



JBS S.A. - UMA COMPANHIA GLOBAL DE ALIMENTOS

Apresentação JBS Day

PROGRAMAÇÃO JBS DAY

09:00 Estratégia & Negócios

Gilberto Tomazoni
COO Global da JBS

09:40 Resultados 3T17

André Menezes
Gerente de RI da JBS

09:50 Sustentabilidade

Márcio Nappo
Diretor de
Sustentabilidade da JBS

10:10 Programa de Compliance

Marcelo Proença
Diretor Global de
Compliance da JBS

10:40

Sessão de Perguntas
e Respostas

SOBRE A JBS

LIDERANÇA GLOBAL NOS SEGMENTOS EM QUE ATUA

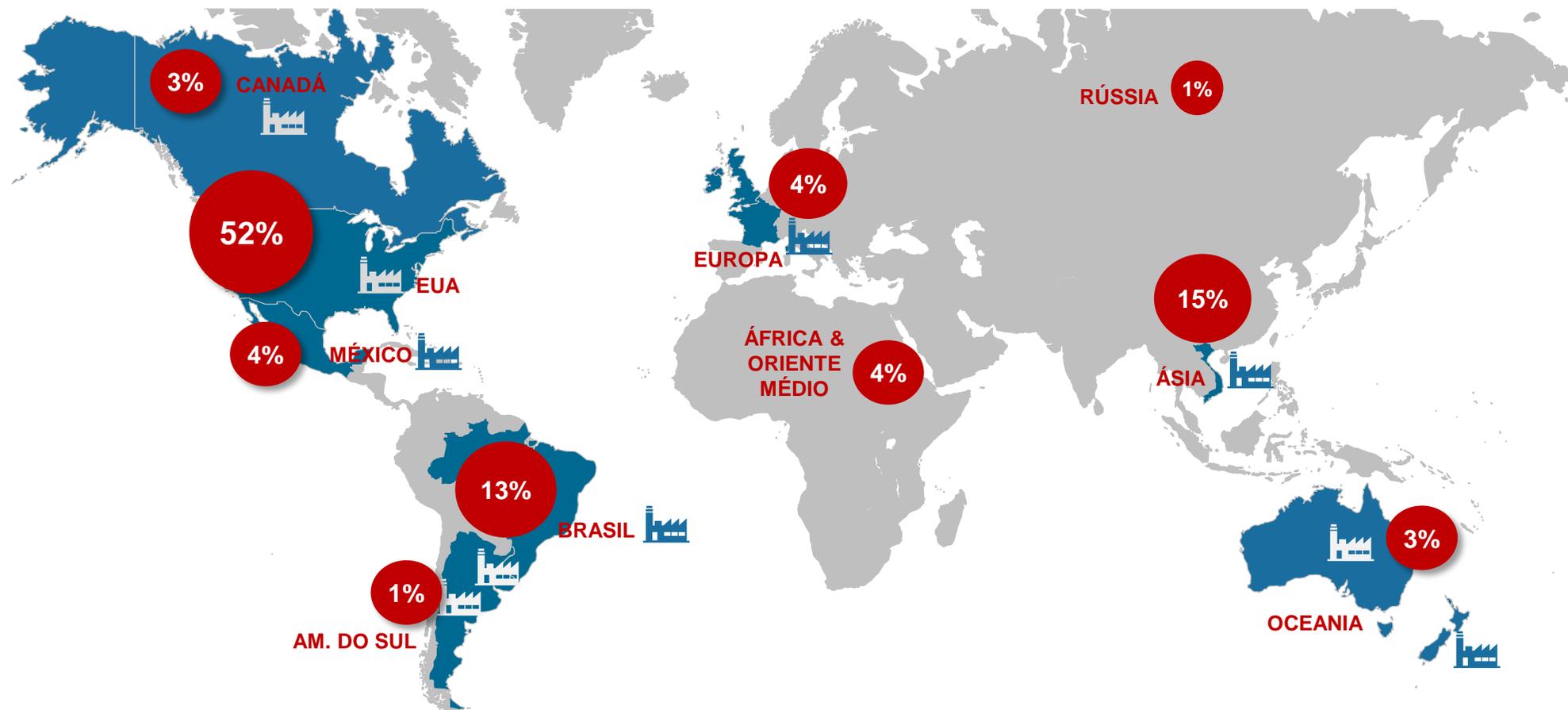


- 1º maior produtor mundial de carne bovina
- 1º maior processador mundial de couros
- 1º maior produtor mundial de frango
- 2º maior produtor mundial de carne suína
- 2º maior produtor mundial de carne ovina

- Receita Líquida de **R\$162,1 bilhões** (LTM 3T17)
- **Segunda maior** empresa **global** de alimentos¹
- Plataforma **Global** e **Diversificada**
- Portfólio de produtos com **marcas** e **valor agregado**
- Time **experiente**
+235 mil colaboradores
- Foco em **Excelência Operacional**

