

RELATÓRIO DE
PROGRESSO DO PLANO
DE SUSTENTABILIDADE
DA ALEGRA FOODS

2017



RELATÓRIO



SUSTENTABILIDADE



PALAVRA DOS PRESIDENTES

Renato Greidanus
PRESIDENTE FRÍSIA

Erik Bosch
PRESIDENTE CAPAL

Frans Borg
PRESIDENTE CASTROLANDA



COM A FORÇA DA UNIUM

Quando iniciamos com a Alegria o Brasil começou a viver a pior crise econômica das últimas décadas. Entramos com uma marca nova num cenário de retração de mercado. Com grande esforço conseguimos apresentar a Alegria e abrir mercado em vários países. Estamos subindo. A aceitação de nossa carne está sendo muito boa. Caiu no gosto das pessoas. Graças à nossa qualidade estamos entrando em muitos nichos de mercado, em grandes redes. Os mercados estão nos aceitando pela qualidade e pela simpatia que o público está tendo pela marca.

Observando esses acontecimentos recentes, acreditamos que a criação da Alegria foi uma decisão acertada que praticamos. Sem a indústria, temos certeza de que muitos produtores teriam abandonado a suinocultura, com prejuízos imensos para o setor e para toda estrutura de nossas cooperativas. Então vamos prosseguir com nossas ações na Unidade Industrial de Carnes, em busca da melhoria contínua, de forma dinâmica e inovadora sob esse amplo guarda-chuva da intercooperação que chamamos Unium.

O compromisso das cooperativas com seus produtores, colaboradores e clientes é desenvolver um produto diferenciado, de muita qualidade, com constância, rastreado, com certificação de origem e muita transparência, que possa agregar valor à matéria prima fornecida pelo associado. É nossa responsabilidade e propósito trabalhar os fatores social, econômico e ambiental de forma equilibrada, integrada e fortalecida com as melhores práti-

cas de gestão. Exercemos a governança corporativa com ética e transparência, visando a melhoria sustentada dos nossos resultados e o atendimento às expectativas dos diversos públicos.

Como organização dos produtores, as cooperativas possuem um compromisso que envolve as famílias dos associados, colaboradores, comunidade, clientes e sociedade em geral nas regiões onde atuam e possuem raízes, pois os resultados dos seus negócios são aplicados na própria região. Este é o compromisso econômico. O social vem através da formação das pessoas, do desenvolvimento e bem estar. E o ambiental é natural pois faz parte da sustentabilidade na produção e industrialização na própria região onde vivem, tendo como rastrear e certificar todos os elos da cadeia de produção.

Num cenário de crise e dificuldades não podemos olhar tudo pelo copo meio vazio. Vamos olhar pelo copo meio cheio. Estamos conseguindo. Estamos trabalhando fortemente com o campo, com a indústria, para reverter e achar o que podemos melhorar, porque é no momento de crise que devemos estar abertos a mudanças. Nossos projetos para o futuro talvez tenham um pequeno 'delay' e não andem com a rapidez planejada. Mas vão continuar. Não tem como parar. Estamos trabalhando para chegar o quanto antes aos 4.500 suínos/dia, que é um número que a indústria precisa para trabalhar de maneira adequada aos seus custos. Vamos prosseguir com fé, trabalho, e a força da união de nossas cooperativas.



PALAVRA DO **SUPERINTENDENTE** Ivonei Durigon

“
A MARCA
QUE FICA
DE 2017
É DE UM
ANO DE
GRANDES
AVANÇOS.”

Com muita gratidão ao Criador que nos concedeu chegar ao final de mais uma etapa de trabalho e nos permitiu levar bem-estar a nossos grupos de interesse criando soluções para suas necessidades, entregamos agora o Relatório de Sustentabilidade 2017 da Alegria.

A marca que fica de 2017 é de um ano de grandes avanços. Diante de seu primeiro grande teste, num ano de fortes impactos com consequências danosas para o mercado de carnes e para grandes empresas do país com a Operação Carne Fraca, no entanto nossa marca Alegria avançou e cresceu.

Herdeiros dos valores que as cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal criaram, respeitamos e seguimos, soubemos enfrentar a crise. Com menos de três anos de presença no mercado demonstramos maturidade e tornamos evidente que a Alegria encontra-se no caminho correto, cumprindo com os valores das cooperativas e com as legislações às quais a produção de alimentos está submetida. A planta da Alegria foi reconhecida e certificada para o bem estar animal, conquistou mais duas novas habilitações para o mercado internacional, totalizando 26 países. No mercado interno dobramos o número de pontos de venda, crescendo em 188% nosso volume de industrializados e cortes especiais, comparativamente a 2016.

Nosso rol de conquistas soma o lançamento de 21 novos produtos, dentre eles e em destaque a linha de finas fatias de copa, salames, presuntos; presunto defumado, linha skin pack inovando em cortes gourmet e embalagem diferenciada para

apresentação e conservação de produtos. Criamos uma área de Food Solution para dar maior atenção aos atuais clientes e ampliarmos nossa participação nesse mercado que vem crescendo de forma significativa no Brasil, especialmente nas principais redes de Fast Food do país. Os investimentos na Unidade Industrial em 2017 chegaram a 23,39 milhões visando ampliar a capacidade de produção em 29% e dar estabilidade com inovação para um crescimento sustentável. Neste ano geramos mais 733 novos empregos diretos.

Para 2018 temos o desafio e a oportunidade de crescer ainda mais, ampliando nossa participação tanto no mercado internacional como no mercado interno, especialmente em volume de nossos produtos industrializados para o varejo.

É importante registrar que 2018 começa já com um fato relevante para o comércio de carne suína, que foi o fechamento, em novembro de 2017, das exportações de suínos para a Rússia, responsável pela compra de aproximadamente 40% do volume exportado pelo Brasil.

Independentemente da conjuntura, norteados pelos princípios da intercooperação que nos regem, reafirmamos nossa convicção de prosseguir com nossa atividade, dando sustentabilidade à cadeia da suinocultura para os cooperados contribuindo com a promoção do trabalho, crescimento econômico, a redução das desigualdades, o desenvolvimento local, regional e global. [102-14]

SOBRE O RELATÓRIO

Com este documento a Alegra apresenta à sociedade brasileira e internacional o seu Relatório Anual de Sustentabilidade. Visando compartilhar os impactos do seu modelo de negócios ao longo do ano de 2017.

Aqui estão os destaques da atuação da Alegra, com foco nas dimensões econômica, social e ambiental. O objetivo é apresentar aos seus públicos de interesse, com transparência e conectividade, como a Alegra integra essas dimensões.

Este, portanto, é um documento de periodicidade anual que apresenta os mais relevantes fatos protagonizados pela Unidade Industrial de Carnes Alegra, também descrita ao longo do texto pelo seu nome fantasia “Alegra” durante o ano de 2017 e presta contas a respeito do seu desempenho, a cada ano, endereçado principalmente aos seus stakeholders. **[102-45], [102-45]**

Diferentemente da edição do relatório referente ao ano de 2016, o qual seguiu a versão G-4 da Global Reporting Initiative (GRI), este relatório foi preparado de acordo com a versão mais recente, a GRI Standards, na sua opção essencial, reportando as informações econômicas, ambientais e sociais da organização. **[102-54],[102-54]**

As informações e dados apresentados aqui são referentes ao período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2017 e abrangem todas as operações industriais, administrativas e atuação com parceiros. As informações coletadas com as diversas áreas, foram aprovadas pela estrutura de governança da Unidade de Carnes. Somente os dados econômico-financeiros foram

verificados pelos auditores independentes da PricewaterhouseCoopers (PWC), conforme Relatório Anual da Castrolanda Cooperativa Agroindustrial Ltda. **[102-32], [102-50], [102-56]**

Buscando maior interatividade, melhor divulgação e melhor entendimento das informações por parte do leitor, este relatório sofreu algumas mudanças na sua estrutura e organização de tópicos quando comparado ao ano anterior.

O relatório referente ao ano de 2017 foi dividido em oito tópicos principais, sendo: Sobre o relatório, Alegra, Mercado e Produtos, Pessoas, Resultados Econômicos, Resultados Ambientais, Qualidade e Bem Estar Animal e Sumário, e estes foram subdivididos em subtópicos semelhantes aos tópicos do relatório de 2016. Além destas informações foram inseridos os temas: Destaques 2017, Gestão hídrica e Gestão de Materiais e Resíduos. **[102-49]**

E- mail: comunicacaoalegra@castrolanda.coop.br
 Telefone: 42 3234 8215
 Sac: 0800 646 1050
 Site: www.alegrafoods.com.br
 Facebook: facebook.com/AlegraFoods/
 Instagram: instagram.com/alegrafoods/
 LinkedIn: linkedin.com/company/alegrafoods/
[102-53]

REFORMULAÇÃO DE INFORMAÇÕES

- Nos disclosures relacionados à energia [302-1, 302-3, 302-4, 302-5] foram inseridos dados de consumo de GLP pelas empilhadeiras os quais não foram considerados no relatório referente ao ano de 2016.

