio da relação de integração da companhia com os criadores dos animais. São feitas visitas periódicas e auditorias nos processos dos fornecedores para garantir que as práticas de produção estejam em consonância com os critérios exigidos pela companhia. Qualidade dos produtos: a JBS dispõe de área dedicada para acompanhar todo o processo de produção, que é constantemente auditado por diferentes órgãos reguladores e clientes a fim de se manter as credenciais para atender todos os mercados.
	Mudanças Climáticas	Mudanças climáticas podem oferecer riscos para a operação da JBS, uma vez que recursos como água, energia elétrica (no caso do Brasil está intimamente ligada ao regime de chuvas) e ração animal (dependente da agricultura) são fundamentais para a produção de matéria-prima (bovinos, aves, suínos e ovinos) e, portanto, são extremamente sensíveis às alterações climáticas, podendo impactar negativamente os negócios da empresa. Os negócios também podem ser impactados por novas legislações e regulamentações sobre o tema.	Por meio do monitoramento dos impactos ambientais das operações diretas (industrial, logística e de transporte) e com ações que reduzam os impactos de suas operações e as de seus fornecedores. O monitoramento se dá por meio da elaboração de inventário global das suas emissões diretas e indiretas de GEE seguindo a metodologia internacional do GHG Protocol. Os resultados deste inventário são publicados anualmente na plataforma CDP. A JBS também monitora indicadores relacionados à quantidade de energia elétrica e água utilizada em suas atividades com o objetivo de otimizar processos produtivos que levem gradativamente à redução do consumo. Para reduzir impactos de suas atividades e gerar oportunidades, possui plano anual de investimentos em melhorias ambientais, voltado à otimização no uso de recursos naturais, reaproveitamento energético de resíduos e água, entre outros.

5

CULTURA



QUEM SOMOS

Pessoas com as mesmas atitudes, conhecimentos complementares, senso de urgência e espírito de dono

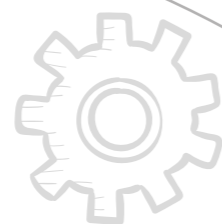


NOSSA PRIORIDADE

O bem comum

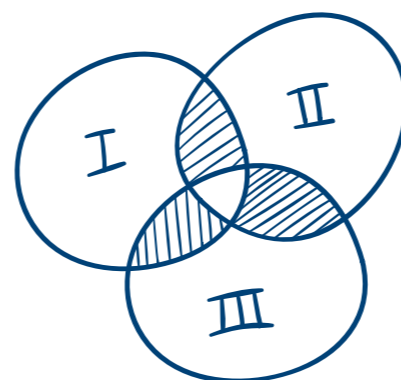
O QUE NOS UNE

A confiança



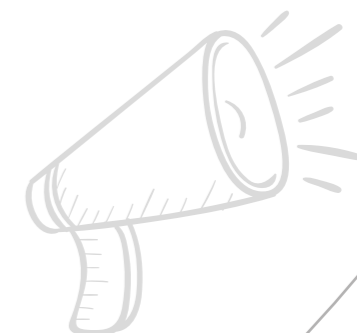
NOSSA MISSÃO

Sermos os melhores naquilo que nos propusermos a fazer, com foco absoluto em nossas atividades, garantindo os melhores produtos e serviços aos clientes, solidez aos fornecedores, rentabilidade aos acionistas e a oportunidade de um futuro melhor a todos os colaboradores



NOSSOS PILARES

Nossa Cultura, Nossa Gente, Nossos Produtos e Nossos Clientes

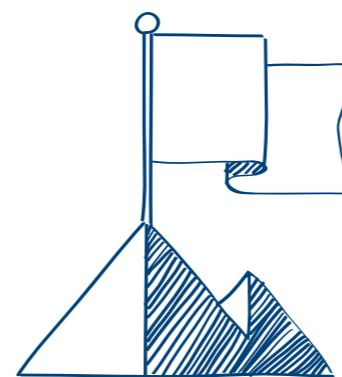


NOSSAS CRENÇAS

- Foco no detalhe
- Mão na massa
- As coisas só são conquistadas com muito trabalho
- Pessoas certas nos lugares certos
- Atitude é mais importante que conhecimento
- Líder é quem tem que conquistar seus liderados
- Liderar pelo exemplo
- Foco no resultado
- Trabalhar com gente melhor que a gente
- Acreditar faz a diferença
- Produto de qualidade

NOSSOS VALORES

Atitude de dono, Determinação, Disciplina, Disponibilidade, Simplicidade, Franqueza e Humildade



Os colaboradores da JBS são o principal pilar da Cultura da Companhia. São eles que, por meio de suas atitudes e decisões, irão materializar os valores da Companhia e as crenças que norteiam sua atuação. Zelar pela Cultura, na JBS, é uma questão fundamental para os negócios. Para que ela seja entendida, disseminada e praticada, a Companhia busca proporcionar que os colaboradores vivenciem, na prática, o que é a Cultura JBS.

Eventos de Cultura

A principal ação desenvolvida para que os colaboradores vivenciem a Cultura JBS são os Eventos de Cultura. Eles têm se mostrado, inclusive, como ferramentas eficazes para traduzir a JBS aos colaboradores das operações recentemente adquiridas.

Nesses eventos, as principais lideranças da JBS se encontram com os colaboradores para transmitir os valores, visão e crenças da Companhia. O próprio CEO global participa dessas ocasiões, sendo acompanhado, em algumas delas, pelo fundador

da JBS e por outros executivos. Por meio de apresentações, debates e troca de experiências, os Eventos de Cultura têm se mostrado eficazes para engajar os colaboradores aos princípios que norteiam a atuação da JBS.

Em 2015, mais de 103 mil colaboradores das operações do Brasil e do exterior participaram desses eventos.

- No Brasil, cerca de 93 mil colaboradores participaram de Eventos de Cultura promovidos entre os meses de outubro de 2014 e junho de 2015 nas unidades da JBS Carnes, JBS Foods, JBS Couros e JBS Novos Negócios.

- No Mercosul, cerca de 400 lideranças da Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai, Venezuela, México e Chile estiveram em Buenos Aires, em março de 2015, para um Evento de Cultura específico para esse público.
- Três meses depois, aproximadamente 2 mil colaboradores desses países marcaram presença nos Eventos de Cultura promovidos na Argentina.
- Em maio, junho e outubro, aconteceram Eventos de Cultura no Uruguai e no Paraguai, reunindo mais de 3,1 mil colaboradores.
- Entre junho e outubro, foram realizados dez Eventos de Cultura em cidades dos Estados Unidos e Canadá, reunindo cerca de 4,2 mil colaboradores. Também foi promovido um

evento nos Estados Unidos, em março, para 630 lideranças das operações daquele país e do Canadá, México e Austrália.

- Em novembro, 255 colaboradores da Moy Park participaram de um Evento de Cultura especialmente desenvolvido para esse público. Tal encontro aconteceu em Londres.

Cada colaborador da JBS exerce a função de guardião da Cultura da empresa. A responsabilidade da área de Recursos Humanos é disseminar os valores, pilares e crenças, proporcionando situações nas quais os colaboradores possam vivenciá-la. No papel de guardião, cada colaborador é encarregado de exemplificar a Cultura por meio de ações e palavras, diariamente.

Evento de Cultura JBS



Canais de Comunicação

A comunicação clara e direta com os colaboradores é uma maneira de disseminar e fortalecer a cultura da JBS entre esse público. Por isso, em 2015, as unidades de negócios instaladas no Brasil apostaram no desenvolvimento de novos canais e no aprimoramento dos já existentes:

- **Manual de Comunicação Interna** – Criado com o objetivo de padronizar os canais e estruturar os processos de comunicação. Para disseminar esses princípios, foi multiplicado o número de agentes de comunicação nas áreas de negócios. O objetivo é estabelecer uma linguagem única e padronizada nos materiais, zelando pelos veículos de comunicação das respectivas unidades.
- **Intranet Colaborativa** – Dada a dispersão geográfica das operações da JBS, a intranet foi reformulada, em 2015, com o objetivo de favorecer a aproximação entre os colaboradores. A ferramenta, no novo formato, passou a estimular a disseminação de boas práticas e troca de experiências entre o público interno.
- **Revista Dimensão** – Também lançada em 2015, leva ao colaborador, a cada trimestre, informações sobre os negócios da Companhia, além de abordar outros temas de interesse.
- **Portal RH com Você** – Trata-se de um novo acesso, na intranet da Companhia, para a Avaliação de Desempenho, plataforma tecnológica para acompanhar o crescimento profissional dos times, por meio da avaliação de resultados e comportamentos demonstrados na empresa. A reformulação do portal, no Brasil, segue modelo já utilizado pelas unidades da JBS nos Estados Unidos, Austrália e Canadá. De acesso exclusivo para lideranças das Unidades e colaboradores com cargos

técnicos, o colaborador pode, por meio do portal, acompanhar suas metas, participar da avaliação 360° e inserir e acompanhar seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). É possível também atualizar suas informações de currículo e carreira, objetivos profissionais, mobilidade geográfica e hierarquia; consultar todo organograma da JBS; entre outras funcionalidades.

Gestão de Recursos Humanos

GRI G4-DMA

Ao longo de 2015, foi finalizada a integração, no sistema de RH, das novas empresas adquiridas recentemente. Com isso, os processos operacionais de gestão de pessoas foram integralizados. O alinhamento e a equidade entre todas as Unidades da JBS sobre políticas, boas práticas e procedimentos, por sua vez, foi promovido por meio do Modelo de Gestão RH (Pilar Pessoas), estabelecendo um padrão único para a condução desse tema.

A gestão de pessoas é norteadada por políticas específicas, que reúnem os procedimentos a serem observados nos assuntos pertinentes à função de RH: Recrutamento e Seleção, Admissão, Integração de novos colaboradores, Avaliação de desempenho, entre outras.



Perfil dos Colaboradores GRI G4-10

No encerramento de 2015, a JBS contabilizava 227.168 colaboradores, assim distribuídos entre suas operações globais:

	Administrativo	Comercial	Operacional	Total
Brasil	18.667	5.298	102.913	126.878
EUA	1.113	582	57.998	59.693
Europa	464	225	9.542	10.231
Austrália	281	356	11.678	12.315
México	433	190	9.227	9.850
Outros*	422	236	7.543	8.201
Total	21.380	6.887	198.901	227.168

* Abrange Canadá, Argentina, Uruguai, Paraguai, China, Vietnã e Chile.

Todos os seus colaboradores (126.878) são abrangidos por acordos de negociação coletiva. Quanto à dedicação, 98,9% possuem contrato em tempo integral com a Companhia.

GRI G4-11

Ao verificar a distribuição geográfica dos colaboradores, percebe-se crescimento da concentração na região Sul do País em relação ao ano anterior, refletindo principalmente a aquisição de novas empresas pela JBS Foods e aumento de produção em algumas unidades, com a abertura de novos turnos, feita no exercício de 2015.

Concentração de colaboradores por região geográfica, no Brasil (em %)

	2015	2014
Norte	6	6
Nordeste	4	4
Centro-oeste	25	27
Sudeste	29	30
Sul	36	33

A aquisição de novas empresas e o aumento de produção em algumas unidades se refletiu em uma redistribuição de pessoal entre as unidades de negócios. Do total, 58% estão alocados na JBS Foods, divisão que também apresentou o maior incremento em número de pessoas quando comparada ao ano anterior.

Colaboradores por unidade de negócios no Brasil

	2013	2014	2015
Carnes	40.523	41.590	40.118
Couros	8.530	8.116	7.575
JBS Foods	48.703	61.816	73.837
Novos Negócios	3.354	4.520	4.438
Corporativo	781	781	910
TOTAL	101.891	116.823	126.878

Quanto à divisão por faixa etária, 50,8% dos colaboradores possuem entre 30 e 50 anos, e 59,2% são do sexo masculino.

Total de colaboradores

Faixa etária	
> 50	12.011 / 9,5%
30 a 50	64.508 / 50,8%
< 30	50.359 / 39,7%
TOTAL	126.878
Gênero	
Masculino	75.171 / 59,2%
Feminino	51.707 / 40,7%
TOTAL	126.878

Metas de Recursos Humanos

GRI G4-DMA, G4-LA1

Nas operações do Brasil, a principal meta para o ano de 2015 foi a redução do Absenteísmo, Rotatividade e Horas Extras. As áreas de negócios conseguiram avanços importantes ao longo do ano nessas questões. Em Couros, por exemplo, o absenteísmo reduziu 31,77% em relação ao ano anterior. Em Novos Negócios, houve uma redução de 27,14% em horas extras e, em Carnes, 16,46% em rotatividade.

Exemplos de redução de horas extras, absenteísmo e rotatividade nas operações do Brasil GRI G4-LA1, G4-LA6

Negócios	Horas extras	Absenteísmo	Rotatividade
	Redução 2014x2015	Redução 2014x2015	Redução 2014x2015
Carnes	13,25%	9,40%	16,46%
Couros	30,45%	31,77%	38,88%
Novos Negócios	27,61%	4,53%	27,14%

Absenteísmo

A taxa percentual de absenteísmo acumulada no ano foi de 3,92% (média Brasil). Ao desmembrar o desempenho por regiões geográficas e gênero,

Taxa de Absenteísmo (em %) no Brasil, por região

Absenteísmo	Gênero			Região					
	Homem	Mulher	TOTAL	Norte	Nordeste	Centro-oeste	Sudeste	Sul	TOTAL
Taxa de absenteísmo (TA)	3,11	5,08	3,92	2,28	2,13	3,50	3,81	4,80	3,92
Dias programados para trabalhar	-	-	313						

Retenção de Pessoas GRI G4-LA1

A JBS tem grande preocupação em reter seus talentos. Para isso, busca oferecer um clima organizacional extremamente positivo e oportunidades internas a seus colaboradores, que são favorecidas pelo crescimento acelerado da Companhia nos últimos anos.

Para tratar desse tema, conta com um comitê formal para avaliação dos desligamentos que serão praticados pela Empresa. Esse “Comitê de Retenção” está descrito em procedimento padrão que integra o Modelo de Gestão RH praticado por todas as unidades do Grupo.

Em 2015, foram desligados, no Brasil, 48.141 colaboradores, sendo 29.088 homens e 19.053 mulheres. Mais da metade dos desligamentos foi

verifica-se que mulheres se ausentaram com maior frequência que homens e que há uma maior incidência de absenteísmo na Região Sul, enquanto o Nordeste apresenta a menor taxa.

de pessoas com menos de 30 anos. Em função da escassez da oferta de gado de corte em algumas regiões específicas do país, sete fábricas tiveram suas operações paralisadas por tempo indeterminado. Em contrapartida, na divisão JBS Foods houve aquisição de novas empresas e aumento de produção em algumas unidades, com a abertura de novos turnos, o que gerou a criação de cerca de 10 mil novos postos de trabalho.

Rotatividade de colaboradores nas unidades no Brasil, por faixa etária, gênero e região

Taxa de rotatividade	
Faixa etária	
> 50	2.339
30 a 50	20.579
< 30	25.223
Gênero	
Masculino	29.088
Feminino	19.053
Por região	
Norte	3.240
Nordeste	1.289
Centro-oeste	14.509
Sudeste	12.843
Sul	16.260

Ética e Integridade GRI G4-56, G4-DMA

A confiança, para a JBS, é o que norteia todas as relações com seus públicos. Permeia, portanto, as atividades cotidianas da Companhia. Em linha com esse valor, e com o intuito de reforçar diretrizes de conduta, aprimorar e padronizar alguns procedimentos e direcionar ações de prevenção de riscos, foi criada, em 2015, a Diretoria de Compliance Corporativo. Reportando-se diretamente à Diretoria de Relações Institucionais, a nova estrutura atende a todos os negócios do Grupo JBS e é a responsável por identificar, avaliar e monitorar riscos. Também cabe a ela desenvolver iniciativas de treinamento e comunicação para todos os colaboradores e fornecedores.

Uma das primeiras ações desenvolvidas pela nova área foi a reedição do Manual de Conduta Ética da JBS. O documento, voltado tanto aos colaboradores como aos fornecedores da Companhia, institui doze diretrizes, orientando sobre as condutas esperadas em questões relacionadas a segurança, sustentabilidade, práticas anticorrupção, lavagem de dinheiro e conflito de interesses. O documento, elaborado também nas versões em inglês e espanhol, já foi disponibilizado na intranet da Companhia.

Avaliação de Riscos

Foi realizado, em 2015, o projeto piloto de mapeamento e avaliação de riscos na unidade de negócio SWIFT – Mercado da Carne. Essa medida compreendeu a definição de planos de ação e de seus respectivos responsáveis e prazos. A evolução da mitigação dos riscos é acompanhada pela Diretoria Executiva trimestralmente. Em 2016, trabalho semelhante será iniciado nas demais unidades de negócio (Carnes, Couros, Foods e Novos Negócios).

Também foi publicada a Política de Relacionamento com Órgãos Governamentais e Agentes Públicos. Diretamente relacionada com uma das diretrizes do Manual de Conduta Ética da JBS, traz regras específicas para a interação dos colaboradores com esses públicos, introduzindo ainda orientações sobre limites para oferecimento e recebimento de brindes, presentes, viagens e entretenimentos.

Para que o Código e as novas Políticas sejam conhecidos por todos e, assim, seus princípios aplicados na prática das operações, a JBS promoverá uma série de divulgações ao público interno ao longo de 2016. Todo colaborador que tomar conhecimento desse novo Código, deverá a ele aderir, por meio da assinatura de um termo. Em paralelo, haverá divulgação contínua, em ações como:

- Apresentação do Código no momento da contratação de colaboradores.
- Distribuição do Código atualizado e impresso para as lideranças.
- Disponibilização do Código na intranet e no website corporativo.

Adicionalmente, treinamentos on-line e presenciais sobre diversos temas de Compliance estão em desenvolvimento e serão oferecidos a todos os colaboradores, abrangendo os diversos níveis hierárquicos, e aos fornecedores. Também está em fase de preparação o Procedimento interno de apuração de violações às políticas da JBS. Com publicação prevista para 2016, esse documento irá padronizar a forma de se conduzir os processos de investigação de denúncias de descumprimento às políticas da empresa, com a capacitação dos profissionais e formação do grupo de pessoas para aplicação das medidas corretivas, inclusive disciplinares. Tal processo visa assegurar que as investigações sejam feitas de forma estruturada e de acordo com as leis, evitando que futuramente a empresa seja penalizada por uma investigação deficiente ou inadequada. Além disso, o comitê será responsável por garantir a coerência e razoabilidade das medidas aplicadas.

Integridade em toda a cadeia produtiva

GRI G4-DMA

A postura ética também é exigida nos contratos com fornecedores e prestadores de serviços. Nos critérios de seleção desses públicos, a JBS não admite o relacionamento com fornecedores que desenvolvam atividades em áreas desmatadas, indígenas ou de conservação. Também veta fornecedores envolvidos com violência no campo e conflitos agrários, ou que façam uso de trabalho escravo ou infantil. Os princípios a serem observados no relacionamento com esses públicos estão reunidos na Política de Prática de Compras.

Ouvidoria

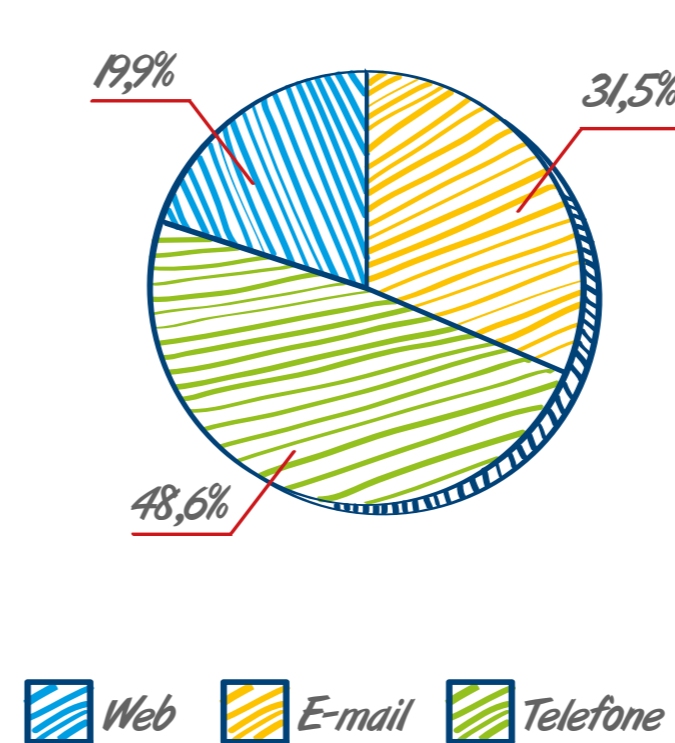
Para que os públicos de relacionamento da JBS possam enviar sugestões, elogios, oportunidades de melhorias e denúncias, a JBS disponibiliza, como canal, a Ouvidoria. O atendimento, antes feito por telefone (0800-770-4100) e e-mail (ouvidoria@jbs.com.br), passou a oferecer, em 2015, a opção on-line. O acesso ao Portal de Ouvidoria JBS (ouvidoria.jbs.com.br) pode ser feito via celular, tablet e computador.

A plataforma, assim como os canais antes existentes, mantém o sigilo e a segurança habituais. A Ouvidoria JBS existe há mais de cinco anos e é mais um meio de praticar alguns dos Valores da Companhia, como Atitude de Dono, Determinação e Franqueza.

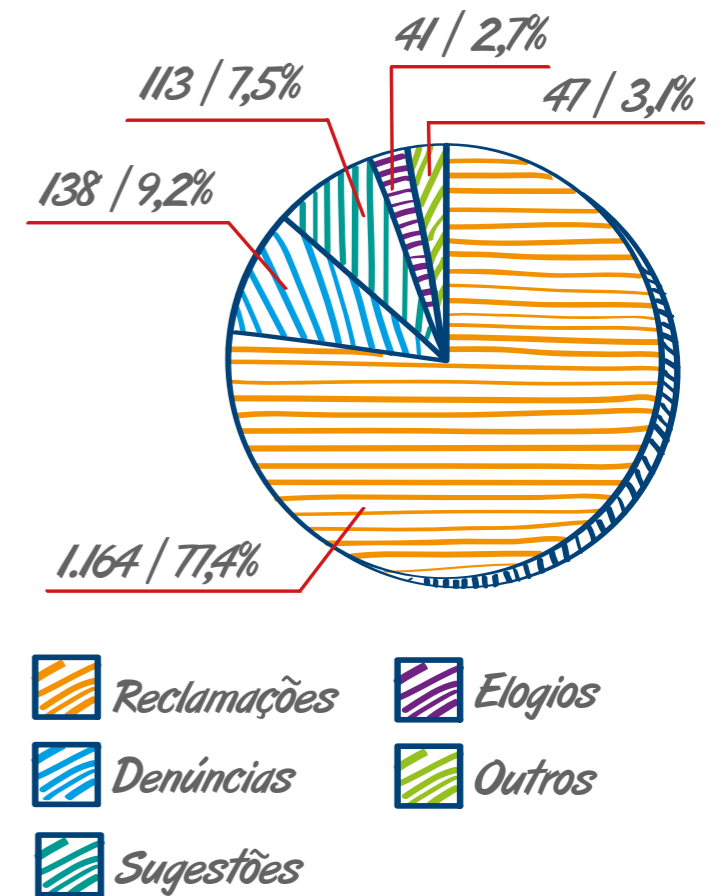
DADOS DE ACESSO AO CANAL EM 2015

ATENDIMENTOS REGISTRADOS: 1.503

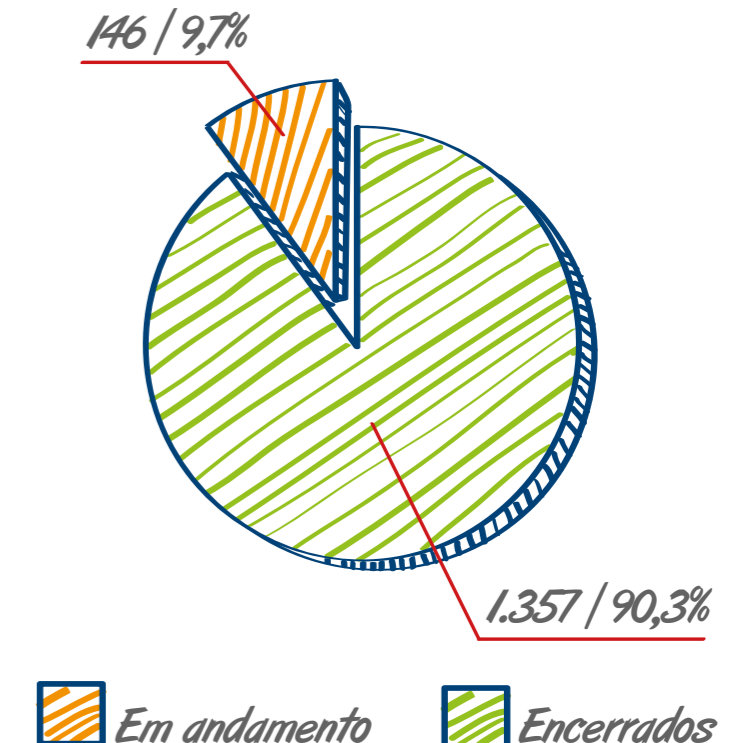
CANAL UTILIZADO



TIPO DE ATENDIMENTO



STATUS DOS ATENDIMENTOS



6 OPERAÇÕES





A JBS é a **maior produtora global de carne bovina**. Com capacidade para processar 81,5 mil cabeças de gado por dia, **possui unidades de produção nos principais polos pecuários do mundo**: Brasil, Paraguai, Uruguai, Argentina, Estados Unidos, Canadá e Austrália.

A diversificada presença global permite que a JBS atenda 100% dos mercados consumidores do mundo.

Também é a **maior processadora global de frangos**. Tem capacidade instalada em operação para processar 13,8 milhões de aves por dia a partir de unidades produtivas no Brasil, Estados Unidos, Reino Unido, México e Porto Rico. Nessas operações, elabora produtos processados e *in natura* para atender os respectivos mercados e as

exportações. No segmento de aves, também atua no processamento de perus, feito em uma unidade do Brasil, cuja capacidade é de 25 mil aves por dia.

É líder, ainda, na produção de carne ovina, por meio de operações na Austrália. E em carne suína, a JBS está entre as líderes globais. Possui capacidade para processar 114,7 mil suínos por dia nas 14 fábricas espalhadas no Brasil, Austrália e Estados Unidos, abastecendo os mercados internos e externos.

A Companhia **também atua no processamento de couros**, especialidade na qual se destaca como a líder mundial, com fábricas no Brasil, Argentina, Uruguai, Vietnã, China, México, Itália, Alemanha, EUA e Austrália e no desenvolvimento de novos negócios a partir de subprodutos extraídos das proteínas animais que manipula e de resíduos recicláveis, gerados em suas operações.

Essas atividades estão divididas em quatro plataformas regionais e seis unidades de negócios: **América do Sul**, que contemplam as operações da JBS Mercosul e JBS Foods; **América do Norte**, que abrange as operações de carne bovina, suína e de aves na região; **Europa** e **Ásia-Pacífico**.



Liderança global nos segmentos em que atua



- 1º** Maior produtor mundial de carne bovina
- 1º** Maior processador mundial de couros
- 1º** Maior produtor mundial de frango
- 1º** Maior produtor mundial de carne ovina
- 2º** Maior produtor de carne suína nos EUA

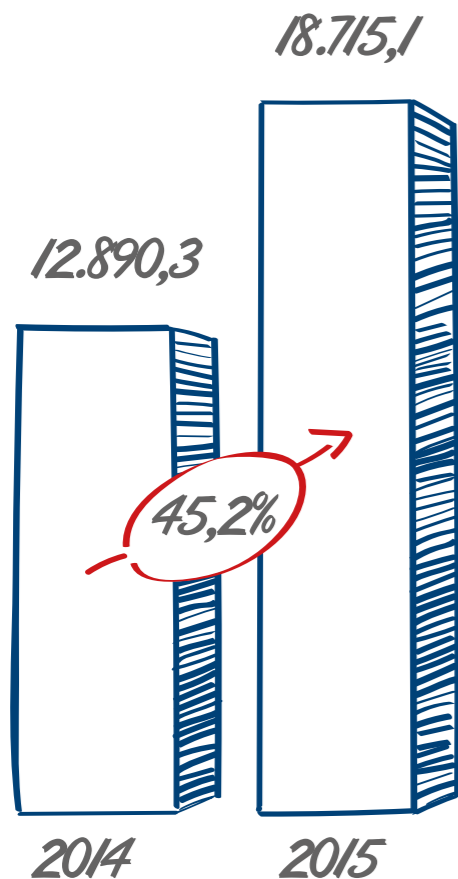
AMÉRICA DO SUL

JBS FOODS

Nessa unidade, estão concentrados os negócios da JBS nos segmentos de aves, suínos e alimentos processados, elaborados e congelados, voltados para o mercado brasileiro e para exportação. Com uma produção anual de 1.307,3 milhões de cabeças de aves e 4.920,6 mil cabeças de suínos em 2015, é a segunda maior empresa do País nesse segmento.

JBS FOODS (R\$)

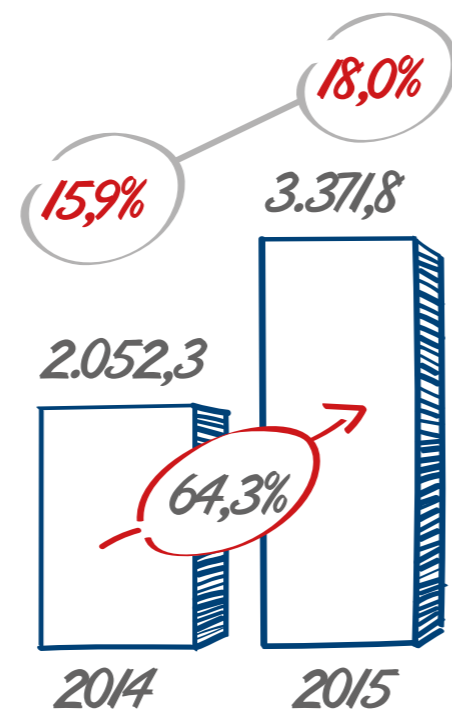
Receita Líquida (milhões)



A JBS Foods tem pautado sua atuação no desenvolvimento de produtos de maior valor agregado, com foco na qualidade e trabalhando de forma próxima a clientes e fornecedores.

Foram lançados mais de 100 novos produtos em 2015, com destaque a itens de inovação e conveniência, como o Assa Fácil e o Frango Da Granja. Com a gestão focada no detalhe, a

EBITDA (milhões) e % EBITDA



companhia fez melhorias em processos, investindo continuamente em mapeamento de tendências mundiais de consumo, mercado e alimentos.