UMA COMPANHIA GLOBAL

Exclusiva Plataforma Global de Produção e Venda

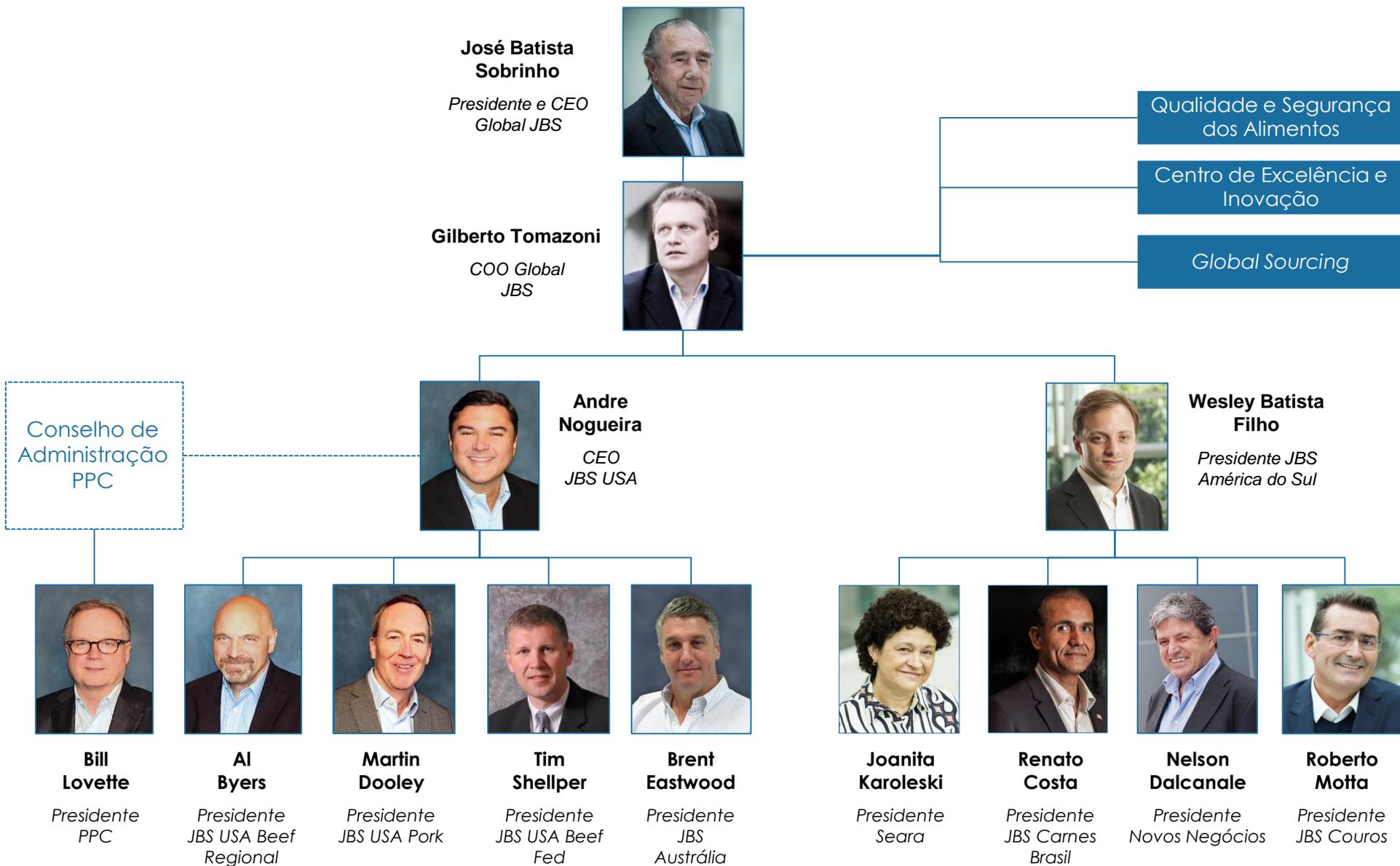


● Porcentagem da Receita Total¹

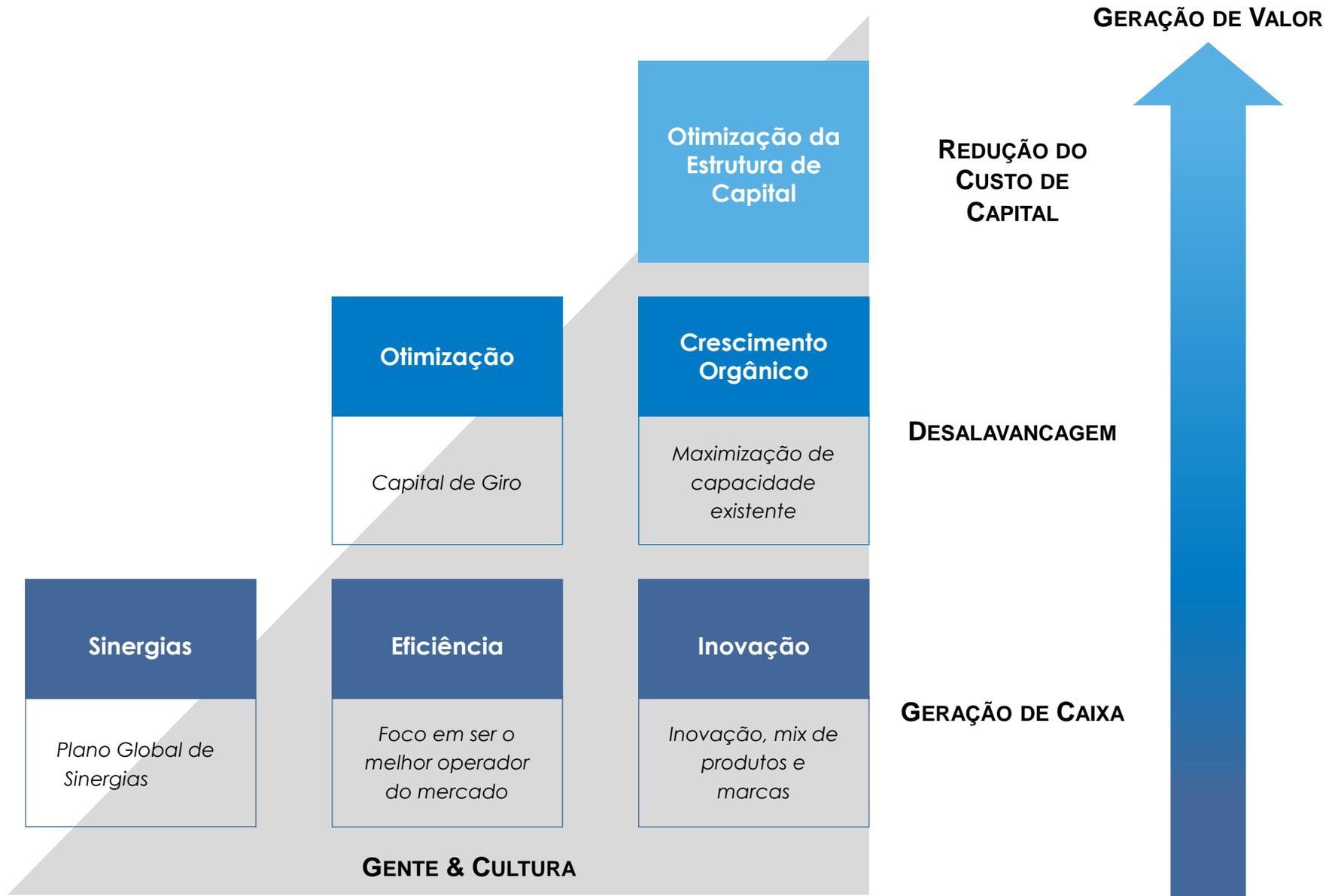
🏭 Plataforma de produção

Nota 1. A receita por região considera as vendas domésticas e as importações.

LIDERANÇA



ESTRATÉGIA





Nossos Negócios

Plataforma Operacional

5,7 milhões aves por dia



- Unidades nas regiões sul, sudeste e centro-oeste

21.200 suínos por dia



- Unidades nas regiões sul e centro-oeste

117 mil tons por mês



- Unidades nas regiões sul, sudeste, nordeste e centro-oeste



Brasil



+71.000 colaboradores

- 32 unidades de processamento de aves
- 08 unidades de processamento de suínos
- 20 unidades de produtos de valor agregado
- 13 centros de distribuição

Principais Marcas



Escolha Saudável



Gourmet



TURMA DA Mônica

Receita Líquida LTM 3T17

R\$17,7 bilhões

EBITDA LTM 3T17

R\$1,4 bilhão
7,8% Margem

Perspectivas de Mercado

- Ciclo positivo de grãos
- Produção de pintos de corte estável no Brasil
- Expectativa de melhora da Economia e do consumo no Brasil
- Expectativa do USDA de queda de 5% na produção de frango da China em 2018
- Consumo crescente de proteínas no mundo, especialmente frango

Estratégia

- Foco em:
 - Aumento da preferência do consumidor
 - Aumento da distribuição numérica
 - Categorias de maior valor agregado e marca, com melhora de *mix*
 - Desenvolvimento de marca *premium*
- Inovação e lançamento de novos produtos
- Otimização dos ativos
- Parcerias estratégicas no mercado externo

SEARA APRESENTA:
UM **Q** DE INOVAÇÃO.
A PRIMEIRA E ÚNICA
LASANHA NO BRASIL
QUE AQUECE POR IGUAL
NO MICRO-ONDAS.

NOVA BANDEJA
COM EXCLUSIVA
TECNOLOGIA QUE
ESPALHA O CALOR
POR TODA LASANHA.



A **Q**UALIDADE
VAI TE SURPREENDER.



SEM ADIÇÃO DE
CONSERVANTES.

LASANHA MAIS
SUCULENTA.



PRONTA EM
12 MIN NO
MICRO-ONDAS.

Plataforma Operacional

34.740 bovinos por dia



▶ 100% no Brasil

84.000 couros por dia



- ▶ 16 unidades no Brasil
- ▶ 01 unidade cada na Alemanha, Argentina, México, Uruguai e Vietnã
- ▶ 02 unidades na Itália

30 centros de distribuição



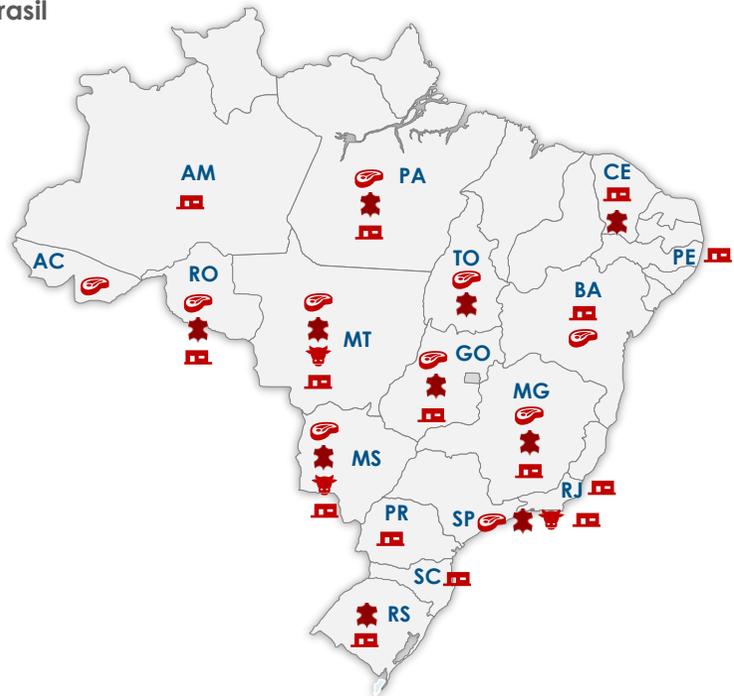
- ▶ 10 centrais e 20 centros de distribuição regionais

08 negócios relacionados



- ▶ Biodiesel
- ▶ Fábrica de Latas
- ▶ Colágeno
- ▶ Transportadora / Venda Caminhões
- ▶ Trading
- ▶ Higiene e Limpeza
- ▶ Envoltórios
- ▶ Ambiental Recicladora

Brasil



+48.000 colaboradores

- 36** unidades de processamento de bovinos
- 03** confinamentos
- 16** unidades de couro¹
- 30** centros de distribuição

Principais Marcas



Receita Líquida LTM 3T17

R\$24,8 bilhões

EBITDA LTM 3T17

R\$537 milhões
2,2% Margem

Perspectivas de Mercado

- Consumo mundial de proteínas em crescimento
- Expectativa de melhora da economia e do consumo no Brasil
- Ciclo da pecuária em um momento positivo, com perspectiva do USDA de aumento de 3,0% no rebanho brasileiro em 2018
- Previsão do USDA de crescimento de 3,7% das exportações brasileiras em 2018

Estratégia

- Recuperação de *share* no mercado doméstico brasileiro e nas exportações
- Normalização do volume de produção a níveis históricos
- Ganho de escala
- Foco nos produtos e marcas de maior valor agregado e conveniência
- Diferenciação pela qualidade dos produtos e nível de serviço