- No disclosure [102-5] que se refere a natureza e forma jurídica da operação foi inserido o nome fantasia Unium que representa a união de negócios das cooperativas Castrolanda, Frísia e Capal em determinados ramos comerciais.

- Nos disclosures [102-18] [202-2] e [405-1], que se referem a estrutura de governança, foram alterados os métodos de definição dos mesmos. Em 2016 era definido como governança apenas Superintendente e Gerentes. Para este relato foi definido como governança o Superintendente e todos os gestores que respondem diretamente para o mesmo.

- No disclosure [201-1], as informações referentes a valor intangível sofreram alteração em seu método de cálculo, pois no ano de 2017 foi feita uma classificação e análise na conta. Somente o que era realmente intangível permaneceu na conta, o que não era foi transferido para resultado. Ajuste esse realizado conforme solicitado pela diretoria e auditoria da Castrolanda.

- No disclosure [401-1], foi atualizado o procedimento de cálculo para rotatividade. No relatório de 2016 foi descrito o valor de rotatividade mensal considerando o quadro médio daquele ano. Para o relatório de 2017, de modo a atender aos requisitos do disclosure, foi relatada a rotatividade anual considerando o número total de empregados no final do período. **[102-48]**





CONVERSAS SOBRE NOSSOS PÚBLICOS

A busca pela excelência faz parte da genética da Alegria. É herança das cooperativas holandesas que lhes dão suporte cultural, técnico e econômico, através da Unium, o grande guarda-chuva das marcas da intercooperação na região dos Campos Gerais no Paraná, Brasil.

A intercooperação é um modelo de negócios que garante alianças estratégicas em investimentos que oferecem ao cooperado alternativa rentável e estruturada no mercado. Também promove um dos princípios do cooperativismo (a união), pois juntas as cooperativas ganham escala de produção e força nos mercados regional, nacional e internacional.

Exceder as expectativas de clientes, parceiros e investidores é parte integrante de sua estratégia de negócios. A superação buscada de forma contínua, abrange inovar em produtos, processos e relacionamentos, e entender as tendências e demandas dos consumidores.

[102-42]

Por isso a Alegra trabalha para colocar em cada lar, mercado ou restaurante dos países aonde chega soluções de qualidade, inovadoras, confiáveis, e com alto componente nutricional responsável. E assim também trabalha para ser a opção preferida dos clientes e consumidores, o melhor lugar para trabalhar de seus colaboradores, o aliado ideal para o crescimento e desenvolvimento de provedores e comunidades.

A empresa tem consciência de que os recursos naturais do Planeta são limitados, que as pressões do crescimento populacional e desenvolvimento econômico são cada vez maiores, e que as decisões e operações da indústria tem um impacto tanto positivo como negativo na sociedade e no meio ambiente. Em função disso, reafirma seu compromisso de levar o bem-estar a seus grupos de interesse, e garantir que, para a indústria o que importa acima de tudo é o bem-estar das pessoas, mas com uso responsável, inovador e sustentável dos recursos energéticos naturais.

Esses temas são pautas permanentes da comunicação da Alegra com seus públicos, quando se oportuniza o esclarecimento de dúvidas, alinhamento de estratégias, quando atua como agente na divulgação de valores expondo o caráter transparente das ações da indústria. [102-42]

“ queremos reafirmar nosso compromisso de levar o bem-estar a nossos grupos de interesse, e garantir que, para nós, o que importa acima de tudo é o bem-estar das pessoas!”



ABORDAGENS COM NOSSOS STAKEHOLDERS

CLIENTES E CONSUMIDORES

Objetivo: Evidenciar a qualidade dos produtos e processos operacionais.

Abordagem: Relacionamento constante por meio de visitas semanais apoiado por materiais informativos, institucionais e publicitários, ações nos pontos de venda e diariamente com os serviços de atendimento ao consumidor (SAC) e mídias sociais.

COLABORADORES

Objetivo: Reter e desenvolver talentos, compartilhar valores e princípios para o desenvolvimento humano e profissional.

Abordagem: Os colaboradores são, diariamente impactados por materiais de comunicação interna e também recebem treinamentos e programas de conscientização relacionados à segurança e saúde. Semanalmente há encontros entre superintendente, gerencia e colaboradores.

FORNECEDORES E PARCEIROS

Com fornecedores e parceiros a comunicação objetiva assegurar o alinhamento estratégico, de valores e princípios, através de relacionamento por meio de encontros e reuniões mensais específicos com cada setor.

COOPERADOS

Com o cooperado busca desenvolver com base nas normativas internas de qualidade o alinhamento

estratégico de valores e princípios. O canal de comunicação aberto e transparente com os cooperados se dá através de encontros semanais e visitas previamente agendadas.

SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA

Para a sociedade civil organizada a indústria busca ser referência na produção de alimentos beneficiando a comunidade. A abordagem se dá através de diálogos mensais com os sindicatos sobre assuntos referentes às relações trabalhistas.

COMUNIDADES

Em relação às comunidades a comunicação se estabelece de forma direta através de visitas previamente agendadas com escolas técnicas, universidades e clientes ao complexo industrial. Ações e campanhas de doações são realizadas eventualmente. O objetivo nesse caso é garantir o desenvolvimento e sustentabilidade do entorno.

FINANCIADORES E BANCOS

Com financiadores e bancos a comunicação cumpre o objetivo de conquistar a confiança do público por meio da transparência com que se comunica os resultados operacionais e financeiros. Esse diálogo acontece através da Cooperativa Castrolanda. [102-40] [102-43]

Para o ano de 2017 foi planejado a elaboração um plano de engajamento de stakeholders bem estruturado, de forma a atender melhor a demanda destas partes envolvidas. Porém, devido a algumas mudanças na estrutura organizacional das partes que compõe a Alegria, este plano de engajamento teve de ser postergado, tendo seu início somente no de 2018.



[102-40]

MATERIALIDADE

A matriz de materialidade para o relato de 2017 segue a mesma relatada no ano anterior, após reuniões realizadas com a superintendência para definir os temas materiais, prioridades e definições que teriam mais relevância para a organização. Porém, visando uma divulgação e entendimento por parte do público, apresenta-se a materialidade de 2016 em cinco temas globais, sendo eles: Mercados e Produtos, Pessoas, Resultados Econômicos, Resultados Ambientais e Qualidade e Bem Estar Animal. **[102-46] [102-47]**

Os principais tópicos e preocupações dos stakeholders, direcionam nas tomadas de decisões e na forma de relacionamento com os públicos, como mostra o quadro ao lado.

[102-44] [103-1]

TÓPICO MATERIAL[GRI 102-47]	SUBTÓPICOS	TÓPICOS GRI RELACIONADOS	LIMITE DENTRO DA ALEGRA [GRI 103-1]	LIMITE FORA DA ALEGRA [GRI-103-1]
MERCADOS E PRODUTOS	Práticas de compras	204-1	Alta Liderança/Gestores/Cooperados	Fornecedores de insumos/Suinocultores/ Comunidade Local
	Saúde e Segurança do Cliente	416-1	Alta Liderança/Gestores	Consumidores/Clientes
PESSOAS	Presença no Mercado (Gerentes sêniores contratados na comunidade local)	202-1	Alta Liderança/Gestores	Comunidade Local
	Emprego	401-1,401-2	Alta Liderança/Gestores/Colaboradores	Comunidade Local
	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	405-1	Alta Liderança/Gestores/Colaboradores	Consumidores/Clientes
	Treinamento e Educação	404-1,404-3	Alta Liderança/Gestores/Colaboradores	Comunidade Local/Parceiros Institucionais/ Clientes
	Saúde e Segurança no Trabalho	403-1,403-2, 403-4	Alta Liderança/Gestores/Colaboradores	Comunidade Local/Parceiros Insitucionais/ Clientes
RESULTADOS ECONOMICOS	Desempenho Econômico	201-1	Alta Liderança/Gestores/Colaboradores/ Cooperados	Fornecedores de Insumos/Suinocultores/ Comunidade Local/Parceiros Institucionais
	Impactos Econômicos Indiretos	203-2	Alta Liderança	Fornecedores de Insumos/ Suinocultores/ Comunidade Local/ Parceiros Institucionais
RESULTADOS AMBIENTAIS	Energia	302-1, 302-3, 302-4	Alta Liderança/Gestores	Fornecedores de Insumos
	Água	203-2	Alta Liderança/Gestores	Comunidade Local/ Clientes
	Emissões	305-7	Alta Liderança/Gestores	Comunidade Local/ Clientes/Parceiros Institucionais
	Efluente e Resíduos	306-1	Alta Liderança/Gestores	Comunidade Local/ Clientes/Parceiros Institucionais
QUALIDADE E BEM ESTAR ANIMAL	Bem Estar Animal	FP-9, FP-10, FP-11, FP-12, FP-13	Alta Liderança/Gestores/Cooperados	Clientes/Suinocultores/Consumidores