Para que se mantenha atualizada às novas e crescentes demandas do consumidor, a JBS Foods conta com processos estruturados de avaliação e desenvolvimento de inovação, o que garante a relevância dos projetos tanto para o consumidor quanto para o negócio. A empresa conta com uma equipe de *Consumer Insight & Market Intelligence*, que continuamente avalia os produtos e acompanha o comportamento do consumidor e do mercado, identificando oportunidades de melhoria e novos produtos.

Em 2015, a Empresa adquiriu as unidades fabris das empresas Agrodanieli e Anhambi Alimentos. Esse movimento está em linha com a estratégia

que a JBS Foods tem adotado. Desde que adquiriu a Seara em 2013, a empresa realizou outras dez aquisições, dentre as quais estão as unidades da Macedo (Tyson do Brasil), Céu Azul, Big Frango e Massa Leve, distribuídas entre os estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso, o que possibilitou ampliar a presença da companhia nas regiões Sul e Sudeste do Brasil.

As ações empreendidas ao longo de 2015 permitiram que a JBS Foods alcançasse resultados expressivos: aumento da base de clientes, melhora no nível de serviço e maior participação de mercado em segmentos importantes, como congelados, margarinas, pizzas e industrializados. No ano, registrou faturamento de R\$18,7 bilhões, 45% maior que o observado em 2014.



33

unidades de processamento de aves com capacidade para processar

6,0 milhões de animais por dia



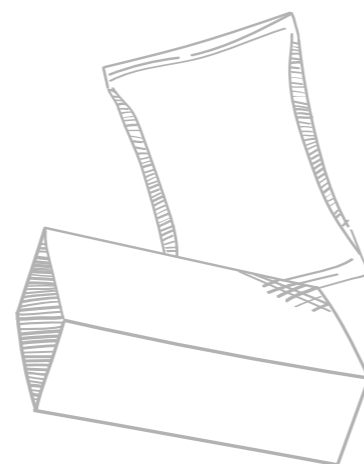
8

unidades de processamento de suínos com capacidade para processar

21,2 mil animais por dia

21 unidades de processados

15 centros de distribuição



89,9

mil toneladas de produtos processados por mês

69 unidades produtivas

Lançamento de Produtos de Valor Agregado

Dentre os mais de 100 produtos lançados no ano, está a linha Seara DaGranja, que utiliza frangos criados sem o uso de antibióticos e alimentados com ração 100% vegetal. O produto, que oferece a opção de frango inteiro congelado e em cortes, acompanha uma tendência do público que busca qualidade de vida.

Outro destaque é a linha Assa Fácil, que reúne diversos pratos elaborados, como o Assa Fácil com Legumes – frango inteiro ou em pedaços acompanhado de cenouras e batatas que pode ir direto do freezer para o forno.

A esses itens, soma-se, por exemplo, a “Linha Edição do Mar”, com pizzas e massas congeladas, a “Pizza Integral” e o relançamento da margarina Doriana.



Atuação Próxima ao Cliente

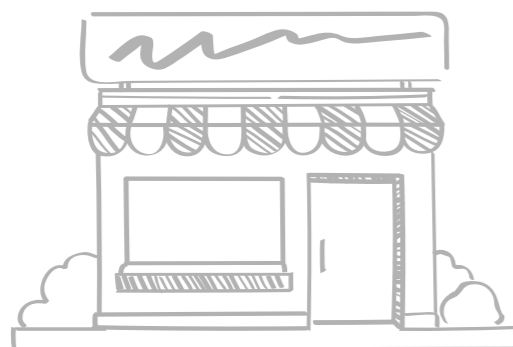
Duas iniciativas desenvolvidas pela Companhia ao longo de 2015 são exemplos da proposta de atuar próxima ao cliente e consumidores:

- Em 2015, a JBS Foods criou a “**Academia Seara**”. Instalada na sede da Companhia, em São Paulo, tem como objetivo captar as percepções de consumidores e clientes por meio de testes de produtos. A Academia conta com uma cozinha bem equipada, cabines sensoriais, sala espelhada para testes com grupos focais e sala de degustação e discussões. Neste ambiente, diariamente são aplicadas modernas técnicas de testes de produtos com foco em compreender anseios e capturar desejos e percepções dos consumidores, para assim trazer produtos cada vez mais inovadores e que atendam suas necessidades e preferências, além de avaliar e monitorar constantemente os produtos, garantindo sua qualidade.
- O **Social Food Truck** da Seara já percorreu mais de 350 paradas na cidade de São Paulo. Em 2015, atingiu aproximadamente 5 milhões de consumidores nas redes sociais, servindo mais de 86 mil refeições. Trata-se do primeiro Social Food Truck do mundo, cuja dinâmica consiste em estimular compartilhamentos ou postagens em redes sociais. A cada parada, o consumidor pode escolher uma das três opções de refeição elaboradas com produtos da marca Seara. Para experimentá-la, basta ir até o Food Truck e compartilhar a ação nas redes sociais. Em 2016 a iniciativa também percorrerá as ruas do Rio de Janeiro e terá no cardápio pratos exclusivos assinados por Chefs renomados. O primeiro a participar da ação será o Chef Carlos Bertolazzi.

Mais de

110

mil pontos de vendas atendidos em todo o Brasil



Exportação para mais de

100 países



Expansão Orgânica

A JBS Foods anunciou, em 2015, investimentos de R\$ 1,1 bilhão em seu parque fabril localizado no Mato Grosso do Sul, com o objetivo de aumentar a produção de carnes de aves e suínos. Os recursos serão destinados para a construção de uma nova fábrica de abate e processamento de suínos e reforma de um frigorífico para a produção de carne de perus. O início das operações de ambas as unidades deverá acontecer até 2018.

Seara

O ano de 2015 foi importante para Seara, pois consolidou ainda mais sua marca no mercado doméstico. Atingiu mais de 3,5 milhões de novos lares consumidores, cresceu em *market*

share em várias categorias e esteve presente na mídia os 12 meses do ano, com campanhas inovadoras e inesquecíveis, inclusive indicada ao prêmio Caboré de anunciante do ano em 2015. A preferência pela marca dobrou quando comparada ao desempenho do ano anterior. Também foi a marca que mais se valorizou, segundo estudo da revista Istoé Dinheiro.

O crescimento da marca Seara tem sido atestado por pesquisas feitas com consumidores. Em enquete realizada em agosto de 2015 pelo Datafolha, a Seara ocupou a primeira posição na categoria Lembrança de Marcas em Propagandas de TV. Também ficou em primeiro lugar na lista de Preferência de Marcas em Propagandas de TV.

JBS MERCOSUL

Reúne as operações de carne bovina, couro e negócios correlatos (novos negócios) nos países do Mercosul (Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai).

Em 2015, a receita líquida da **JBS Mercosul** foi de R\$28,6 bilhões, 9,3% maior que a verificada em 2014. O EBITDA da unidade foi de R\$2,3 bilhões, estável em relação a 2014, com margem EBITDA de 8,1%. O ano foi marcado por um primeiro semestre desafiador, em que o mercado interno apresentou oferta menor de gado, exigindo, da JBS, readequação das operações. Foi observada, ao longo do ano, redução de 1,1 milhão (ou 11,7%) no número de animais processados diante da alta do preço do gado e baixa disponibilidade. Esse cenário foi compensado pelo incremento de preços médios.

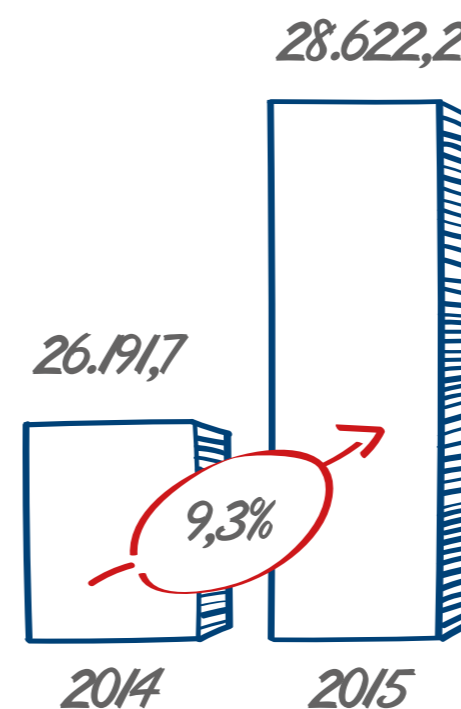
A JBS Mercosul possui forte vocação exportadora, o que fez com que suas atividades, nesse período, também fossem afetadas pelas turbulências nas economias internacionais, principalmente pela forte desvalorização da moeda russa (rublo), provocando um reacomodamento dos mercados compradores da carne brasileira. Já o segundo semestre apresentou um cenário diferente: os mercados internacionais foram se ajustando, o que beneficiou as exportações da Companhia. Houve aumento de preços, enquanto os volumes permaneceram estáveis. O segmento também foi positivamente favorecido com o fim das barreiras de exportação da carne brasileira para a China, que é um relevante mercado importador dessa proteína. Foram habilitados nove frigoríficos brasileiros para a venda de carnes em território chinês. Desses, cinco são da JBS Carnes.

GRI G4-13

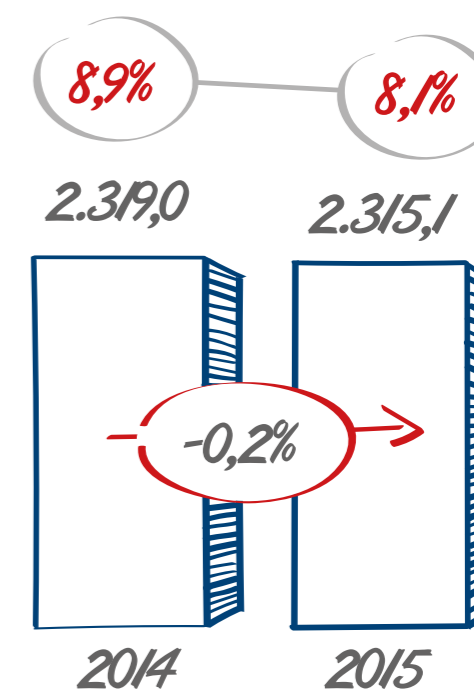


JBS MERCOSUL (R\$)

Receita Líquida (milhões)



EBITDA (milhões) e % EBITDA



BRASIL

42

frigoríficos
localizados nas principais regiões pecuárias do Brasil

33

centros de distribuição



Capacidade para processar aproximadamente

12

laboratórios



37,1 mil cabeças por dia

ARGENTINA

Atividades de processamento e industrialização de carne bovina concentradas na unidade de Rosário, recentemente ampliada. Antes, essas operações estavam distribuídas em quatro frigoríficos. Concentrar em um único local proporcionou ganho de eficiência.

Os frigoríficos que estiveram fora de operação em 2015 foram mantidos pela JBS e devem voltar a operar de forma gradativa nos próximos anos, à medida em que as restrições à exportação daquele País diminuam. **GRI G4-13**

Média de

2,0

mil bovinos abatidos por dia



Foco no mercado local: 70% da produção é destinada ao mercado interno

PARAGUAI

Operação dividida em duas unidades, nas cidades de Asunción e San Antónío

Capacidade para processar

1,6 mil bovinos

diariamente, com produtos orientados principalmente para o mercado externo.

URUGUAI

Uma unidade de processamento em Canelones

Capacidade para processar

900

bovinos

por dia, abastecendo o mercado interno e externo.



Inovação no Lançamento de Produtos

A JBS Carnes Brasil lançou em 2015, na categoria de industrializados, dezenas de produtos divididos em três categorias: supergelados, conservas e pouch, todos distribuídos nos canais varejo, atacado e food service.

- **Supergelados:** produtos congelados em processo IQF (individually quick frozen), que possibilitam ao consumidor preparar somente a porção necessária. Entre os produtos, estão hambúrguer, kibe e almôndega.
- **Conservas:** produtos levados a altas temperaturas, eliminando micro-organismos e desnaturalização das enzimas responsáveis pela deteriorização dos alimentos, mantendo as propriedades organolépticas, como a aparência e o sabor, assim como todo o conteúdo nutricional dos alimentos. Entre os produtos, estão carne enlatada, fiambre, feijoada, salsicha, almôndega, patê e feijão.
- **Pouch:** Processo de fabricação semelhante às conservas. Nessa linha, estão saladas de legumes (incluindo versão com frango), feijão, carne cozida tiras ou cubos, carne com mandioca, fraldinha cozida, carne desfiada.

Friboi

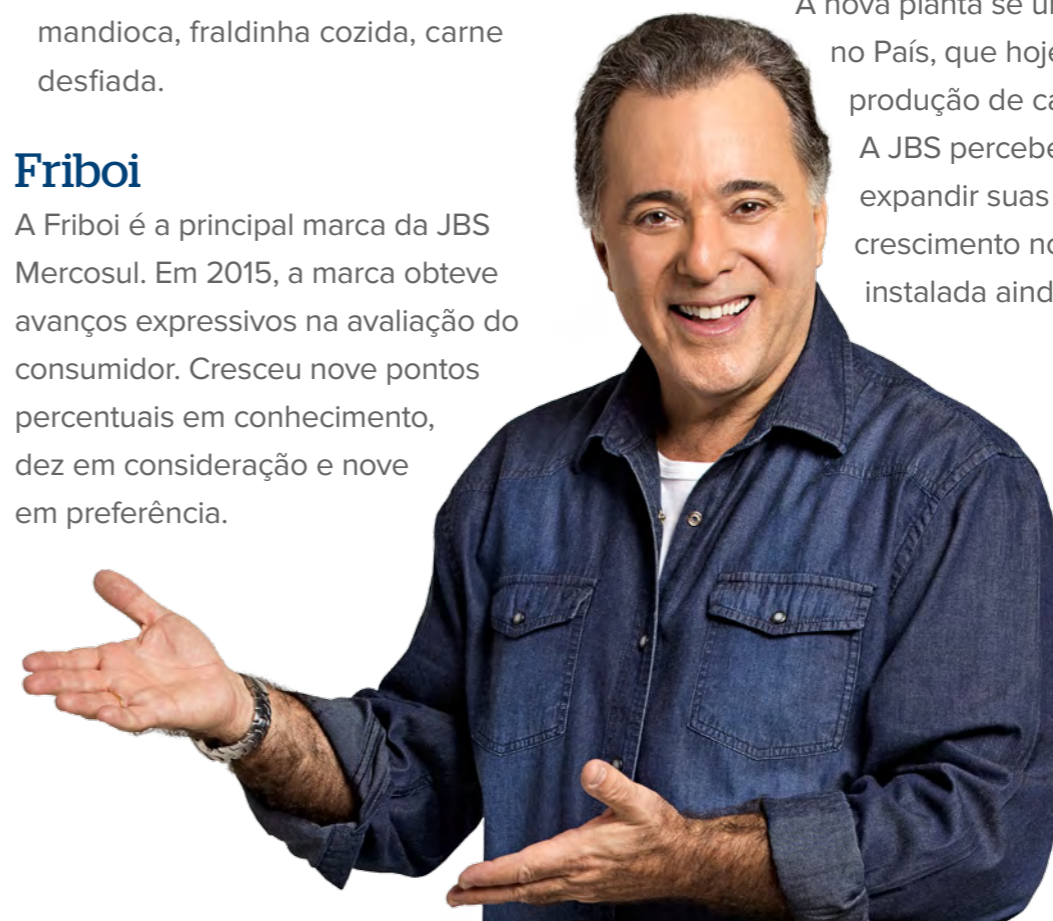
A Friboi é a principal marca da JBS Mercosul. Em 2015, a marca obteve avanços expressivos na avaliação do consumidor. Cresceu nove pontos percentuais em conhecimento, dez em consideração e nove em preferência.

Desde 2013, a Empresa tem desenvolvido um amplo trabalho de comunicação para mostrar como seu produto se diferencia em relação à concorrência devido à boa procedência da matéria-prima. Com a campanha “Peça Friboi. Carne Confiável tem nome”, a Companhia tem comunicado tal benefício, “decommoditizando” os cortes de carne *in natura* oferecidos a clientes e consumidores. Desde o início da campanha, o preço médio Friboi aumentou cinco pontos percentuais em relação à média do mercado.

Nova fábrica no Paraguai **GRI G4-13**

Teve início, em 2015, a construção de um novo frigorífico no Paraguai. Como o histórico de crescimento da JBS tem sido por meio de aquisições, a fábrica do Paraguai é um marco, pois é a primeira que será totalmente construída pela Companhia. Com investimentos de US\$ 80 milhões, será uma unidade modelo, reunindo o que há de mais moderno em termos de tecnologia e processos. Terá capacidade de processar 1,2 mil bovinos por dia e gerará cerca de mil empregos diretos e três mil no total.

A nova planta se unirá às duas já em operação no País, que hoje tem cerca de 85% de sua produção de carne destinada ao exterior. A JBS percebe um ambiente propício para expandir suas operações no Paraguai. Há crescimento no rebanho, mas a capacidade instalada ainda é pequena.



JBS COUROS

Produz couros nos estágios *wet blue*, semi-acabado e acabado, voltados aos setores automotivo, moveleiro, de calçados e artefatos. É um player global do segmento, com produtos vendidos a diversos mercados ao redor do mundo e fábricas no Brasil, Argentina, Uruguai, Vietnã, China, México, Itália e Alemanha. Dessas unidades, a da Itália – voltada para a produção de couros de alta qualidade, direcionados à indústria de calçados, foi adquirida em 2015. Também teve destaque, no período, o curtume do Vietnã. Adquirido no ano anterior, teve suas instalações reestruturadas, dentro do processo de consolidação das operações.

A sinergia da produção de couro com as demais atividades desempenhadas pelas empresas do grupo JBS faz com que a Companhia tenha acesso

privilegiado a matérias-primas, atuando com proximidade aos principais rebanhos comerciais do mundo. Por contar com plataformas de produção e distribuição nos maiores mercados consumidores, a JBS Couros é uma importante opção para empresas que precisam de alta capacidade produtiva, qualidade, garantia de entrega e solidez necessária para parcerias duradouras.

A JBS é a maior produtora de couro do mundo. Em 2015, produziu 10 milhões de couros por meio de suas 26 fábricas distribuídas em três continentes, atendendo o mercado automotivo, moveleiro e de calçados e artefatos em todo mundo.

JBS NOVOS NEGÓCIOS GRI G4-13

Produtos como colágeno, sabão e biodiesel, que derivam do manejo e produção de proteína animal, transformam-se em oportunidades de negócios na JBS. Para desenvolver e explorar negócios como esses, a Companhia conta com uma divisão específica. São oito áreas de negócio, com atuação voltada a explorar sinergias com os demais segmentos da JBS.

Em 2015, a divisão de Novos Negócios da JBS também passou a processar soro fetal, destinado para meios de cultura de células-tronco. Com investimentos de R\$7 milhões, instalou em Campo Grande (MS) um laboratório específico para esse fim, com capacidade de produção de 110 mil litros de soro/ano. O produto, que será exportado, é destinado para a indústria farmacêutica.

JBS Ambiental – É uma empresa de soluções de resíduos industriais. Gerencia, trata e dá destinação correta a resíduos recicláveis, não recicláveis e perigosos com rastreabilidade, garantindo a certificação dos descartes. Com o material coletado, fabrica lonas, sacolas plásticas, sacos de lixo, resinas de PEAD e PEBD e personalizados, de acordo com a necessidade dos clientes. Todos os sacos de lixo utilizados nas Unidades da JBS no Brasil, por exemplo, são fabricados a partir de resina reciclada produzida pela JBS Ambiental com resíduos das operações da própria JBS.

JBS Couros -
Planta de couro

JBS Biodiesel – Maior produtora de biodiesel à base de sebo do Brasil. Em 2015, produziu 170 milhões de litros do insumo. Conta com duas plantas no País: uma em Lins (SP) e outra em Campo Verde (MT), unidade que recebeu investimentos de R\$15 milhões, em 2015, para dobrar sua capacidade de produção, saindo de 48 milhões de litros/ano para 100 milhões/ano. A Companhia está trabalhando, agora, no desenvolvimento e certificação de glicerina, subproduto do biodiesel que será vendido para a indústria de construção civil e exportado para Ásia a partir de 2016.

JBS Colágeno - controle de qualidade

JBS Colágeno – Pioneira na produção de colágeno bovino, sendo atualmente a maior fabricante mundial desse tipo de produto. O colágeno é utilizado para conferir textura em produtos cárneos e pode também ser utilizado como emulsificante e estabilizante em formulações, reduzindo a perda de água e gordura, durante as etapas de preparação e vida de prateleira. A JBS comercializa colágeno bovino para a indústria alimentícia do Brasil e exporta para mais de 30 países, em todos os continentes do mundo. Em 2015, a unidade inaugurou a NovaProm Food Ingredients, fábrica com capacidade de produção de 6 mil toneladas de colágeno/ano e 4 mil toneladas de ingredientes funcionais para produtos industrializados/ano. Também deu início à venda de uma nova linha de colágeno hidrolisado, destinado à indústria farmacêutica e de cosmético.

JBS Embalagens Metálicas – Fabricante de embalagens para o setor de alimentos, com vendas, em 2015, de 504 milhões de latas para essa finalidade. No ano passado, a Empresa também passou a produzir latas para aerossol. Foram investidos R\$16 milhões em uma nova linha, que terá capacidade de produzir 70 milhões/latas/ano.

JBS Envoltórios – Produz e comercializa envoltórios para a indústria de alimentos embutidos, como salames, salsichas e linguiças. Com fábricas no Brasil e no Paraguai, é uma das maiores produtoras e fornecedoras de envoltórios do mundo. Com um produto Premium, a companhia é internacionalmente reconhecida pela sua qualidade, pela capacidade de fornecimento e rastreabilidade de seus produtos e origem da matéria-prima.

JBS Higiene e Limpeza – Produz sabonetes em barra, sabão, glicerina e massa base para sabonetes para as maiores empresas de higiene do Brasil e do mundo. Também atua na fabricação de matérias-primas para a indústria saboeira. Seus produtos são comercializados com mais de 50 empresas de todo o país, além de exportados para clientes na Nigéria, Cabo Verde, Angola, Argentina, Colômbia e Chile.

JBS Transportadora – Gerencia a frota própria de caminhões da JBS no Brasil. É composta por mais de 1,3 mil caminhões que operam no segmento de containers, caminhões boiadeiros e de carne (refrigerado).

JBS Trading – Criada para atender a demanda de compra de matéria-prima da companhia e complementar as vendas para o Food Service, a JBS Trading comercializa um grande volume de produtos importados, como óleos vegetais e produtos químicos para o Grupo JBS e terceiros no Brasil e no exterior. Em 2015, comercializou cerca de 70 mil toneladas de produtos.

Liderança global nos segmentos de Novos Negócios

- Pioneira na produção de colágeno bovino, sendo atualmente a maior fabricante mundial desse tipo de produto.
- Uma das maiores produtoras e fornecedoras de envoltórios do mundo.
- Maior produtora de biodiesel à base de sebo no Brasil.



AMÉRICA DO NORTE

JBS USA

Reúne as operações da JBS na América do Norte e Austrália. Em cada um desses mercados, a Companhia tem se destacado como um *player* importante, ocupando sempre a primeira ou a segunda posição entre as maiores. Sua atuação está dividida entre as unidades de Carne Bovina, Suína e Aves.

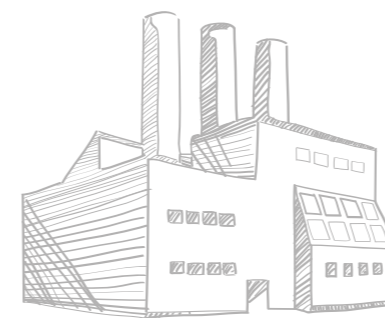
JBS USA Carne Bovina

Engloba as operações de processamento de bovinos nos Estados Unidos, no Canadá e na Austrália. Apesar da Austrália pertencer à plataforma Ásia-Pacífico, os resultados daquela região são reportados juntamente com as operações da JBS USA Carne Bovina, devido à semelhança entre os negócios.

A unidade tem feito investimentos constantes para modernizar suas unidades, principalmente na capacidade de refrigeração e em distribuição. Em 2015, foram investidos cerca de US\$225 milhões na construção de cinco centros de distribuição localizados nas cidades de Cactus (Texas), Grand Island (Nebraska), Marshalltown (Iowa), Plainwell (Michigan) e Tolleson (Arizona). A Companhia também direcionou esforços para incrementar a capacidade de produção de itens de valor agregado. Nesse sentido, investiu cerca de US\$70 milhões na expansão da unidade de Hyrum (Utah), além de US\$50 milhões na compra de unidade de produtos preparados em Riverside (Califórnia), planta que também recebeu investimentos de US\$27 milhões para aquisição de equipamentos. O objetivo, com isso, é fortalecer ainda mais o posicionamento da unidade em produtos prontos para o consumo.

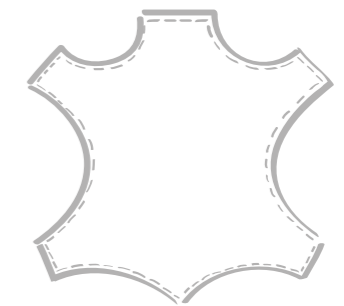
Raio-X

ESTADOS UNIDOS



9
unidades
industriais,
em 9 cidades

1
unidade
de couro



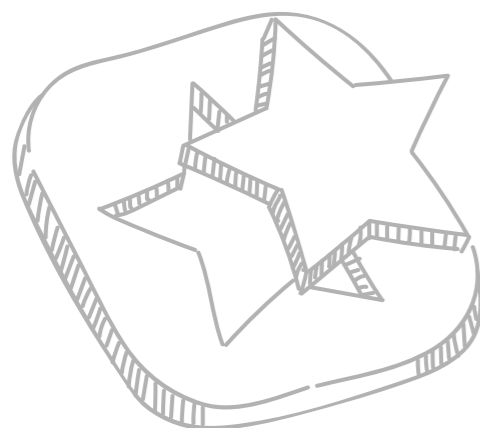
Capacidade diária para o processamento de

26,9
mil bovinos



11
unidades de
confinamento
de bovinos

Posição de destaque nos mercados em que atua



MAIOR

empresa de alimentos da Austrália

2ª maior empresa de alimentos dos Estados Unidos

2ª maior produtora de aves no México

A recuperação da economia norte-americana, em 2015, e a consequente redução do desemprego beneficiaram as operações da JBS nos Estados Unidos, dado o aumento do consumo no mercado interno. Por outro lado, foram impactadas, do ponto de vista de performance, pela baixa disponibilidade de gado e forte retenção de fêmeas, valorização do dólar americano e aumento das importações de carne bovina. Esse cenário de baixa oferta de gado, contudo, deve melhorar a partir de meados de 2016. A retenção de matrizes para o crescimento do rebanho tem aumentado, o que resultará em maior disponibilidade de animais nos próximos



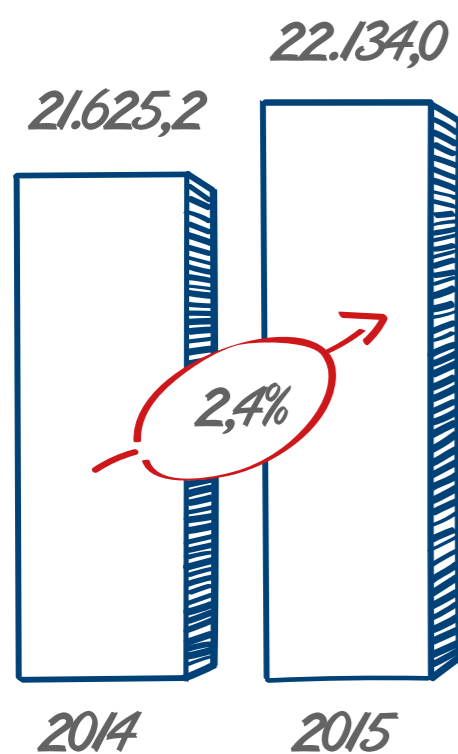
anos. Na Austrália, por sua vez, houve redução gradual do número de animais processados ao longo do ano e consequente redução do volume vendido, combinado com a redução dos preços médios em dólar americano.

Com isso, a receita líquida da unidade de negócios totalizou US\$22,1 bilhões em 2015, um acréscimo de 2,4% sobre 2014. O EBITDA foi de US\$586,7 milhões, uma diminuição de 36,0% em relação ao ano anterior, com uma margem EBITDA de 2,7%.

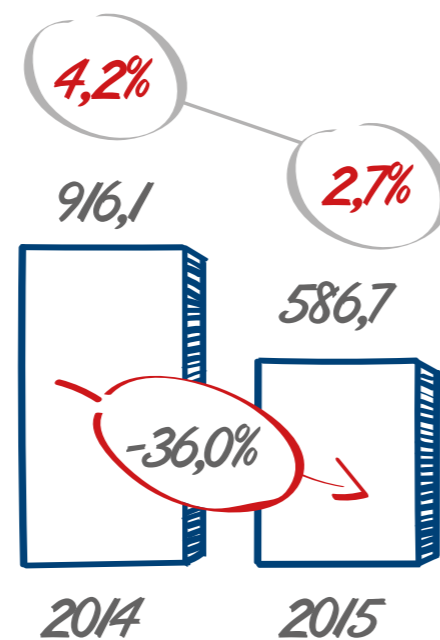
Tanto as operações dos Estados Unidos, como as da Austrália, terão suas exportações impulsionadas com a implementação do Tratado de Livre Comércio Trans-Pacífico (TPP, pela sigla em inglês), assinado no início de 2016. Tal iniciativa reduzirá, de forma gradativa, tarifas e barreiras entre 12 países, incluindo alguns da Ásia, que é um relevante mercado consumidor de proteína animal.

JBS USA CARNE BOVINA (US\$)

Receita Líquida (milhões)



EBITDA (milhões) e % EBITDA



JBS USA Carne Suína

A aquisição da Cargill Pork foi um marco importante para essa unidade de negócios. Finalizada em outubro de 2015, trouxe para a JBS uma estrutura para processamento de suínos, especialidade que não tinha naquele país até então. Com isso, a Companhia passou a incluir o bacon em seu portfólio, produzido em uma planta cuja capacidade é de cerca de 1.000 toneladas por semana.