Plataforma Operacional

43.400 bovinos por dia



- ▶ 29.000 nos EUA
- ▶ 4.200 no Canadá
- ▶ 10.200 na Austrália

12.900 couros por dia



- ▶ 5.000 nos EUA
- ▶ 7.900 na Austrália

16 confinamentos



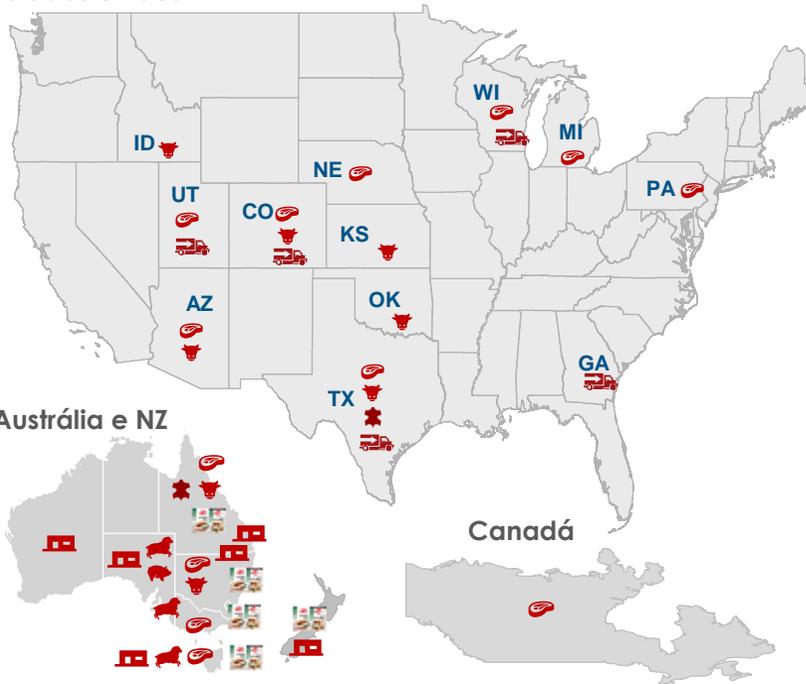
- ▶ 11 nos EUA / Capacidade de 900 mil bovinos
- ▶ 05 na Austrália / Capacidade de 150 mil bovinos

08 centros de distribuição



- ▶ 07 CDs na Austrália
- ▶ 01 na Nova Zelândia
- ▶ 06 unidades de logística nos EUA

Estados Unidos



Austrália e NZ

Canadá

+36.000 colaboradores

- 19 unidades de processamento de bovinos
- 16 confinamentos
- 02 unidades de couro
- 06 unidades de logística
- 08 unidades de produtos preparados
- 08 centros de distribuição
- 05 unidades de ovinos
- 01 unidade de suínos

Principais Marcas



Receita Líquida LTM 3T17

US\$21,3 bilhões

EBITDA LTM 3T17

US\$1,3 bilhão
6,1% Margem

Perspectivas de Mercado

- Crescimento do emprego e da renda na América do Norte, estimulando a demanda interna
- Consumo crescente de proteínas no mundo
- Expansão da oferta de gado nos EUA e Canadá
- Manutenção da capacidade de processamento de bovinos nos EUA
- Melhora da disponibilidade de gado na Austrália a partir do segundo semestre de 2018

Estratégia

- Fortalecimento e ampliação de negócios com clientes chave
- Aumento da produção de produtos de maior valor agregado
- Continuidade da ampliação do *mix* de produtos com maior rentabilidade
- Aumento da eficiência operacional: alvo US\$7,0 por bovino
- Na Austrália e Nova Zelândia, investimentos em inovação e nas marcas Primo e Hans

JBS USA BEEF

Exemplos de Produtos e Marcas na América do Norte



Exemplos de Produtos e Marcas na Oceania



DIFERENCIADA
ESTRATÉGIA
COMERCIAL E
MIX DE
PRODUTOS NA
AMÉRICA DO
NORTE E
OCEANIA

Plataforma Operacional

90.000 suínos por dia



▶ 100% nos EUA

07 unidades de produtos preparados



▶ Exemplos de produtos



Plumrose
Presunto



Plumrose
Bacon

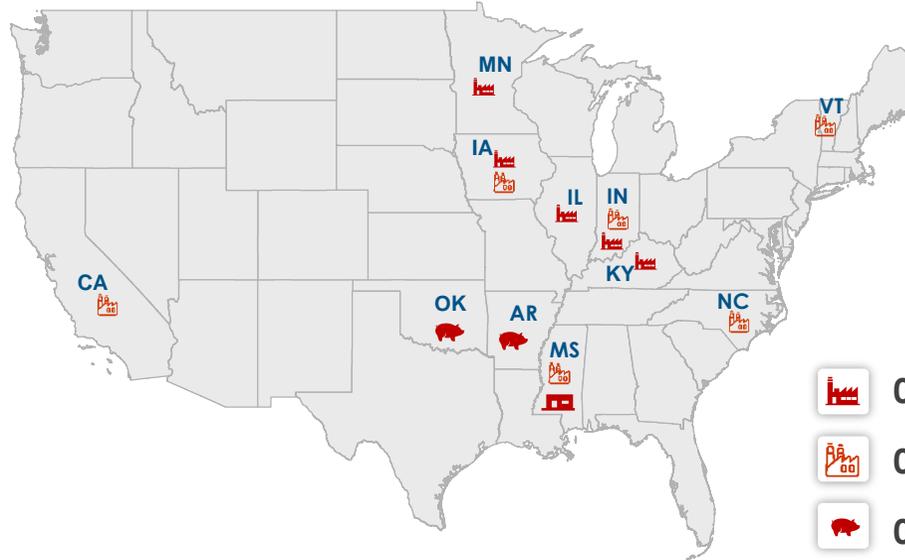


Swift Premium
Filet Suíno



Swift Premium
Bisteca sem Osso

Estados Unidos



+11.000 colaboradores



05 unidades de processamento de suínos



07 unidades de produtos preparados



02 unidades de genética



02 centros de distribuição

Principais Marcas



Receita Líquida LTM 3T17

US\$6,0 bilhões

EBITDA LTM 3T17

US\$765 milhões
12,8% Margem

Perspectivas de Mercado

- Crescimento do emprego e da renda na América do Norte, estimulando a demanda interna
- Consumo crescente de proteínas no mundo
- Baixo custo de produção de suínos nos EUA
- Produção de animais crescendo em equilíbrio com o aumento da capacidade de processamento

Estratégia

- Ampliação das parcerias comerciais domésticas e nos mercados internacionais
- Ampliação de volume e *mix* de produtos de valor agregado
- Investimentos em P&D, produtos preparados e bacon
- Finalização do ciclo de equiparação da eficiência operacional entre as novas plantas e as já existentes
- Contínuo foco em excelência operacional

Exemplos de Produtos e Marcas



AMPLO PORTFÓLIO
DE PRODUTOS E
MARCAS,
INCLUINDO
PRODUTOS
NATURAIS E DE
MAIOR VALOR
AGREGADO

JBS USA PORK



 **05** unidades de produtos preparados

 **02** centros de distribuição

 **500** milhões de dólares



Plataforma Operacional

8,6 milhões de aves / dia



- ▶ 25 unidades / 6,6 milhões de aves nos EUA
- ▶ 01 unidade / 66 mil aves em Porto Rico
- ▶ 06 unidades / 1,1 milhão de aves no México
- ▶ 04 unidades / 760 mil aves no Reino Unido

44.000 toneladas de produtos preparados / mês



- ▶ 05 unidades nos EUA
- ▶ 01 unidade no México
- ▶ 04 unidades no Reino Unido
- ▶ 03 unidades na França
- ▶ 01 unidade na Holanda
- ▶ 01 unidade na Irlanda

21 centros de distribuição



- ▶ 20 localizados no México
- ▶ 01 em Porto Rico

Estados Unidos e Porto Rico



México

+ 59.000 colaboradores

Europa



36 unidades de processamento de aves



15 unidades de produtos preparados



21 centros de distribuição

Principais Marcas



Receita Líquida LTM 3T17'

US\$10,4 bilhões

EBITDA LTM 3T17'

US\$1,4 bilhão
13,3% Margem

Perspectivas de Mercado

- Crescimento da produção em linha com aumento da demanda, com maior crescimento nos mercados do México e dos EUA
- Crescimento do consumo no varejo e foodservice nos EUA
- Maior competição nos EUA e México de outras proteínas, principalmente carne suína
- Cenário positivo de grãos em todas as regiões
- Acompanhamento das negociações do tratado do NAFTA e do Brexit

Estratégia

- Iniciativas de crescimento sustentável em produtos preparados nos Estados Unidos e no México a fim de melhorar o perfil das margens
- Crescimento em produtos especiais, como orgânicos e livres de antibióticos
- Crescimento da distribuição da Marca “Just Bare” nos EUA tanto no varejo tradicional quanto em vendas on-line
- Consolidação da integração da GNP e Moy Park no modelo de gestão da PPC com captura de sinergias
- Investimentos em automação e otimização da força de trabalho

PILGRIM'S PRIDE

Exemplos de Produtos e Marcas na América do Norte



Exemplos de Produtos e Marcas na Europa



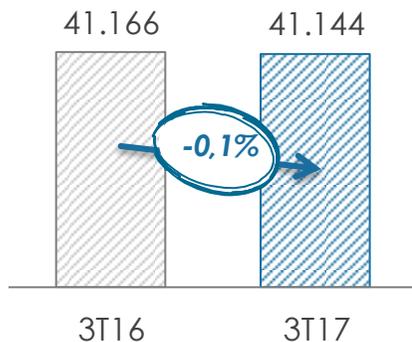
PORTFÓLIO DE
PRODUTOS DE
MAIOR VALOR
AGREGADO, COM
MARCA,
CONVENIÊNCIA E
NATURAIS NA
AMÉRICA DO
NORTE E EUROPA