SOBRE A ALEGRA



Com atividades iniciadas em 22 de outubro de 2015, a Alegra é resultado da cultura da cooperação, enraizada nas origens das cooperativas Frísia (Carambeí), Castrolanda (Castro) e Capal (Arapoti), e nos valores das famílias dos cooperados, em sua maioria descendentes de imigrantes holandeses. Assim, a intercooperação foi o caminho natural encontrado por essas cooperativas para atuar no comércio de carne suína nos mercados nacional e internacional. [102-5]

Localizada na Rodovia PR 151, km 278 – Castro/PR,

a Unidade Industrial de Carnes Alegra (Alegra), faz parte de uma aliança estratégica abrigada sob a marca Unium que oferece aos cooperados alternativa rentável e estrutura de mercado. A marca Unium é o símbolo da intercooperação, reunindo plantas industriais de suínos, lácteos e trigo. Anunciada em novembro de 2017 a Unium contempla entre outras, as marcas Alegra, Herança Holandesa (farinha de trigo), Colônia Holandesa, Colaso e Naturalle (marcas de lácteos). As marcas reunidas pela Unium já são reconhecidas por sua qualidade e excelência. [102-1], [102-3]

A cultura da cooperação também leva a Alegra a manter parceria com instituições como:

FUNDAÇÃO ABC

Criada e mantida pelas cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, e seus cooperados, realiza pesquisa aplicada para desenvolver e adaptar tecnologias para a realidade da região dos Campos Gerais, promovendo soluções tecnológicas para o agronegócio. A segurança das análises no campo realizadas pela FABC garante a qualidade da rastreabilidade e credibilidade da alimentação dos animais que vão para a indústria.

SESCOOP

A indústria usufrui dos serviços de monitoramento, formação profissional e promoção social ofertados pelo SESCOOP/Paraná (Serviço Nacional de Aprendizagem sobre Cooperativismo), mantido pela Ocepar (Organização das Cooperativas do Estado do Paraná).

OCB

Organização das Cooperativas Brasileiras: representa a atividade federal cooperativista.

COONAGRO

Cooperativa Nacional Agroindustrial, iniciativa de intercooperação de diversas cooperativas do Paraná para desintermediação na comercialização, além de estimular aquisição e industrialização de matérias primas e insumos para o desenvolvimento de suas atividades.

ABPA

Associação Brasileira de Proteína Animal, união das entidades UBABEF, União Brasileira de Avicultura, e ABIPECS, Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína. [102-13]

A atuação da Alegra nas áreas de saúde, segurança e meio ambiente é orientada pela política de gestão visando fornecer produtos que atendam aspectos de segurança dos alimentos. Para a indústria é fundamental prevenir a poluição do meio ambiente, minimizando impactos ambientais de processo, produtos e serviços, e assegurar condições de trabalho seguras e saudáveis, cumprindo todas as exigências legais e estatutárias aplicáveis. [102-11] [102-12]

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL

A governança da Alegra está organizada na seguinte estrutura administrativa: superintendente, gerente de produção, gerente técnico de suínos, gerente de mercado interno, coordenador administrativo, coordenador de P&D (pesquisa e desenvolvimento), coordenador de PCP (planejamento e controle de produção), coordenador de qualidade, gestor de comunicação, gestora de mercado externo e gestora de RH (recursos humanos). Todos respondem à superintendência.

A Unidade conta ainda com estruturas de governança auxiliares, formadas por quatro comitês:

DIRETORIA DAS INDÚSTRIAS

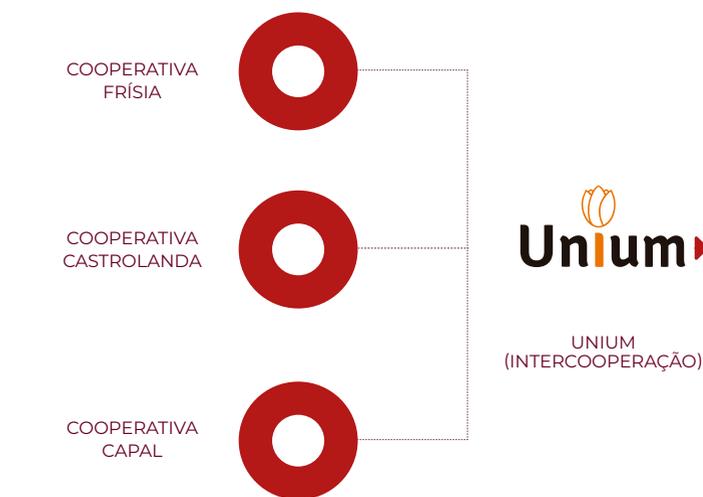
Grupo composto pelos presidentes, vice-presidentes, secretários das três cooperativas da intercooperação, diretoria industrial e diretoria de operações da Cooperativa Castrolanda e superintendências da Cooperativa Frísia e da Cooperativa Capal. Reúnem-se trimestralmente.

COMITÊ MISTO DA INTERCOOPERAÇÃO

Tem como principal objetivo acompanhar o desempenho, a tomada de decisões estratégicas referentes à gestão da unidade, processos e mercado.

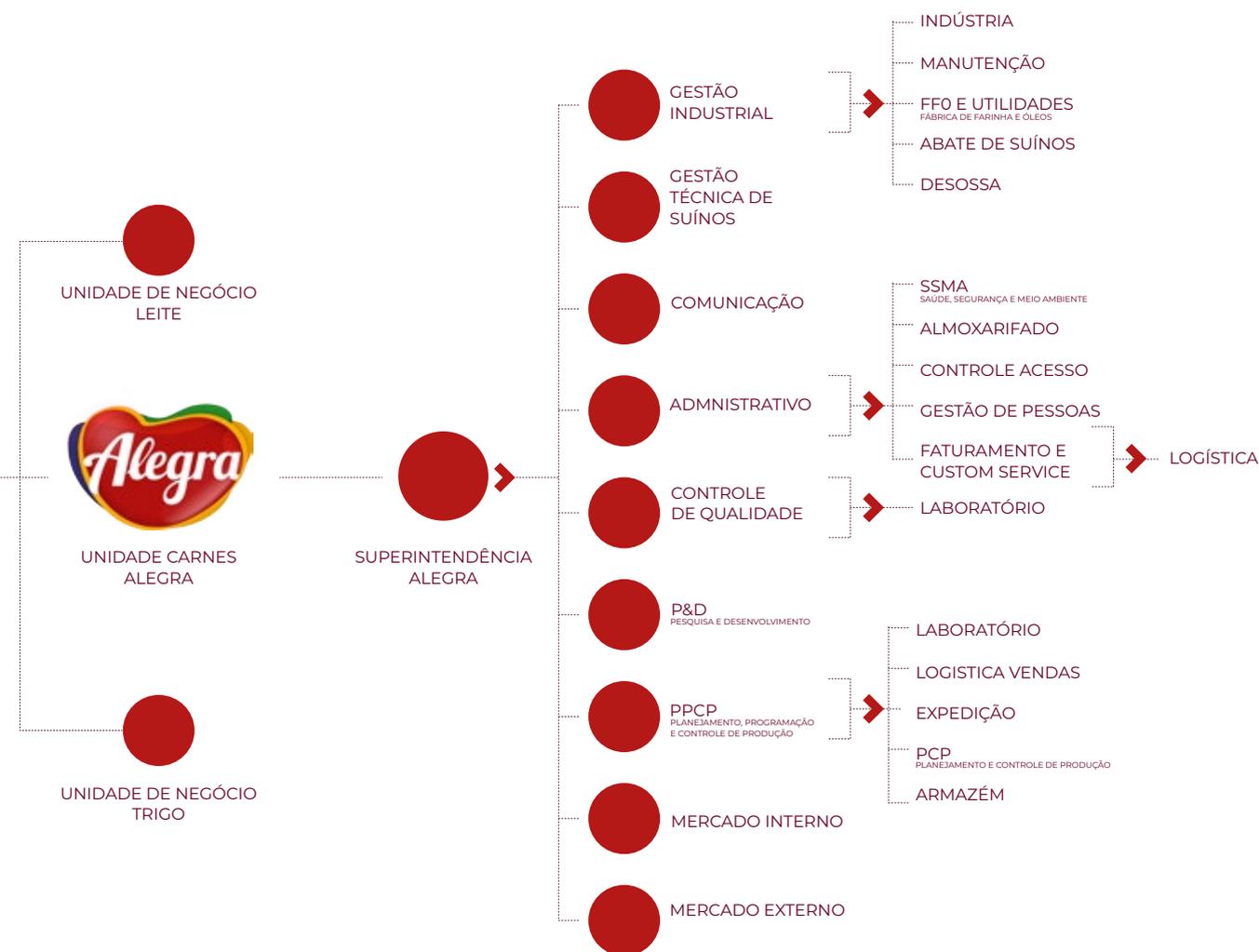
COMITÊ FISCAL DA INTERCOOPERAÇÃO

Sua principal função é acompanhar, orientar e exercer assídua e minuciosa fiscalização sobre as operações, atividades e serviços das cooperativas, exclusivamente às atividades industriais compartilhadas.