Raio-X

5 unidades de **processamento de suínos**

5 fábricas de **ração**

2 unidades **genéticas**



3 unidades de **“consumer ready”**

89,5 mil suínos processados por dia



1,7 mil toneladas de produtos preparados e de valor agregado por semana



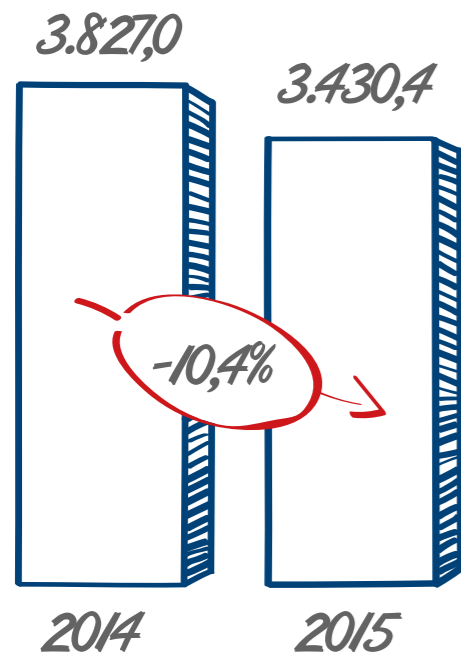
1.000 mil toneladas de bacon produzidas por semana

O ano de 2015 foi marcado pelo aumento do número de suínos disponíveis para abate e aumento do volume vendido de carne suína, tanto no mercado interno quanto via exportações. Consequentemente, houve queda dos preços da carne suína em ambos os mercados. O incremento do volume foi destinado principalmente para a Coréia do Sul

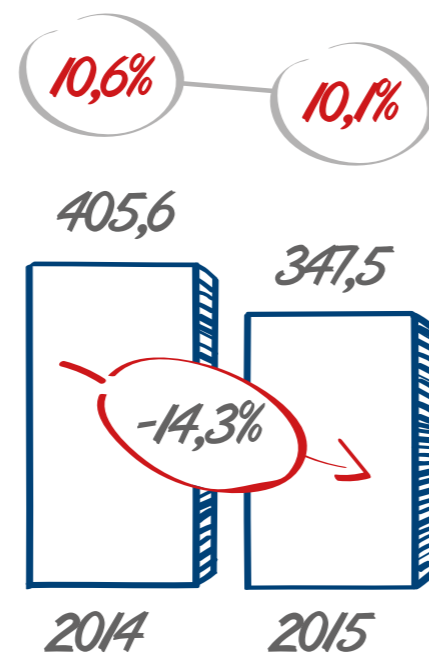
e México. Dessa forma, a unidade de suínos registrou receita líquida de US\$3,4 bilhões em 2015, queda de 10,4% em relação a 2014, devido à diminuição dos preços dessa proteína no período. O EBITDA, por sua vez, foi de US\$347,5 milhões, uma redução de 14,3% sobre o ano anterior, com margem EBITDA de 10,1%.

JBS USA CARNE SUÍNA (US\$)

Receita Líquida (milhões)



EBITDA (milhões) e % EBITDA



JBS USA Aves (PPC)

Nessa divisão, as operações são dadas por meio da Pilgrim's Pride Corporation, empresa de produção e processamento de frango, além da comercialização e distribuição de produtos originados da proteína, congelados e *in natura*. A PPC é uma companhia listada na Nasdaq, sob o ticker PPC-US. Sediada nos Estados Unidos – país em que é a segunda maior produtora de frango, com 29 unidades de processamento – também tem operações em Porto Rico e no México, onde é a segunda

maior produtora de aves, por meio de seis plantas. A essa estrutura – cuja capacidade diária de processamento é de 7,1 milhões de aves –, somam-se 42 incubatórios distribuídos nos três países, nove plantas de produtos industrializados, 36 fábricas de ração e 10 unidades de conversão de proteína.

A cada cinco frangos consumidos nos Estados Unidos, um é da Pilgrim's.

Esse resultado reflete tanto a estratégia de diversificar o portfólio de produtos, como a estrutura de distribuição.

Os clientes e consumidores encontram, na Pilgrim's, produtos que vão desde o frango *in natura* ou congelado, até opções pré-preparadas ou prontas para o consumo. Há também produtos segmentados de acordo com o tamanho das aves.

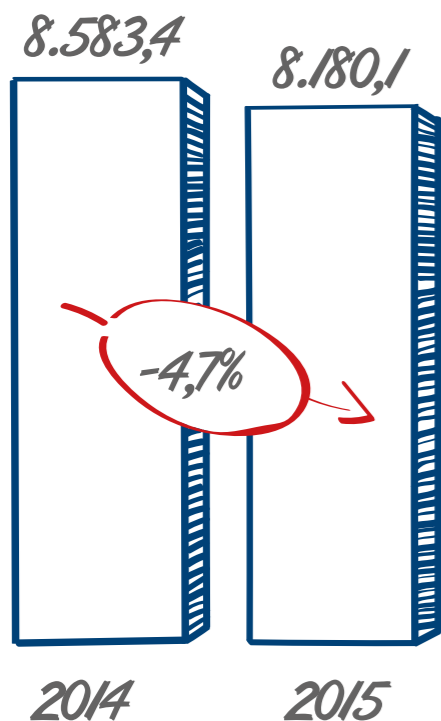
Quanto à distribuição, a Empresa conta com uma estrutura de revendedores e distribuidores que cobre todo o território norte-americano, além de equipes dedicadas à exportação.

O ano de 2015 foi marcado pela consolidação das operações, incrementadas pela compra, no ano anterior, dos ativos que a norte-americana Tyson Foods possuía no México. Tal operação representou um significativo incremento ao tamanho da PPC naquele País, elevando a participação de market share e reforçando o posicionamento da Companhia entre as líderes do segmento de frango.

A implementação e execução do modelo de negócios da PPC, focado na diversificação do portfólio de produtos e canais de vendas, tem permitido à Pilgrim's entregar resultados mais sólidos e consistentes. A empresa apresentou um desempenho favorável. Obteve receita líquida de US\$8,18 bilhões em 2015, redução de 4,7% sobre 2014. O EBITDA alcançou US\$1,21 bilhão, com margem de 14,8%, e o lucro líquido no ano,



Receita Líquida (milhões)

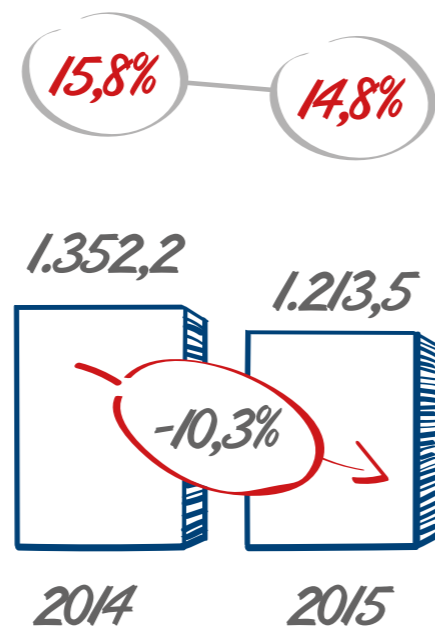


US\$645,9 milhões, 9,2% inferior a 2014. A geração de caixa livre, por sua vez, foi de US\$442,1 milhões. Já a alavancagem (dívida líquida / EBITDA) ficou em 0,49x ao final do período.

No período, verificou-se o menor patamar de preços de frangos dos últimos cinco anos, o que impactou as operações de aves grandes (*big birds*) nos EUA e as operações da PPC no México. Por outro lado, as operações de pratos prontos e aves menores (*small birds*) continuaram operando com resultados fortes. Mesmo com essas condições adversas, a Pilgrim's conquistou resultados superiores quando comparados a períodos anteriores com os mesmos patamares de preços.

Dois pilares sustentam essa performance: a melhoria contínua da gestão do negócio e a

EBITDA (milhões) e % EBITDA



diversificação do portfólio de produtos. Desde que foi adquirida, em 2010, a estratégia adotada passa pela ampliação e equilíbrio do portfólio, incluindo produtos de valor agregado, como pratos prontos e congelados. Essa característica, inclusive, destaca a Companhia frente aos concorrentes, que focam suas operações em poucas linhas de negócios. Pelos resultados alcançados pela Pilgrim's Pride, essa combinação tem se mostrado acertada.

Para o ano de 2016, a Empresa já identificou US\$185,0 milhões em melhorias operacionais, o que irá contribuir para o aumento da eficiência e da rentabilidade da operação. Também permitirá que sejam feitos novos investimentos para atender as necessidades de clientes-chave, expandindo o portfólio de produtos preparados.

ÁSIA-PACÍFICO

Nessa região, a JBS conta com operações de carne bovina e ovina, além de ser proprietária da Primo Smallgoods, líder em produtos processados, como presunto, salsicha e bacon, na Austrália e na Nova Zelândia.

A Primo conta com um histórico de 55 anos de atuação e se diferencia por ser a única, nos mercados em que atua, a possuir e operar frigoríficos, unidades de processamento, centros de distribuição e lojas de varejo. Por controlar essas etapas, que são críticas ao processo de produção, a Primo assegura o mais alto nível de controle de qualidade na indústria.



Líder em produtos processados, como presunto, salsicha e bacon, na Austrália e Nova Zelândia

11.678
colaboradores

20
unidades de produção

7
centros de distribuição

37
lojas de varejo

Detentora de marcas tradicionais e reconhecidas, como a Primo Smallgoods, Hans, Beehive, Hunter Valley Meats e Primo Quality Meats, a Companhia é focada em oferecer um portfólio variado de produtos de alto valor agregado, desenvolvidos por meio de investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Esses princípios também fazem com que a Companhia cumpra seu compromisso de oferecer opções de consumo diferenciadas e saudáveis. Todos os produtos, por exemplo, não contêm glúten em suas formulações.

A compra da totalidade do Grupo Primo Smallgoods foi anunciada no final de 2014, mas concluída em março de 2015, por valor que somou 1,45 bilhão de dólares australianos, o equivalente a US\$1,125 bilhão. Essa estrutura foi incorporada às operações da JBS na Austrália, mas os resultados econômico-financeiros dessa divisão são divulgados juntamente com a JBS USA Carne Bovina, dada a similaridade dos negócios de ambas unidades.

Na Austrália e na Nova Zelândia, são mantidas 20 unidades de produção, que garantem à companhia uma capacidade diária de processamento de 9,4 mil bovinos, além de seis confinamentos que dão suporte à atividade industrial. Além disso, a JBS opera no mercado australiano de ovinos, com cinco plantas e capacidade para processar 21,6 mil animais todos os dias, além de um confinamento. Esse segmento também foi afetado pela baixa disponibilidade de matrizes. Em 2015, as unidades passaram a utilizar sistemas de produção robotizados. Com fábricas mais modernas e com a perspectiva de maior oferta de carneiros em 2016, com preços mais competitivos, a Companhia espera um incremento em suas exportações.

As operações na Austrália foram favorecidas pela assinatura de um acordo de livre comércio entre o País e a China.

Robótica e Tecnologia

A JBS Austrália fez, em 2015, uma oferta para assumir o controle da Scott Technology, da Nova Zelândia. A empresa atua nas áreas de robótica e tecnologia em diversos setores, incluindo o de carnes. Participou, inclusive, da modernização da planta de ovinos que a JBS mantém na Austrália. Tal operação, cujo montante envolvido foi de US\$42 milhões, consistiu na aquisição de 50,1% das ações da Empresa.

EUROPA

JBS EUROPA

Nessa divisão, os negócios são geridos pela Moy Park Holdings Europe Ltd., empresa adquirida pela JBS em setembro de 2015. Com sede na Irlanda do Norte – onde é a maior empresa privada –, conta com 13 unidades de processamento e industrialização espalhadas pela Inglaterra, Irlanda, França e Holanda, além da Irlanda do Norte. Reúne mais de 12 mil colaboradores, tem capacidade diária para processar em torno de 750,0 mil aves e de produzir mensalmente cerca de 17 mil toneladas de alimentos processados.

Atua nos segmentos de carnes *in natura* e produtos de valor agregado, como pratos prontos, refeições pré-cozidas, empanados e congelados, além de pratos vegetarianos e sobremesas. Atenta às tendências de consumo, a Empresa foi pioneira na adoção do sistema de produção *free range*, no qual as aves são criadas livremente no campo, e no desenvolvimento do sistema de produção de frango orgânico. Também foi a primeira a lançar produtos vegetarianos pré-preparados e prontos para o consumo. A Empresa está sempre empenhada a acompanhar os hábitos de consumo e desenvolver produtos que atendam às expectativas de seus clientes e consumidores.



Na cozinha

Para inspirar as pessoas a cozinhar e criar receitas fazendo uso da ampla gama de produtos de frango Moy Park, a Empresa possui o “In the kitchen”, portal que regularmente apresenta novas receitas e passo-a-passo para desenvolvê-las. Quem cria os pratos e ensina o preparo é o *chef* Aaron, profissional de renome no Reino Unido. Os usuários do portal também podem compartilhar suas receitas favoritas.

Conheça a iniciativa em

www.moyparkchicken.com





Sob as marcas Moy Park, O'Kane, Castle Lea, Kitchen Range Foods e Albert van Zoonen, fornece produtos para grandes redes de restaurantes e redes de varejo do Reino Unido e da Europa Continental. A Companhia também tem forte presença no segmento private label, produzindo alimentos para serem comercializados pelas principais redes de varejo com suas respectivas marcas próprias.

Para isso, a equipe de Desenvolvimento de Produtos mantém colaboração estreita com clientes, a fim de identificar novas oportunidades. Por ano, tal equipe apresenta mais de 300 ideias para novos produtos.

As operações da Moy Park em 2015 foram impactadas pela forte concorrência no mercado de varejo no Reino Unido e a apreciação da Libra Esterlina sobre o Euro, o que impactou a venda de produtos para a Zona do Euro. Apesar dos desafios que surgiram ao longo de 2015, a Moy Park atingiu a produção inédita de cinco milhões de aves por semana. Esse número representa um aumento de 60% nos últimos seis anos. Tal recorde de produção reflete o trabalho que constantemente é feito em parceria com os agricultores, oferecendo apoio para que operem dentro dos mais elevados padrões de bem-estar

animal e biossegurança, e investimentos nas operações. Foram destinados £20 milhões para a modernização e aumento da capacidade de produção da unidade localizada em Dungannon, na Irlanda do Norte, e £10 milhões para ampliar o centro de incubação e processamento, instalado em Ashbourne, na Inglaterra. Também foram feitos investimentos de £4 milhões para a ampliação da unidade de processamento de produtos de conveniência localizada em Craigavon, na Irlanda do Norte.

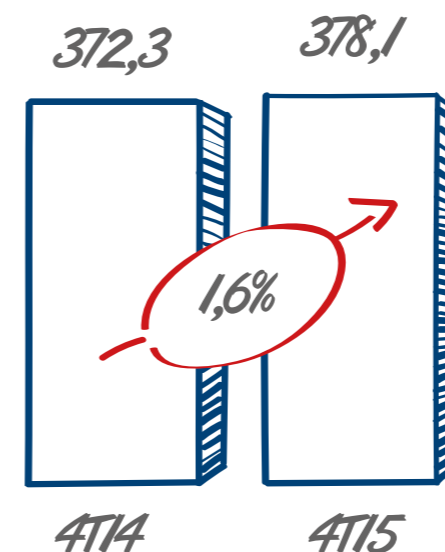
A estratégia da JBS Europa, focada em entregar produtos de alta qualidade e dedicada a exceder as expectativas dos clientes, tem gerado crescimento de vendas e resultados consistentes. No último trimestre de 2015, a JBS Europa obteve receita líquida de £378,1 milhões, montante 1,6%

superior ao observado no mesmo período de 2014, refletindo o aumento de 9,7% no volume vendido no mercado doméstico, parcialmente compensado pelo fortalecimento da Libra em relação ao Euro no período. Já o EBITDA totalizou £30,0 milhões no trimestre, uma redução de 3,0% sobre o mesmo período do ano anterior, com uma margem EBITDA de 7,9%.

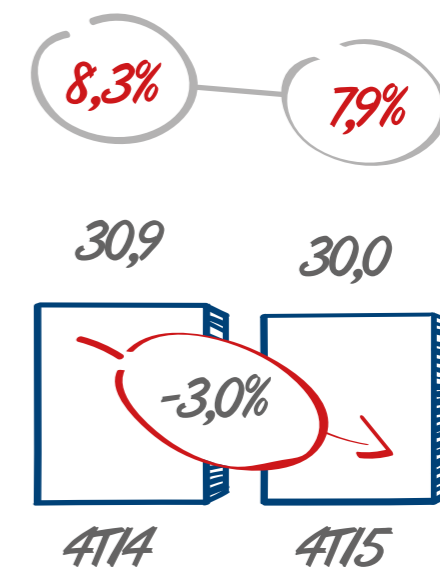
A produção da Moy Park é pautada nos mais elevados padrões de bem-estar animal e biossegurança. Mantém uma relação próxima com sua rede de fornecedores, formada por mais de 800 criadores de aves no Reino Unido e na Irlanda, o que lhe permite controlar a qualidade e garantir a rastreabilidade da matéria-prima em todos os estágios de produção.

JBS EUROPA - MOY PARK (£)¹

Receita Líquida (milhões)



EBITDA (milhões) e % EBITDA



¹ Considera apenas o resultado de 4T15

7

DESEMPENHO FINANCEIRO



CENÁRIO

Segundo o relatório da ONU *World Economic Situation and Prospects 2016*, a economia global cresceu 2,4% em 2015. Os países desenvolvidos passaram a ocupar posição de protagonismo nessa expansão, diferente do que se verificou em anos anteriores, quando os países em desenvolvimento – e a China em especial, com sua grande demanda por commodities - ditaram o ritmo de crescimento.

Os Estados Unidos apresentaram comportamento semelhante à média global, segundo o *Bureau of Economic Analysis*. O crescimento de 2,4% no PIB em 2015 foi o mesmo verificado no ano anterior, o que reflete manutenção do consumo da economia interna.

Em relação às proteínas, há uma recuperação gradativa no rebanho bovino do país, o que contribui para a redução no preço. Para a carne de frango, 2015 foi um ano mais desafiador devido aos casos de gripe aviária registrados no país, que acarretaram imposição de embargos (totais e parciais) às exportações. Com maior oferta de produtos no mercado interno, houve pressão sobre os preços, impactando as margens. Em relação à carne suína, os abates permaneceram pouco acima da média histórica ao longo do ano, mas no segundo semestre houve crescimento das exportações, principalmente para a China, o que contribuiu positivamente para a indústria.

A economia brasileira, por sua vez, sofreu retração de 3,8% no período, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), maior queda desde 1996. Já a inflação, segundo

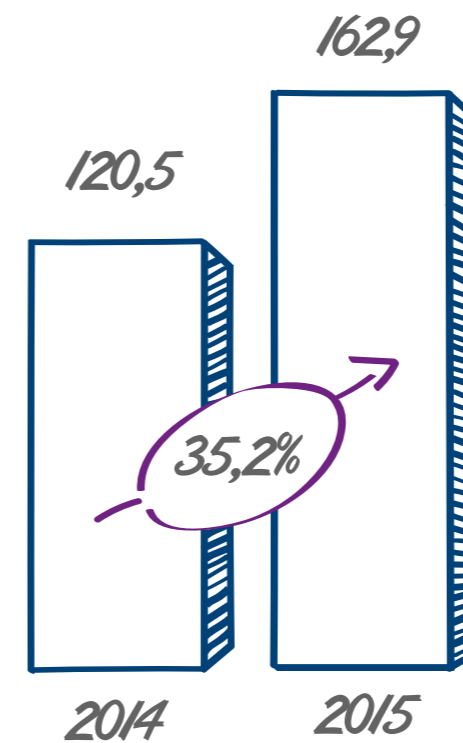
o Banco Central, deve atingir 10,8%. Alimentos e bebidas deverão ficar acima dessa média, chegando a 12,9%.



No setor de proteínas, houve um incremento de 3% no preço do gado. Em relação às exportações, a carne bovina teve um desempenho mais fraco, registrando queda de 12,1% em relação a 2014. Em receita, as exportações cresceram 13,9% em reais, devido principalmente à desvalorização da moeda frente ao dólar americano. Em relação à carne de frango, a produção atingiu 13,1 milhões de toneladas em 2015, de acordo com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), consolidando o Brasil como segundo maior produtor mundial. O consumo per capita teve um aumento de 1,1%, e as exportações tiveram expansão em volume e receita, variando 6,6% e 28,0%, respectivamente. Já os produtos congelados e preparados vêm ganhando mais espaço entre os alimentos consumidos pelos brasileiros. Segundo matéria da Agência O Globo, o consumidor tem optado por itens mais baratos e priorizado a alimentação em suas casas, em vez de fora do lar. Esses novos hábitos desencadeiam uma maior procura por alimentos pré-preparados e congelados.

RECEITA LÍQUIDA

Em 2015, a receita líquida consolidada da JBS atingiu R\$162.914,5 milhões, um aumento de R\$42.444,8 milhões ou 35,2% superior a 2014.



Aproximadamente 70% das vendas globais da JBS foram realizadas nos mercados domésticos em que a companhia atua e 30% por meio de exportações.

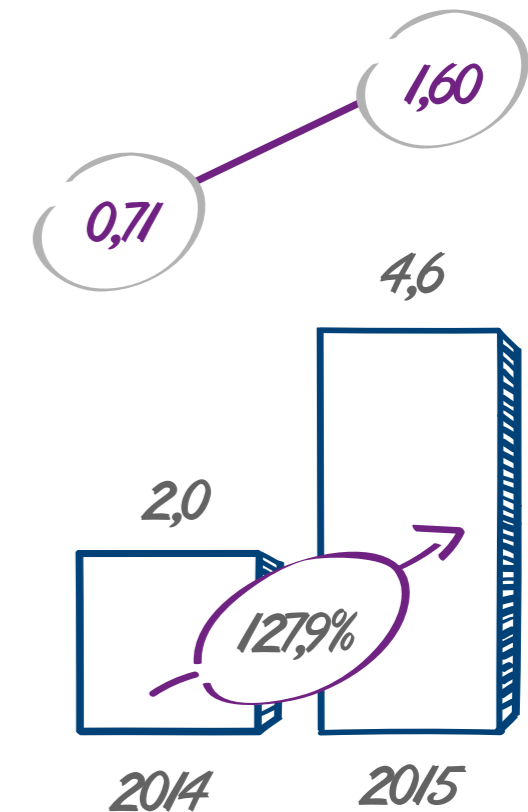
Receita Líquida por unidade de negócio	(participação %)
JBS USA Carne Bovina	45,5%
JBS USA Carne Suína	7,2%
JBS USA Frango	16,8%
JBS Mercosul	17,7%
JBS Foods	11,5%
JBS Europa*	1,4%

*Considera apenas o 4T15

LUCRO

Em 2015, a Companhia registrou um lucro líquido de R\$4.640,1 milhões, equivalente a um lucro por ação (EPS) de R\$1,60

LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO



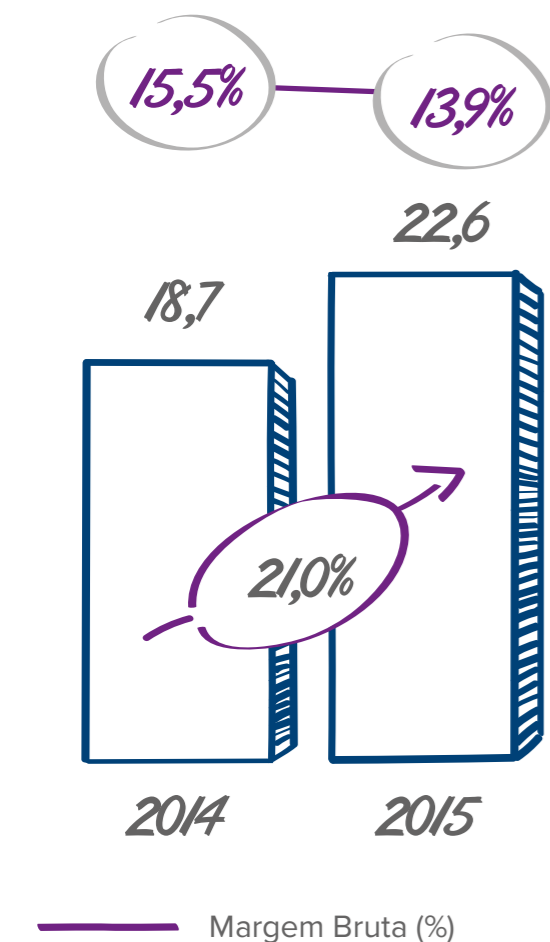
Lucro por ação R\$



Lucro Bruto Consolidado

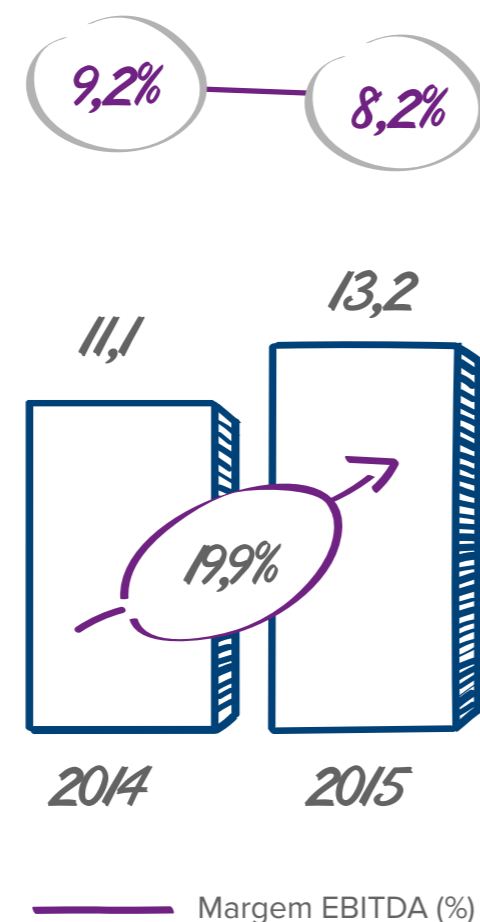
Já o lucro bruto no período foi de R\$22,6 bilhões, 21,0% superior ao verificado em 2014. A margem bruta, por sua vez, teve uma queda de 1,6 p.p.

LUCRO BRUTO CONSOLIDADO (R\$ BILHÕES)



EBITDA

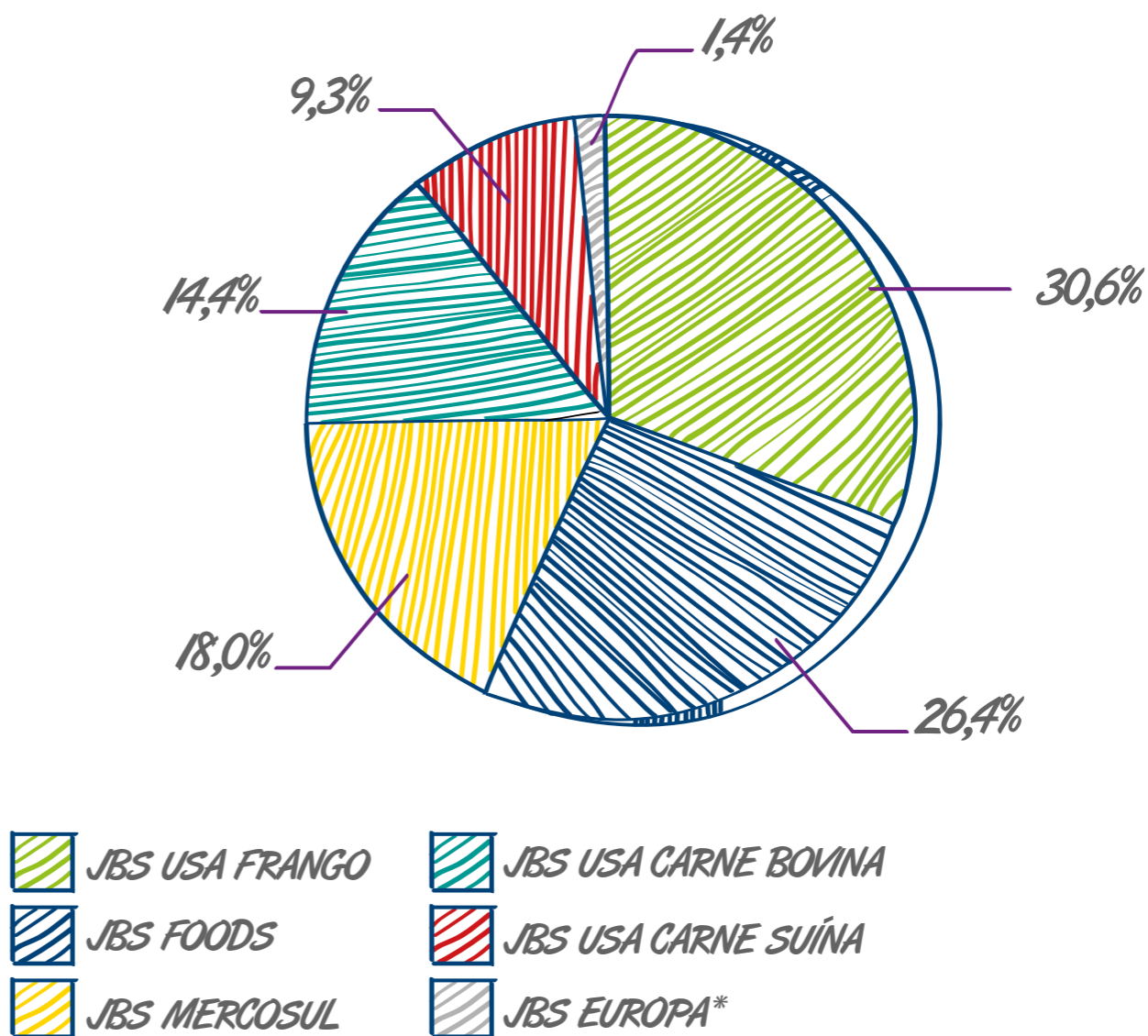
O EBITDA ajustado foi de R\$13,3 bilhões, crescimento de 19,9% sobre 2014. A margem EBITDA, por sua vez, foi de 8,2%.