Resultados Consolidados - 3T17

DESTAQUES CONSOLIDADOS DO 3T17

Receita Líquida (R\$ milhões)

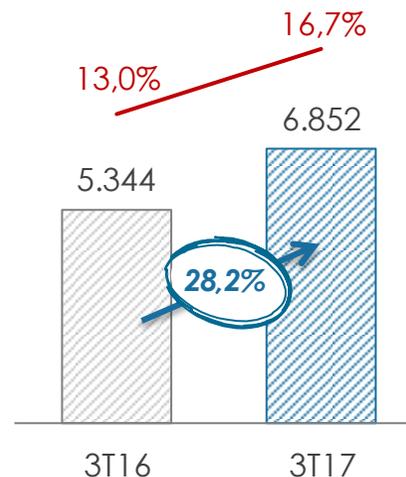


Receita Líquida no 3T17 de

R\$41,1 Bi

Estável comparado ao 3T16

Lucro Bruto (R\$ milhões)



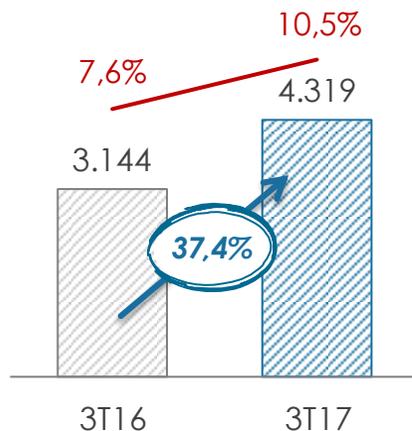
— Margem Bruta (%)

Lucro Bruto no 3T17 de

R\$6,9 Bi

Aumento na margem bruta de 13% no 3T16 para 16,7% no 3T17

EBITDA (R\$ milhões)



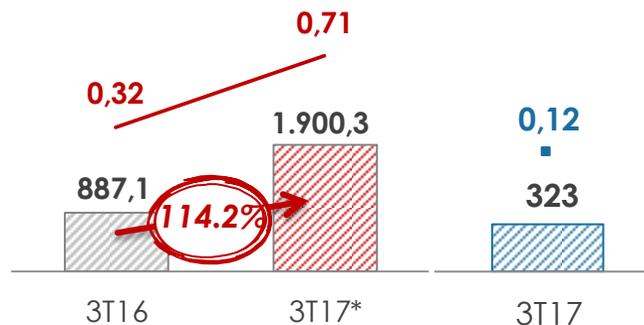
— Margem EBITDA (%)

EBITDA no 3T17 de

R\$4,3 Bi

Aumento na margem EBITDA de 7,6% no 3T16 para 10,5% no 3T17

Lucro Líquido (R\$ milhões)



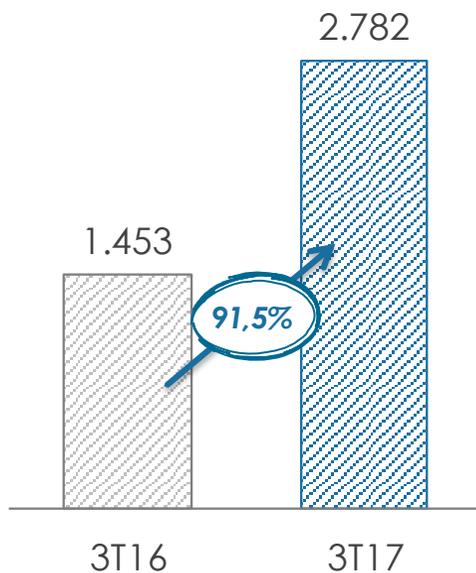
*Excluindo o efeito da adesão ao PERT, o lucro líquido foi de

R\$1,9 Bi

O lucro líquido reportado foi de **R\$323mi** com EPS de **R\$0,12**

DESTAQUES CONSOLIDADOS DO 3T17

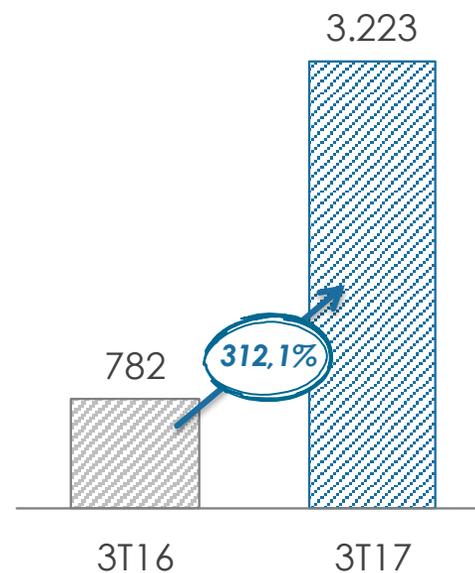
Fluxo de Caixa Operacional (R\$ milhões)



O fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais no 3T17 foi de

R\$2,8Bi

Fluxo de Caixa Livre (R\$ milhões)



O fluxo de caixa livre no 3T17 foi

de **R\$3,2Bi**

DESTAQUES CONSOLIDADOS DO 3T17

Dívida Líquida (R\$ milhões) / Alavancagem

Redução de **R\$4,8Bi**

na dívida líquida e alavancagem reduzindo de 4,16x no 2T17 para **3,42x** no 3T17

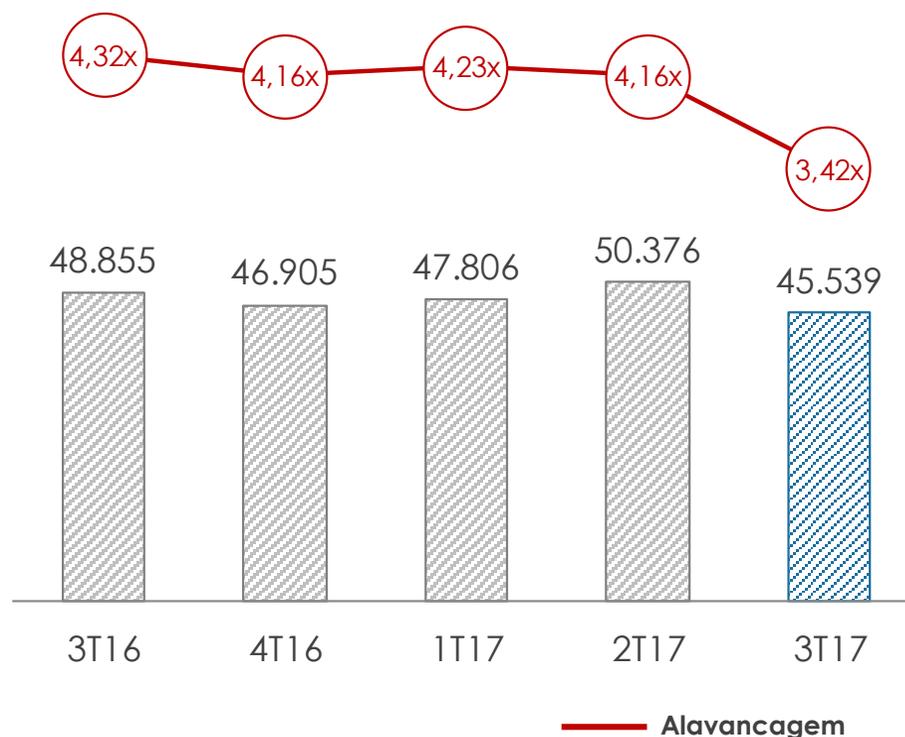
O caixa ao final do 3T17 ficou em

R\$14,1Bi

Adicionalmente, a JBS USA possui US\$1.037,9 milhões (R\$3.288,1)¹ em linhas de crédito rotativas e garantidas