COMITÊ TÉCNICO DA SUINOCULTURA

Tem como função acompanhar os custos de produção e as tomadas de decisões técnicas nas ações de campo. [102-18]



VALORES

Os valores das cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, e princípios indicados na visão e missão da Cooperativa Castrolanda, líder deste projeto dentro da intercooperação, regem as atividades da Alegria. A proposta de valor da Alegria define seu propósito como unidade de negócio das cooperativas envolvidas no projeto. Estes são os fundamentos que, alinhados ao Código de Ética, orientam o comportamento dos seus colaboradores. [102-16]

MISSÃO

Gerar valor ao cooperado, mantendo o desenvolvimento sustentável da cooperativa.

VISÃO

Ser uma cooperativa inovadora dedicada ao agronegócio, sólida, ágil, que aplica as melhores técnicas de gestão, satisfaz as expectativas dos seus clientes internos e externos, busca a melhoria contínua da qualidade de vida dos seus cooperados e colaboradores e que produz resultados consistentes, comparáveis às líderes de mercado.

VALORES

- Transparência;
- Ética;
- Criatividade;
- Valorização de pessoas;
- Comprometimento;
- Liderança;
- União;
- Responsabilidade socioambiental;
- Fidelidade;
- Empreendedorismo;
- Competência;
- Geração de resultados.



PROPOSTA DE VALOR

Produzir e fornecer alimentos com sustentabilidade, alta qualidade, inovação, conveniência e confiança.

CÓDIGO DE ÉTICA E GOVERNANÇA

CÓDIGO DE ÉTICA

A Alegra é uma organização comprometida com valores éticos e com a construção de uma sociedade mais igualitária. E considera fundamental que valores como honestidade, integridade e transparência estejam presentes nos relacionamentos comerciais e institucionais, atividades e negócios que mantêm com toda sociedade, em todos os níveis.

O Código de Ética da empresa diz:

“ Estamos comprometidos com o cumprimento das leis nacionais e internacionais aplicáveis para combate à corrupção e suborno em todos os locais onde operamos, bem como com a implantação e aplicação de programas de monitoramento e conscientização objetivando enfrentar o risco de corrupção e suborno. A transparência ao nível corporativo é indispensável para o atingimento de nossos objetivos. Todas os negócios, acordos, alianças e projetos desenvolvidos pela organização buscam garantir a proteção do investimento e o bem-estar dos colaboradores impactados. Em qualquer situação a Alegra não abre mão do respeito e promoção dos direitos humanos”.

Registra o Código de Ética da empresa.
[102-16]



GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Relação com os cooperados;
- Relações com os empregados;
- Relação com os prestadores de serviço;
- Relação com clientes e consumidores;
- Relação com o meio ambiente;
- Relação com a comunidade;
- Relação com a sociedade, o governo e o estado.

ALEGRA

EM NÚMEROS

[102-7]

total de
3 operações

- Alegra // Industrial //
- Loja Curitiba // Comercial //
- Filial SP // Armazenagem //

12 linhas de produtos:

- Salames e copa, fatiados,
- Presuntaria,
- Linguiças defumadas,
- Ingredientes para feijoada,
- Salgados,
- Defumados,
- Linguiças saborizadas,
- Linguiças frescas,
- Corte fácil,
- Cortes premium congelado/resfriado,
- Temperados,
- Cortes in natura

1.476
colaboradores

patrimônio líquido

R\$ **272.95**
milhões

exportação
24 países

vendas líquidas

R\$ **511,18**
milhões

DESTAQUES 2017

[102-10]

CERTIFICAÇÃO EM BEM ESTAR ANIMAL

A Alegra se tornou a primeira planta de abate de suínos do Brasil a conquistar a certificação North American Meat Institute (NAMI) em bem-estar animal para suínos concedida pela World Quality Services (WQS).



REDUÇÃO NO CONSUMO DE ÁGUA POR TONELADA POR TPA

No ano de 2017 houve uma economia de 27,7% no consumo de água da unidade por tonelada de produto acabado (TPA).

SUBESTAÇÃO DE ENERGIA

Investimento de R\$ 10,78 milhões na implantação de uma subestação melhorou a estabilidade energética e provocou uma economia mensal de aproximadamente R\$ 0,074/ kWh, ou R\$ 170.522,25/mês.

DIVERSIDADE DE COLABORADORES

Uma característica marcante da Alegra é a diversidade de seu quadro de colaboradores: 45% pertencem ao sexo feminino e 55% pertencem ao sexo masculino.

GASTO COM FORNECEDORES LOCAIS

Em 2017 cerca de 40% do valor do orçamento de compras da Alegra foi destinado a fornecedores locais. Com isso a organização mesmo atuando no mercado nacional e internacional procura valorizar a economia e o desenvolvimento regional.

AUMENTO NO NUMERO DE COLABORADORES

Desafiando o comportamento de recessão econômica do país durante o ano de 2017, a Alegra registrou crescimento de 38,2% no seu quadro de colaboradores.

COZINHA EXPERIMENTAL

Implantação de uma cozinha experimental em 2017 permitiu à indústria a desenvolver e elaborar produtos, treinar pessoas e receber clientes e cooperados na demonstração de seu portfólio.

MERCADOS E PRODUTOS

A conquista de mercados e o desenvolvimento de produtos são importantes em qualquer segmento de atividade econômica. Para a Alegra entretanto, estes temas se revestem de uma importância ainda maior. Jovem no mercado, em pleno processo de conquista de novos consumidores, a Alegra possui equipes de vendas em diversos estados brasileiros e a busca por creditações para exportar para mercados internacionais faz parte de sua rotina de trabalho. Contudo, a expansão da marca só é possível com o desenvolvimento de produtos que atendam e satisfaçam um consumidor cada vez mais exigente, dentro de um mercado altamente competitivo. Para isso uma equipe trabalha diariamente na pesquisa e desenvolvimento produtos que atendam a todas as exigências dos consumidores. Além disso, todos os processos e produtos sofrem monitoramento contínuo visando garantir sua qualidade e a segurança dos clientes. Os resultados destes esforços são evidentes. Em um pouco mais de três anos de operação a Alegra já é uma marca presente nos maiores mercados brasileiros, e exporta para diversos países ao redor do globo.

[103-2; 103-3]

PRODUTOS

Só ou em conjunto com algum parceiro, a marca Alegra já estampa mais de 50 diferentes produtos presentes em mercados de todo país. A identidade forjada nos Campos Gerais qualifica salames e copas, presuntos cozidos e defumados, apresentados, linguiças de diversos tipos, bacons, costela defumada e desossada, lombo, pernil, picanha, sobrepaleta, file mignon, carré e outros cortes. Graças a parcerias construídas nos últimos anos, hoje a Alegra presta serviços para gigantes do mercado da alimentação, como McDonalds, Ceratti, BOUA, Madero e Outback Steakhouse.

[102-2]

LINHAS DE PRODUTOS:

SALAMES E COPA	TIPO MILANO TIPO HAMBURGUES TIPO ITALIANO SALAMINHO COPA	LINGUIÇAS DEFUMADAS	CALABRESA PORTUGUESA PAIO	CORTE FÁCIL	PICANHA FATIADA COPA-LOMBO FATIADA LOMBO CORTE INGLES FILE MIGNON COSTELA RIPA LOMBO FATIAS COSTELA CHURRASCO
FATIADOS	SALAMES PRESUNTO DEFUMADO PRESUNTO COZIDO COPA LOMBO	INGREDIENTES PARA FEIJOADA	INGREDIENTES PARA FEIJOADA	TEMPERADOS	PERNIL LOMBO PICANHA SUÍNA SOBREPALETA SUÍNA FILE MIGNON
PRESUNTARIA	PRESUNTO COZIDO PRESUNTO DEFUMADO APRESUNTADO LOMBO	DEFUMADOS	BACON ESPECIAL PERNIL COSTELA SUÍNA DEFUMADA BACON EM FATIAS	CORTES IN NATURA	COSTELA COSTELINHA SOBREPALETA SUÍNA LOMBO SUINO FILE MIGNON CARRE
LINGUIÇAS FRESCAIS	LINGUIÇA TOSCANA LINGUIÇA DE PERNIL LINGUIÇA CHURRASCO	LINGUIÇAS SABORIZADAS	QUEIJO APIMENTADA BACON CHEIRO VERDE		
		CORTES PREMIUM	T-BONE COSTELA DESOSSADA LOMBO INGLES RIBEYE PRIME RIB		