R\$ milhões

	2015	2014	Var. %
Lucro líquido do exercício (incluindo participação dos minoritários)	5.128,60	2.406,40	113,10%
Resultado financeiro líquido	1.300,60	3.637,60	- 64,2%
Imposto de renda e contribuição social – corrente e diferidos	2.750,00	1.785,40	54,00%
Depreciação e amortização	3.692,80	2.546,80	45,00%
Resultado de equivalência patrimonial	-58,9	-26,1	125,80%
Reestruturação, reorganização, doações e indenização	487,2	745,5	-34,60%
Prêmio por liquidação antecipada pago pela JBS USA	0	-5,6	-
(=) EBITDA Ajustado	13.300,40	11.090,00	19,90%

EBITDA POR UNIDADE DE NEGÓCIO (EM PARTICIPAÇÃO %)

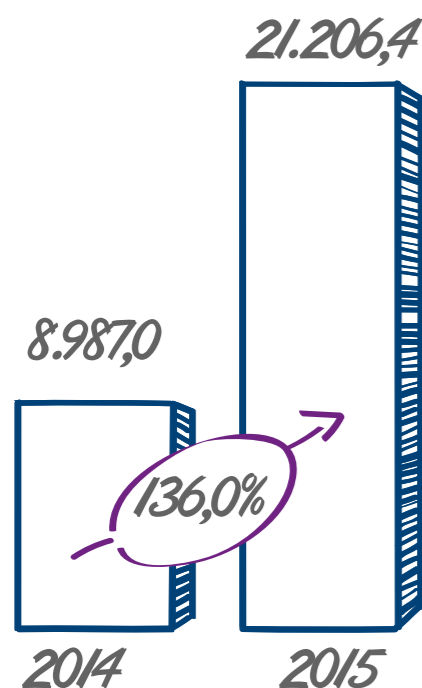


*Considera apenas o 4T15

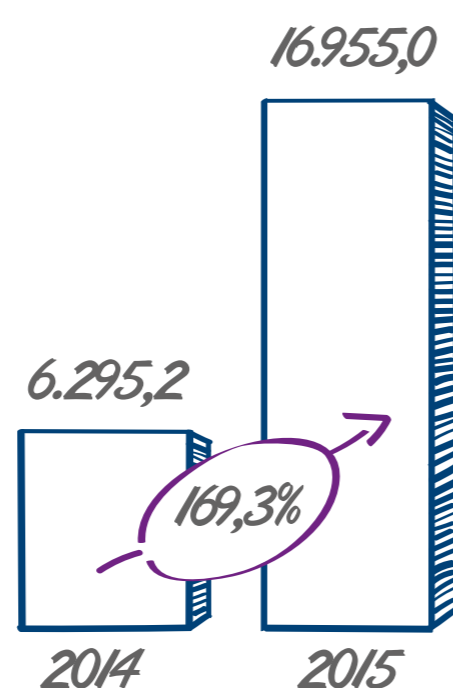
GERAÇÃO DE CAIXA

A Companhia gerou R\$3.578,3 milhões em caixa proveniente das atividades operacionais no 4T15 e R\$21.206,4 milhões em 2015. A geração de caixa livre antes da aquisição da Cargill Pork no 4T15 foi de R\$2,6 bilhões e em 2015, a geração de caixa livre antes das aquisições da Tyson de México, Grupo Primo, Moy Park e Cargill Pork foi de R\$17,0 bilhões, 169,3% superior ao ano de 2014.

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL (R\$ MILHÕES)



GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE EX-AQUISIÇÕES (R\$ MILHÕES)

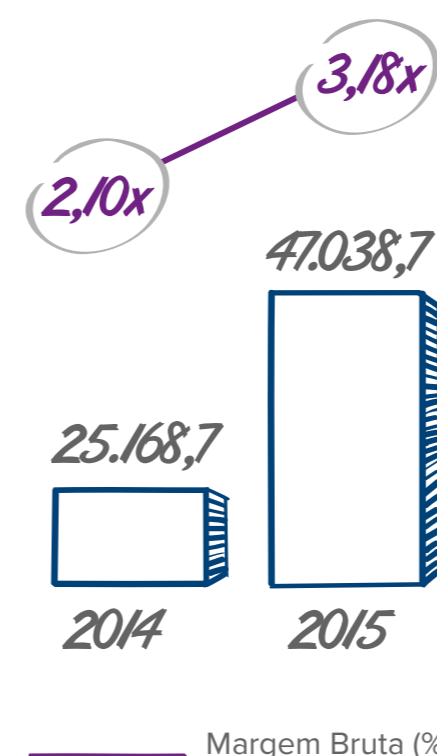


ENDIVIDAMENTO

A JBS encerrou o ano com uma dívida líquida de R\$47.038,7 milhões e uma alavancagem de 3,18x. Incluindo o resultado proforma das aquisições recentes, a alavancagem foi de 2,91x. Em dólares, a dívida oscilou de US\$9.475,5 milhões para US\$12.046,4 milhões.

R\$ milhões	2014	2015	Var.%
Dívida bruta	40.079,10	65.882,70	64,4
(+) Curto prazo	13.687,00	20.906,60	52,7
(+) Longo prazo	26.392,20	44.976,10	70,4
(-) Disponibilidades	14.910,40	18.844,00	26,4
Dívida líquida	25.168,70	47.038,70	86,9
Dívida líquida/EBITDA	2,1x	3,18x	

DÍVIDA LÍQUIDA (R\$ MILHÕES) E ALAVANCAGEM



Perfil da Dívida

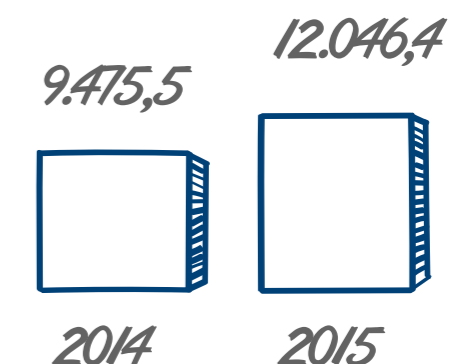
No encerramento do ano, 68% do endividamento da JBS possuía perfil de longo prazo. Os outros 32% eram de curto prazo, condição que pouco se alterou quando comparada com o ano de 2014.

Perfil da dívida CP/LP

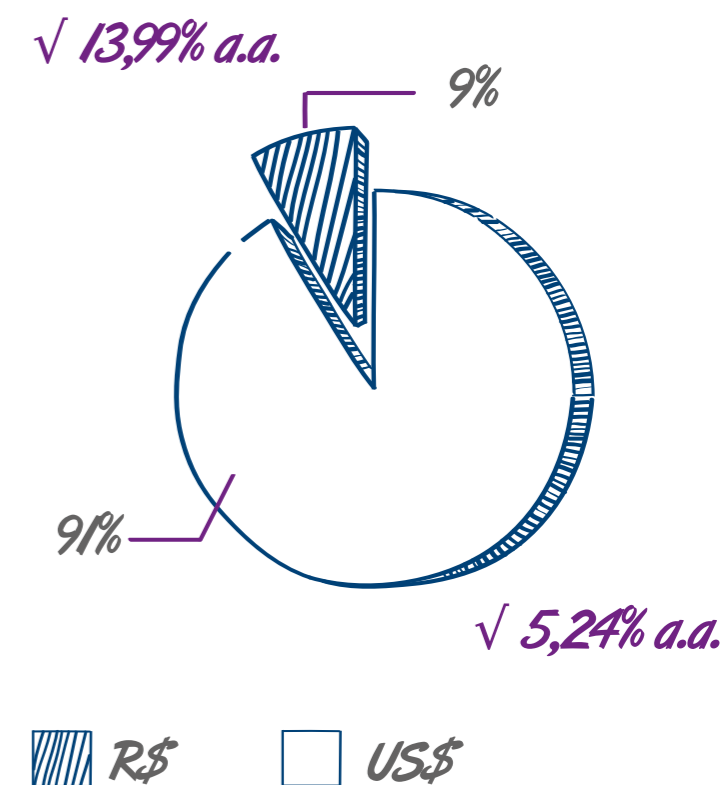
	Curto prazo	Longo prazo
2014	34%	66%
2015	32%	68%

Em relação à composição da dívida, 91% estão denominados em dólares americanos, com custo médio de 5,24% ao ano. Os 9% da dívida em reais, por sua vez, possuem custo médio de 13,99% ano. Os bancos comerciais são a principal fonte de recursos para a Companhia (56,3%).

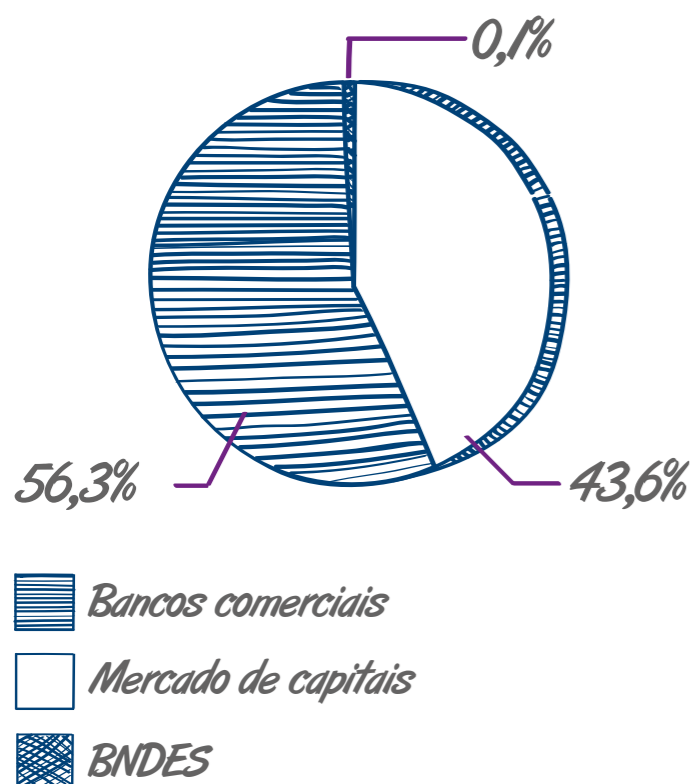
DÍVIDA LÍQUIDA EM US\$ (MILHÕES)



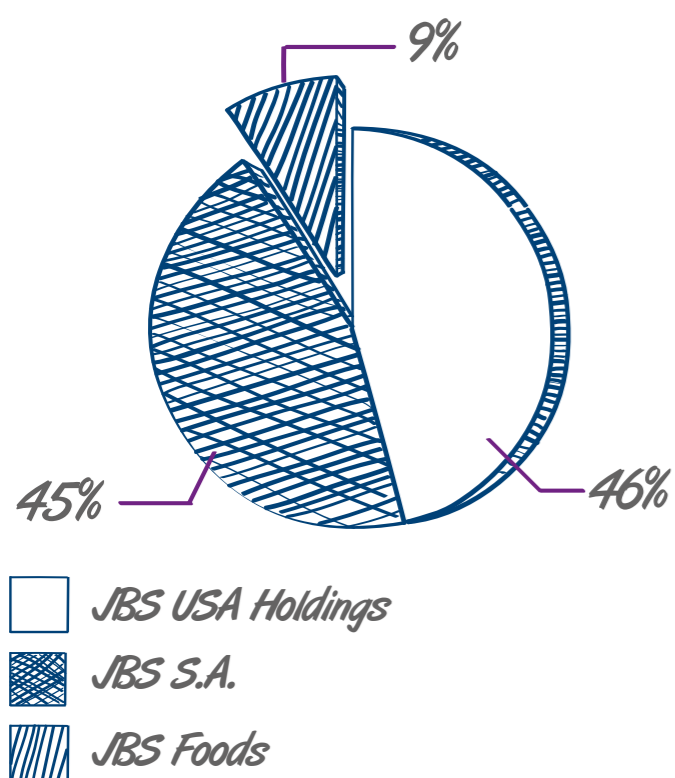
ABERTURA POR MOEDA E CUSTO



ABERTURA POR FONTE



ABERTURA POR EMPRESA

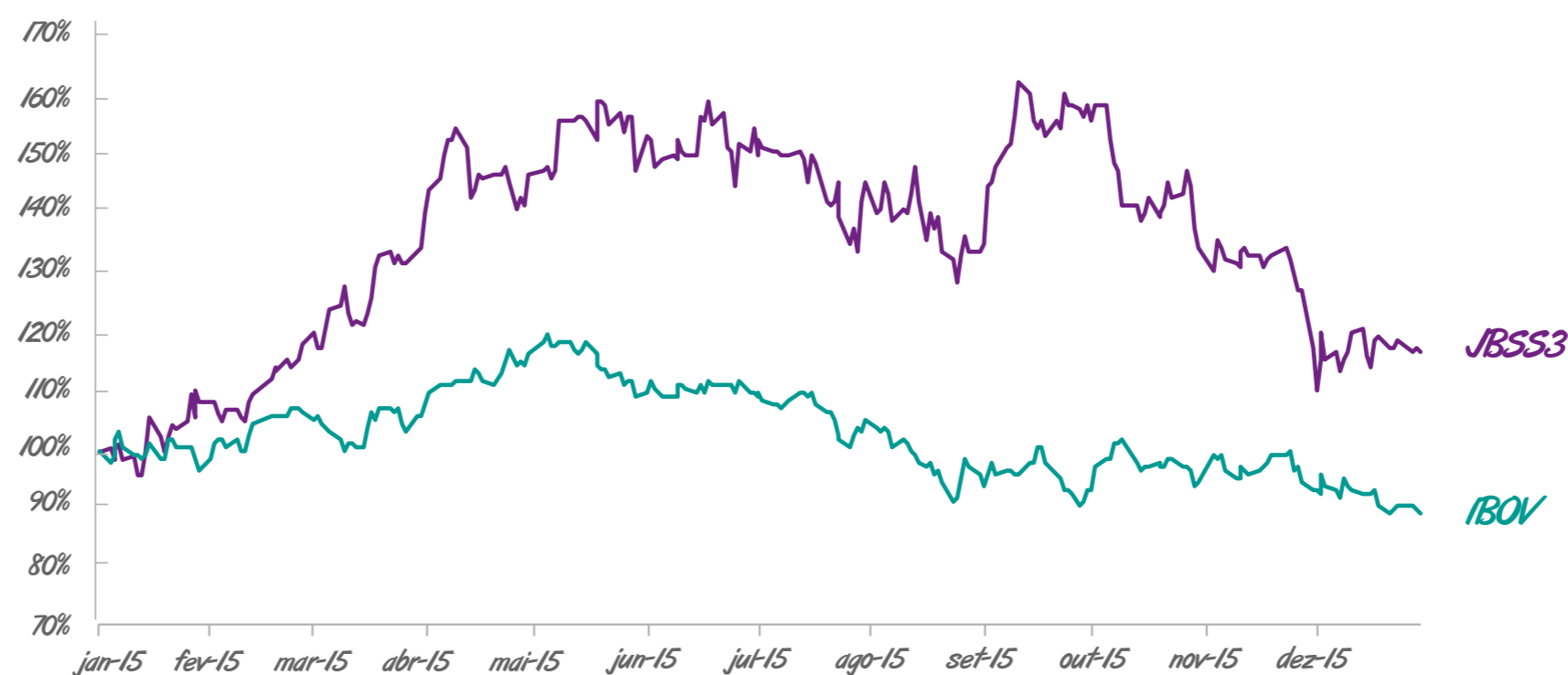


Demonstração do Valor Adicionado (DVA)

(R\$ milhares)

Pessoal	
Remuneração direta	13.997.920
Benefícios	2.487.582
FGTS	234.230
TOTAL	16.719.732
Impostos, taxas e contribuições	
Federais	3.712.101
Estaduais	2.601.278
Municipais	25.117
TOTAL	6.338.496
Remuneração de capitais de terceiros	
Juros e variações cambiais	21.001.386
Aluguéis	587.156
Outras	695.325
TOTAL	22.283.867
Remuneração de capitais próprios	
Lucro líquido atribuído aos acionistas controladores	4.640.114
Participação de não controladores nos lucros retidos	488.533
TOTAL	5.128.647
TOTAL	50.470.742

GRÁFICO DE DESEMPENHO DA AÇÃO JBS E IBOVESPA 2015



MERCADO DE CAPITAIS

As ações da JBS S/A, negociadas na BM&FBovespa sob o código JBSS3, encerraram o ano de 2015 cotadas a R\$12,34, o que representa valorização de 10,3% quando comparada ao valor alcançado no final de 2014.

As ações da empresa também se destacaram quando comparadas à trajetória do Índice Bovespa (Ibovespa), que apresentou retração de 13,3% no ano passado.

O valor de mercado da Companhia, por sua vez, totalizou R\$35,3 bilhões, montante que a situa entre as 15 empresas de maior valor de mercado do Ibovespa, índice no qual seus papéis figuram.

Atendimento a Acionistas e Investidores

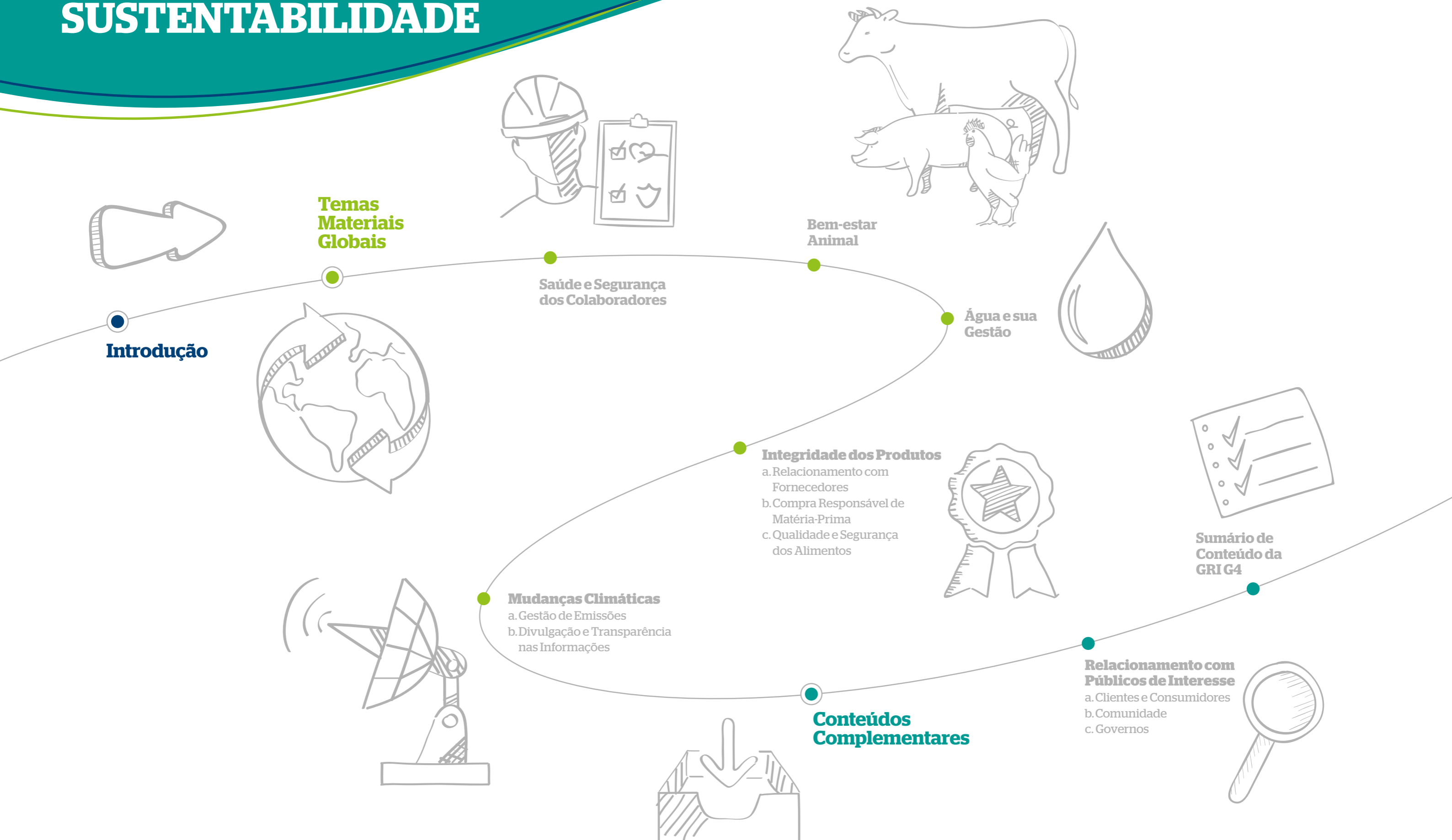
A JBS dispõe de uma área específica para atendimento a seus acionistas e investidores. A área pode ser contatada pelo e-mail ri@jbs.com.br ou pelo telefone +55 (11) 3144-4224. As informações divulgadas ao mercado, por sua vez, estão disponíveis no website www.jbs.com.br/ri.

8

SUSTENTABILIDADE



MAPA DA SUSTENTABILIDADE



O conceito de sustentabilidade cresce a cada ano na JBS, sendo aplicado em várias etapas da cadeia de valor. Tem como objetivo assegurar a perenidade dos negócios e contribuir para o desenvolvimento de produtos e serviços de qualidade, além de criar valor aos públicos de relacionamento por meio da promoção do desenvolvimento social e redução de impactos ambientais.

Para conduzir esse tema, a JBS conta com três diretorias que atuam regionalmente. Situadas no Brasil, Estados Unidos e Irlanda do Norte, são responsáveis pelas Plataformas de Negócios da América do Sul, América do Norte – que também abrange as operações da Divisão Ásia-Pacífico - e Europa, respectivamente. Por se tratar de um tema estratégico para os negócios, a Companhia conta, ainda, com um Comitê de Sustentabilidade ([ver link](#)), que se reporta ao Conselho de Administração.

Temas Materiais para uma Operação Global Sustentável

GRI G4-18

Cada diretoria regional de sustentabilidade tem autonomia para definir suas estratégias e direcionar suas ações de acordo com os desafios e oportunidades dos respectivos mercados em que atua. Além disso, a fim de assegurar uma abordagem comum que permita sinergias e melhores práticas de gestão, está sendo adotado um programa de sustentabilidade global, definido com base nas informações extraídas das matrizes de materialidade de cada operação regional ([ver link](#)). Dessa forma, cinco temas foram identificados como estratégicos e materiais para a JBS, uma vez que são fundamentais para o sucesso do negócio e altamente relevantes para os principais públicos de relacionamento da Companhia, em termos globais. Dentro das principais cadeias de valor da JBS, os temas materiais são desenvolvidos em diferentes etapas, conforme diretrizes corporativas ([ver link](#)).

TEMAS MATERIAIS GLOBAIS GRI G4-19

- Saúde e segurança dos colaboradores
- Bem-estar animal
- Água
- Integridade dos produtos
- Mudanças climáticas

A Companhia também está atenta a outras importantes questões relacionadas à sustentabilidade, como energia, efluentes líquidos e resíduos sólidos, temas também abordados neste relatório.

Ao longo de 2015, a JBS evoluiu na definição de suas estratégias globais de sustentabilidade e também avançou em questões importantes, como atividades voltadas à sociedade e no diálogo e transparência com seus stakeholders. Com constante presença em discussões dos setores em que atua, manteve forte influência local e global, contribuindo na proposição de novas agendas ([ver link](#)), voltadas para a produção sustentável e aprimoramento da governança socioambiental da indústria de alimentos.



TEMAS MATERIAIS GLOBAIS

SAÚDE E SEGURANÇA DOS COLABORADORES

GRI G4-DMA

Saúde e Segurança dos colaboradores são temas prioritários para a JBS em suas plataformas de negócio globais. Abrange a oferta de treinamentos e boas condições de trabalho, incluindo equipamentos de proteção individual, instalações e maquinários seguros para a realização dos procedimentos operacionais. Em busca da melhoria contínua em seus processos industriais, a JBS promove ações de mapeamento, análise, monitoramento e controle para eliminar ou minimizar a ocorrência de incidentes, visando à melhoria na qualidade de vida, saúde e segurança ocupacional de seus colaboradores. Conta, ainda, com programas de ergonomia e iniciativas de qualidade de vida no trabalho. **GRI G4-LA7**

Dentro dos esforços de melhoria contínua, a JBS criou no **Brasil**, em 2015, um grupo multidisciplinar de colaboradores e consultores, formado por engenheiros de segurança, ergonomistas e advogados, com o objetivo específico de inspecionar as questões de saúde e segurança nas unidades da JBS no País. A cada visita, é gerado um relatório de ações corretivas a serem

adotadas, de forma a assegurar o atendimento de políticas internas relacionadas ao tema e das legislações aplicáveis.

Essa iniciativa se soma a diversas outras já inseridas nas rotinas de trabalho da Companhia, como o Sistema de Gestão de Saúde e Segurança, cujo propósito é engajar os colaboradores na adoção das melhores práticas relacionadas a esses temas. Tal sistema tem como referência o Programa de Segurança e Saúde Ocupacional Autogestão (PSSAG), que prevê a realização periódica de treinamentos, palestras, campanhas (como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho – SIPAT), programas e auditorias internas focados na saúde e prevenção de acidentes. Os indicadores de saúde e segurança do trabalho são monitorados diariamente e analisados de forma periódica, a fim de avaliar o desempenho de cada unidade operacional.

Investimentos em treinamentos e campanhas para promover a saúde e a segurança no trabalho ao longo de 2015 resultaram em redução do número de acidentes com afastamentos (**ver quadro**). Apesar disso, a Companhia lamenta o aumento do número de óbitos, principalmente em decorrência do aumento significativo de acidentes de trajeto.

Para 2016, a JBS reestruturou a área de Saúde e Segurança, com o objetivo de intensificar os treinamentos e reduzir o número de acidentes em suas operações.

Os colaboradores da JBS (Brasil) também participam das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs). Em 2015, foram constituídas 135 CIPAs, com a participação de 766 colaboradores. Há, ainda, o Comitê de Segurança, composto pela Alta Administração, que analisa os indicadores de saúde e segurança e todas as propostas de melhorias sugeridas pelos colaboradores. Em 2015, foram investidos, no Brasil, mais de R\$ 134 milhões em melhorias que visam à saúde e segurança do colaborador.

GRI G4-LA5

A JBS possui, no País, 166 acordos e convenções que abordam temas referentes à saúde e segurança dos seus colaboradores, o que representa 89% de todos os acordos e convenções realizadas. **GRI G4-LA8**

Na Moy Park (**JBS Europa**), saúde e segurança também são temas prioritários. Nos últimos três anos, a Empresa melhorou em 78% seu desempenho nessas frentes, inclusive tendo algumas de suas unidades acumulado mais de

dois milhões de horas sem incidentes. Resultados como esses fizeram com que a Moy Park fosse premiada com o RoSPA Food and Drink Health & Safety Award.

Os prêmios da *Royal Society for the Prevention of the Accidents (RoSPA)* existem há quase 60 anos e são amplamente reconhecidos como o “Oscar” de prêmios de saúde e segurança em toda a indústria do Reino Unido.

Além desse reconhecimento, a Moy Park também recebeu, pela quarta vez, o Prêmio Internacional de Segurança, conferido pelo Conselho Britânico de Segurança.

A importância dessas questões para a **JBS USA** fez com que a Empresa instituisse, em 2015, um Programa de Saúde e Segurança baseado na cultura de prevenção e engajamento, em vez da antiga abordagem reativa, focada em indicadores de resultados. Com a mudança, busca-se educar e engajar a força de trabalho em uma cultura de segurança, identificando riscos e corrigindo deficiências antes que incidentes ocorram. Também visa conscientizar as lideranças de suas responsabilidades nesses processos.

Saúde e Segurança no Trabalho GRI G4-LA7, GRI G4-LA6		América do Sul	América do Norte ³				Europa
		Brasil ²	JBS USA	Pilgrim's	Austrália	Canadá	Moy Park
Acidentes	Com afastamento	1.196	158	90	304	29	55
	Sem afastamento	1.226	799	532	292	258	212
	Número total de acidentes	2.422	957	622	596	287	267
Lesões (taxa de frequência)	Com afastamento (TL)	5,65	0,64	0,31	22,00	1,44	2,55
	Sem afastamento (TL)	5,78	n/d**	n/d**	n/d**	n/d**	9,86
	Lesões totais (taxa de frequência)	n/d**	3,85	2,13	43,03	n/d**	n/d**
Dias perdidos	Por acidentes	100.807	5.070	1.761	n/d**	700	695
	Taxa de dias perdidos	475,65	20,40	6,03	n/d**	34,73	32,32
Dart Rate*	Days away, restricted or job transfer rate	n/d**	2,43	1,20	n/d**	n/d**	n/d**
Óbitos	Acidentes típicos	4	0	1	0	0	0
	Acidentes de trajeto	8	n/d**	n/d**	n/d**	n/d**	0
	Total	12	0	1	0	0	0

¹ Os indicadores de cada região/negócio são calculados segundo fórmulas específicas em conformidade com a legislação vigente de cada país.

² Canes, couros, foods e novos negócios.

³ A Austrália está sob gestão da Plataforma de Negócio da América do Norte.

* Não aplicável no Brasil.

** n/d - não disponível

Ações Desenvolvidas pelas Áreas de Negócios em 2015

BRASIL

- A **JBS Carnes** promove o Comitê da Consequência. Instalado nas unidades com alto índice de acidentes de trabalho, trata-se de uma iniciativa conduzida pela equipe de Segurança do Trabalho para alertar sobre a prevenção de acidentes e reforçar o dever de cada colaborador em cumprir as Normas de Segurança e gestão preventiva. A Empresa também realiza auditorias comportamentais, como parte das ações preventivas, para detectar desvios nos procedimentos durante a realização das atividades no ambiente de trabalho.

- A **JBS Couros** participou da criação de uma cartilha com orientações, para fornecedores brasileiros e estrangeiros, para se adequarem à NR-12, norma que regulamenta níveis de segurança em máquinas e equipamentos no segmento de curtumes. A cartilha é de iniciativa do Governo Federal.
- A **JBS Foods** tem, em sua agenda, o Diálogo Diário de Segurança (DDS). Diariamente, as lideranças se reúnem com suas equipes para discutir temas pré-definidos sobre essa questão. Também organizou, ao longo do ano, seminários sobre Segurança e Saúde do Trabalho (SST), ocasiões em que foram disseminadas as diretrizes para o gerenciamento desses temas e apresentado o Processo de Segurança de Autogestão (PSAG).

EUROPA

- A **Moy Park** investe em treinamento e gestão, a fim de assegurar que a segurança esteja na base da cultura e dos valores da Empresa. Em 2015, os colaboradores receberam, em média, mais de 15 horas de treinamento. Saúde e segurança são temas já integrados às decisões de negócios, o que envolve a força de trabalho e incentiva o protagonismo das lideranças, de forma a identificar e gerenciar riscos, além de analisar desempenhos.
- Também são promovidos grupos de trabalho e campanhas sazonais, a fim de incentivar a colaboração e a troca de experiências e melhores práticas. Um exemplo nesse sentido é a *Fortklift Truck - and Heavy Goods Vehicle (HGV) - Safe Driver of the Year Competitions*, competição entre os operadores de empilhadeira e de veículos pesados, na qual é testada uma série de habilidades, reconhecendo os campeões de cada categoria.