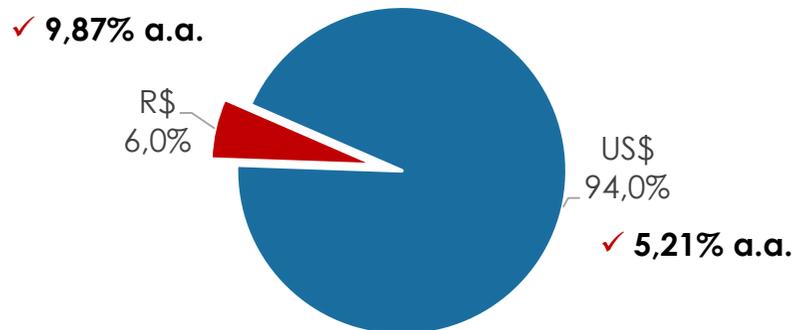
Liquidez total aumentou para

R\$17,4Bi

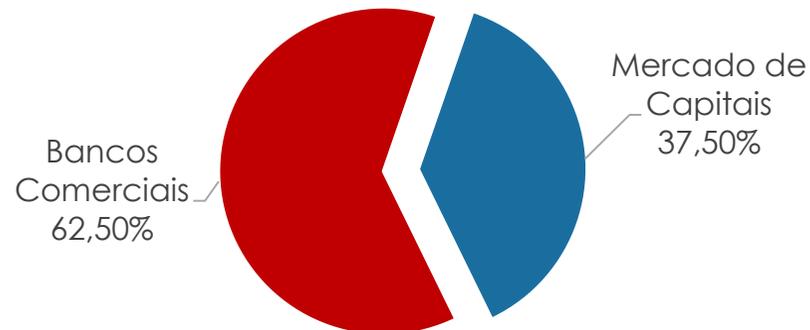


PERFIL DA DÍVIDA DO 3T17

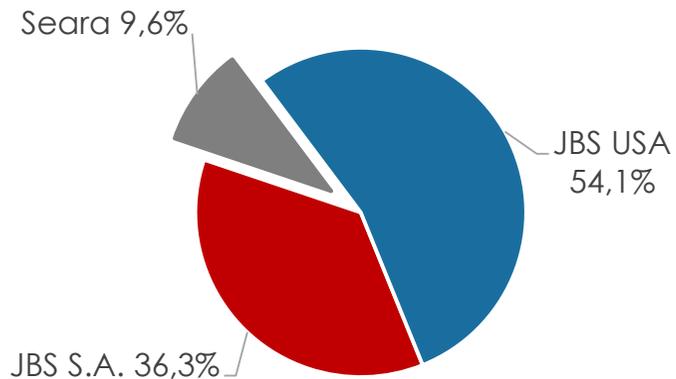
Abertura por Moeda e Custo



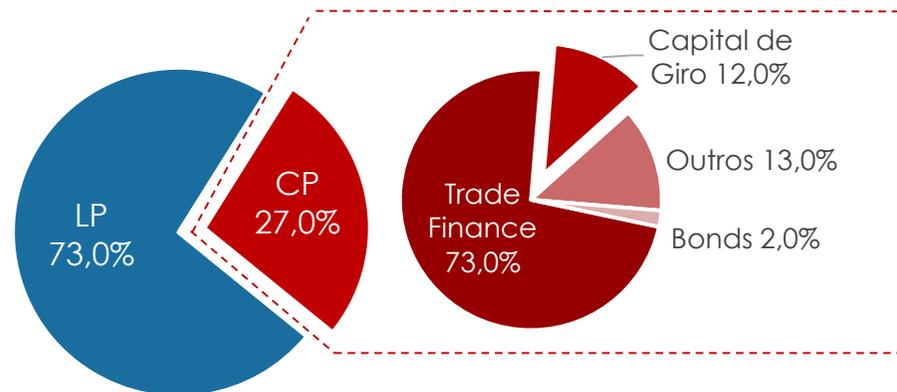
Abertura por Fonte



Abertura por Empresa



Perfil Curto e Longo Prazo



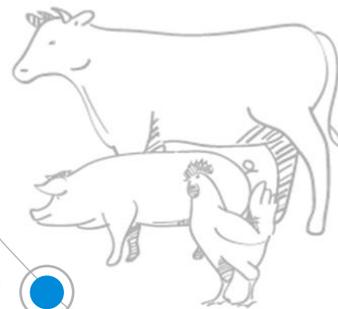


Sustentabilidade

COMO NÓS GERIMOS A **SUSTENTABILIDADE?**

Para nós, **Sustentabilidade** é:

Bem-estar
animal



Integridade
do produto



Mudanças
Climáticas

Água



Saúde e Segurança
do colaborador

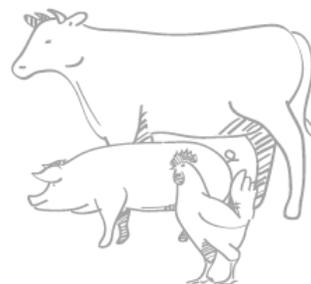


TEMAS
ESTRATÉGICOS
 Globais

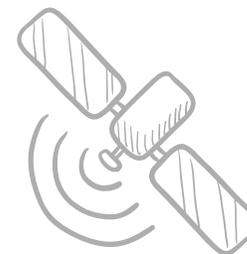


Qualidade

Segurança Alimentar



Bem-estar Animal



Sustentabilidade socioambiental e rastreabilidade do produto

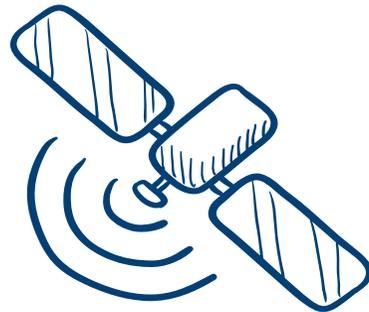
INTEGRIDADE DO PRODUTO

QUAL É NOSSA ABORDAGEM?





SUSTENTABILIDADE **SOCIOAMBIENTAL**



Produzimos **carne de qualidade e de forma sustentável**

Nossos fornecedores são selecionados de acordo com **critérios socioambientais**

JBS não compra matérias-primas de fazendas que:

estão envolvidas com o **desmatamento no bioma Amazônia depois de 2009**

tenham **embargos ambientais** na propriedade

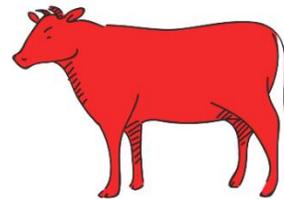
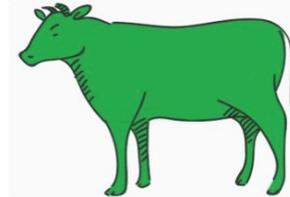
usem trabalho **análogo ao escravo**

estejam localizadas em **terras indígenas** ou **áreas de conservação ambiental**

Como garantimos a compra responsável de matérias-primas?

JBS desenvolveu um moderno **sistema de monitoramento socioambiental** que utiliza:

imagens de satélite, dados georreferenciados das fazenda e informações de órgãos do governo para analisar diariamente mais de **70.000 fornecedores de gado** no Brasil



OBJETIVO

Identificar e bloquear fornecedores que não estejam em conformidade com os critérios socioambientais da empresa



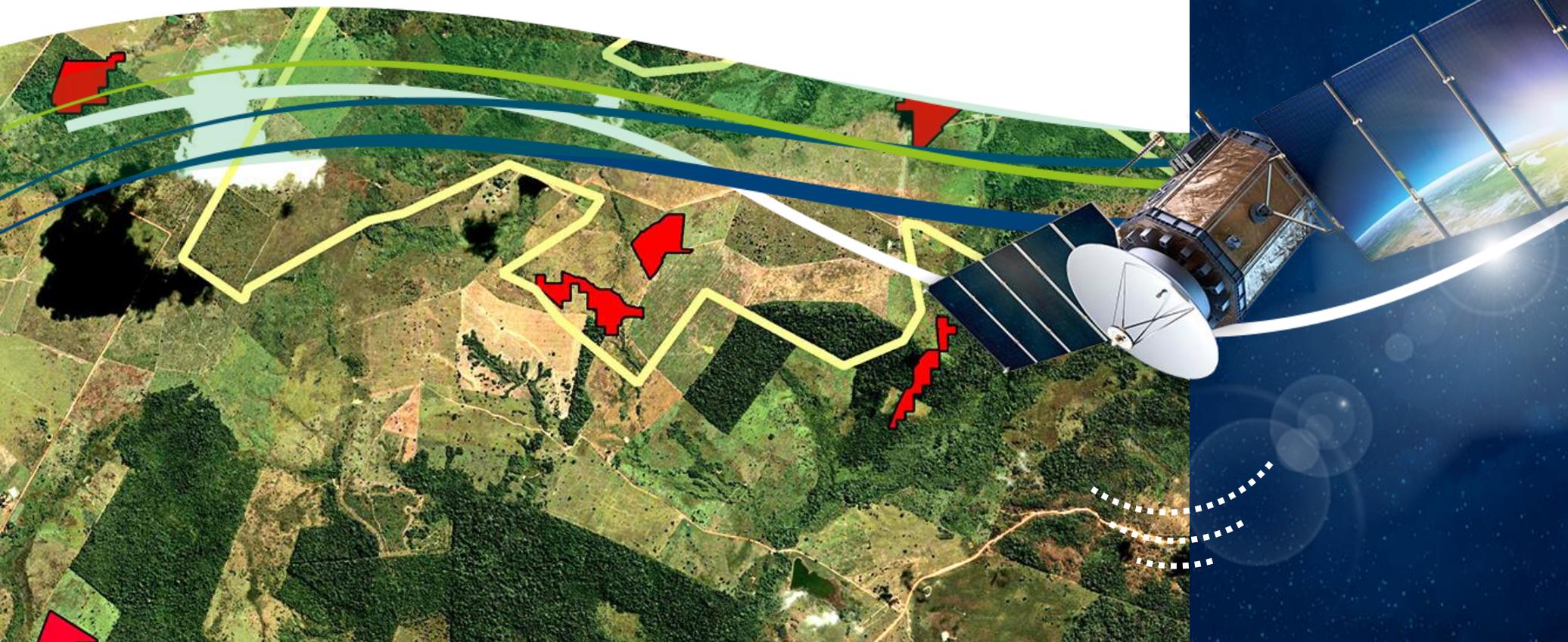
COMPRA SUSTENTÁVEL

Análise de **imagens de satélite** das fazendas

40.000 fornecedores de **gado** analisados **diariamente** na **região amazônica**

JBS monitora **59 milhões de hectares** (590.000 km²) em **437 municípios** na região da Amazônia