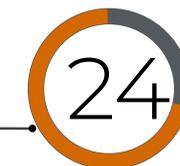
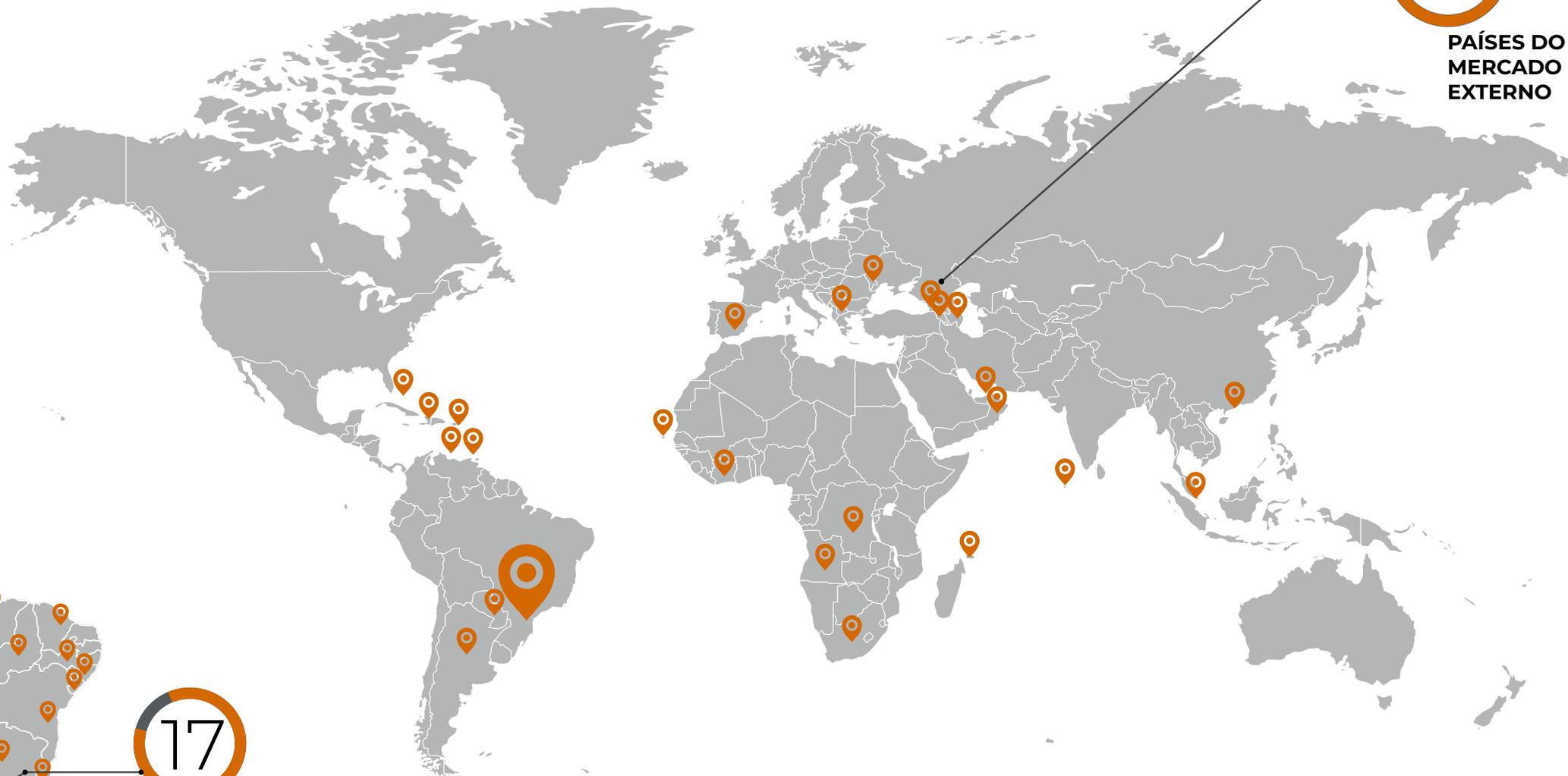
MERCADO

A Alegra opera com 24 países no mercado externo e 17 estados dentro do território brasileiro, nos ramos varejistas, atacadistas, food service e indústrias. Merecem registro: África do Sul, Angola, Argentina, Armênia, Azerbaijão, Bahamas, Bonaire, Cabo Verde, Cingapura, Congo, Costa do Marfim, Emirados Árabes, Geórgia, Granada, Haiti, Hong Kong, Kosovo, Maldivas, Moldávia, Oman, Paraguai, Saint Martin, Seychelles e Uruguai.

No mercado interno os produtos Alegra estão presentes em: Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe. **[102-4], [102-6]**



ESTADOS DO MERCADO INTERNO



PAÍSES DO MERCADO EXTERNO

PRESENÇA GLOBAL

CADEIA DE FORNECEDORES

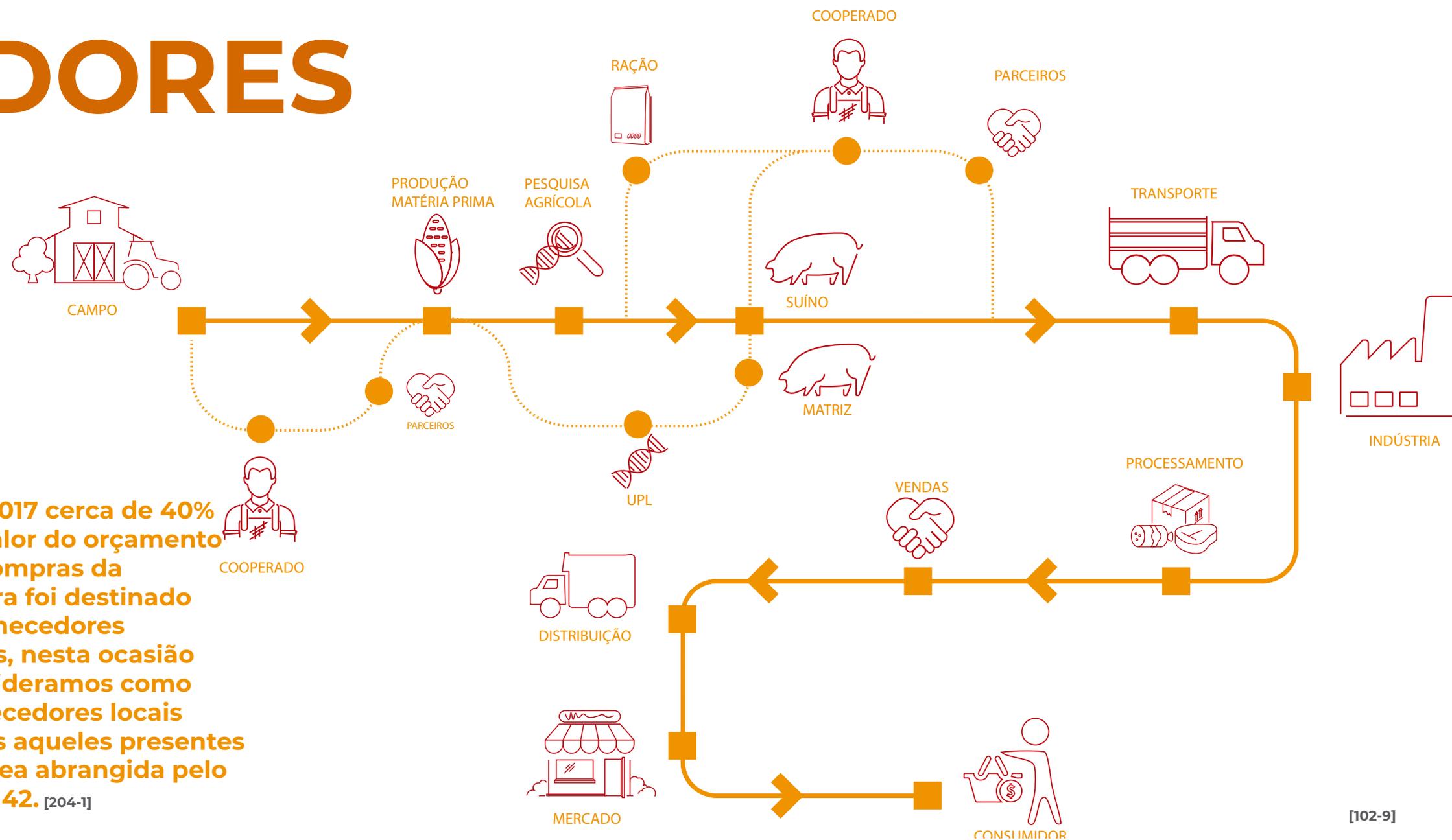
CAMPO

Produção é constituída por 130 produtores das cooperativas Frisia, Castrolanda e Capal. Os suinocultores trabalham em 160 propriedades. Produzem em dois sistemas distintos: granjas de ciclo completo e UPLs (unidades produtoras de leitão) e granjas de terminação. Há produtores que produzem leitões de 22 quilos e produtores que recebem esses leitões e fazem a engorda até 120 quilos para entrega na indústria.

PRODUÇÃO MATÉRIA PRIMA

A matéria-prima para a alimentação dos suínos é produzida pelos cooperados das três cooperativas. As fábricas de rações das cooperativas adquirem essa matéria prima e fornecem a ração balanceada adequada para os suínos.

Em 2017 cerca de 40% do valor do orçamento de compras da Alegria foi destinado a fornecedores locais, nesta ocasião consideramos como fornecedores locais todos aqueles presentes na área abrangida pelo DDD 42. [204-1]



PESQUISA AGRÍCOLA

A Fundação ABC é um histórico braço tecnológico das cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, que há mais de 30 anos oferece o suporte da pesquisa aplicada aos cooperados das cooperativas ABC. Em relação à Alegria, a pesquisa da FABC recomenda grãos de melhor qualidade e menor custo para uso em rações destinadas aos suínos.