ESTADOS UNIDOS

- A **JBS USA** e a **Pilgrim's** possuem sistemas de gestão da segurança em todas as unidades, supervisionados por duas equipes: a de saúde e segurança e a Executiva de Segurança, que inclui o CEO da JBS USA e o CEO de cada unidade de negócio.
- Nas unidades da **Pilgrim's**, em que diariamente são feitas avaliações de segurança, também é adotado o processo de observação *DuPont Behavior Based Observation (BBS)*. Por meio do BBS, cada supervisor realiza pelo menos 5 avaliações de segurança dentro de suas respectivas plantas a cada semana. Também são realizadas, todos os anos, auditorias completas do Sistema de Gestão de Segurança (SMS). A Empresa segue as melhores práticas de gestão e diretrizes do setor, em linha com as recomendações de instituições como o *North American Meat Institute*, o *National Chicken Council*, a *National Pork Producers Association*, entre outras. Também adota o *DuPont Safety Training Observation Program (STOP)*.

BEM-ESTAR ANIMAL

GRI G4-DMA, GRI FP9, FP10 e FP11

Pela natureza das operações da JBS, bovinos, aves (frangos e perus) e suínos são as matérias-primas mais relevantes da empresa. Zelar pelos princípios de bem-estar animal, portanto, é de suma importância para o dia a dia da Companhia e para a qualidade do produto final.

As técnicas de manejo e transporte dos animais, além dos processos adotados tanto nas instalações das unidades de negócios, como nas dos fornecedores, convergem para o constante aprimoramento técnico, sempre respeitando os princípios do bem-estar e liberdade fundamentais dos animais:

1. Ser livre de medo e estresse;
2. Ser livre de fome e sede;
3. Ser livre de desconforto;
4. Ser livre de dor e doenças; e
5. Ter liberdade para expressar seu comportamento natural.

A **JBS Carnes (Brasil)** tem desenvolvido soluções para o bem-estar animal por meio de parcerias com universidades e fornecedores. Em 2015, juntamente com a Universidade Estadual Paulista ([Unesp](#)), estava em curso um estudo para aprimorar o processo de insensibilização dos animais, que é a primeira etapa do abate. Previsto para ser concluído em 2016, busca elevar a eficiência do atordoamento, respeitando os preceitos de bem-estar do animal.

Com fornecedores, a JBS Carnes tem desenvolvido soluções como carretas diferenciadas para transporte de animais. Em 2015, foram investidos R\$20 milhões para a construção dessas carretas, que possuem maior capacidade de transporte e oferecem maior comodidade aos animais, expondo-os a menores riscos de lesão e stress. Possuem dois andares e o acesso à parte superior pode ser feito por elevador, em vez das tradicionais rampas.

Essas parcerias são ações paralelas e complementares às rotinas adotadas ao trato dos animais, como os programas periódicos de auditorias internas, de verificação de itens de bem-estar e de treinamentos para as equipes.

Na **JBS Foods**, todas as linhas de frango são desenvolvidas a partir das melhores práticas de criação animal e livres de hormônios, conforme determina a legislação. Além disso, a Empresa:

- Concilia as técnicas de produção às melhores práticas de bem-estar animal em suas granjas e em seus mais de 10 mil produtores integrados
- As aves são criadas em ambiente climatizado, com as melhores condições de iluminação, ventilação, temperatura e higiene, e em todas as unidades de processamento são adotados os conceitos necessários para atender exigências de mercados específicos, sejam eles técnicos ou religiosos, seguindo rigorosamente os princípios de liberdade animal.

- Os responsáveis pelo manejo dos animais durante a criação, transporte e abate são treinados, de forma a garantir que as melhores práticas sejam aplicadas em todo o processo.
- Adota padrões rígidos de qualidade, a fim de atender os padrões internacionais exigidos por clientes da Europa, Ásia, Oriente Médio, Oceania, África e Américas, mercados aos quais exporta. Esses mesmos requisitos são observados para a produção destinada aos consumidores do Brasil.
- Possui representante no corpo técnico do 'Livestock Technical Committee' do Global GAP, grupo internacional reconhecido e responsável por discutir e definir tendências, requisitos e parâmetros de bem-estar animal mundialmente.

JBS é destaque em ranking global de bem-estar animal

As práticas adotadas pela JBS ganharam destaque no relatório publicado pela consultoria Business Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW). O documento, que aponta a JBS como um benchmark nesse tema, é de periodicidade anual e avalia como 90 das principais companhias de alimentos em todo o mundo administram suas políticas e práticas de bem-estar animal. A íntegra do estudo, em inglês, está disponível neste [link](#).



Todas as linhas de frango da JBS Foods são desenvolvidas a partir das melhores práticas de criação animal e livres de hormônios, conforme determina a legislação.

A **JBS USA** conta com programas de bem-estar animal em todas as suas unidades de negócios, seguindo orientações do *Recommended Animal Handling Guidelines & Audit Guide*, da American Meat Institute Foundation. Os esforços começam no produtor e seguem pelas demais etapas sob responsabilidade da empresa.

Na **Pilgrim's Pride Corporation (JBS USA Frangos)**, o cuidado com os animais no processo de produção está alinhado com as orientações de bem-estar animal emitidas pelo [National Chicken Council](#). Para assegurar a prática de tais princípios, a Empresa adota, entre outras práticas.

- Vistorias frequentes de suas instalações;
- Programa anual de treinamento sobre bem-estar animal aos empregados que realizam o manejo de aves vivas; e
- Treinamentos aos produtores, que devem seguir estritamente as normas de biossegurança e adotar medidas voltadas a prevenir doenças para os animais.

Os frangos utilizados pela Pilgrim's são exclusivamente alimentados com ingredientes naturais. É a própria Empresa quem fabrica a ração distribuída aos criadores de frango, e a mistura, que inclui milho, grão de soja e outros grãos, não utiliza nenhum tipo de hormônio de crescimento.

A **JBS Five Rivers Cattle Feeding**, subsidiária da JBS USA, conta com veterinários e nutricionistas em suas equipes, que trabalham em estreita colaboração com os demais profissionais para assegurar, por meio de verificações diárias, a saúde e bem-estar dos animais. Também são oferecidos programas de treinamentos, de forma a orientar os colaboradores sobre as melhores técnicas de manejo e bem-estar animal.

A Empresa é signatária do programa de Garantia da Qualidade da Carne (BQA), da *National Cattlemen's Beef Association (NCBA)*, e as unidades são auditadas anualmente pelo *Texas Cattle Feeders Association (TCFA)*, que avalia uma série de aspectos como sistema de gestão, manejo do rebanho, saúde e nutrição animal, além de treinamento das equipes.

Na **Moy Park (Europa)**, os produtores de frango estão em conformidade com uma série de critérios estabelecidos por meio de iniciativas como [Red Tractor Assured](#), ACP, [Bord Bia](#) e [Quality British Turkey](#). A Empresa trabalha com mais de 800 produtores locais e todas as suas compras são fundamentadas em uma política de Segurança da Cadeia de Fornecimento. Os fornecedores devem ser aprovados no Red Tractor ou apresentarem certificação equivalente.

Para assegurar os mais elevados padrões de bem-estar animal, a Moy Park oferece treinamento para todos os colaboradores, é constantemente avaliada por auditorias externas e promove monitoramento e acompanhamento de indicadores-chave (KPIs – *Key Performance Indicators*) para mensurar o desempenho em bem-estar animal. Os KPIs são determinados com base em consulta com os clientes, definindo objetivos e metas para a gestão do bem-estar animal.



Frango Certificado

A linha Seara DaGranja, lançada em 2015, é abastecida por frangos criados por granjas exclusivas que, além de atenderem aos rígidos controles de qualidade, possuem em sua dieta ração 100% vegetal, criação sem o uso de antibióticos e anticoccidianos, e têm sua rastreabilidade mantida por toda a cadeia produtiva. Outro diferencial dessa linha é a certificação internacional em bem-estar animal.

ÁGUA E SUA GESTÃO

GRI G4-DMA

A água é um dos insumos mais importantes nos processos produtivos da JBS. Transversal a todos os outros temas materiais da empresa, faz parte da política ambiental da Companhia, com diretrizes

corporativas e metas para redução do consumo em suas unidades industriais. Toda a água utilizada pela empresa é coletada e tratada para garantir a qualidade necessária ao processo produtivo.

Total de retirada de água por fonte GRI G4-EN8

Água 2015 (mil m ³)	Superfície	Subterrânea	Abastecimento público	Água de chuva	Outras fontes	Volume total de água
JBS Global	47.898	54.963	57.989	71	106	161.027
	30%	34%	36%	0,1%	0,1%	

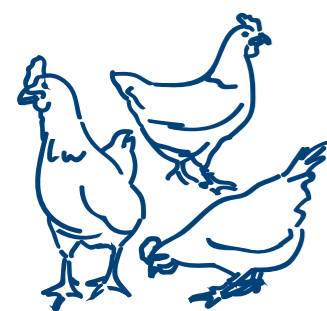
Em 2015, a **JBS Brasil** aprimorou os processos voltados a esse tema e instituiu o Programa de Gestão Sustentável de Água. O objetivo, com isso, é buscar maior eficiência no uso do recurso natural e reduzir o risco de desabastecimento nas unidades industriais. **GRI G4-EN8**

O Programa conta com um Comitê que representa todas as Unidades de Negócios da Companhia no País. Suas atribuições incluem:

- Identificar as unidades da JBS e as microbacias hidrográficas críticas e prioritárias;
- Desenvolver projetos, definindo alocação de investimentos e estabelecendo metas de redução no consumo de água nos processos produtivos;

- Engajar colaboradores;
- Atuar junto a agentes públicos e formuladores de políticas públicas;
- Prever o desenvolvimento de projetos além dos limites operacionais da empresa, incluindo a cadeia de fornecedores nos esforços de recuperação e preservação dos recursos hídricos; e
- Elaborar soluções inovadoras para o reuso da água.

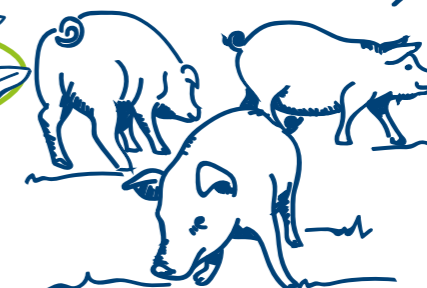
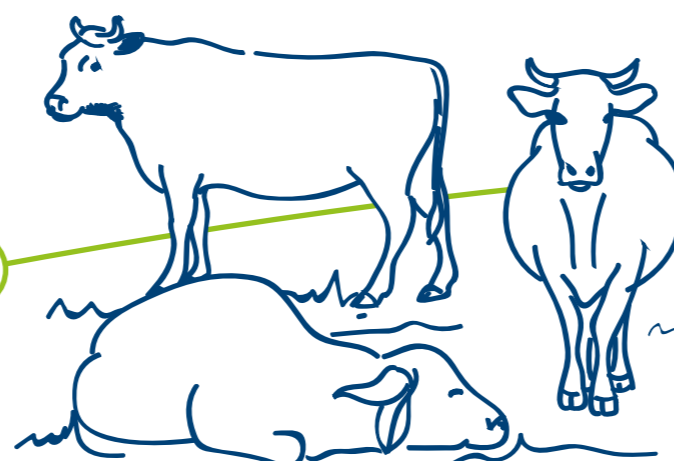
O CICLO DA ÁGUA NA JBS



1

Matéria-prima

A JBS Brasil incentiva o uso de cisternas utilizadas para a captação e o armazenamento da água de chuva nas granjas de aves de seus integrados. A JBS apoia o Programa Novo Campo, em Alta Floresta-Mato Grosso (Brasil), que realiza a recuperação de nascentes e melhora a qualidade da água para os animais, promovendo a pecuária sustentável na Amazônia.



Como a falta de água impacta o nosso negócio?

A criação de gado depende das pastagens e grãos para a ração. A criação de aves e suínos depende do plantio de grãos para produção de ração. Com menos chuvas, a produtividade das fazendas é comprometida e há um aumento no custo de produção.



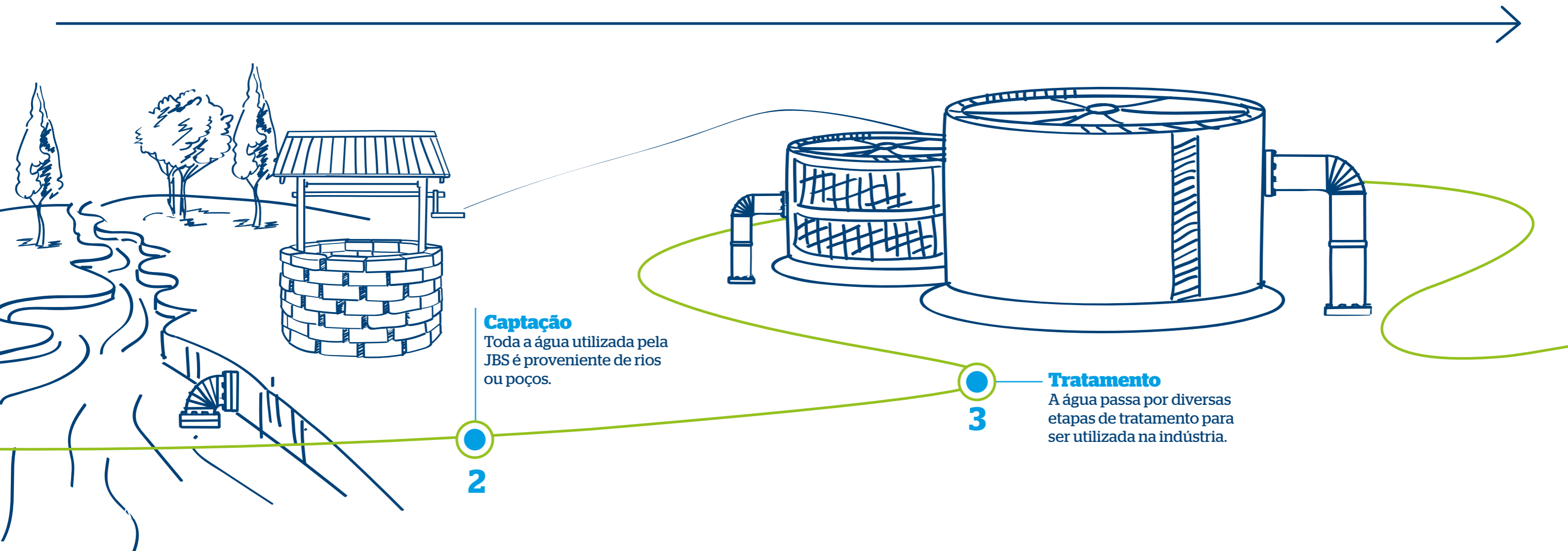
Ações desenvolvidas nas unidades de negócios

- Na **JBS Foods**, os processos produtivos passaram por análise para identificar pontos críticos e oportunidades de melhoria para o uso da água. Foram adotadas as seguintes medidas:
 - Padronização dos bicos de mangueira com menor vazão.
 - Instalação de bicos pressurizados nos halls de entrada das áreas de produção das fábricas, nos lavadores de carcaças e nos sistemas de higienização de equipamentos e esteiras.
 - Reaproveitamento da água de saída do “chiller” (resfriador de água) em outras etapas do processamento industrial, com a devida autorização e fiscalização do SIF (Serviço de Inspeção Sanitária Federal).

- Adoção de lavador pneumático das carcaças de suínos, reduzindo o consumo de água.
- Na **JBS Carnes**, algumas plantas passaram a adotar o reuso durante a limpeza dos filtros no processo de tratamento de água, o que permitiu uma economia de cerca de 150 mil litros de água por dia.
- As **11 plantas** de “wet blue” da **JBS Couros** alcançaram, em 2015, economia próxima a 800 mil m³ de água, refletindo ações de eficiência no uso da água nas operações. Tal volume representa cerca de 18% do total da água utilizada pela Companhia no ano.
- Em todas as instalações da **JBS USA** e da **Pilgrim’s**, o consumo de água é gerenciado, incluindo metas de redução. Um exemplo é a unidade de carne suína localizada em Louisville,

- Kentucky, que reduziu o uso de água em quase 22% em um período de três anos. Esse resultado reflete ações como a troca de equipamento refrigerado à água por equivalente movido a ar, até o reuso de determinados fluxos de resíduos, passando pela instalação de variadores de rotação em bombas e outros motores.
- Na **Pilgrim’s Pride Corporation** (JBS USA Frangos), cada uma das unidades de processamento de frango conta com equipes treinadas para conservar a água e evitar desperdícios. Há unidades que chegam a economizar mais de 550 mil litros de água por dia.
- Na **JBS Five Rivers Cattle Feeding**[®] (Estados Unidos), a água utilizada para melhorar a qualidade do ar dos currais, é controlada por borrifadores estrategicamente posicionados para

- reduzir o impacto da poeira. Esses borrifadores utilizam tanto água potável como coletada de chuva. A Empresa também desenvolveu uma tecnologia para capturar e reaproveitar a água pluvial e também aquela que transborda dos bebedouros.
- Na **Moy Park** (Europa), o uso de água nas operações é monitorado por meio do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), o que inclui auditoria contínua e mapeamento de oportunidades para melhores práticas.
- As operações da **JBS Austrália** possuem os melhores indicadores globais do grupo, resultado que reflete inúmeros investimentos em modificações de processos e uso de equipamentos mais eficientes no processamento de bovinos.



a. Reuso

Todas as unidades da JBS, no Brasil, possuem metas estabelecidas de consumo de água por volume de produção e são incentivadas a desenvolver programas e projetos para o uso sustentável de água nos processos industriais.

O volume de água reutilizado nas operações no Brasil, em 2015, foi de 2% do total, equivalente a 3.940 mil m³. **GRI G4-EN10**

No período, as unidades de negócios desenvolveram diversas soluções para que o insumo pudesse ser reutilizado em suas rotinas. Dentre essas iniciativas, destacam-se:

JBS Couros. A unidade de Cascavel (Ceará) passou a reutilizar parte do efluente tratado nos vasos sanitários e também para a diluição de

produtos químicos para o próprio tratamento dos efluentes, evitando a necessidade de usar água potável para esses fins. Tais ações geraram redução de 7% do volume de água usada, que equivale a 37 milhões de litros de água por ano, volume necessário para abastecer 25 piscinas olímpicas. O mesmo projeto está sendo adotado em outras unidades.

JBS Novos Negócios. Do total da água utilizada nas operações de Biodiesel e de Higiene & Limpeza, em Lins (São Paulo), 80% e 70%, respectivamente, são provenientes de ações de reaproveitamento. Com a prática de reuso, há uma economia anual de 235 milhões de litros de água, volume suficiente para abastecer o município de Lins, onde as unidades estão localizadas (e que reúne 71 mil habitantes) por aproximadamente um mês.

JBS Carnes. Em Itapetinga (Bahia), foi desenvolvido um projeto para reaproveitar a água gerada durante o processo de degelo das câmaras frigoríficas. Antes descartada, a água passou a ser utilizada no processo de refrigeração, gerando uma economia diária de 7%, resultando em economia anual de 23 milhões de litros de água, volume equivalente ao necessário para abastecer 15 piscinas olímpicas.

JBS Foods. A unidade de negócios desenvolveu projeto semelhante ao da JBS Carnes em sua unidade de Brasília (Distrito Federal). Com a iniciativa, foi alcançada redução de 66 milhões de litros de água no ano, equivalente a 5% do total de água captada pela unidade. Já na planta de Jacarezinho (Paraná), foi identificada oportunidade do reaproveitamento de água na primeira etapa de lavagem das gaiolas de

recebimento das aves, por meio da retirada dos resíduos mais grosseiros, o que evita a utilização de água potável. O projeto gera uma economia anual de 31 milhões de litros de água, volume suficiente para o abastecimento do município de 40 mil habitantes por uma semana.

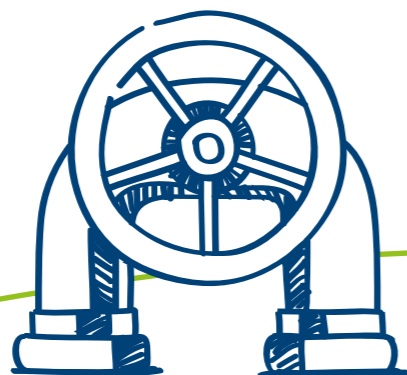
JBS USA

Para tornar o sistema de geração de vapor por caldeiras mais eficiente, a unidade da JBS Beef em Tolleson, no Arizona, instalou uma unidade de osmose reversa, de forma a separar a água dos solutos antes de destiná-la às caldeiras. Isso permitiu aprimorar a eficiência operacional em 90%, reduzindo o uso de gás natural em aproximadamente 10% e o de água, em cerca de 5%.

Monitoramento

Implantação de equipamentos e sistema para medição do consumo de água.

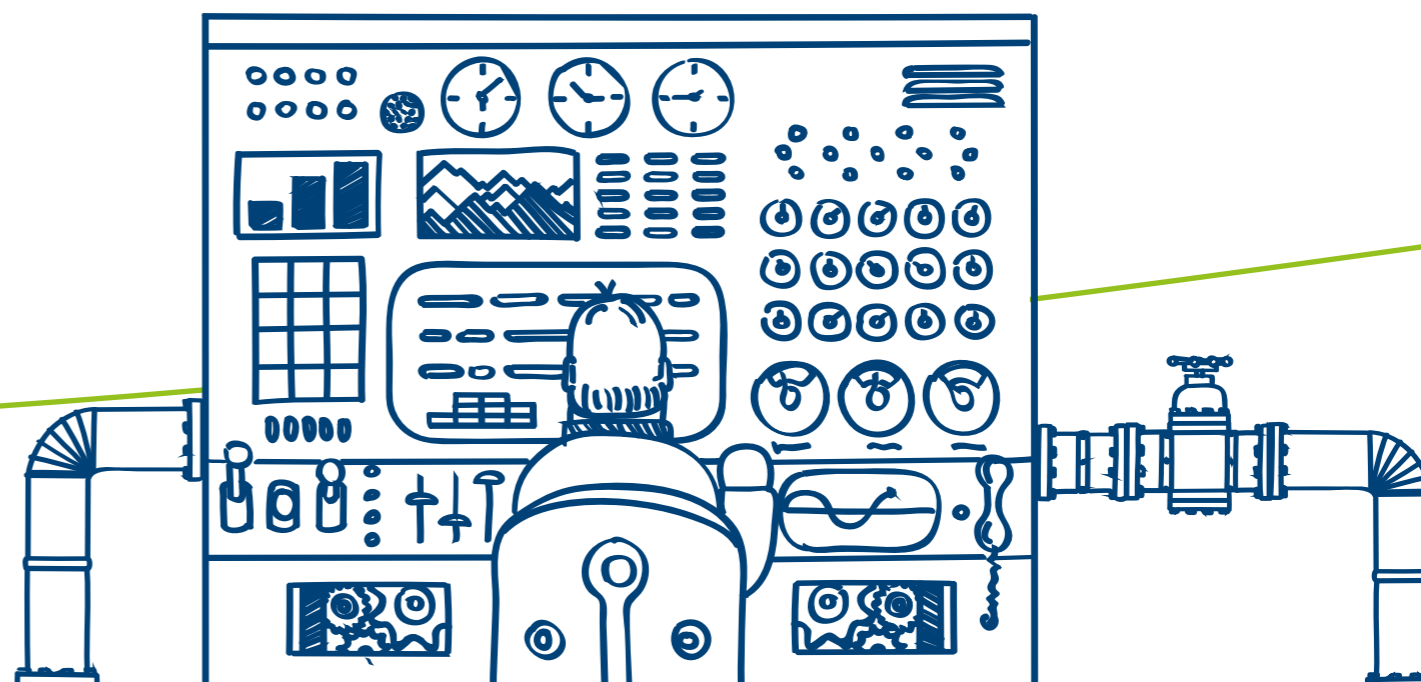
4



Gestão

A JBS possui um sistema informatizado de gestão de indicadores de meio ambiente em todas as unidades da JBS no Brasil. Todas as unidades da JBS possuem metas para reduzir o uso de água. A JBS recebeu o reconhecimento da entidade internacional CDP (Driving Sustainable Economies) pela sua gestão do uso de água.

5



A **JBS Five Rivers Cattle Feeding** reconhece que a água é um recurso finito e adota medidas para sua conservação. A empresa desenvolveu um sistema para reciclar a água que transborda dos bebedouros e, com esse processo, economizou mais de 150 milhões de litros de água em um ano.

A JBS Five Rivers também desenvolveu um sistema que dissipa sedimentos da água de chuva. A solução, que pode ser instalada em calhas e condutores, retarda o fluxo da água o suficiente para que o sedimento se assente. Além de assentar sólidos, o fluxo dissipa e espalha a água por todo o condutor, reduzindo erosão no solo. A empresa também instalou um equipamento de flotação por ar dissolvido em um curral que separa o fósforo de águas pluviais antes de seu uso na terra. O fósforo é removido de uma forma muito concentrada, podendo ser utilizado para outros fins, como fertilizantes.

b. Efluentes **GRI G4-EN22**

Com o compromisso de minimizar os impactos ambientais gerados pelas suas atividades, as Unidades de negócios da JBS investem em modernas estações de tratamento de seus

efluentes industriais e possuem procedimentos para garantir a sua correta destinação. Também investem em inovações tecnológicas para gerar novas soluções de tratamento.

Toda água utilizada nos processos industriais da **JBS no Brasil** é destinada a estações próprias de tratamento de efluentes. Os investimentos feitos, ao longo dos últimos anos, resultaram em melhorias significativas na eficiência do tratamento. Esses investimentos, além de reduzirem as emissões de gases de efeito estufa, mitigando impactos ambientais, também geraram receita com a recuperação de subprodutos, como sebo e outros.

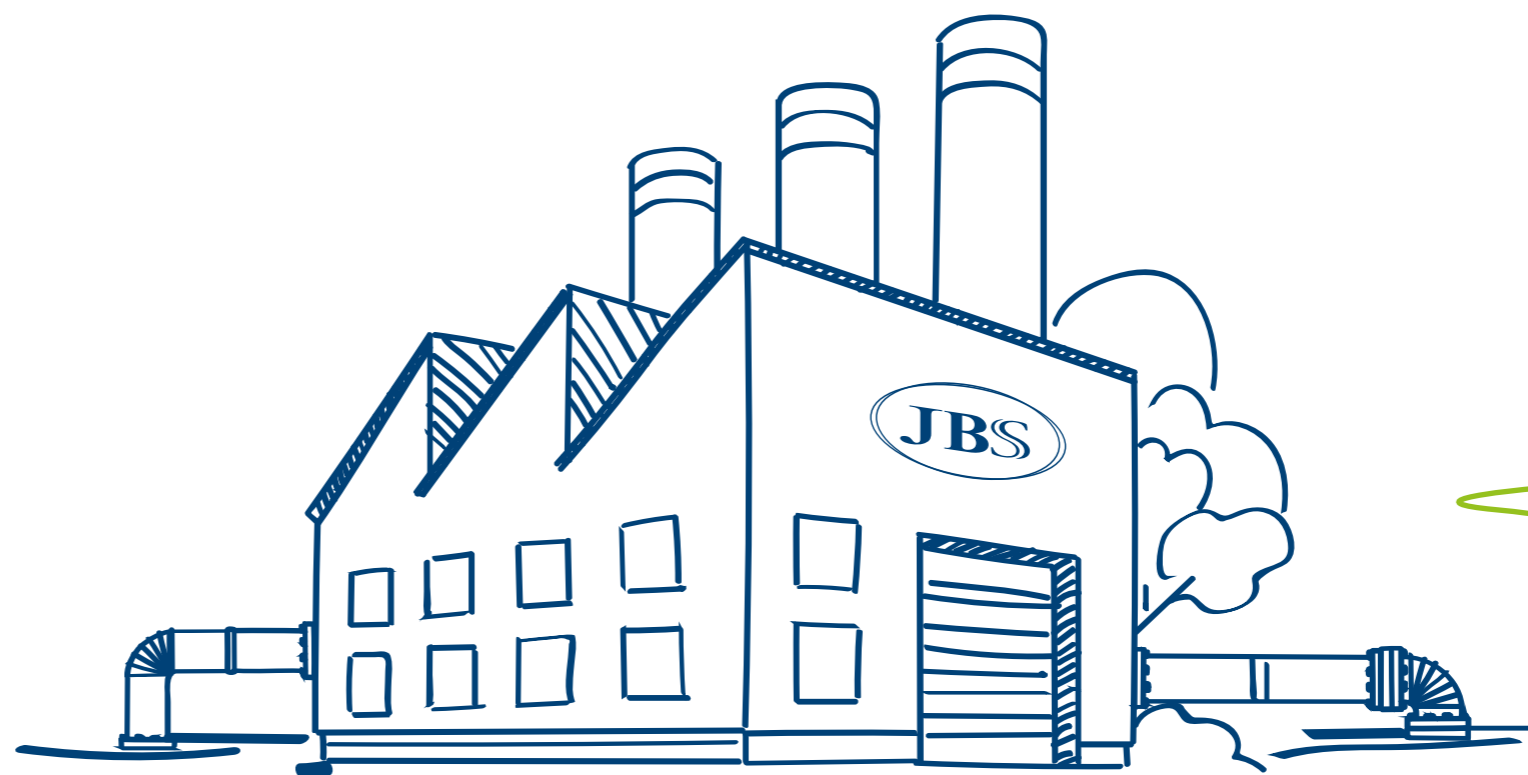
Volume de efluentes gerados e tratados em 2015 (mil m³)

JBS GLOBAL

	jan a dez 2015	
Volume total efluente descartado	119.217,43	100,0%
1.1. Volume descartado – corpo hídrico	66.965,48	56,2%
1.2. Volume descartado – fertirrigação	17.608,75	14,8%
1.3. Volume descartado – rede pública	34.358,48	28,8%
1.4. Volume descartado – infiltração no solo	225,43	0,19%
1.5. Volume descartado – outra fonte de descarte	59,27	0,05%

Produção

O uso da água nos processos produtivos é essencial. Ela é utilizada de diversas maneiras: na lavagem dos animais e caminhões que os transportam, limpeza geral dos pisos e equipamentos, água quente para a esterilização de facas e equipamentos, geração de vapor, processos de resfriamento e cozimento, entre outros. A JBS tem diversas iniciativas para economizar água.



JBS USA

Todas as unidades da JBS nos Estados Unidos utilizam as melhores práticas e sistemas de tratamento de efluentes. Um dos objetivos da Companhia é incluir tecnologia para fornecer um sistema robusto e eficiente e que consistentemente esteja acima e além das exigências regulatórias. Como exemplo, a JBS realizou investimento de US\$6,0 milhões na melhoria do sistema de tratamento de efluentes em sua unidade de processamento de bovinos em Grand Island, Nebraska. O projeto inclui um sistema de tratamento de lodo, com objetivo principal de remover amônia e outros resíduos orgânicos que vão para o sistema de esgoto do município. A iniciativa vai além das exigências regulatórias e inclui também a instalação de bacias anóxicas (usadas para remover nitratos) e

um sistema informatizado de gestão e aquisição de dados. A água de alta qualidade que o novo sistema produzirá poderá ser utilizada em aplicações de reuso na unidade, para fins não industriais, reduzindo o consumo de água.