GLOBAL
BENCHMARK
no uso de **sistemas de geo-monitoramento**





TRANSPARÊNCIA E PRESTAÇÃO DE CONTAS

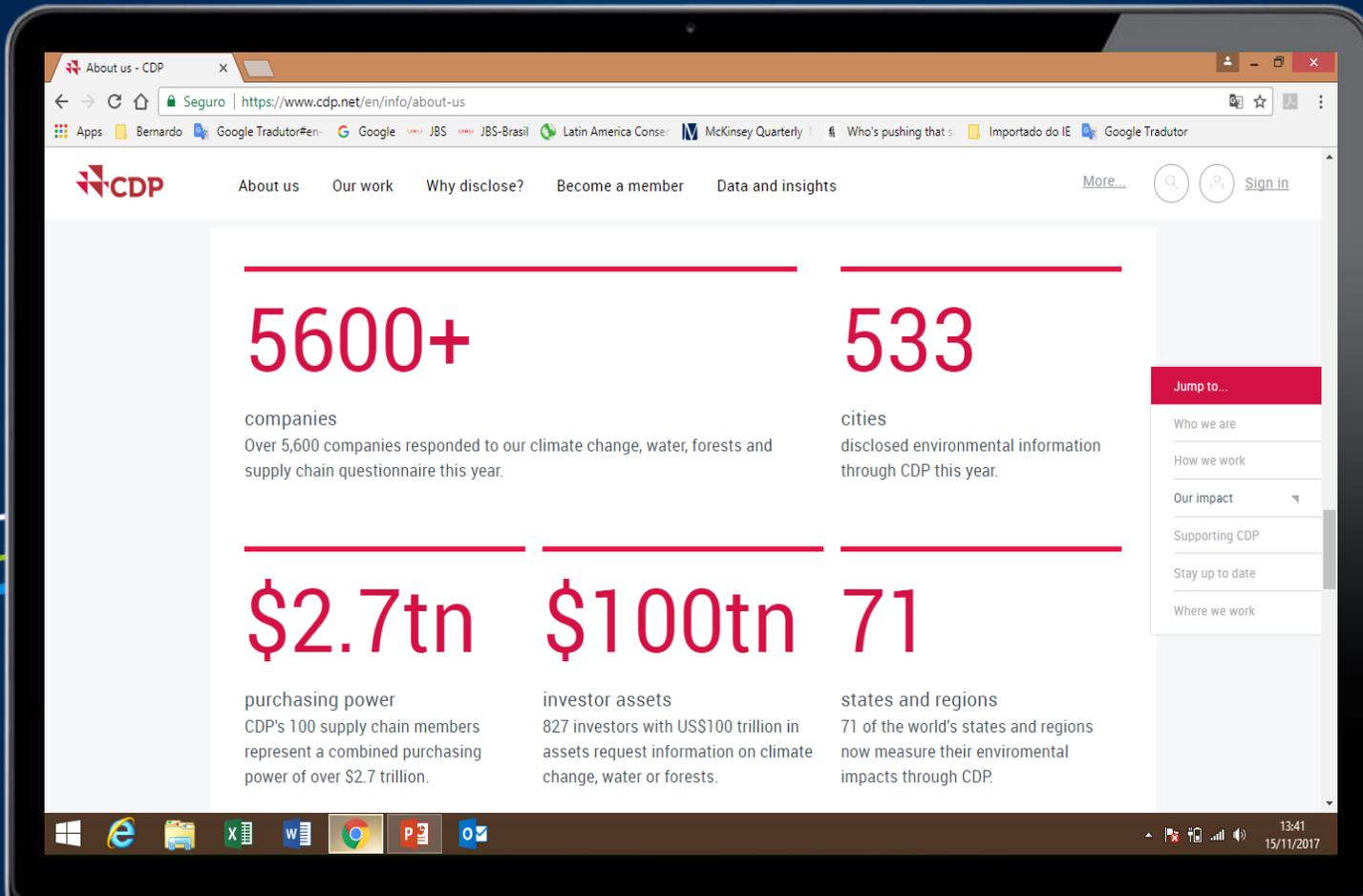
Compromisso Público da Pecuária no Brasil **GREENPEACE**

Auditoria Independente

| ANO (10%) | RESULTADO* | AMOSTRAGEM |
|--------------|------------|---|
| 2013 | 99,75% | 12,135 <small>operações de compra de gado verificadas</small> |
| 2014 | 99,97% | 12,221 |
| 2015 | 99,97% | 11,166 |
| 2016 | 99,97% | 9,198 ** |

*% de operações de compra de gado da JBS em conformidade com o "Compromisso Público da Pecuária" no Brasil

** 3 casos de não conformidade



5600+

companies

Over 5,600 companies responded to our climate change, water, forests and supply chain questionnaire this year.

533

cities

disclosed environmental information through CDP this year.

\$2.7tn

purchasing power

CDP's 100 supply chain members represent a combined purchasing power of over \$2.7 trillion.

\$100tn

investor assets

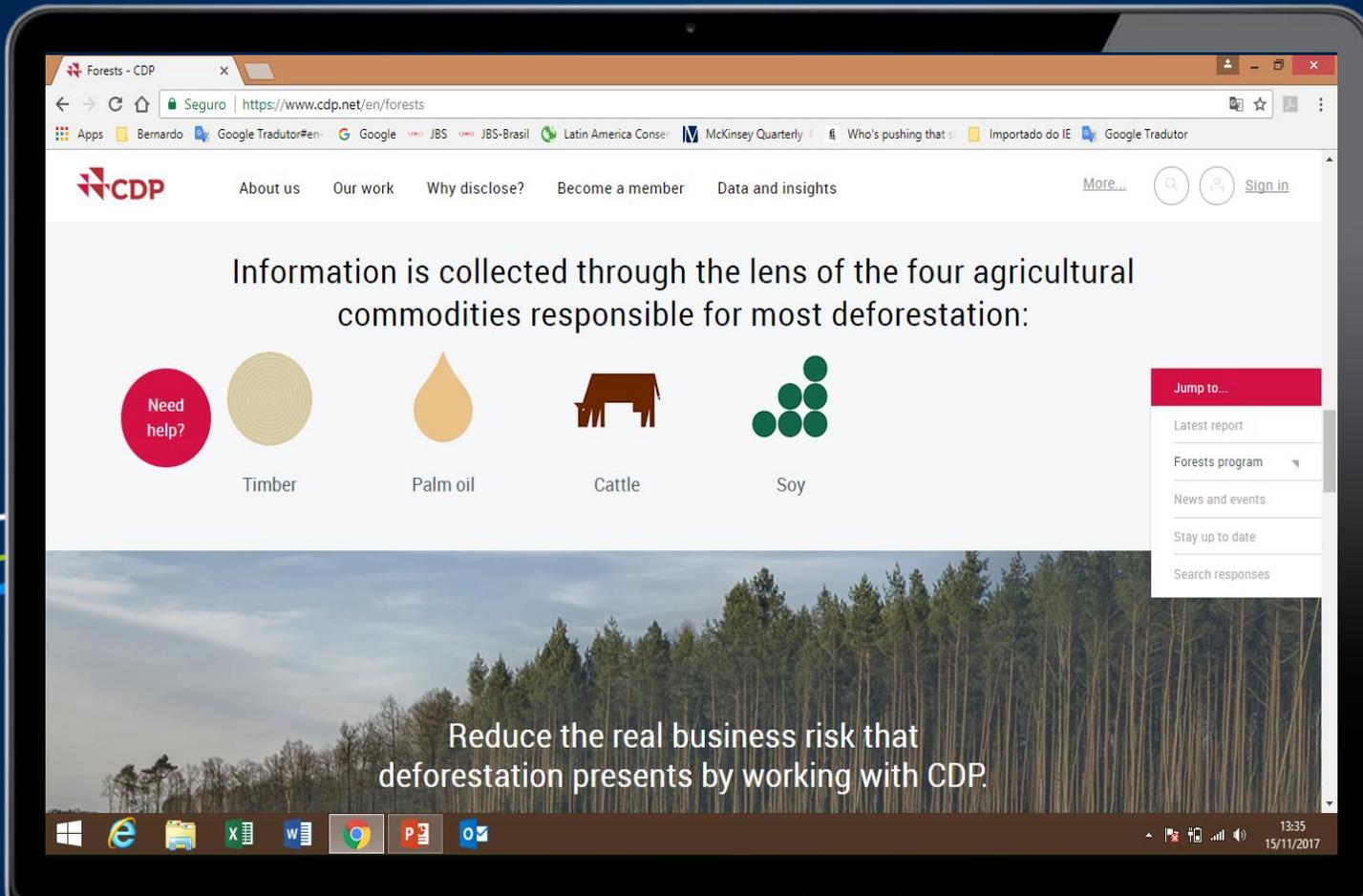
827 investors with US\$100 trillion in assets request information on climate change, water or forests.

71

states and regions

71 of the world's states and regions now measure their environmental impacts through CDP.

- Jump to...
- Who we are
 - How we work
 - Our impact
 - Supporting CDP
 - Stay up to date
 - Where we work



Information is collected through the lens of the four agricultural commodities responsible for most deforestation:



Need help?