ASSISTÊNCIA TÉCNICA

As cooperativas mantêm quadros de assistência técnica de suporte aos cooperados, formados por veterinários, zootecnistas e técnicos agrícolas além de profissionais da área de ambiência que cuidam da legislação ambiental. Os técnicos buscam normatizar a produção de acordo com a necessidade da indústria e as exigências do mercado.

TRANSPORTE

O transporte dos animais até a indústria é realizado por transportadores terceirizados,

treinados em práticas de bem estar animal, observando-se com rigor: lotação recomendada para cada tipo de veículo, uso de sombrite, molhamento dos animais em época de calor. Esses cuidados minimizam o estresse dos animais e garantem melhor qualidade da carne ao consumidor.

INDÚSTRIA

Trata do abate e transformação do suíno vivo em produtos a serem colocados à disposição do mercado consumidor. Trabalha de acordo com um plano de produção mensal, observando qualidade dos produtos, exigências e necessidades do mercado.

PROCESSAMENTO

Etapa que cuida da manipulação, elaboração e transformação da matéria prima em produtos acabados. O processamento da carne suína resulta numa vasta gama de produtos alimentícios nutritivos e saborosos.

VENDAS

Localizada entre o processamento e a distribuição, a equipe de vendas promove as vendas, cuida da abordagem e desenvolvimento de mercado, trabalha os atributos e valores da marca e do produto perante os clientes. Tradicionalmente é composta por vendedores, supervisores, gerentes regionais, promotores de vendas.

DISTRIBUIÇÃO

Contempla restaurantes, distribuidores, atacadistas, supermercados e lojas Alegria, após o processamento dos produtos. A logística assume a tarefa de distribuição e entrega ao mercado. Trabalha com frota de veículos frigorificados, exclusivos, submetidos a check-list e avaliações de câmara fria. Alegria possui CD (centro de distribuição) em São Paulo e operadores no Rio de Janeiro, São Paulo, Fortaleza e Salvador. Toda produção destinada ao mercado externo sai do Brasil através do Porto de Itajaí.

MERCADO

Trata-se de um conceito muito amplo. Pode ser um restaurante, supermercado, atacado de varejo, e até mesmo uma rede gourmet. O mercado pode ser atendido através de pré-venda (vendedores, supervisores, gerentes regionais) e equipes de Food Solutions.

CONSUMIDOR

A pesquisa de mercado da Alegria identificou que seu consumidor possui vários perfis, distribuídos em várias camadas sociais, que são atendidos de acordo com o diversificado portfólio da marca.

[102-9]

PESSOAS

A Alegria considera que as pessoas são seu maior patrimônio, tendo a consciência de que são elas as maiores responsáveis pelo crescimento do seu negócio. Para isso são desenvolvidos diversos programas de treinamento e engajamento de seus colaboradores, sempre buscando quebrar barreiras entre colaboradores e gestores, procurando ouvir a todos sem diferenciações de cargos. A empresa trabalha com uma grande variedade de tipos de pessoas. E tem orgulho em dizer que não faz escolhas de raça, religião, cor, etnia, credo, opção sexual ou classe social.

Para a saúde e segurança de seus colaboradores a indústria foi projetada com o intuito de minimizar ao máximo os impactos, preservando a integridade física e psicológica de todos. Para cada equipamento que apresente algum tipo de risco é elaborado um plano de adequação com data para ser executado até que o problema seja sanado. A indústria possui sistema próprio para monitorar e controlar toda a segurança dos colaboradores, para que possam se sentir à vontade para desempenhar o melhor trabalho possível. O objetivo é que os colaboradores sintam orgulho de trabalhar na Alegria. [103-2; 103-3]

“ O objetivo é que os colaboradores sintam orgulho de trabalhar na Alegria.”



ROTATIVIDADE DE PESSOAL

	2016	2017
MULHERES		
DESLOGADOS	156	132
TOTAL	474	664
PERCENTUAL	33%	20%
HOMENS		
DESLOGADOS	165	165
TOTAL	594	812
PERCENTUAL	28%	20%
	30% ROTATIVIDADE ANUAL	20% ROTATIVIDADE ANUAL
	2,5% ROTATIVIDADE MENSAL	1,67% ROTATIVIDADE MENSAL

[401-1]



GESTÃO DE PESSOAS

Atraír, reter e desenvolver as pessoas são desafios permanentes que a Alegra enfrenta no dia-a-dia dentro do cenário de mudanças sociais, obrigando-se a identificar e propor novas estratégias para se ajustar às necessidades e expectativas do mercado e de seus colaboradores.

O desenvolvimento de seus quadros é essencial para o sucesso dos negócios da Alegra. Por isso, a indústria investe de forma contínua em treinamento e capacitação de pessoal. Em 2017 foram 181.109 horas trabalhadas e 1481 horas de treinamento resultando em um percentual de 0,82% horas treinamento/ horas trabalhadas. Com um quadro de 1476 colaboradores ao final de 2017 registrou-se um percentual de 0,99 horas de treinamento por colaborador. [404-1]

As horas de treinamento por colaborador tiveram uma diminuição em relação ao ano de 2016. Associa-se isto principalmente devido ao fato de que 2016 era ainda um ano de início de operações, fazendo com que um grande número de colaboradores novos recebesse treinamentos. Em 2017, como boa parte destes colaboradores já tinham recebido treinamentos, fazendo com que

“ O desenvolvimento de seus quadros é essencial para o sucesso dos negócios da Alegra.

esta carga horária por colaborador diminuísse, pois não houve a necessidade de que os mesmos fossem retreinados. Entretanto, o treinamento de pessoal sempre foi mantido visando qualificar os quadros para melhor desempenho.

Em 2017, cerca de 720 pessoas passaram por avaliação de desempenho durante o ano, das quais 130 de forma estruturada e 590 por feedback informal. [404-3]

COLABORADORES

A estrutura de governança da Unidade de Carnes Alegria conta com 11 funcionários que constituem o grupo de gestores juntamente com o superintendente. Três deles pertencem à comunidade local (Campos Gerais) e sete são oriundos de outras regiões. Um exame de perfil mostra que 82% pertencem ao sexo masculino e 18% ao sexo feminino. Abaixo de 30 anos são 9,1%, de 30 a 50 anos 63,7%, e acima de 50 anos 27,2%.

[202-2], [405-1]

O quadro de colaboradores em dezembro de 2017 registrava um total de 1476, sendo 45% pertencente ao grupo feminino (664) e 55% pertencente ao grupo masculino (812). Abaixo de 30 anos havia 752 colaboradores; de 30 a 50 anos 685 colaboradores, e com mais de 50 anos 39 colaboradores. Em relação a minorias, em 2017 tínhamos 52 (3,53%) aprendizes e 33 (2,23%) PCD's (Pessoas com Deficiência).

CONTRATOS DE TRABALHO



* No ano de 2017 não houve novas contratações em regime temporário.



Os setores de trabalho na Alegria são divididos na seguinte forma:

SETORES ADMINISTRATIVOS

Administrativo, Portaria, Faturamento, Almoxarifado, Copa Cozinha, SSMA, TI, Comercial MI, Comercial ME, Logística Suíno, Gestão Técnica,

Gestão de Pessoas, Logística, Comunicação e Loja.

SETORES PRODUÇÃO

PCP, Laboratório, Abate, Desossa, Miúdos internos, Miúdos externos, Embalagem secundária cortes, Sala de cortes, Carregamento, Fabrica de farinha, Manutenção, Geração de vapor, Refrigeração, Túnel, Higienização, ETE, ETA, Qualidade, Adm.

“ Os benefícios concedidos para funcionários efetivos são seguro de vida, convênio farmácia, odontológico, saúde, óptico, previdência privada, academia, material escolar, bolsa educação, e remuneração variável.”

[102-8] [401-2]

produção, P&D, SIF, Expedição, Linguças cozidas, Fatiados, Condimentaria, Embalagem secundaria indústria, Linguças Frescais, Bacon, Salame e Copa, Presunto e Apresuntado, Marinados e temperados.

SETOR DE TERCEIROS

Envolve a contratação de empresas terceirizadas para serviços como restaurante, vigilância, triparia, vestiário e jardinagem.