De forma a possibilitar o reaproveitamento e comercialização do sebo animal proveniente do tratamento de efluente dos processos industriais, a **JBS USA Beef** possui centrífugas especializadas em separar a gordura do efluente líquido. Essa tecnologia, adotada por oito fábricas de processamento de carne suína e bovina, será instituída em breve por outras três unidades. Nas fábricas da **Pilgrim's (JBS USA Frangos)**, o material também é capturado, com a finalidade de transformá-lo em produto de valor comercial. Essas soluções minimizam os impactos

ambientais, já que melhoram a qualidade dos efluentes e reduzem as emissões de gases de efeito estufa.

A unidade de processamento de suínos (**JBS USA Pork**) localizada em Marshalltown, Iowa, gera biogás a partir do tratamento de efluentes. O uso de biogás como fonte de energia permite reduzir o consumo de gás natural e as emissões de gases de efeito estufa.

Outros US\$6 milhões foram investidos para modernizar as instalações da unidade de processamento de carne bovina em Hyrum, no estado de Utah. Os recursos foram direcionados para a aquisição de um novo decantador, novos tanques de arejamento, novas bacias anóxicas (usadas para remover nitratos), remoção de

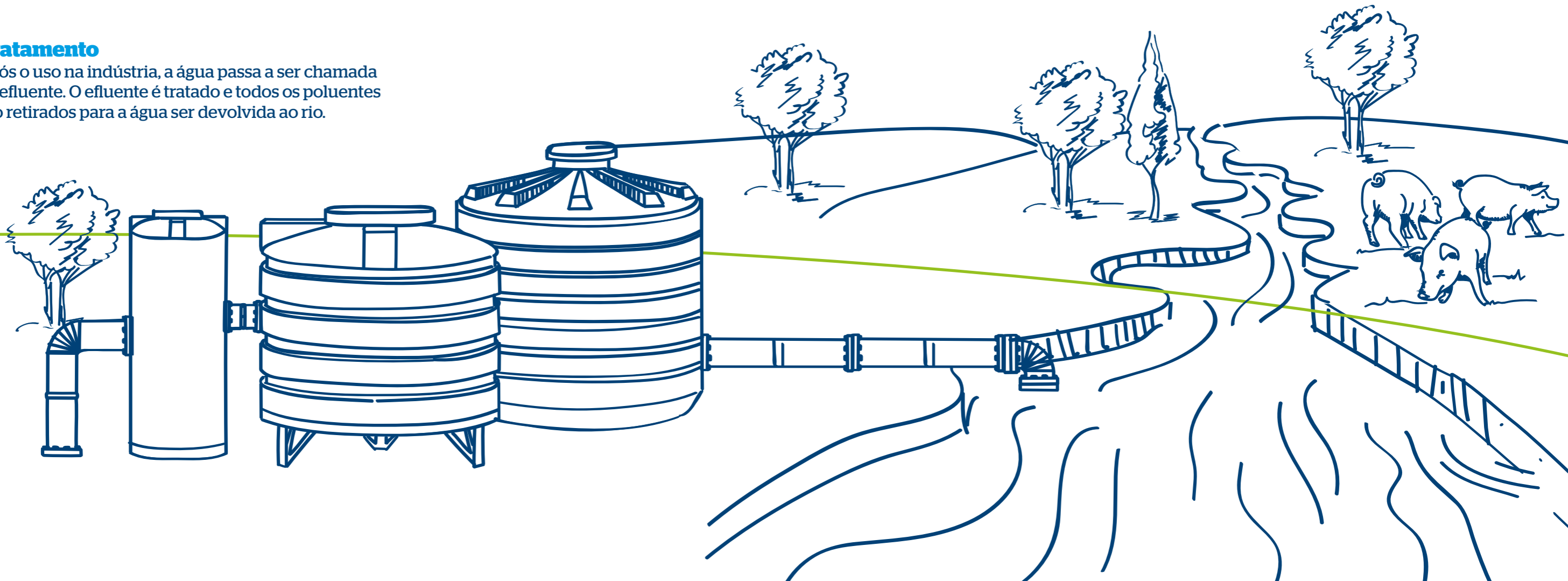
fósforo e melhorias no tratamento de sólidos. Também foi instalado um sistema de luz de desinfecção ultravioleta para substituir o cloro, um sistema informatizado de gestão e aquisição de dados e um sistema de desnitrificação capaz de superar os níveis de remoção de nitrogênio exigidos pela legislação local.

Nos últimos três anos, a unidade da JBS USA de processamento de carne suína em Worthington, Minnessota, reduziu o descarte de fósforo em efluentes em cerca de 30%. Isso é resultado de tecnologias alternativas e melhorias operacionais adotadas nesse período.

Tratamento

Após o uso na indústria, a água passa a ser chamada de efluente. O efluente é tratado e todos os poluentes são retirados para a água ser devolvida ao rio.

7





INTEGRIDADE DOS PRODUTOS **GRI G4-DMA**

Oferecer produtos íntegros, com qualidade, é o propósito da JBS. Para garantir que cheguem à mesa dos consumidores nessa condição, há um extenso trabalho que envolve a qualidade e a segurança dos alimentos, gestão da cadeia de valor (abrangendo a compra responsável de matéria-prima), parceria com fornecedores e capacitação dos colaboradores. Há também o cuidado para que todas as operações estejam em linha com o que há de mais moderno em termos de exigências regulatórias e certificações.

Todos os produtos, de todas as áreas de negócios, recebem acondicionamento adequado, além de

serem transportados e distribuídos de acordo com as melhores práticas adotadas pelo setor. Um dos destaques, no Brasil, foi a inauguração do Centro de Distribuição (CD) da **JBS Foods**, em Fortaleza (Ceará), último que faltava para completar a revisão da malha de distribuição da Empresa. Agora, são 15 CDs servindo como base de apoio para a área comercial, todos padronizados de acordo com as definições dos Pilares da Excelência. Essa amarração é essencial para garantir o melhor atendimento aos clientes.

Ao longo de 2015, todas as unidades da JBS desenvolveram inúmeras ações voltadas à cadeia de valor da Companhia, baseadas em diretrizes corporativas que consolidaram a cultura de qualidade.

A Companhia atende, em 100% dos seus produtos, as diferentes exigências de rotulagem, conforme determinam as legislações dos mercados em que está presente. Os rótulos possuem informações relativas à composição, tabela nutricional, denominação, peso líquido, condições de conservação, data de fabricação, prazo de validade e dados da unidade fabricante.

No total, 100% dos rótulos dos produtos da companhia no Brasil apresentam o selo de Serviço de Inspeção Federal (SIF), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Nos Estados Unidos, todos os produtos carregam o selo de inspeção do “[United States Department of Agriculture, Food Safety](#)

and Inspection Service (USDA, FSIS). Em alguns produtos são apresentadas ainda informações como modo de preparo e de consumo, além de trazerem diferentes receitas de preparo do produto e seus acompanhamentos. **GRI G4-PR3**

Além disso, a Companhia declara os ingredientes e aditivos utilizados, especifica os que podem conter fatores alergênicos e apresenta a fortificação de vitaminas, minerais e fibras, entre outros. **GRI FP7**

A Companhia não comercializa produtos considerados proibidos nos mercados em que atua e atende às respectivas regras e boas práticas. **GRI G4-PR6**

a. Relacionamento com fornecedores

GRI G4-DMA

As relações da JBS com seus fornecedores de matéria-prima são pautadas pela parceria. A Companhia busca, por meio de diversas ações, apoiá-los e orientá-los no aprimoramento de práticas e processos para que atuem de forma sustentável. Exemplos, nesse sentido, são os Programas Novo Campo e Fornecedor Legal.

Programa Novo Campo (JBS Carnes / Brasil)

Tem como objetivo estimular pecuaristas a adotarem práticas de pecuária sustentável em fazendas localizadas na Amazônia Brasileira, orientando sobre questões diversas, como conservação de solo e água, cumprimento da legislação ambiental e trabalhista brasileira, boas práticas de manejo e bem-estar animal, técnicas

para aumento da produtividade e qualidade de carcaça, entre outras questões. Em 2015, devido aos excelentes resultados já alcançados desde que foi lançado, em 2013, passou a receber apoio financeiro do *Althelia Climate Fund*, fundo europeu de investimento voltado a iniciativas de uso sustentável da terra e preservação dos ecossistemas. Tal aporte será gerido pela empresa *Pecuária Sustentável na Amazônia* (Pecsa), parceira do *Programa Novo Campo*. O Programa Novo Campo foi idealizado e é coordenado pelo *Instituto Centro de Vida (ICV)*, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) com forte atuação no estado do Mato Grosso. Conta com a parceria de diversas organizações, como a JBS, que tem trabalhado na construção de relações comerciais de longo prazo com empresas de alto nível de comprometimento socioambiental, com o intuito de promover a viabilidade econômica da iniciativa.

Programa Novo Campo
Arquivo-ICV



Os trabalhos desenvolvidos pela JBS Carnes (Brasil) com os pecuaristas na Amazônia foram destaque em documentário exibido pelo Fantástico, programa semanal de entretenimento veiculado pela TV Globo, emissora que pertence ao maior grupo de comunicação do país. Assista o episódio aqui

Programa Fornecedor Legal (JBS Carnes / Brasil)

Criado em 2015 com o objetivo de ajudar a cadeia de fornecimento de carne bovina no Brasil a se adequar às mudanças da legislação ambiental, ocorrida nos últimos anos. A Companhia selecionou algumas consultorias especializadas em regularização ambiental para auxiliarem os fornecedores de bovinos em sua inscrição no Cadastro Ambiental Rural (CAR) do Governo brasileiro. Também negociou preços mais acessíveis para os serviços prestados aos seus fornecedores pelas consultorias. Para divulgar o programa e as novas exigências legais, as unidades produtivas da JBS foram utilizadas como canais de comunicação com os pecuaristas, além do programa televisivo Giro do Boi, que vai ao ar diariamente no Canal Rural ([ver link](#)).

Pacto Sinal Verde (JBS Carnes / Brasil)

Iniciativa instituída em 2015 que visa fazer com que 100% da originação de gado no Estado do Mato Grosso do Sul, um dos principais centros produtores no Brasil, seja tipificada, ou seja, possua classificação de carcaça. Essa meta foi atingida, pela JBS, em janeiro de 2016.

O projeto também visa desenvolver ações para mapear a evolução da matriz da qualidade do gado produzido, o que auxiliará no desdobramento de planos de ação na base produtiva. Para isso, utiliza o Farol da qualidade, ferramenta de gestão desenvolvida pela JBS para simplificar o entendimento do pecuarista sobre a qualidade do gado ofertado à empresa. O Pacto Sinal Verde é resultado da união de várias entidades locais da pecuária para buscar oportunidades de melhoria do abate, com práticas aderentes à necessidade da região. Além da JBS, participam da iniciativa o governo do Estado do Mato Grosso do Sul, Associação Brasileira da Indústria Exportadora de Carne (Abiec), Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul (Acrissul), Federação da Agricultura e Pecuária de Mato Grosso do Sul (Famasul) e Associação Sul-mato-grossense dos Produtores de Novilho Precoce, além da Embrapa Gado de Corte.

Programa Conexão JBS (JBS Carnes / Brasil)

Plataforma de comunicação direta com o fornecedor de gado bovino da JBS no Brasil. Focada em educação comercial para o pecuarista, tem o intuito de aproximar o produtor da cadeia de valor, por meio de informações sobre a industrialização da carne, comercialização e venda do produto. Está direcionada a uma base de 65 mil fornecedores de gado da Companhia.

Essas ações se somam a outras ferramentas que a JBS tem desenvolvido e adotado para aproximar-se cada vez mais dos pecuaristas:

- **Giro do Boi** – programa diário televisionado pelo Canal Rural com informações relevantes ao pecuarista. Destaque para o quadro Giro pelo Brasil, com os preços praticados diariamente pela JBS em todo País.
- **Portal do Pecuarista (pecuarista.jbs.com.br)** – acesso gratuito ao produtor do histórico completo de abates de cada uma de suas fazendas, do status em relação aos critérios socioambientais da JBS, além do padrão fotográfico das classes de acabamento com validação acadêmica, de associações de classe e de especialistas para que a tipificação das carcaças seja transparente e auditável.
- **Farol da Qualidade** – correlaciona os parâmetros técnicos da carcaça em farol verde (padrão desejável), farol amarelo (padrão tolerável) e farol vermelho (padrão indesejável).
- **Protocolos de Tipificação** – remuneração do produtor passa a ser vinculada ao Farol da Qualidade.
- **Boi a Termo** – possibilita a comercialização futura com base nos indicadores dos mercados correspondentes ou em preço fixo.
- **JBS Confinamento em Terenos (Mato Grosso do Sul)** – prestação de serviços de engorda ao produtor em várias modalidades (parceria, diária, ração por kg e valor pré-fixado por arroba produzida).
- **JBS Transportadora** – prestação de serviços logísticos em diversas etapas da produção.

O princípio da parceria com fornecedores também é adotado pela **JBS Foods**. Sua rede de fornecimento abrange mais de 10 mil produtores integrados. Nesse relacionamento, a companhia oferece todos os insumos necessários para uma produção segura e saudável de aves e suínos, além de orientação sobre manejo de produção e sobre práticas ambientais.

Orientação sobre manejo da produção: a JBS Foods conta com uma equipe composta por mais de 300 extensionistas, que acompanham os produtores integrados e oferecem assistência para uma produção responsável, dentro dos padrões de qualidade exigidos e que considere os princípios de bem-estar animal.

Orientação sobre práticas ambientais: a JBS Foods estimula os produtores a adotarem boas práticas ambientais, como o uso de cisternas para captação de água das chuvas, biodigestores e compostagem. Essas são exigências previstas em contratos e em *check-lists* de acompanhamento dos extensionistas que verificam as produções nas propriedades.

Na **Pilgrim's Pride Corporation (JBS USA Frangos)**, a boa relação com os criadores de aves também é característica de sua atuação. A Companhia mantém contratos com mais de 4.000 agricultores familiares nos Estados Unidos e México, abrangendo o fornecimento das aves, da ração e dos serviços técnicos e veterinários.

b. Compra responsável de matéria-prima [GRI G4-DMA](#)

A JBS tem o compromisso de oferecer, a seus clientes e consumidores de todos os mercados em que atua, produtos da mais alta qualidade. A totalidade das compras realizadas em 2015 está em conformidade com as políticas de compras adotadas pelas respectivas áreas de negócios da JBS. **GRI FP1**

Críticos adotados para seleção de Fornecedores¹ [GRI G4-EN32](#), [GRI G4-LA15](#)

Na **JBS Carnes (Brasil)**, em 2015, foram cadastrados cerca de 10.000 novos fornecedores de bovinos. Na unidade, 100% dos fornecedores são selecionados com base em critérios socioambientais. A Companhia não adquire animais de fazendas envolvidas com desmatamento de florestas nativas, invasões de terras indígenas ou de conservação ambiental e que estejam embargadas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Também veta fornecedores envolvidos com violência no campo e conflitos agrários, ou que façam uso de trabalho escravo ou infantil. **GRI G4-HR6**

Com base em uma amostragem representativa do total de compras de matéria-prima realizadas pela JBS Carnes (Brasil) ao longo de 2015, 99,97% foram feitas em conformidade com o Compromisso Público da Pecuária ([ver link](#)). O resultado mostra uma evolução quando comparado ao de 2014, quando apresentou 99,75% de conformidade em relação aos critérios do Compromisso.

¹ Esse item, que compõe o tema material global "Integridade dos Produtos", refere-se apenas à compra de animais

Em relação aos fornecedores críticos, a JBS Carnes e a JBS Foods, ambas no Brasil, fazem avaliação sobre os principais potenciais de impacto, de maneira a mitigar eventuais reflexos negativos à sociedade (em questões relacionadas a meio ambiente, biodiversidade, segurança dos consumidores, combate às mudanças climáticas, entre outras). **GRI G4-SO9**

Na **JBS Couros**, 100% dos fornecedores são selecionados com base em critérios ambientais. O mesmo ocorre na **JBS Foods (Brasil)**, que também realiza visitas técnicas antes e durante qualquer compra e homologação de novo fornecedor, dos quais é exigida a licença ambiental. Além disso, a companhia estipula critérios em contrato, fazendo as devidas checagens em campo.

Na **Moy Park**, 100% dos fornecedores também são selecionados com base em critérios ambientais. O processo de aprovação de novos fornecedores inclui pré-qualificação, na qual todas as empresas devem cumprir com requisitos relacionados a sustentabilidade e meio ambiente.

Aspectos relacionados a trabalho forçado ou análogo ao escravo ou infantil também são observados na contratação de fornecedores. Na JBS Carnes (Brasil), essa questão é coberta pelo Sistema de Monitoramento Socioambiental das Fazendas Fornecedoras de matéria-prima ([ver link](#)). A JBS Foods, por sua vez, norteia seus relacionamentos em princípios éticos que incluem o respeito aos direitos humanos e trabalhistas. Adicionalmente, todos os fornecedores da Companhia se comprometem, em contrato, a estar e se manter em conformidade com a legislação fiscal, tributária, trabalhista e ambiental. **GRI G4-HR6**

Já a **JBS USA** conta com uma política corporativa, na qual estão reunidos os procedimentos a serem observados para que temas relacionados à mão de obra em condições análogas à escravidão e tráfico de pessoas sejam conduzidos em conformidade com as leis municipais, estaduais e federais. Tal política se aplica aos colaboradores, funcionários terceirizados e fornecedores. Esses últimos, inclusive, assinam um documento no qual atestam que estão em conformidade com todas as leis e regulamentos sobre essas questões. Esse documento se aplica às operações da JBS USA e Pilgrim's.

Para trabalhar esses temas com todos os colaboradores e fornecedores, de forma a manter, desenvolver e melhorar continuamente as práticas adotadas, a **Moy Park** criou o Fórum de Liderança Ética. As ações que resultam dessa iniciativa têm, como referência, o *ETI Base Code*, documento internacionalmente aceito que está baseado nas diretrizes estabelecidas pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Monitoramento Socioambiental das fazendas fornecedoras (JBS Carnes/Brasil) GRI G4-DMA, GRI G4-EN12, G4-EN32, G4-EN33, G4-EN34, G4-HR6, G4-HR10, G4-HR11, G4-SO9, G4-SO10

Para garantir a origem responsável das matérias-primas, a JBS conta com um sistema de monitoramento socioambiental das fazendas fornecedoras de gado. A ferramenta, desenvolvida em 2010, utiliza imagens de satélite e mapas georreferenciados das fazendas, dados de desmatamento publicados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) e informações oficiais de órgãos públicos sobre áreas embargadas (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA) e

de uso de trabalho análogo ao escravo (Ministério do Trabalho e Emprego - MTE). O objetivo do sistema é identificar fazendas fornecedoras que apresentem qualquer não conformidade com os critérios socioambientais da empresa e bloquear seu cadastro comercial, evitando que qualquer operação de compra seja realizada com esses fornecedores até que a situação seja regularizada. Detalhes sobre a análise que é feita estão disponíveis [aqui](#).

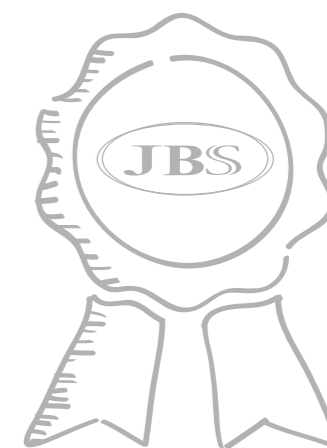
Toda a compra de gado e o próprio sistema de monitoramento socioambiental da empresa são anualmente auditados, de forma independente, de modo a garantir o cumprimento dos compromissos da JBS com a sustentabilidade. Os relatórios de auditorias são publicados no website da Companhia e podem ser acessados nesses links ([versão em português](#) e [versão em inglês](#)).

Em 31 de dezembro de 2015, havia cerca de 67 mil fazendas cadastradas no sistema comercial da empresa no Brasil. Como resultado das análises do Sistema de Monitoramento Socioambiental, 2.299 estavam bloqueadas, sendo:

- 1.666 por desmatamento de florestas nativas (a partir de outubro de 2009) e/ou invasão de terras indígenas ou unidades de conservação ambiental;
- 521 por constarem na Lista de Áreas Embargadas do IBAMA; e
- 112 por constarem na lista de trabalhadores envolvidos com trabalho análogo ao escravo.

JBS é destaque por seu Sistema de Monitoramento Socioambiental

A JBS ganhou destaque na campanha "[Carne ao molho madeira](#)", lançada em 2015 pela ONG Greenpeace. Tal iniciativa busca estimular o setor de varejo de alimentos brasileiro a assumir compromisso com o desmatamento zero, adquirindo carne bovina somente de frigoríficos que tenham controle de sua cadeia de fornecedores. **A JBS é citada como exemplo de boas práticas**, pelo fato de ter sido a pioneira em contribuir com a preservação da Amazônia e na adoção de práticas sustentáveis em sua cadeia de fornecimento.



Outro relatório - [o Realizing zero-deforestation: Transforming supply chains for the future](#), elaborado pelo CDP - Driving Sustainable Economies - também deu destaque ao sistema de monitoramento socioambiental das fazendas fornecedoras de gado. O estudo destaca a **gestão de riscos contra o desmatamento na cadeia de fornecedores** adotada pela JBS e cita o engajamento de fornecedores da região da Amazônia brasileira na adoção de práticas de pecuária sustentável, por meio do [Programa Novo Campo](#). Nesse documento, foram analisados os resultados de 171 companhias do mundo inteiro que continuam avançando em seus compromissos e ações para aumentar a transparência e responsabilidade em questões de desmatamento e produtos que representam um risco para as florestas.

Já as iniciativas de Sustentabilidade realizadas pela JBS nos últimos anos foram reconhecidas pelo [Consumer Goods Forum \(CGF\)](#), grupo global de trabalho formado pelas maiores empresas do mundo na produção e varejo de alimentos. Segundo a organização, essas iniciativas "**são esforços inovadores que podem servir de exemplo para outras indústrias e regiões**". O CGF destaca principalmente o sistema de monitoramento socioambiental de compra de gado da JBS, devido ao importante papel que exerce na redução do risco de reputação para empresas-membro do Fórum. Para o CGF, a JBS vem dando passos importantes, nas cadeias de fornecimento de produtos pecuários, em direção ao "desmatamento zero" do bioma Amazônia brasileira.

Compromisso Público da Pecuária no Brasil

GRI G4-15

A JBS é signatária do [Compromisso Público da Pecuária](#) no Brasil, iniciativa liderada pela ONG Greenpeace, que busca garantir que a indústria brasileira de carne bovina não adquira sua matéria-prima de fazendas que desmataram a floresta Amazônica a partir de outubro de 2009, que usam mão de obra análoga à escrava ou que estão dentro de Terras Indígenas ou Unidades de Conservação.

Como signatária, as operações da **JBS Carnes, no Brasil**, são auditadas anualmente de forma independente, com o intuito de avaliar a conformidade com o Termo de Referência Técnico (TDR), elaborado em conjunto com o Greenpeace e demais empresas integrantes do Compromisso Público. Além disso, a JBS Carnes (Brasil) discute todos os anos, com o Greenpeace, um plano de trabalho para a busca de melhorias para seus

processos socioambientais, em cumprimento ao compromisso. O documento está disponível nas versões **português** e **inglês**

A **JBS USA** é membro do “[Field to Market - The Alliance for Sustainable Agriculture](#)”, iniciativa que reúne produtores, agroindústrias, companhias de alimentos e de varejo, grupos de conservação ambiental e outros stakeholders para o desenvolvimento de soluções voltadas a alimentos seguros, acessíveis e nutritivos em ecossistemas prósperos. Uma das principais metas dessa iniciativa é a melhoria da eficiência do uso do solo, aumentando a produtividade das terras cultiváveis dos Estados Unidos, conservando os habitats nativos e melhorando a qualidade da paisagem.

c. Qualidade e segurança dos alimentos GRI G4-DMA

Qualidade é uma obsessão para a JBS. É um valor fundamental que permeia a cultura da Companhia e está presente em todos os processos produtivos.

JBS CARNES (BRASIL) GRI G4-DMA

Essa unidade de negócios conta com uma estrutura de 13 laboratórios próprios, que desenvolvem as análises microbiológicas necessárias para fornecer os indicadores de segurança dos alimentos, assegurando sua qualidade. Em 2015, a Companhia deu início a investimentos para atualizar e padronizar os laboratórios em termos de layout, equipamentos e software. Com as mudanças, os laboratórios passam a ter estrutura para emitir os resultados

em 24 horas, reduzindo pela metade o tempo dedicado anteriormente. Com isso, a Empresa ganhou agilidade na obtenção dos resultados e maior eficiência nas tomadas de decisões. Em 2016, a previsão é de três novos laboratórios construídos. Essa estrutura própria cobrirá praticamente 100% do território nacional.

Além disso, a unidade de negócios realiza diversas atividades voltadas à qualidade. Alguns exemplos de ações desenvolvidas em 2015:

- **Comitê Consultivo de Segurança Alimentar:** conta com a participação de colaboradores e renomados profissionais das áreas governamentais e acadêmicas, e tem o objetivo de discutir temas relacionados à produção de carne bovina e seus derivados, visando à melhoria dos processos e produtos.



- **Agente Q:** campanha nacional promovida pela JBS Carnes (Brasil) direcionada a engajar os colaboradores para ações que contribuam para a melhoria constante dos processos e produtos, reforçando os valores da Companhia, de forma a mostrar como aplicá-los nas rotinas de trabalho. Com duração de três dias, reuniu

450 pessoas, entre gerentes industriais das plantas, coordenadores de produção, garantia de qualidade e diretores da Companhia.

- **Semana da Qualidade:** possui o objetivo de integrar o time de trabalho e alinhar as estratégias e metas estabelecidas. Realizada todos os anos desde 2012, inclui os colaboradores de todas as plantas industriais e da matriz corporativa.

Segurança e qualidade dos alimentos



JBS FOODS (BRASIL)

Na JBS Foods, a qualidade e a sanidade das aves e suínos resultam do gerenciamento integrado da cadeia de fornecedores. Há um rigoroso sistema de gestão que abrange todas as etapas de produção, desde a seleção da genética dos animais a serem criados, passando pelo processamento, até o transporte dos produtos para o ponto final de venda. A companhia trabalha em parceria com produtores integrados, o que garante a procedência da matéria-prima dos produtos de aves e suínos que comercializa. Dessa forma, tem maior controle sobre a condição sanitária e nutricional dos animais, garantindo a qualidade, segurança alimentar e eficiência nos custos dos produtos. Todos os negócios da JBS Foods passam por avaliações em critérios como saúde e segurança do produto e do serviço. **GRI G4-DMA, GRI G4-PR1**

O Sistema da Qualidade da JBS Foods considera os melhores e mais atualizados conceitos definidos por organismos nacionais e internacionais. Para ajudar a disseminá-los, a empresa segue diretrizes previstas no “Book da Qualidade”, um conjunto de 15 ferramentas de gestão voltadas ao planejamento, execução, controle e melhoria, além de definir as responsabilidades e autoridade de cada elo da produção. Com base nesse material, a JBS Foods realizou, nos meses de julho e agosto de 2015, ciclos de treinamentos, formando 150 colaboradores que passarão a ser multiplicadores desse conhecimento.

- Na área **Agropecuária**, a mudança de foco para garantir a sanidade animal e a revisão do padrão nutricional dos ingredientes geraram melhoria de qualidade e redução de custos;

- Na área **Logística**, a qualidade e segurança alimentar dos produtos foi reforçada com a introdução do sistema Ravex, monitorando em tempo real a cadeia de frio da frota de distribuição;
- Na **indústria**, a adoção dos Pilares de Excelência padronizou a gestão industrial, permitindo alcançar maior crescimento e maior rentabilidade, trazendo melhoria contínua da qualidade dos produtos;
- **Auditorias da Qualidade** – esse programa visa à melhoria contínua dos processos, produtos e sistema de qualidade na Organização. Nele, são avaliadas as boas práticas de produção, higienização das instalações e equipamentos, os controles sanitários operacionais, alérgicos e o que integra o HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*), sistema de gestão de segurança do alimento que analisa, nas diversas etapas de produção, os perigos físicos, químicos e microbiológicos, determinando medidas preventivas para assegurar o mais elevado nível de proteção ao consumidor;
- **Autogestão de pragas** – a área de qualidade investe na gestão dos sistemas de controle de pragas, atendendo ao conjunto de pré-requisitos para a produção de um alimento seguro. Os profissionais são formados por uma consultoria que também realiza supervisões técnicas nas unidades;
- **Semana da Qualidade JBS Foods** – a primeira edição da Semana da Qualidade abrangeu todas as unidades de Aves, Suínos, Industrializados e Centros de Distribuição. Dois temas foram destacados como ferramentas fundamentais para a produção de alimentos

seguros e de qualidade: a importância do cumprimento das Boas Práticas de Fabricação e o atendimento aos Padrões de Produto e Processo. Cerca de 65 mil colaboradores participaram ativamente do evento, que contribuiu para a conscientização quanto às boas práticas de organização e limpeza, higienização pessoal e das instalações, importância da lavagem das mãos e do controle de corpos estranhos, além do uso correto dos uniformes. Esses princípios fortalecem a Cultura da Qualidade da JBS Foods e engaja os colaboradores para fazer o melhor sempre.

A Empresa também conta com estrutura de laboratórios para análise de alimentos, e todos os resultados de tais análises são inseridos no *Laboratory Information Management System* (LIMS). Por meio desse sistema, é gerado um banco de dados com informações de toda a empresa, atualizadas periodicamente, sobre desempenho e atendimento dos padrões estabelecidos. Com isso, é possível conhecer os resultados de cada unidade – em relação a produtos, processos, análises microbiológicas e físico-químicas –, bem como a evolução mês a mês dos resultados. Essa prática está em linha com o compromisso da JBS Foods de validar seus processos para prover um elevado nível de qualidade e segurança de seus produtos por meio de tudo o que os laboratórios conseguem mensurar.

JBS Europa

As instalações da Moy Park (processamento, incubadoras e fábricas de ração) operam por meio de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), desenvolvido com base na norma ISO 14001. O SGA abrange os aspectos relevantes de cada operação, mapeia planos de melhoria e monitora o progresso das ações, visando aprimorar continuamente o desempenho ambiental das operações.