Timber



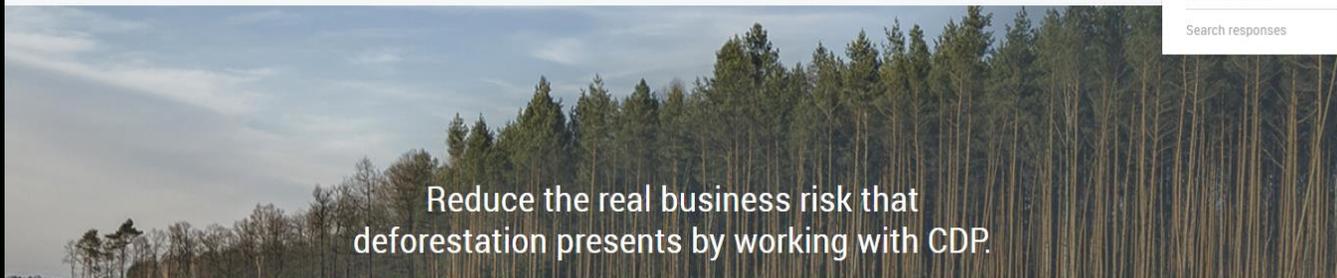
Palm oil



Cattle



Soy



Reduce the real business risk that deforestation presents by working with CDP.



Scores 2017 - CDP

Seguro | https://www.cdp.net/en/scores-2017

Apps | Bernardo | Google Tradutor#en- | Google | JBS | JBS-Brasil | Latin America Conser | McKinsey Quarterly | Who's pushing that s | Importado do IE | Google Tradutor

CDP About us Our work Why disclose? Become a member Data and insights More... Sign in

Company: Todos Country: Todos Sector: Todos Climate score: Todos Water Score: Todos Forest: Timber score: Todos Forest: Palm Oil sco... Todos Forest: Cattle Produ... A,A-B,B-C Forest: Soy score: Todos Restaurar

2017 Program Scores

| T | Company | T Country | T Sector | T Forest: Timber sco | T Forest: Palm Oil sc | T Forest: Cattle Proc ↓ | T Forest: Soy score | | | |
|----|-----------------------------|----------------|------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|--|--|--|
| 1 | Unilever plc | United Kingdom | Consumer Staples | A | A | A | A | | | |
| 2 | Sodexo | France | Consumer Discretionary | A- | A- | A- | B | | | |
| 3 | Reckitt Benckiser | United Kingdom | Consumer Staples | A- | A- | A- | A- | | | |
| 4 | Kering | France | Consumer Discretionary | A- | * | A- | * | | | |
| 5 | Burberry Group | United Kingdom | Consumer Discretionary | A- | C | A- | * | | | |
| 6 | JBS S/A | Brazil | Consumer Staples | A- | * | A- | B | | | |
| 7 | Nestlé | Switzerland | Consumer Staples | A- | A- | A- | A- | | | |
| 8 | Inditex | Spain | Consumer Discretionary | A- | * | A- | * | | | |
| 9 | Conagra Brands Inc | USA | Consumer Staples | B | B | B | B | | | |
| 10 | Minor International PCL | Thailand | Consumer Discretionary | B | B | B | B | | | |
| 11 | Kingfisher | United Kingdom | Consumer Discretionary | A- | * | B | * | | | |
| 12 | Grupo André Maggi | Brazil | Consumer Staples | B | * | B | B | | | |
| 13 | Tyson Foods, Inc. | USA | Consumer Staples | * | * | B | B | | | |
| 14 | Marfrig Global Foods S/A | Brazil | Consumer Staples | B- | D | B | D | | | |
| 15 | Campbell Soup Company | USA | Consumer Staples | B | B | B | B | | | |
| 16 | J Sainsbury Plc | United Kingdom | Consumer Staples | B | A- | B | B | | | |
| 17 | Marks and Spencer Group plc | United Kingdom | Consumer Discretionary | B | B | B | B | | | |

Jump to...
The A List
What is leadership?
The growth of action

Scores 2017 - CDP

Seguro https://www.cdp.net/en/scores-2017

Apps Bernardo Google Tradutor#en Google JBS JBS-Brasil Latin America Conser McKinsey Quarterly Who's pushing that s Importado do IE Google Tradutor

CDP About us Our work Why disclose? Become a member Data and insights More... Sign in

Company: Todos Country: Brazil Sector: Consumer Discr Climate score: Todos Water Score: Todos Forest: Timber score: Todos Forest: Palm Oil sco... Todos Forest: Cattle Produ... A,A-B,B-C,D,D- Forest: Soy score: Todos Restaurar

2017 Program Scores

| T | Company | T Country | T Sector | T Forest: Timber sco | T Forest: Palm Oil sc | T Forest: Cattle Proc ↓ | T Forest: Soy score | | | |
|----|---|-----------|------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|--|--|--|
| 1 | JBS S/A | Brazil | Consumer Staples | A- | * | A- | B | | | |
| 2 | Grupo André Maggi | Brazil | Consumer Staples | B | * | B | B | | | |
| 3 | Marfrig Global Foods S/A | Brazil | Consumer Staples | B- | D | B | D | | | |
| 4 | Minerva Foods | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 5 | Lojas Americanas S/A | Brazil | Consumer Discretionary | F | F | F | F | | | |
| 6 | COAMO Agroindustrial Cooperativa | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 7 | Lojas Renner S.A. | Brazil | Consumer Discretionary | F | F | F | F | | | |
| 8 | Granol | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 9 | Grupo Boticário | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 10 | M Dias Branco SA | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 11 | MRV Engenharia e Participações | Brazil | Consumer Discretionary | F | F | F | F | | | |
| 12 | Cia. Brasileira de Distribuicao (CBD) Grupo Pao de Acucar | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 13 | Hypermarcas S/A | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 14 | Bombril S.A. | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |
| 15 | Brazil Pharma S A | Brazil | Consumer Staples | F | F | F | F | | | |

Jump to...
The A List
What is leadership?
The growth of action

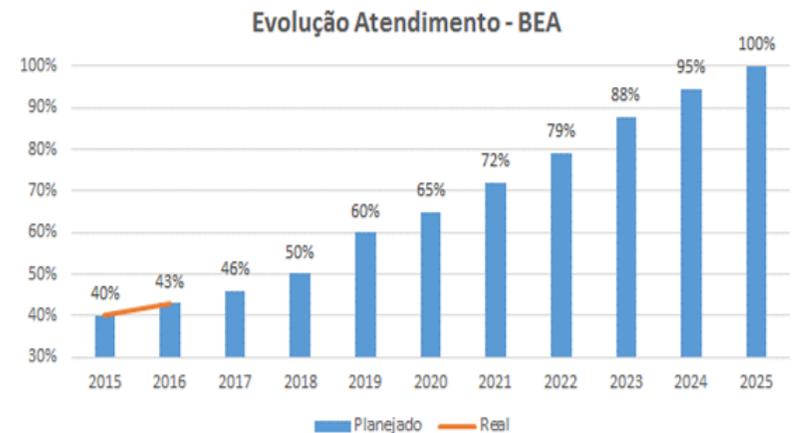
BEM-ESTAR ANIMAL

GAIOLAS DE GESTAÇÃO DE MATRIZES SUÍNAS



COMPROMISSO

Em 2015, a **Seara** assumiu o compromisso de realizar até **2025** a transição do sistema de gaiolas de gestação individual para o de gestação coletiva em sua produção de suínos.



BEM-ESTAR ANIMAL

OVOS DE GALINHAS LIVRES DE GAIOLAS



COMPROMISSO

A **Seara** assumiu, em 2017, o compromisso de comprar ovos comerciais, que são utilizados como ingredientes em seus produtos, somente de galinhas criadas livres de gaiolas.

Até **2020**, os produtos fabricados pela JBS no Brasil não farão mais uso de ovos provenientes de animais confinados.



JBS

FAÇA SEMPRE O
CERTO ✓
PROGRAMA DE COMPLIANCE JBS

Programa de Compliance

AGENDA



- Importância de se ter Compliance
- Pilares do Programa
- Eventos recentes 2017
- Medidas estruturantes
- Objetivos 2018
- Controle e Compliance



IMPORTÂNCIA DE SE TER COMPLIANCE

CONSIDERANDO

- No mundo há a possibilidade de **irregularidades**;
- **Aumento da responsabilidade das empresas** por atos de pessoas vinculadas a ela;
- **Incentivos para leniência**.

CONSEQUÊNCIA

- Possibilidade de **cometimento de irregularidades, apuração de ilícitos e responsabilização** da empresa por sua práticas.

REMEDIAÇÃO

- **Impedir e/ou desestimular a conduta ilícita:**
 - investimentos em controle; cumprimento do programa nas avaliações de desempenho; remuneração variável, efetividade na aplicação da penalidades...;
- **Viabilizar a antecipação da sua apuração evitando consolidação de prejuízos, escândalos etc.**
 - implantação de sistema de denúncia efetiva, auditorias e sistemas de controles internos e externos.

PROGRAMA DE COMPLIANCE COM FUNÇÃO PREVENTIVA

PILARES DO PROGRAMA DE COMPLIANCE JBS



EVENTOS RECENTES 2017

Divulgação do acordo de leniência entre a J&F e o Ministério Público Federal.

J&F assina acordo de leniência com o Ministério Público Federal, preservando a JBS de qualquer impacto financeiro.

Maio

JBS anuncia a criação de novos Comitês (Governança e Partes Relacionadas) e a implementação do Programa de Compliance “**FAÇA SEMPRE O CERTO**”.