As negociações coletivas abrangem 100% dos colaboradores permanentes da Alegria. A organização tem como política a negociação entre as classes representativas. Todos os seus colaboradores têm a liberdade de associação às entidades representativas. [102-41]

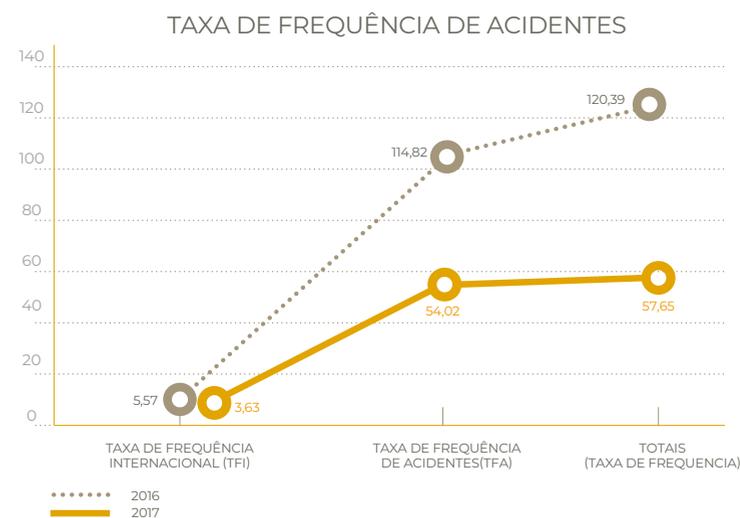
SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

A Unidade Industrial atende a todos os requisitos legais da legislação trabalhista. Acordo coletivo, e busca melhoria contínua em processos de segurança e saúde no trabalho. Em 2017 foram realizados 40 treinamentos legais em atendimento às NRs (normas regulamentadoras), educação no trânsito (direção defensiva), simulações de evacuação da Brigada de Emergência, alerta preventivo (programas), manuseio com materiais perfurocortantes.

A empresa acompanha seu desempenho em redução de acidentes com um dos indicadores de SSMA (Saúde, Segurança e Meio Ambiente) ou IMS (Índice de Maturidade de Segurança). Trata-se de um indicador de ocorrências referente aos acidentes de trabalho, com informação de nível de atendimento à saúde e segurança, número de colaboradores do mês vigente, montante de horas-homem trabalhadas, acidentes sem ou com afastamentos, taxa de frequência e gravidade.

[403-4]

Faz três anos que a Alegria iniciou suas atividades e a comparação nos indicadores de IMS já podem



[403-2]

ser verificadas a partir de sua evolução, onde conseguiu diminuir o número de ACA's (Acidente com Afastamento) e ASA's (Acidente Sem Afastamento), em relação aos anos anteriores.





Neste monitoramento de ocorrência de acidentes pode-se observar que houve uma redução na taxa de frequência. Cuidadosa com estes casos a empresa tem trabalhado campanhas internas de segurança, monitorando os desvios com ferramentas comportamentais e reciclagem nos treinamentos.

O indicador de IMS teve um pequeno aumento em 2017 devido a ocorrência de alguns acidentes com afastamento. Todavia o indicador ainda manteve-se dentro do teto do índice cinco (5), previsto para 2016 e 2017.

Para 2018 definiu-se um novo valor para o teto IMS, que será reduzido para quatro (4). A Alegra busca a melhoria contínua e está engajada na redução das ocorrências com campanhas de segurança, abordagem comportamental, padronização e implantação de procedimentos e normas. [403-2]

A indústria conta com programas de melhoria contínua que buscam o desenvolvimento e excelências nas ações, isto é, estudos e dados para implantação de novas propostas de atividades e execução dos projetos que estão em andamento. Dentre estes programas está o Farol – auditoria interna – formado por um agrupamento de especialistas em Sistemas de Gestão Integrados que realizam auditorias internas nas unidades, incluindo a Alegra. O Farol exibe, entre outros, indicadores da área de segurança que em 2017 obtiveram índices significativos, mostrando o grande crescimento e desenvolvimento da Cultura Segura.

A grande maioria dos setores fechou o ano com 80% de atendimento das normas e procedimentos avaliados pelo Farol. Estas metas contemplam as obrigações legais e também boas práticas internas. Para os itens não atendidos foram criados

“A indústria conta com programas de melhoria contínua que buscam o desenvolvimento e excelências nas ações.”

IMS - INDICE DE MATURIDADE DE SEGURANÇA



planos de ação visando atender 100% das metas. Isto mostra o quanto é importante a visão que a Alegra contempla para melhoria do bem-estar dos seus colaboradores. De forma que todos trabalhem em um ambiente seguro, saudável, agradável e também sustentável. [403-4] Toda a força de trabalho da Alegra, em todos os seus níveis, é representada em comitês formais de saúde e segurança no trabalho, que auxiliam no monitoramento e prevenção dos riscos vinculados à saúde e segurança no trabalho. [403-1]

SEGURANÇA ALIMENTAR

A Alegra acredita que antes de levar qualquer produto até a mesa de seus clientes é preciso fazer o melhor em cada etapa do processo de produção. Para isso oferece condições ideais de trabalho e investe em tecnologia e equipamentos de última geração, visando garantir a qualidade dos produtos, que são submetidos a análises por amostragens, verificando aspectos de qualidade e segurança alimentar.

Ainda neste sentido a empresa conta com a habilitação pelo SIF (Serviço de Inspeção Federal) para exportar e comercializar no mercado interno.

Também possui programas de autocontrole, normas específicas, sistema de BPF (Boas Práticas de Fabricação), HACCP – (Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle) PPHO (Procedimento Padrão de Higiene Operacional), além de cumprir os requisitos específicos de clientes, tudo visando eliminar os riscos de contaminação e garantir a qualidade do produto.

Por fim ainda conta com SAC (Serviço de atendimento ao cliente/ consumidor), que tem por finalidade tratar as não conformidades identificadas pelos seus clientes/ consumidores buscando a melhoria contínua dos seus processos e produtos. **[416-1]**



“ A Alegra acredita que antes de levar qualquer produto até a mesa de seus clientes é preciso fazer o melhor em cada etapa do processo de produção.

RESULTADOS ECONÔMICOS

Um dos principais fatores para que uma empresa se mantenha de forma sólida e com boa representatividade no mercado é a obtenção de resultado econômico.

A origem da Alegria repousa num grande investimento, subsidiado em parte pelas cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, pensando tanto em atender as suas demandas produtivas, como também tornar o negócio lucrativo e vantajoso para seus parceiros.

Assim, o controle financeiro e o apoio das cooperativas fizeram com que em 2017, mesmo sendo este um período de crise financeira no país, onde diversas empresas do segmento sofreram com denúncias de corrupção e falhas na fabricação de seus produtos, a Alegria se manteve estável, confiável e conquistando novos mercados, tanto internos como externos, aumentando sua produção, se desenvolvendo e se fortalecendo.

[103-2; 103-3]



RESULTADOS DE 2017

“ **A abertura de mercado para os produtores e a criação de novos postos de trabalho, influenciam positivamente o desenvolvimento urbano e rural, possibilitando o aumento da renda das famílias graças à oferta de trabalho para as mulheres.**

A produção de proteína animal e sua industrialização contribuem decisivamente para o desenvolvimento econômico da região dos Campos Gerais. No setor agropecuário, produtores rurais atraídos pela demanda crescente de carne suína por parte da indústria, investem na diversificação da produção incluindo

a produção de suínos no seu negócio. Setores de suporte e apoio, como transporte, logística, produção de rações, manutenção de instalações e equipamentos, crescem na esteira da suinocultura.

A abertura de mercado para os produtores e a criação de novos postos de trabalho, influenciam positivamente o desenvolvimento urbano e rural, possibilitando o aumento da renda das famílias graças à oferta de trabalho para as mulheres. Impacta também o aumento da arrecadação de tributos e na ampliação do acesso a serviços como consultas médicas, odontológicas, farmácia, transporte, esporte e lazer, melhorando a qualidade de vida de diversas famílias.

Quando a economia brasileira viveu situação de dificuldades durante o ano de 2017, os impactos diretos e indiretos provocados pelo surgimento da Alegria permitiram à região minimizar seus problemas econômicos e sociais, e iniciar a estruturação de uma cadeia, que deve ampliar seus efeitos na medida em que outros negócios forem sendo criados. A procura por mão de obra especializada faz com que o desenvolvimento técnico da região tenha um aumento gradativo. Colaboradores que já atuam na empresa veem a oportunidade de um plano de carreira, e buscam cada vez mais a qualificação, contribuindo para que toda a região se desenvolva tecnicamente.

[203-2]

➤ **Valor econômico direto gerado**

Vendas líquidas total:

R\$ 511,18 milhões

➤ **Valor econômico distribuído**

Custos operacionais:

R\$ 96,67 milhões

Custos total com pessoas:

R\$ 73,38 milhões

➤ **Valor total pago de:**

Encargos sociais sob prestadores de serviços, ICMS e ICMS Subst. Tributária.

R\$ 27,61 milhões

➤ **Valor econômico retido**

Valor econômico direto gerado menos valor econômico distribuído.

R\$ 341,12 milhões

[201-1]

RESULTADOS AMBIENTAIS

Desde o a elaboração de seu projeto a planta da Alegra foi pensada para que os impactos ambientais fossem os mínimos possíveis. Tanto para o consumo de energia, utilização e tratamento de água, como para emissões atmosféricas, a planta conta com diversas tecnologias que visam reduzir os impactos ao meio ambiente. Os possíveis impactos ainda são controlados através de monitoramentos ambientais, de forma a atender toda a legislação ambiental vigente.

Na área de materiais e resíduos as práticas vão desde compra de fornecedores que trabalham com logística reversa ou que fornecem materiais com fabricação a partir de produtos reciclados, a reutilização de materiais na própria indústria e a triagem e destinação adequada de materiais recicláveis e resíduos perigosos. O resultado é que durante o toda a sua operação a Alegra não recebeu nenhuma multa, sanções ou até reclamações referentes às questões ambientais.