Na Empresa, a cultura de segurança alimentar abrange todas as atividades pecuárias, agrícolas e de produção, assim como a cadeia de suprimentos e distribuição de alimentos, que seguem os mais elevados padrões de qualidade e conformidade exigidos por órgãos de saúde e nutrição da Europa. Os colaboradores também são incentivados a adotar as melhores práticas de segurança alimentar.

Todas as plantas da Moy Park passam por auditoria técnica independente e são submetidas aos mais exigentes padrões da indústria, a fim de garantir a adoção das melhores práticas de segurança alimentar, além de atestar a conformidade com os requisitos do cliente em termos de qualidade. Como complemento, é oferecido treinamento técnico para os colaboradores, capacitando-os para as atividades que desenvolvem. **GRI FP5, GRI FP8**

A Moy Park possui estrutura de laboratórios credenciados, por meio dos quais fornece soluções rápidas, eficientes e de alta qualidade, abrangendo serviços de testes microbiológicos. Todas as análises são realizadas por métodos padrão ou verificadas com base em procedimentos de controle de qualidade totalmente documentados para assegurar exatidão, precisão e dupla checagem dos resultados. Na Moy Park, 100% das operações são avaliadas em critérios como saúde e segurança do produto e de serviços. **GRI G4-PR1, GRI FP5**

Além disso, a Moy Park apoia a campanha da *Food Standard Agency* (FSA) para reduzir a *Campylobacter*, bactéria característica da carne de frango crua, mas não resistente ao cozimento. A Companhia já investiu mais de £ 1 milhão em pesquisa de ponta e práticas que podem ajudar a indústria avícola a reduzir tal bactéria. Adicionalmente, tem trabalhado em estreita parceria com outros órgãos governamentais e da indústria, especialistas acadêmicos e grupos de pesquisa de universidades em todo o Reino Unido, além da FSA, para desenvolver e testar novos métodos para a mesma finalidade. A Empresa também tem produzido cartilhas de orientações ao público, explicando como armazenar, preparar e cozinhar aves. Conheça o material acessando [aqui](#)

JBS USA

Na Pilgrim's Pride Corporation (JBS USA Frangos), as operações da cadeia de aves também são integradas, o que favorece o monitoramento de todos os aspectos do processo produtivo, da incubadora até a indústria, passando pelos cuidados nas granjas. Dessa forma, garante aos clientes produtos seguros e de alta qualidade.

A Pilgrim's aderiu espontaneamente ao Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, pela sigla em inglês) em 1989, dez anos antes de ser instituído, pelo USDA, como regra para carnes e processos industriais com aves.

O HACCP é um sistema de controle que fortalece a qualidade e segurança do animal pelo fato de priorizar e controlar potenciais perigos durante o processo produtivo.

Ao longo dos anos, a Pilgrim's investiu milhões de dólares em novos equipamentos para processar aves e em programas para melhorar o perfil microbiológico dos produtos. Com isso, a Empresa superou os padrões da USDA em redução de patógenos.

d. Certificações **GRI FP2, GRI FP5**

As diversas unidades da **JBS Carnes (Brasil)** foram submetidas, em 2015, a 178 auditorias, feitas com objetivo de manter e conquistar as certificações, que são importantes para que os produtos possam ser exportados para os mais variados mercados. As plantas obtiveram 97% de aprovação e foram auditadas segundo normas internacionais como BRC Global Standards, ISO9001, ISO17025, além de auditorias do Ministério da Agricultura do Brasil, clientes e mercado (missões sanitárias de outros países).

GRI G4-DMA, GRI G4-PR1, GRI FP5

No Brasil, qualquer frigorífico precisa estar sob alguma fiscalização sanitária, seja ela municipal, estadual ou federal. No caso da JBS, todas as unidades da companhia estão enquadradas no Serviço de Inspeção Federal (SIF) do Ministério da Agricultura do governo brasileiro, o que garante à companhia a habilitação para exportar a partir de qualquer uma de suas unidades e comercializar no mercado interno produtos com o mais elevado padrão de segurança alimentar.

Nos **Estados Unidos**, todas as unidades processadoras de carne bovina, suína e aves são regularmente inspecionadas pelo *U.S. Department of Agriculture's Food Safety and Inspection Service (FSIS)*, a fim de assegurar que os produtos alimentícios estejam dentro dos padrões federais de qualidade.

Além das habilitações operacionais, diversas unidades da JBS possuem certificações adicionais que garantem acesso a um mercado ainda mais amplo, especialmente a clientes internacionais.

Como exemplo, entre as diversas certificações:

British Retail Consortium (BRC) – a certificação é um pré-requisito para fornecer a clientes europeus. Reconhecida pela Global Food Safety Initiative, é uma das mais rigorosas da indústria, pois abrange 326 critérios relacionados a segurança nas fábricas e programas de qualidade a serem atendidos. Atualmente, treze unidades da JBS Carnes (Brasil), treze unidades da JBS Foods (também no Brasil) e a maior parte das plantas nos Estados Unidos e Austrália são certificadas pelo BRC. As fábricas desses dois países também são auditadas sob critérios reconhecidos pela GFSI, iniciativa orientada para a indústria global que fornece a melhoria contínua dos sistemas de gestão da segurança alimentar para garantir a confiança no fornecimento de alimentos seguros para os consumidores no mundo todo.

McDonalds – a certificação passa pelo controle de bem-estar animal, segurança alimentar e boas práticas de fabricação, entre outros critérios. Atualmente, sete unidades da JBS Carnes (Brasil) e quatro da JBS Foods (também no Brasil) estão habilitadas a fornecer a matéria-prima utilizada na fabricação de hambúrgueres da rede de

restaurantes. Além disso, uma das unidades da companhia é certificada para produzir o hambúrguer, dentro da norma SQMS (Supplier Quality Management System).

ISO 9001 – designa um grupo de normas técnicas que estabelecem um modelo de gestão da qualidade para organizações em geral, qualquer que seja o seu tipo de operação ou dimensão. Atualmente, cinco unidades da JBS Carnes (Brasil) e todas as cinco unidades da JBS Suínos (Estados Unidos) adotam esse padrão.

ISO 17025 – a norma é usada para padronização de teste de laboratórios de ensaio e calibração. A JBS possui três laboratórios no Brasil certificados por tal norma.

Leather Working Group (LWG) – a organização britânica certifica empresas com boas práticas ambientais em curtumes em todo o mundo. No Brasil, mais de 85% dos couros curtidos na JBS foram produzidos em unidades que atingem nível ouro na LWG. Já nos Estados Unidos, 100% do couro produzido pela JBS, em Cactus, Texas e Tannery, alcançaram tal nível.

Global Gap – auditoria contratada, com foco na cadeia do agronegócio (matrizes / incubatórios / granjas de frango de corte). Duas unidades da JBS Foods estão habilitadas.

CFM – a JBS Foods possui tal certificação, cujo objetivo é normatizar fabricantes de componentes alimentares para garantir a segurança do produto.

SMETA – auditoria de responsabilidade social e sustentabilidade, requerida por clientes da Europa. Verifica as condições de trabalho (número de horas trabalhadas, condições especiais de equipamentos, salubridade, entre outros), trabalhadores contratados e legislações aplicáveis ao estabelecimento. Nove unidades da JBS Foods estão habilitadas.

YUM! – auditoria realizada pela companhia detentora das marcas KFC, Pizza Hut e Taco Bell. Para aprovação pela Yum, há três auditorias: quality system, food safety e agropecuária (manejo, boas práticas e bem-estar animal). Na JBS Foods, treze unidades estão habilitadas.

Já a JBS Europa mantém as seguintes certificações, entre outras: [FSC](#), [Roundtable on Sustainable Palm Oil \(RSPO\)](#); [Sustainable Agricultural Initiative](#) e [QS Standard](#). Conheça mais [aqui](#).

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

GRI G4-DMA, GRI G4-EC2

a. Gestão de emissões

Para gerenciar as emissões de gases de efeito estufa (GEEs), todas as operações da JBS no mundo têm quantificadas suas emissões – diretas (escopo 1), indiretas de energia (escopo 2) e indiretas (escopo 3) - provenientes das atividades que desenvolve. Com base nesses indicadores, são estabelecidas estratégias para minimizar o impacto dos negócios na dinâmica climática do Planeta. Das operações brasileiras, os inventários anuais são realizados desde 2009, e a partir de 2011 esses levantamentos passaram a incluir as operações globais.

As informações que compõem o inventário de emissões são geridas por um sistema informatizado, com indicadores de sustentabilidade e produção, o que permite acompanhar a performance de cada unidade por meio do histórico de emissões ao longo dos anos. Essas informações são reportadas anualmente no Programa Brasileiro GHG Protocol, no CDP - Driving Sustainable Economies – módulo Mudanças Climáticas, e no Índice de Carbono Eficiente (ICO2) da BM&FBovespa.

Emissões de GEE

GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17 e G4-EN18

Estão reportadas aqui as emissões referentes ao ano de 2015. Essas emissões também serão disponibilizadas na Plataforma Registro Público de Emissões do Programa GHG Protocol no ano de 2016, conforme período estabelecido pelo programa.

		JBS Global 2015
	Medida	
Escopo 1	tCO2e	4.445.098,00
Escopo 2	tCO2e	1.779.980,77
Escopo 3	tCO2e	2.956.242,13

Além disso, a **JBS no Brasil** desenvolve ações e soluções específicas, focadas em reduzir as emissões geradas por suas operações:

- Monitoramento das fazendas fornecedoras de gado, evitando novos desmatamentos e, conseqüentemente, emissões de gases de efeito estufa ([ver link](#)).
- Geração de energia por meio de fontes renováveis ([ver link](#)).
- Ganhos de eficiência logística, por meio da gestão do desempenho de rodagem de caminhões próprios e de terceiros, a fim de diminuir o consumo de combustíveis e outros custos relacionados, renovação constante da frota própria – média de três anos - para redução de consumo de combustível, além de adoção de projetos de alteração de modal. A média de idade da renovação da frota de autônomos, no Brasil, é de 17 anos, segundo a Confederação Nacional de Transporte (CNT).

GRI G4-EN19

Nas operações da **Moy Park (JBS Europa)** as seguintes ações foram adotadas para redução de emissões de GEE:

- Projetos de eficiência energética nas plantas do Reino Unido;
- Implantação de tecnologias que reaproveitam o calor gerado durante o processo produtivo para benefício do próprio sistema industrial;
- Substituição de combustíveis fósseis por combustíveis renováveis em unidades produtivas;
- Instalação de flotadores no processo de tratamento de efluentes, melhorando sua eficiência e reduzindo processos biológicos de geração de emissões;
- Redução de vazamento de gases em sistemas de refrigeração por meio de gestão preventiva;
- Substituição de sistemas de refrigeração antigos por outros que não utilizam gases que causam efeito estufa. **GRI G4-EN19**

Nas operações localizadas nos **Estados Unidos**, a JBS vem promovendo a instalação de uma tecnologia de controle de gases poluentes associados com a queima de combustíveis, que não apenas regula a emissão como também diminui os odores. **GRI G4-EN19**

b. Divulgação e transparência nas informações

- A JBS reporta seus dados ao *Driving Sustainable Economies* (CDP), organização internacional, sem fins lucrativos, que fornece o maior e mais completo sistema global de divulgação ambiental. Desde 2009, quando começou a compartilhar suas informações referentes a ações de sustentabilidade em frentes como Mudanças Climáticas, Florestas e Água, a JBS vem alcançando significativas melhoras de desempenho.

Em 2015, no Programa Mudanças Climáticas, na categoria Transparência (“Disclosure”), a companhia alcançou 96 pontos, em uma escala que vai de zero a 100, crescendo 13% em comparação com 2014. Já na categoria Performance, elevou seu nível de C para B.

Mais de 5.000 organizações de todo o mundo reportam seus dados climáticos ao CDP, o que faz com que a Organização detenha o maior volume de informações sobre mudanças climáticas, água e florestas do planeta. Dessa forma, os dados podem ser utilizados para análise e tomada de decisões de investidores e para políticas públicas.

- As ações da JBS integram a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2) da BM&FBovespa. O portfólio reúne papéis de Companhias que adotam práticas transparentes na divulgação de suas emissões de GEE entre outras questões.
- Desde 2012, a JBS faz parte do Programa Brasileiro GHG Protocol e publica o seu Inventário de Emissões de GEE na plataforma Registro Público de Emissões, que conferiu à JBS, em 2015, o Selo Prata pelo seu reporte completo de emissões.
- Em 2015 a companhia aderiu ao Protocolo Climático, iniciativa do Governo do Estado de São Paulo (Brasil) para reporte de emissões no Estado, lançada nesse mesmo ano, na COP 21 de Paris.

TEMAS MATERIAIS GLOBAIS CADEIA DE VALOR - AVES

GRI G4-12



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

Compra responsável de matéria-prima

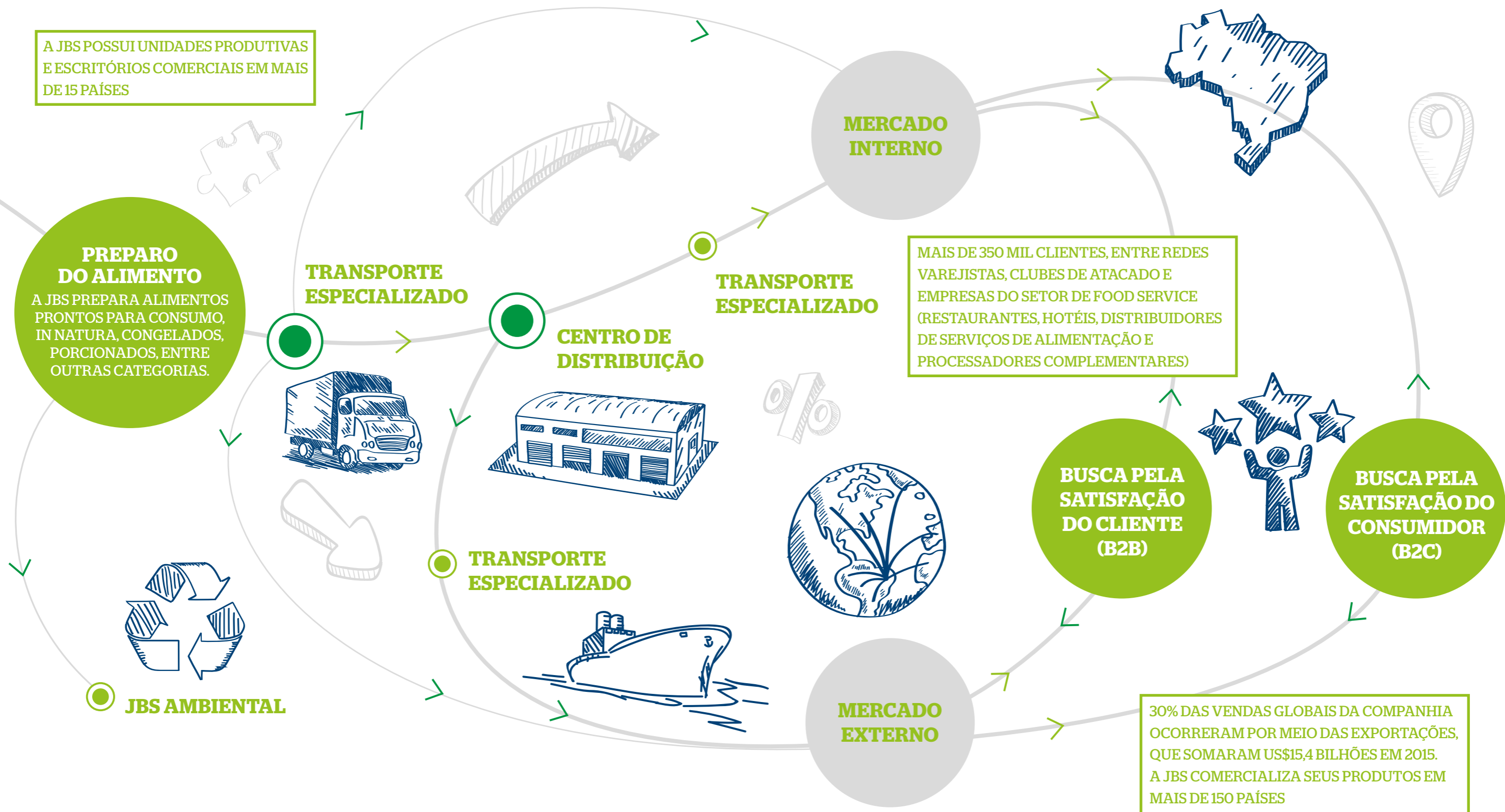
Qualidade e sanidade do alimento

Bem-estar animal

Saúde e segurança dos colaboradores

Água

Mudanças climáticas



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

Compra responsável de matéria-prima

Qualidade e sanidade do alimento

Bem-estar animal

Saúde e segurança dos colaboradores

Água

Mudanças climáticas

TEMAS MATERIAIS GLOBAIS CADEIA DE VALOR - SUÍNOS

GRI G4-12



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

Compra responsável de matéria-prima

Qualidade e sanidade do alimento

Bem-estar animal

Saúde e segurança dos colaboradores

Água

Mudanças climáticas

A JBS POSSUI UNIDADES PRODUTIVAS E ESCRITÓRIOS COMERCIAIS EM MAIS DE 15 PAÍSES



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

- Compra responsável de matéria-prima
- Qualidade e sanidade do alimento
- Bem-estar animal
- Saúde e segurança dos colaboradores
- Água
- Mudanças climáticas

TEMAS MATERIAIS GLOBAIS CADEIA DE VALOR - BOVINOS

GRI G4-12



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

Compra responsável de matéria-prima

Qualidade e sanidade do alimento

Bem-estar animal

Saúde e segurança dos colaboradores

Água

Mudanças climáticas

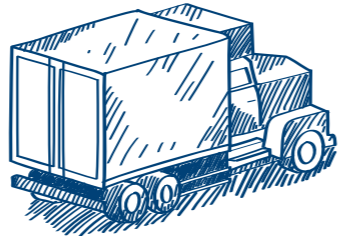
A JBS POSSUI UNIDADES PRODUTIVAS E ESCRITÓRIOS COMERCIAIS EM MAIS DE 15 PAÍSES

PREPARO DO ALIMENTO
A JBS PREPARA ALIMENTOS PRONTOS PARA CONSUMO, IN NATURA, CONGELADOS, PORCIONADOS, ENTRE OUTRAS CATEGORIAS.



JBS EMBALAGENS METÁLICAS

TRANSPORTE ESPECIALIZADO



CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO



TRANSPORTE ESPECIALIZADO



TRANSPORTE ESPECIALIZADO



MERCADO INTERNO

MAIS DE 350 MIL CLIENTES, ENTRE REDES VAREJISTAS, CLUBES DE ATACADO E EMPRESAS DO SETOR DE FOOD SERVICE (RESTAURANTES, HOTÉIS, DISTRIBUIDORES DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E PROCESSADORES COMPLEMENTARES)



BUSCA PELA SATISFAÇÃO DO CLIENTE (B2B)

BUSCA PELA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR (B2C)

MERCADO EXTERNO

30% DAS VENDAS GLOBAIS DA COMPANHIA OCORRERAM POR MEIO DAS EXPORTAÇÕES, QUE SOMARAM US\$15,4 BILHÕES EM 2015. A JBS COMERCIALIZA SEUS PRODUTOS EM MAIS DE 150 PAÍSES



REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS TEMAS MATERIAIS AO LONGO DA CADEIA DE VALOR

Compra responsável de matéria-prima

Qualidade e sanidade do alimento

Bem-estar animal

Saúde e segurança dos colaboradores

Água

Mudanças climáticas

CONTEÚDOS COMPLEMENTARES

A JBS também está atenta a outros temas relacionados à sustentabilidade, como energia e resíduos sólidos. Também desenvolve ações voltadas a estreitar seu relacionamento com públicos de interesse. Embora não sejam assuntos classificados como materiais pela “Matriz de Materialidade” ([ver link](#)), são questões igualmente importantes e que permeiam as operações e tomada de decisões da Companhia.

Relacionamento com Públicos de Interesse (Stakeholders) GRI G4-DMA

As relações mantidas pela JBS com seus públicos de relacionamento são importantes para a sustentabilidade dos negócios. Criar relações de confiança com os diferentes perfis de públicos com que interage em seu dia a dia é um princípio que pauta as suas atividades. Ciente de seu papel social nos locais em que está presente, a JBS tem se empenhado em contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental, além de se colocar aberta ao diálogo, sempre com respeito à cultura local.

Compromissos Institucionais

GRI G4-15, G4-16

A JBS participa de diversos e importantes fóruns globais e locais discutindo, em conjunto com a sociedade civil organizada e outros elos da cadeia de valor, temas relacionados a sustentabilidade. A empresa exerce papel de protagonismo em várias das ações promovidas por esses organismos. Alguns exemplos:

The Global Roundtable for Sustainable Beef (GRSB)

– Iniciativa global e multi-stakeholder desenvolvida para avançar na melhoria contínua da sustentabilidade da cadeia de valor global de carne bovina por meio de liderança, ciência, engajamento e colaboração. Trabalha para que todos os aspectos da cadeia de valor da carne sejam ambientalmente saudáveis, socialmente responsáveis e economicamente viáveis. A JBS é membro fundadora da GRSB e atua no Conselho de Administração e na Comissão Executiva.

Leather Working Group (LWG)

– Voltada à indústria do couro, a LWG é formada por marcas internacionais, curtumes, fornecedores e varejistas, e tem como objetivo promover práticas de gestão ambiental sustentável e adequada a tal indústria. A JBS Couros é membro do Comitê Executivo e tem 16 de suas instalações certificadas pela iniciativa.

British Poultry Council (BPC) – é a voz da indústria de aves, sendo o link entre suas companhias membro e governos, órgãos de regulação e outros stakeholders. A colaboração do BPC com cientistas de vanguarda, nos campos da saúde e bem-estar das aves, garante a segurança dos alimentos e impulsiona melhores práticas em toda a indústria avícola. A Moy Park é um participante ativo nos comitês do BPC, fazendo parte, inclusive, do Conselho de Administração.

Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS)

– formado por representantes de diferentes segmentos que integram a cadeia de valor da pecuária bovina no Brasil. Tem como objetivo promover o desenvolvimento de uma pecuária sustentável, socialmente justa, ambientalmente correta e economicamente viável. A JBS faz parte do Conselho Diretor e integra os comitês de “Desenvolvimento do Guia de Pecuária Sustentável” e “Incentivos Econômicos e Financeiros”.

U.S. Roundtable for Sustainable Beef (USRSB)

– Iniciativa que reúne diversas partes interessadas que tem como intuito a melhoria contínua da sustentabilidade da cadeia de valor da carne nos Estados Unidos. Promovendo o engajamento desses públicos, atua no sentido de apoiar e comunicar avanços nessa questão. A JBS USA é um dos membros fundadores e atua no Conselho de Administração.

The Canadian Roundtable for Sustainable Beef (CRSB)

– Iniciativa multi-stakeholder desenvolvida para avançar nos esforços de sustentabilidade dentro da indústria de carne no Canadá. Trata-se de um fórum nacional dedicado a conectar uma rede de líderes locais, regionais e nacionais do setor. A JBS USA é um dos membros fundadores e atua no Conselho de Administração.

Field to Market

– Busca criar oportunidades em toda a cadeia de suprimentos agrícolas nos Estados Unidos para melhorias contínuas na produtividade, qualidade ambiental e bem-estar humano. Promove o diálogo de toda a indústria, fundamentado na ciência e aberto a opções de tecnologia. A JBS USA é um dos membros dessa iniciativa.

‘Livestock Technical Committee’ do Global GAP

– grupo internacional reconhecido e responsável por discutir e definir tendências, requisitos e parâmetros de bem-estar animal mundialmente. A JBS Foods é membro desse comitê técnico.

Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO) – iniciativa que visa fortalecer as ações contra o trabalho escravo no Brasil. A JBS é signatária, desde 2007, do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo no Brasil e é membro do Instituto desde 2014.

a. Clientes e consumidores

A JBS busca estabelecer canais de diálogos com seus clientes e fornecedores, construindo relações fortes e transparentes capazes de antecipar as tendências de mercado, melhorar a qualidade de seus produtos e processos e atender aos desejos do consumidor.

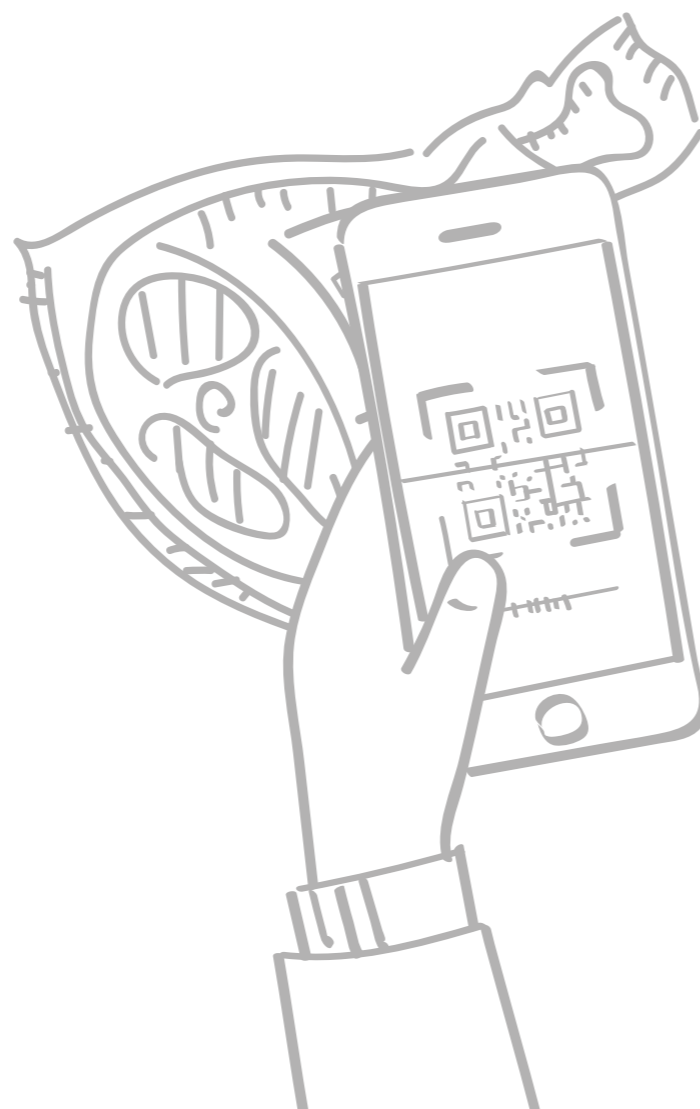
Confiança do início ao fim GRI FP8

A preocupação constante da JBS com seus consumidores levou a campanha da marca Friboi, da **JBS Carnes (Brasil)**, a um patamar inédito na televisão brasileira. Todas as etapas da cadeia produtiva, desde a origem responsável da matéria-prima, passando pelos rigorosos processos de higiene das operações e instalações, estocagem e transporte, até o momento da escolha do consumidor, foram demonstradas com transparência por meio de ações de marketing e publicidade.

Desde o lançamento da nova campanha, em novembro de 2015, por meio de emissoras de TV, mídia impressa (revista e jornal), redes sociais e site, estima-se que o público atingido seja de cerca de 130 milhões de pessoas. A estratégia

da ação incluiu, ainda, a reformulação do portal da Friboi ([ver link](#)). Lançado na mesma data, e também com detalhes de cada uma das etapas da cadeia produtiva, o website superou a marca de um milhão de acessos nos dois primeiros meses. Um dos destaques da campanha foi mostrar ao consumidor como a empresa se posiciona frente a temas como bem-estar animal e critérios de sustentabilidade, como cadeias de fornecimento livres de desmatamento e de trabalho escravo.

A JBS também fez uma pesquisa para conhecer a interpretação do consumidor frente à mensagem “confiança do início ao fim”, tema central da campanha. O resultado demonstrou que 35% dos entrevistados fazem associação a “rigoroso controle no processo produtivo”, fato que ocorre diariamente na cadeia produtiva da Friboi. Antes da ação de marketing, o número verificado era 21%. **GRI G4-PR5**



As atuais campanhas da Friboi também vêm buscando educar o consumidor sobre o correto uso dos produtos (cortes), desmitificando questões relacionadas à carne bovina.

QR Code nos produtos

Os clientes e consumidores de carne bovina da marca Friboi (JBS Carnes Brasil) podem saber o nome e a localidade das fazendas que produzem a matéria-prima dos produtos *in natura*. A informação pode ser acessada por meio de smartphones ou pela internet, de forma bastante simples:

- Pelo smartphone, basta fazer a leitura do QR Code presente nas embalagens das marcas de carne da JBS.
- Pelo site www.confiancadesdeorigemjbs.com.br, é só informar a data de produção e o número do SIF (Serviço de Inspeção Federal)

Essa iniciativa faz parte do programa Confiança desde a Origem, criado especialmente para possibilitar que os clientes conheçam, de forma rápida, simples e transparente, a procedência das carnes bovinas que consomem.

A Pilgrim's Pride Corporation (JBS USA Frangos)

também oferece solução semelhante. Todos os produtos são acompanhados de um código que permite rastrear a origem. Esse mecanismo, denominado FreshTrace™, está em conformidade com os requisitos da *Food and Drug Administration* (FDA). Para saber a procedência do produto, basta digitar o código em uma página da internet destinada para esse fim. Conheça, clicando [aqui](#).

SAC 2.0

Todas as unidades de negócios da JBS contam com canais de comunicação com clientes e consumidores.

Nas operações do Brasil, as redes sociais se estabeleceram como um canal de relacionamento efetivo entre empresas / marcas e clientes. Para aproveitar as oportunidades que esses canais oferecem, a JBS Carnes lançou, em 2015, o SAC 2.0. Trata-se de um sistema inovador de interação com os consumidores, pois permite à Companhia oferecer uma resposta ágil, de acordo com o perfil do público que faz o contato. Esta ferramenta de conversação, disponível no <http://www.friboi.com.br/contato/>, foi integrada ao SAC tradicional e é fruto de uma parceria entre o Marketing Digital da JBS Carnes e a área de Qualidade. A Empresa também disponibiliza uma linha 0800 para atendimento (0800 11 5057).