28/06

Reunião realizada com a **ALTA DIREÇÃO** (Presidentes de Negócio e Diretoria Executiva), visando o comprometimento da liderança com o Programa de Compliance da JBS – “Tone at/ from the Top”.

25/07

JBS conclui o **TREINAMENTO DE COMPLIANCE** com todos os **DIRETORES** no Brasil (**120**).

Apresentações e treinamentos no Encontro Anual de Carnes na sede e nas unidades de Cuiabá/MT e Campo Grande/MS; e na reunião de Lideranças de Suprimentos em Itajaí/SC (aprox. **270 LÍDERES**).

21/09

14/06

MARCELO PROENÇA é nomeado Diretor Global de Compliance e **WHITE&CASE** contratado para apoiar a criação do **PROGRAMA GLOBAL DE COMPLIANCE**.

25/07

JBS Brasil anuncia a celebração de **ACORDOS PARA A PRESERVAÇÃO DE LINHAS DE CRÉDITO** para garantir a liquidez financeira e a normalização de suas operações.

Jul/Ago/Set

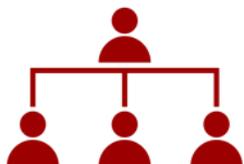
Eventos com lideranças para **DIVULGAÇÃO DO PROGRAMA DE COMPLIANCE**.

04/12

Lançamento do novo Canal de Denúncias.



MEDIDAS ESTRUTURANTES



Alteração do reporte da Diretoria de **COMPLIANCE**, passando a **RESPONDER** diretamente **AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO** da JBS e **REESTRUTURAÇÃO** (ampliação) **DA EQUIPE DE COMPLIANCE**.



Reunião realizada com a **ALTA DIREÇÃO** (Presidentes de Negócio e Diretoria Executiva), visando o comprometimento da liderança com o Programa de Compliance da JBS – “Tone at/from the Top”.



Evento “**FALE COM O COMPLIANCE**” em julho de 2017, para 600 líderes (aprox.) da Matriz, comunicando a reestruturação do departamento, seus papéis e responsabilidades.

Replicação para líderes de Novos Negócios (Lins/SP).



Início do mapeamento de possíveis **CONFLITOS DE INTERESSE** para nível de diretoria.



Colaboração com a **TRANSPARÊNCIA INTERNACIONAL** contribuindo com o índice de Transparência em Relatórios Corporativos.



CRIAÇÃO DE COMITÊS DE ÉTICA:

Comitê de Ética JBS
Assessora o Conselho de Administração, orienta e define regras para situações não previstas, acompanha e sugere alterações para o Programa de Compliance.

5 Comitês de Negócios e 1 Corporativo

Deliberam e tratam as denúncias recebidas e apuradas, assim como suportam a aplicação das consequências.

MEDIDAS ESTRUTURANTES



AMPLIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO sobre temas de Compliance.

Exemplo: Pílulas do Conhecimento de Compliance (Saiba Mais, e-mail e intranet).



Contratação da Deloitte para implementação de metodologia de **DUE DILIGENCE PARA TERCEIROS**.

1.116 DUE DILIGENCES realizadas (jan a nov 2017) entre pessoas físicas e jurídicas.



REVISÃO DE POLÍTICAS E DO MANUAL DE CONDUTA ÉTICA DA JBS, além do desenvolvimento de novos documentos, com o objetivo de disseminar as melhores práticas de compliance existentes no mercado – trabalho já iniciado e que perdurará ao longo do tempo.

Lançamento das **POLÍTICAS DE CONSEQUÊNCIA, APURAÇÃO DE DENÚNCIAS** e **REGIMENTO DOS COMITÊS**.

Desenvolvimento de outras políticas tais como: **REMUNERAÇÃO VARIÁVEL VINCULADA AO COMPLIANCE** e **ANTICORRUPÇÃO** (aprimoramento).



CONTROLES

Alteração nos procedimentos de **DOAÇÕES** e **PATROCÍNIOS**.

Avaliação de **225 DOAÇÕES** (jul a nov 2017), tendo sido **30% REPROVADAS**.

Bloqueio de **162 TERCEIROS** em todos os sistemas da Cia por citação na delação premiada.



Identificação e **TREINAMENTO DE MEMBROS DOS COMITÊS** e **DE APURADORES** que realizarão as investigações derivadas do novo canal de denúncias Linha Ética JBS (aproximadamente 30 colaboradores/apuradores e 20 membros de Comitês).

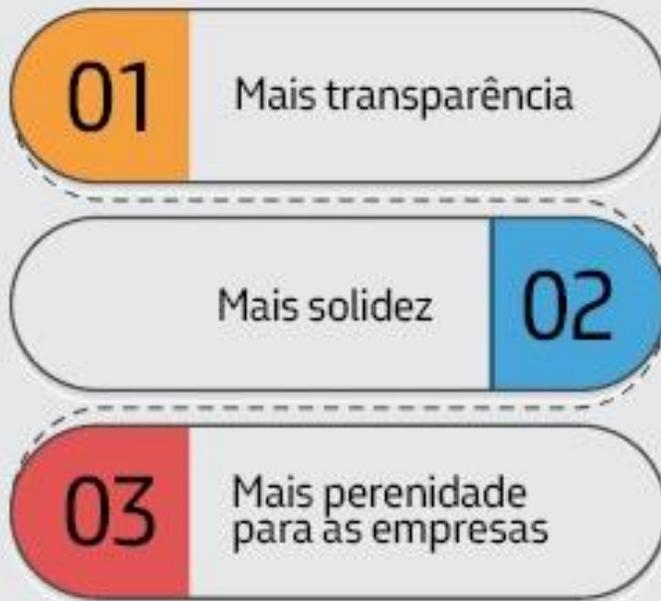
OBJETIVOS 2018

- 1 Ampliação do Programa de Compliance para os demais países de atuação da JBS.
- 2 Substituição de Códigos de Conduta locais por um documento único e global.
- 3 Expansão e aprimoramento das atividades de *due diligence* de terceiros.
- 4 Lançamento do Programa de Treinamentos global, análise de sua eficácia e aprimoramentos com base em riscos apurados e denúncias recebidas.
- 5 Ampliação e aprimoramento na Comunicação.
- 6 Identificação, análise e endereçamento dos riscos que a JBS enfrenta nas operações.
- 7 Acompanhamento das investigações e análise da má conduta passada, buscando processos e controles que impeçam a repetição da má conduta.
- 8 Monitoramento contínuo do Programa de Compliance.
- 9 Aprimoramento da Governança: Compliance x Alta Direção x CA x Comitês



CONTROLE E COMPLIANCE

Controle e Compliance
são o caminho para:



Engajamento da cúpula

O sucesso de programas desse tipo só é possível com o engajamento da alta cúpula da companhia.

Num ambiente de negócios cada vez mais arriscado, melhorar os sistemas de controle de riscos e de compliance virou necessidade e também um diferencial competitivo.

Foto: THINKSTOCK | Fonte: EPOCA NEGÓCIOS ON-LINE

<http://epocanegocios.globo.com/Publicidade/Petrobras/noticia/2017/06/gestao-de-risco-e-compliance-fazem-diferenca.html>

*A perenidade de empresas vem
acompanhada, constantemente, de robustos
e responsáveis*

Programas de Compliance.



COMPLIANCE É CULTURA!

compliance@jbs.com.br

NOSSOS VALORES

DETERMINAÇÃO

Seja implacável. Entregue resultados superiores. Adote um senso de urgência e faça as coisas acontecerem.

SIMPLICIDADE

Seja prático. Foque no que é realmente necessário. Evite burocracia. Seja mão-na-massa.

DISPONIBILIDADE

Seja aberto e receptivo. Esteja sempre preparado e motivado a novos desafios.

HUMILDADE

Saiba ouvir. Seja prestativo e aja com respeito. Priorize o time acima de si mesmo. Valorize a opinião dos outros.

FRANQUEZA

Seja direto, verdadeiro e transparente. Exprese sua opinião de forma respeitosa. Saiba dizer não, mas seja positivo e apresente soluções.

DISCIPLINA

Seja pontual. Cumpra com os compromissos. Entregue resultados. Não crie desculpas.

ATITUDE DE DONO

Seja comprometido com os resultados. Foco no detalhe. Assuma a responsabilidade.

Missão da JBS

“Seremos 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.”



DISCLAIMER

Nós fazemos declarações sobre eventos futuros que estão sujeitas a riscos e incertezas. Tais declarações têm como base crenças e suposições de nossa Administração e informações a que a Companhia atualmente tem acesso. Declarações sobre eventos futuros incluem informações sobre nossas intenções, crenças ou expectativas atuais, assim como aquelas dos membros do Conselho de Administração e Diretores da Companhia.

As ressalvas com relação a declarações e informações acerca do futuro também incluem informações sobre resultados operacionais possíveis ou presumidos, bem como declarações que são precedidas, seguidas ou que incluem as palavras "acredita", "poderá", "irá", "continua", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "estima" ou expressões semelhantes.

As declarações e informações sobre o futuro não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e suposições porque se referem a eventos futuros, dependendo, portanto, de circunstâncias que poderão ocorrer ou não. Os resultados futuros e a criação de valor para os acionistas poderão diferir de maneira significativa daqueles expressos ou sugeridos pelas declarações com relação ao futuro. Muitos dos fatores que irão determinar estes resultados e valores estão além da nossa capacidade de controle ou previsão.