Em 2015, foram registrados no SAC três questionamentos por e-mail sobre questões ambientais: dois deles para conhecer os projetos de responsabilidade ambiental da empresa e um para perguntar sobre as certificações que a JBS possui. Todas as dúvidas foram sanadas pela Companhia. **GRI G4-EN34**

A JBS Foods também conta com um sistema de SAC e recebe mais de 3 mil contatos por mês nos canais 0800 (0800 47 2425), e-mail e rede social. O SAC, disponível também em <http://www.seara.com.br/fale-conosco/>, faz todos os registros e mantém os históricos para fornecer o máximo de informações e contribuir nas decisões estratégicas da Companhia e em melhorias.

b. Comunidade

As atividades da JBS se dão em setores de alta demanda de mão de obra, o que faz com que a Companhia desempenhe uma função importante nas comunidades em que está inserida por meio da geração de empregos, contribuindo ao desenvolvimento econômico das localidades.

Adicionalmente a esse papel social e econômico intrínseco à sua atuação, a Companhia se propõe a apoiar iniciativas voltadas à educação de crianças e jovens e para capacitação e inclusão social de portadores de necessidades especiais.

Instituto Germinare

A JBS é a principal mantenedora do Instituto Germinare, localizado em São Paulo/SP (Brasil) e criado em 2009 pela J&F Investimentos, principal acionista da Companhia. O Instituto oferece educação gratuita em tempo integral.

Com o propósito de formar líderes do futuro, complementa o currículo tradicional com temas e atividades voltadas a estimular o espírito empreendedor e a formação de gestores de negócios. Tal metodologia é aprovada pelo Ministério da Educação.

Em 2015, ano em que o Instituto contou com 530 alunos matriculados - adolescentes e jovens entre 12 e 18 anos, aproximadamente, ocorreu a formatura da primeira turma do nível "Ensino Médio", composta por 72 alunos. Conheça o Instituto Germinare ([clique aqui](#)).

Instituto Germinare



Educação gratuita,
em período integral



Ensino diferenciado,
voltado a disseminar
a cultura do
Empreendedorismo



530 alunos entre
12 e 18 anos

Alunos do Instituto
Germinare



Chefs Especiais

A JBS é uma das patrocinadoras do projeto **Chefs Especiais**, iniciativa desenvolvida no Brasil que busca promover a inclusão social de jovens com Síndrome de Down por meio da gastronomia. Ao promover oficinas gratuitas com chefs de cozinha renomados, que ensinam como utilizar os ingredientes e executar uma receita, o projeto busca contribuir para que os participantes conquistem autonomia, ganhem confiança e desenvolvam autoestima e coordenação motora.

Essa atividade conta com a parceria da marca Friboi desde 2013, que participa com apoio financeiro, envio de produtos e divulgação das ações criadas pelo Instituto. Em 2015, quando atendeu cerca de 300 jovens, o **Chefs Especiais** foi eleito pela Academia Brasileira de Honrarias

ao Mérito, por unanimidade, como **“Melhor Projeto de Responsabilidade Social do Ano na Gastronomia”**. A Friboi, como patrocinadora do projeto, também **foi condecorada com o prêmio Responsabilidade Social por apoiar o Melhor Trabalho do Ano**. Conheça mais sobre o projeto [aqui](#).

Ações desenvolvidas na Europa

- A Moy Park (JBS Europa) está comprometida com o desenvolvimento socioeconômico e ambiental das comunidades rurais das áreas em que atua. A Companhia contribui a iniciativas voltadas a essas comunidades por meio de doações e apoio ao fundo *The Prince's Countryside Fund*, que desenvolve mais de 120 projetos no Reino Unido, beneficiando cerca de 100 mil pessoas.

- As unidades da Moy Park localizadas em Grantham e Anwick, na Inglaterra, participam e apoiam o programa “Alimentando o Futuro Britânico”, criado e gerenciado pela [instituição IGD](#). A iniciativa, voltada à formação de jovens que buscam oportunidades de trabalho na indústria de alimentos do Reino Unido, compreende programas de capacitação profissional e visitas às unidades de produção. A indústria de alimentos é a maior empregadora do Reino Unido, com mais de 3,7 milhões de pessoas, e o programa da IGD desempenha papel fundamental na luta contra o desemprego dos jovens.

Ações desenvolvidas nos Estados Unidos

- A JBS USA todos os anos apoia diversas campanhas de arrecadação de fundos. Entre elas, o [United Way of Weld County](#), [Relay For Life](#) e o [Weld Food Bank](#). Muitas unidades da empresa estão localizadas em áreas rurais e com frequência são as maiores geradoras de oportunidades de emprego. Além disso, também realiza trabalhos voluntários e doações em dinheiro para uma série de instituições, como a *4-H Youth Development and Mentoring Programs* e *Future Farmers of America teams*. Em 2015, por exemplo, a unidade processadora de bovinos de Greeley, Colorado, patrocinou o *100th home for the Greeley Habitat for Humanity* com uma doação de US\$70 mil. Esses recursos foram destinados para cobrir os custos com materiais de construção e mão de obra. Alguns colaboradores da JBS também participaram, como voluntários, durante a construção das casas.

- A unidade JBS Pork em Marshalltown, Iowa, faz parte do projeto Can-Do e arrecadou cerca de 1.500 itens de alimentos, como enlatados, macarrão instantâneo e sacos de arroz. As doações foram direcionadas ao banco de alimentos local.

c. Governos GRI G4-S06

A JBS está comprometida a seguir os mais altos padrões de integridade, ética e transparência ao interagir com autoridades governamentais e agentes públicos. Para nortear a conduta dos colaboradores e consultores terceirizados que se relacionam com o governo no desempenho de suas funções, publicou no Brasil, em 2015, a Política de Relacionamento com Entidades Governamentais e Agentes Públicos. O documento, aplicável às operações instaladas no País, estabelece critérios e regras de conduta no relacionamento das empresas da JBS com entidades governamentais e/ou agentes públicos para reuniões, entrega e recepção de documentos e demais contatos necessários para obtenção de licenças e autorizações, apresentação de pleitos, participação em licitações e discussão de assuntos referentes às operações da JBS que dependam de atuação governamental.

Em todas as jurisdições em que a JBS opera em todo o mundo são oferecidos treinamentos sobre ética e anticorrupção, a fim de assegurar a conformidade com as leis locais.

Chefs Especiais



Anexo GRI

Categoria Ambiental

Aspecto: Materiais

Aspecto: Efluentes e Resíduos

Aspecto: Produtos e Serviços

GRI G4-DMA

GRI G4-EN1: Materiais usados, discriminados por peso ou volume

GRI G4-EN2: Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem

GRI G4-DMA

GRI G4-EN23: Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição

GRI G4-EN25: Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da convenção da Basileia, anexos I, II, III, VIII, e percentual de resíduos transportados internacionalmente

Resíduos sólidos

A JBS gerencia e identifica oportunidades de reaproveitamento dos resíduos sólidos decorrentes de suas operações, de forma a minimizar os impactos ao meio ambiente, por meio do uso consciente dos recursos naturais, e às comunidades do entorno das operações.



Volume de resíduos gerados (mil toneladas)

JBS GLOBAL		
2015		
NÃO PERIGOSO	5.031,07	99,1%
PERIGOSO	43,43	0,9%
VOLUME TOTAL	5.074,51	

1. Aterro Sanitário/ Industrial - Próprio	27,25	0,54%
2. Aterro Sanitário/ Industrial - Terceiro	4.007,97	78,98%
3. Compostagem	729,19	14,37%
4. Incineração	44,15	0,87%
5. Reciclagem	241,02	4,75%
6. Reaproveitamento energético	9,96	0,20%
9. Outros	14,96	0,29%

No Brasil, mais de 80% dos resíduos pós-industriais gerados são destinados para compostagem, reciclagem ou reaproveitamento energético.

As ações de gerenciamento de resíduos sólidos adotadas nas operações brasileiras buscam reduzir o volume de resíduos gerados, reaproveitar os materiais que podem ser reciclados e dar a destinação ambientalmente adequada aos que devem ser descartados. As ações também estão em consonância com as exigências da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que determina a adoção de boas práticas, como contribuir com a logística reversa de embalagens pós-consumo, aumentar o percentual de materiais reciclados e reduzir o volume de resíduos destinados para aterro. Assim, ao longo de 2015 realizou as seguintes ações, entre outras:

- Participação efetiva em reuniões do Acordo Setorial Nacional, gerido pelo Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), que conta com a participação de centenas de empresas do setor de bens de consumo.
- Apoio a cooperativas recicladoras de materiais (como parte do Acordo Setorial), com o objetivo de contribuir para a profissionalização do setor e consequentemente com o aumento de renda dos cooperados. Em 2015, a **JBS (Brasil)** destinou cerca de R\$500 mil em ações relacionadas à PNRS.
- Parceria com a Prolata Reciclagem, associação sem fins lucrativos formada pela cadeia de valor dos fabricantes de latas de aço no Brasil, cujo intuito é garantir a recuperação do aço e seu reaproveitamento na cadeia de valor.
- Redução do volume de embalagens dos produtos, por meio de projetos desenvolvidos pelas áreas de pesquisa e desenvolvimento.

Os materiais utilizados para confecção das embalagens no Brasil estão distribuídos da seguinte maneira:

Materiais usados nas embalagens (por peso ou volume-renováveis e não renováveis)

Plástico	15,40%	Não renovável
Papel/papelão	83,77%	Renovável
Metal	0,69%	Não renovável
Isopor	0,13%	Não renovável
Celulose / Madeira	0,01%	Renovável

Embalagem primária e secundária	23,5%
Embalagem terciária	76,5%

A gestão dos resíduos sólidos das operações da Companhia, no Brasil, é feita pela própria equipe de meio ambiente da unidade, ou pela JBS Ambiental, divisão de negócios que atua de forma a gerenciar, reciclar e destinar adequadamente resíduos pós-industriais, garantindo a rastreabilidade do resíduo em todo o processo.

Os plásticos, metais, papéis e materiais perigosos e não recicláveis coletados pela JBS Ambiental tiveram os seguintes volumes gerenciados ao longo de 2015:

MATERIAL	VOLUMES GERENCIADOS (toneladas)
Plástico	5.202
Metal	8.045
Papel	3.713
Perigosos e não recicláveis	675

A JBS Ambiental (www.jbsambiental.com.br) gerenciou, no ano passado, mais de 17 mil toneladas de resíduos sólidos da JBS, volume que representa mais de 1.200 caminhões pesados ou 850 contêineres tamanho padrão repletos de material.

Em suas fábricas, a JBS Ambiental também produziu 3.258 toneladas de resina plástica. Os materiais reciclados, além de gerarem resinas plásticas vendidas como matéria-prima, originaram novos produtos, como sacos de lixo (3,6 milhões de unidades em 2015), sacolas plásticas, lonas e produtos personalizados. Todos os sacos de lixo utilizados nas diversas unidades da JBS no Brasil são resultado do processo de reciclagem desenvolvido pela JBS Ambiental, permitindo o ciclo fechado dos resíduos.

Em 2015, o volume de resíduos plásticos reciclados pela JBS Ambiental é equivalente a 20% do total utilizado nos processos da Companhia como um todo no Brasil.

Impacto ambiental positivo com a reciclagem da JBS Ambiental

- Com o plástico reciclado em 2015, a JBS evitou consumir 15 mil toneladas de petróleo, capazes de abastecer 270 carros populares durante um ano.
- A operação de produção de resina reciclada consome 70% menos energia do que a produção de resina virgem. Dessa forma, foram economizados 9,3 mil megawatts/hora, energia suficiente para manter uma cidade de 9 mil habitantes por um ano.
- A quantidade de papelão destinado às recicladoras equivale a 825 milhões de folhas A4 que, juntas, dariam 18 voltas no planeta. Com a reciclagem de papelão, foi evitado o corte de 123 mil árvores e o consumo de 130 milhões de litros de água, que seria suficiente para que 250 pessoas tomassem um banho por dia, durante 18 anos.
- Com a reciclagem de plástico e papelão, a JBS deixou de emitir 11,4 mil toneladas de CO₂ no ambiente.

Gestão de resíduos nas Plataformas América do Norte e Europa

A **JBS USA**, em parceria com seus fornecedores, vem buscando alternativas para adotar novas tecnologias e técnicas que reduzam impacto ambiental das embalagens utilizadas nos produtos.

Há uma iniciativa em curso voltada a diminuir a espessura de algumas embalagens, o que resulta em um uso menor de resina plástica e, conseqüentemente, menor geração de resíduos.

Na **Moy Park**, nenhuma das fábricas envia resíduos para aterros. **Em um intervalo de apenas quatro anos, a Moy Park reduziu, de 80% para 0%, a quantidade de resíduos enviados para aterro.** Essa é uma conquista notável para a Empresa e demonstra ainda mais seu compromisso com as melhores práticas em sustentabilidade.

Aspecto: Energia

GRI G4-DMA

GRI G4-EN3: Consumo de energia dentro da organização

GRI G4-EN6: Redução do consumo de energia

Para as suas operações, a JBS prioriza a utilização de matriz energética de fontes renováveis. A Companhia continuamente investe na compra de equipamentos mais eficientes e possui metas de redução no consumo de energia em suas operações. Adicionalmente, inclui boas práticas de consumo, como desligar equipamentos em períodos noturnos.

Ao longo de 2015, as operações globais da JBS consumiram 69.514.414 GJ de energia direta, ou seja, energia para geração de energia elétrica, geração de vapor e aquecimento térmico (combustão estacionária), além de operação da frota própria de veículos (combustão móvel). Desse total, 47,7% são geradas por fontes renováveis.

Consumo global de energia por fonte em 2015

	RENOVÁVEL		NÃO RENOVÁVEL		
Total GJ - Energia Direta 2015	33.131.302	47,7%	36.383.112	52,3%	69.514.414

Geração de energia

Reaproveitamento energético de resíduos –

A **JBS Five Rivers® (JBS USA)** desenvolveu um projeto piloto de gaseificador de esterco, tecnologia com o potencial de substituir parte do gás natural utilizado nas caldeiras instaladas nas fábricas de ração.

Biogás –

Várias unidades da **JBS USA** utilizam biogás produzido pelos sistemas de tratamento de águas residuais da própria empresa. A unidade de processamento de suínos em Marshalltown, Iowa, por exemplo, recupera biogás a partir de uma lagoa de tratamento anaeróbico (usada para tratamento de dejetos animais).

Biomassa –

A **Moy Park (JBS Europa)** desenvolveu uma tecnologia de biomassa para ser usada como fonte de energia alternativa para alimentar os sistemas de aquecimento utilizados nas unidades que processam as aves.

Cogeração de energia –

No **Brasil**, a JBS conta com a **Biolins**. Localizada no Parque Industrial de Lins (São Paulo), gera energia termoelétrica e vapor, por meio de resíduos de biomassa das indústrias sucroalcooleiras e outras atividades, como bagaço de cana-de-açúcar, pó de serra, casca de amendoim e de arroz, e cavaco de eucalipto proveniente de resíduos da região.

Como termoelétrica, tem capacidade de geração de cerca de 28 megawatts de energia por hora, volume suficiente para abastecer uma cidade

de 300 mil habitantes. Cerca de 60% dessa energia abastece as plantas de Carnes e Couros do complexo industrial de Lins (São Paulo). O restante é distribuído para unidades da JBS e também vendido para o mercado nacional. A geração de vapor, por sua vez, abastece exclusivamente as fábricas da JBS que são adjacentes à Biolins.

Sozinha, a Biolins gera energia equivalente a 8% da energia total que é utilizada por todas as unidades da JBS no Brasil. Em 2015, recebeu investimentos de R\$ 48 milhões para expandir em 50% sua capacidade de geração termoelétrica, estrutura que entrará em operação em 2016. Os recursos estão sendo destinados para a instalação de três caldeiras novas e para um conjunto de turbina e gerador mais eficiente.

Compra de energia – Em 2015, cerca de 78,5% de toda a energia direta consumida nas operações da **JBS no Brasil** vieram de fontes renováveis como hidrelétricas e queima de combustíveis renováveis, como bagaço de cana, madeira de reflorestamento, entre outros. Em relação à combustão estacionária, esse percentual se eleva a 96,6%. Além disso, ainda foram investidos R\$37 milhões em retrofits de instalações, com o objetivo de reduzir o consumo de energia, água e vapor.

Aspecto: Geral

GRI G4-DMA

GRI G4-EN31: Total de investimentos e gastos com proteção ambiental, discriminado por tipo

Foram investidos no total mais de

R\$ 716,4

milhões

em proteção ambiental



Foram investidos no total mais de

R\$ 527,8

milhões

em gestão ambiental¹

Foram investidos no total mais de

R\$ 188,6

milhões

em melhorias ambientais²



¹ Despesas com pessoal, destinação de resíduos, tratamento de efluentes, análises laboratoriais, taxas e impostos e manutenção em geral (equipamentos, melhorias estruturais).

² Projetos de Tratamento de efluentes, gerenciamento de resíduos sólidos, emissões atmosféricas, projetos de ecoeficiência (redução no consumo de água, reaproveitamento energético de resíduos, recuperação de subprodutos) e outros (recuperação de erosão e áreas degradadas, reflorestamento, melhorias operacionais, entre outros).

Categoria Social: Práticas trabalhistas e trabalho decente

Aspecto: Treinamento e educação

GRI G4-DMA

GRI G4-LA11: Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional

A JBS desenvolveu, em 2015, os seguintes programas de treinamento e educação:

Programa Trainees, adotado nas operações do Brasil e nos Estados Unidos. Com duração de 18 meses, oferece a jovens recém-formados a oportunidade de crescer profissionalmente na Empresa. Nos Estados Unidos, foi lançado em 2015 e contou com 34 participantes. No Brasil, houve mais de 20 mil jovens inscritos.

Programa Talentos Internos, que capacita colaboradores da produção para ocupar cargos de supervisão. Também adotado no Brasil e Estados Unidos, tem duração de seis meses e seleciona colaboradores que atuam na área de produção das unidades para prepará-los para ocupar cargos de supervisão. No Brasil, a média tem sido de 300 inscritos e 20 talentos aprovados por ciclo. Desses, 90% são aprovados, no final do programa, para serem supervisores. Em 2015, foram treinados 67 talentos provenientes da JBS Carnes, JBS Foods e Couros. Já na JBS USA, o programa foi lançado em 2015, e a primeira turma foi formada por 44 participantes das operações dos Estados Unidos e Canadá.

Programa de estágio, realizado pela JBS USA entre os meses de junho e agosto (durante o verão). Em 2015, contou com 147 estagiários, alocados nas unidades de produção ou departamento de negócios corporativos da Pilgrim's e JBS, nos Estados Unidos e no Canadá.

Capacitação dos Colaboradores

Pela primeira vez, a JBS realizou, em 2015, a Semana do Meio Ambiente no Brasil. Pensada como parte das comemorações ao Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado em 05 de junho, o evento se estendeu por três dias e reuniu mais de 300 colaboradores para diversas palestras sobre os temas estratégicos para a sustentabilidade da JBS. A programação contou com apresentações de especialistas nos temas: gestão de resíduos, uso eficiente de água e energia, mudanças climáticas, garantia de origem e transparência corporativa. Os colaboradores também puderam conhecer as iniciativas da própria JBS em relação a tais assuntos. Conheça a iniciativa [aqui](#).

A JBS Foods (Brasil), por sua vez, realizou a "1ª Convenção JBS Foods - Mercado Interno", que contou com a presença de mais de 400 pessoas, incluindo diretores, supervisores e gerentes de todas as unidades. O evento teve como objetivos promover a integração, fomentar o conhecimento, definir planos de ações e engajar os participantes. A Companhia também adota outros programas de Recursos Humanos. Entre as diversas ações, estão o "Café com o Colaborador", que mensalmente é feito para fortalecer o relacionamento entre colaboradores e gerentes, e o "Gente que faz", em que busca reconhecer as atitudes e compromissos dos colaboradores com a Empresa.

Avaliação de Desempenho Individual

O desempenho dos colaboradores da JBS Brasil é acompanhado por um sistema de avaliação 360°, metodologia que permite diagnosticar e analisar a postura profissional, o relacionamento interpessoal e a aderência das competências do colaborador com os valores da JBS. Essa avaliação é aplicável a 100% dos elegíveis ativos, admitidos até o dia 30 de agosto de cada ano e que ocupem os cargos de especialistas, supervisores, coordenadores, gerentes, diretores e presidentes das unidades de negócios, ou que trabalhem na sede da Companhia, em São Paulo (Brasil) e em Greely, Colorado (EUA). No último ciclo, 5.712 colaboradores participaram dessa avaliação.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI G4

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS	PÁGINA/RESPOSTA
Estratégia e análise	
G4-1 Declaração do decisor mais graduado da organização (p. ex.: seu diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade	Págs. 08, 10, 11
Perfil organizacional	
G4-3 Nome da organização	Pág. 16
G4-4 Principais marcas, produtos e serviços	Págs. 16, 18, 20
G4-5 Localização da sede da organização	Pág. 16
G4-6 Número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especificamente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório	Págs. 16, 17
G4-7 Natureza da propriedade e forma jurídica da organização	Pág. 16
G4-8 Mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores cobertos e tipos de clientes e beneficiários)	Págs. 16, 17, 18
G4-9 Porte da organização	Págs. 16, 17, 19, 28
G4-10 Número total de empregados	Pág. 33
G4-11 Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	Pág. 33
G4-12 Descrição da cadeia de fornecedores da organização	Págs. 76, 78, 80
G4-13 Mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização	Págs. 18, 40, 41, 42
G4-14 Se e como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução	A Companhia promove uma gestão rigorosa dos riscos, que inclui o cuidado com a prevenção de possíveis impactos ambientais.
G4-15 Lista das cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa	Págs. 71, 82
G4-16 Lista da participação em associações (p. ex.: associações setoriais) e organizações nacionais ou internacionais de defesa	Pág. 82
Aspectos materiais identificados e limites	
G4-17 Lista de todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização	Pág. 02
G4-18 Explicação do processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos	Págs. 02, 57
G4-19 Lista de todos os Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório	Págs. 05, 57
G4-20 Para cada Aspecto material, relate o Limite do Aspecto dentro da organização	Pág. 05
G4-21 Para cada Aspecto material, relate seu limite fora da organização	Pág. 05
G4-22 Efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações	Pág. 02
G4-23 Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites de Aspecto	Pág. 02
Engajamento de stakeholders	
G4-24 Lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	Pág. 03
G4-25 Base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	Pág. 03
G4-26 Abordagem adotada pela organização para envolver os <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório	Pág. 03
G4-27 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las. Relate os grupos de <i>stakeholders</i> que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas	Pág. 03

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS (CONTINUAÇÃO)

PÁGINA/RESPOSTA

Perfil do relatório	
G4-28 Período coberto pelo relatório (p. ex.: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas	Pág. 02
G4-29 Data do relatório anterior mais recente (se houver)	Pág. 02
G4-30 Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal, etc)	Pág. 02
G4-31 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	Pág. 02
G4-32 Opção “de acordo” escolhida pela organização	Pág. 02
G4-33 Política e prática correntes adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa	Este Relatório não passou por verificação externa de terceira parte, mas foi analisado pela GRI, sendo submetido ao GRI Check
Governança	
G4-34 Estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança. Identifique todos os comitês responsáveis pelo assessoramento do conselho na tomada de decisões que possuam impactos econômicos, ambientais e sociais	Pág. 27
Ética e integridade	
G4-56 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Págs. 31, 34

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

CATEGORIA ECONÔMICA

Aspectos materiais	DMA e indicadores	Página/resposta
Desempenho econômico	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 29
	G4-EC2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização em decorrência de mudanças climáticas	Págs. 29, 75

CATEGORIA AMBIENTAL

Aspectos materiais	Descrição	Página/resposta
Materiais	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 86
	G4-EN1 Materiais usados, discriminados por peso ou volume	Pág. 86
	G4-EN2 Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem	Pág. 86
Energia	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 87
	G4-EN3 Consumo de energia dentro da organização	Pág. 87
	G4-EN6 Redução do consumo de energia	Pág. 87
Água	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 62
	G4-EN8 Total de retirada de água por fonte	Pág. 62
	G4-EN10 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	Pág. 64
Biodiversidade	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-EN12 Descrição de impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade em áreas protegidas e áreas de alto índice de biodiversidade situadas fora de áreas protegidas	Pág. 70
	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 75
Emissões	G4-EN15 Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Pág. 75
	G4-EN16 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	Pág. 75
	G4-EN17 Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	Pág. 75
	G4-EN18 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 75
	G4-EN19 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 75

CATEGORIA AMBIENTAL (CONTINUAÇÃO)

Aspectos materiais	Descrição	Página/resposta
Efluentes e resíduos	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 86
	G4-EN22 Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	Pág. 65
	G4-EN23 Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	Pág. 86
	G4-EN25 Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção da Basileia, anexos I, II, III e VIII, e percentual de carregamentos de resíduos transportados internacionalmente	Pág. 86
Geral	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 88
	G4-EN31 Total de investimentos e gastos com proteção ambiental, discriminado por tipo	Pág. 88
Avaliação ambiental de fornecedores	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 68
	G4-EN32 Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Págs. 69, 70
	G4-EN33 Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Pág. 70
Mecanismos de queixas e reclamações relativas a impactos ambientais	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 82
	G4-EN34 Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	Págs. 70, 83

CATEGORIA SOCIAL

Práticas trabalhistas e trabalho decente

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Emprego	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 34
	G4-LA1 Número total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região	Pág. 34
Saúde e segurança no trabalho	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 58
	G4-LA5 Percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança, compostos por empregados de diferentes níveis hierárquicos, que ajudam a monitorar e orientar programas de saúde e segurança no trabalho	Pág. 58
	G4-LA6 Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho, discriminados por região e gênero	Págs. 34, 59
	G4-LA7 Empregados com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas à sua ocupação	Págs. 58, 59
	G4-LA8 Tópicos relativos à saúde e segurança cobertos por acordos formais com sindicatos	Pág. 58
Treinamento e educação	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 88
	G4-LA11 Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	Pág. 88
Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-LA15 Impactos negativos significativos reais e potenciais para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Pág. 69

CATEGORIA SOCIAL

Direitos humanos

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Trabalho forçado ou análogo ao escravo	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-HR6 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Págs. 69, 70
Direitos indígenas	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-HR8 Número total de casos de violação de direitos de povos indígenas e tradicionais e medidas tomadas a esse respeito	Não há casos de violação de direitos de povos indígenas.
Avaliação de fornecedores em direitos humanos	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-HR10 Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relacionados a direitos humanos	Pág. 70
	G4-HR11 Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Pág. 70

CATEGORIA SOCIAL

Sociedade

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Políticas públicas	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 82
	G4-SO6 Valor total de contribuições para partidos políticos e políticos, discriminado por país e por destinatário/beneficiário	Pág. 85
Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	G4-SO9 Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a impactos na sociedade	Págs. 69, 70
	G4-SO10 Impactos negativos significativos reais e potenciais da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito	Pág. 70

CATEGORIA SOCIAL

Responsabilidade pelo produto

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Saúde e segurança do cliente	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 73
	G4-PR1 Percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias	Págs. 72, 73, 74
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 67
	G4-PR3 Tipo de informações sobre produtos e serviços exigidas pelos procedimentos da organização referentes a informações e rotulagem de produtos e serviços e percentual de categorias significativas sujeitas a essas exigências	Pág. 67
	G4-PR5 Resultados de pesquisas de satisfação do cliente	Pág. 83
Comunicações de marketing	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 67
	G4-PR6 Venda de produtos proibidos ou contestados	Pág. 67
	G4-PR7 Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultados	Não houve em 2015 nenhum caso de não conformidade em relação à comunicação de marketing.

INDICADORES SETORIAIS

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Práticas de compras	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 69
	GRI FP1 Percentual de volume comprado de fornecedores em conformidade com a política de práticas de compra da empresa	Pág. 69
	GRI FP2 Percentual de volume comprado submetido à verificação de conformidade com normas de produção responsável reconhecidas internacionalmente, discriminado por norma	Pág. 74
Saúde e segurança do consumidor	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 71
	GRI FP5 Percentual do volume de produção fabricado em unidades operacionais certificadas por organização independente em conformidade com normas internacionalmente	Págs. 73, 74
	GRI FP6 Percentual do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém baixo teor de gorduras saturadas e trans, sódio e açúcares adicionados	Exemplos de produtos que consideram esses aspectos são a Linha de Frios Light e o peito de peru e presunto com menos sódio.
Rotulagem de produtos e serviços	GRI FP7 Percentual do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém alto teor de ingredientes nutritivos como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e adição de alimentos funcionais	Pág. 67
	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 71
	GRI FP8 Políticas e práticas para comunicação aos consumidores sobre ingredientes e informações nutricionais além das exigências legais	Págs. 73, 83
Criação e genética de animais	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 60
	GRI FP9 Percentual e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de criação	Pág. 60
	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 60
Pecuária	GRI FP10 Políticas e práticas, por espécie e tipo de criação, relacionadas a alterações físicas e uso de anestésicos	Pág. 60
	GRI FP11 Percentual e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de criação, por tipo de criação	Pág. 60
	GRI FP12 Políticas e práticas para antibióticos, anti-inflamatórios, hormônios e/ou tratamentos com promotores de crescimento, por espécie e tipo de criação	Em relação ao uso dessas substâncias, a Companhia cumpre todas as exigências legais, em âmbito municipal, estadual ou federal, feitas tanto no Brasil e nos países em que possui operações, como nos mercados aos quais exporta seus produtos. Em suas operações globais, a JBS não faz uso de antibióticos ou outras substâncias para promoção de crescimento. Sendo uma empresa global, a JBS conta com uma base de clientes diversificada e que, portanto, estabelece critérios aos produtos, o que resulta em atributos que incluem alimentos naturais, livres de antibióticos, livres de ractopamina e premium, além dos convencionais. Com parceria de valor estabelecida com clientes domésticos e internacionais, a JBS oferece uma variedade de opções de produtos de qualidade, a fim de atender às diferentes demandas de consumidores exigentes em todo o mundo.
	G4-DMA Forma de gestão	Pág. 60
Transporte, manejo e abate	GRI FP13 Número total de incidentes de não conformidade com leis e regulamentos e adesão a normas voluntárias relacionadas a práticas de manejo e abate e transporte de animais vivos terrestres e aquáticos	Todos os animais sob os cuidados da JBS global são manejados, transportados, tratados e abatidos em conformidade com as legislações e regulamentos de proteção animal estabelecidos em âmbito municipal, estadual ou federal. As operações da Companhia passam por vistorias diárias, feitas com o objetivo de garantir a conformidade com as leis aplicáveis em cada um dos mercados em que a JBS está presente e com as normas internas sobre o tema.

CRÉDITOS

Coordenação Geral

Equipes de Sustentabilidade
e Relações com Investidores

Redação e edição de textos. Consultoria GRI.

Soraia Duarte

Projeto gráfico e editorial

Dragon Rouge

Fotos

Banco de Imagens JBS,
Gettyimages, Istock e Shutterstock

www.jbs.com.br/ri



Uma companhia global de alimentos