[103-2][103-3]

As práticas de gestão ambiental na Unidade Industrial esta alinhada às normas internas e à legislação, além de terem um importante papel para impulsionar a busca por tecnologias que permitem mitigar os impactos sobre os recursos naturais.

“ O resultado é que durante o toda a sua operação a Alegra não recebeu nenhuma multa, sanções ou até reclamações referentes às questões ambientais.”

A Unidade industrial está situada nas proximidades de duas áreas de proteção ambiental. Uma delas é a Área de Proteção Ambiental (APA) da Escarpa Devoniana, que tem como característica principal a beleza de suas paisagens composta por cânions, vestígios arqueológicos e rochosos. Sua vegetação é composta principalmente por campos nativos, e a flora é rica por possuir animais específicos da região, ameaçados de extinção.

Outra Unidade de Conservação é o Parque Estadual do Caxambu. Mais próxima da Unidade ela tem por objetivo a proteção de parte da rica vegetação composta por ombrófila mista, bem como sua fauna e recursos hídricos. É importante lembrar que a Unidade não está localizada dentro de nenhuma destas áreas, mas nas suas adjacências. [304-1]



GESTÃO HÍDRICA

O uso da água no processo produtivo é essencial para produzir com qualidade.

A Alegria continua gerenciando seus recursos hídricos com equilíbrio entre iniciativas ambientais, sociais e econômicas para suas operações. Sobre a retirada de água por fonte, em 2017 houve uma redução de 3,2% no volume total de água captada do Rio Pirai (506,72 mil m³) e não houve captação de águas subterrâneas e abastecimento por serviços públicos ou privados.

De acordo com dados pluviométricos locais, houve uma captação de 35,92 mil m³ de água de chuva nas áreas de telhado da unidade industrial em 2017. Apesar do aumento da produção em aproximadamente 30%, pode-se observar que a captação total de água reduziu em 6,5%, ou seja, 37,42 mil m³ de água. Essa economia é equivalente a, aproximadamente, um mês de consumo operacional da Alegria e equipara-se ao volume d'água de cerca de 15 piscinas olímpicas. [303-1]

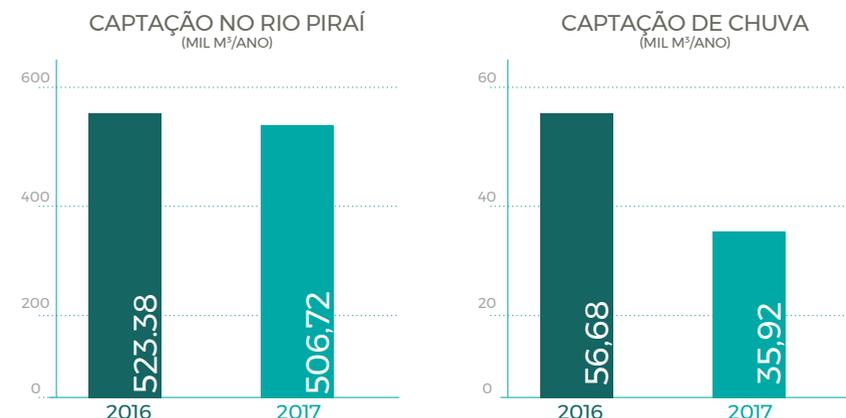
No ano de 2017 foram utilizados 49.759m³ de água oriundos de fonte de reuso. Esta fonte de reuso é especificamente o efluente final tratado na estação de tratamento de efluentes, este é utilizado na lavagem de caminhões e peneiras utilizadas no tratamento primário de efluentes. [303-3]

REDUÇÃO NO VOLUME DE ÁGUA CAPTADO EM 2017

▼ **-37,42** mil m³ de água utilizada

▼ **-6,5%** de água captada

▼ **-22,6%** de consumo de água por tonelada de produto acabado



Houve uma redução na captação de água da chuva em relação ao ano de 2016, isto foi devido ao menor índice pluviométrico no ano de 2017.

-Total de água captada= 542.648m³ (Captação do rio Pirai: 506.723m³, Água da chuva: 35925 m³)

➤ **-Total água de reuso= 49.759m³ ou seja, 9,17% da água captada é reutilizada.**

*Valores obtidos através de monitores de vazão.

[303-3]

As análises do efluente final são realizadas quinzenalmente por laboratório devidamente credenciado no instituto ambiental do Paraná. Em 2017 a estação de tratamento de efluentes esteve no seu processo final de adequação recebendo investimentos visando atender a legislação vigente Foram tratados **430.151 m³** de efluente. Mesmo com o aumento da produção este volume foi inferior ao planejado que com base no ano de 2016 era de 493.056m³. Em relação à taxa de geração de efluente por tonelada de carne produzida, houve um **decréscimo de 22,6% (5,451m³ por**

TPA de 2017 / 7,047m³ por TPA de 2016). Os parâmetros analisados foram avaliados conforme os exigidos na Licença Ambiental de Operação, a qual utilizou como base a Resolução Conama 357/2005.

As análises do efluente final são realizadas quinzenalmente por laboratório devidamente credenciado no instituto ambiental do Paraná. Em 2017 a estação de tratamento de efluentes esteve no seu processo final de adequação recebendo investimentos visando atender a legislação vigente. [306-1]

PROCESSO DE TRATAMENTO

O efluente proveniente das instalações industriais é enviado para o tanque de equalização, passando previamente por peneira estática para retenção de particulados grosseiros. Depois segue um complexo processo que compreende, entre outras etapas; dosagem de produtos químicos, flotor 1, tanque seletor aeróbico, reator anóxico 1, tanque de aeração, reator anóxico 2, pós oxidação, decantador, flotor 2 e a liberação final.

O excesso de lodo biológico gerado no sistema segue para desidratação em centrífuga de lodo. O lodo gerado após o processamento nas centrífugas é enviado para caçambas, que posteriormente são transportados por empresa devidamente licenciada e destinado para central de compostagem onde o mesmo é transformado em adubo orgânico. [306-1]

GESTÃO ENERGÉTICA

A Alegra considera que investimentos em energia renovável e eficiência energética sejam formas de contribuir para a diminuição das emissões de gases efeito estufa. Em função disso, permanentemente destina recursos e esforços que viabilizem o uso de equipamentos mais eficientes e aumento do uso de fontes renováveis, além de possuir metas de redução no consumo de energia em suas operações.

Em 2017 o consumo total de energia dentro da Unidade Industrial de Carnes chegou a 353.647,24 GJ, oriundo das seguintes fontes, como revela os dados a seguir:

ENERGIA NÃO RENOVÁVEL

- ▶ OLEO DIESEL
136,01 GJ/ano
- ▶ GLP
200,87 GJ/ano
- ▶ GASOLINA COMUM
110,99 GJ/ano

ENERGIA RENOVÁVEL

- ▶ ETANOL
7,05 GJ/ano
- ▶ CAVACO(EUCALIPTO)
85.978,50 GJ/ano
- ▶ ENERGIA ELÉTRICA
21.957.484 kWh
79.046,94 GJ/ano

A energia elétrica foi considerada como proveniente de 100% hidrelétrica de acordo com compra em mercado livre.

A unidade já realiza a compra de energia do mercado livre deste 2016. O que houve após a implantação da subestação 138 foi uma diminuição nos custos de distribuição. [302-1]

Tipos de energia incluídos na taxa de intensidade: Hidrelétrica, Diesel, GLP e Cavaco. [302-3]

▶ TAXA DE INTENSIDADE ENERGÉTICA
3,9103 GJ/TPA/ANO

[302-1]

* Metodologia: Dados de poder calorífico retirados das tabelas da Aalborg, e conversões de unidades e densidades de combustíveis conforme dados do fabricante.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA



A Unidade Industrial de Carnes Alegra alcançou uma redução no consumo de energia de 0,1558 GJ/TPA no ano de 2017 quando comparado a 2016. [302-4]

A métrica utilizada para calcular a intensidade energética foi expressa em toneladas produzidas ao ano (TPA), independentemente do mix de produção.

- ▶ CONSUMO DE ELETRICIDADE
21.957.484 kWh = 79.046,94 GJ/ano
- ▶ CONSUMO DE AQUECIMENTO
85.978,50 GJ/ano
- ▶ CONSUMO DE REFRIGERAÇÃO
5.632.786,40 kcal = 23,60 GJ/ano
- ▶ CONSUMO DE VAPOR
67.768.000 kg = 45.011.505.600 kcal
= 188.598,20 GJ/ano

A Alegra é uma empresa que presa muito pela qualidade de seus fornecedores. Diante disto, cerca de **25,35%** de todos os materiais que utiliza em seu processo produtivo são de origem de resíduos já reciclados.

MATERIAIS DE ORIGEM
NÃO RENOVÁVEL USADOS

Plásticos: **2551,50 ton**

Alumínio, tecido e plástico: **6,02 ton**

Etiquetas: **21,23 ton**

MATERIAIS RENOVÁVEIS USADOS

Papelão: **1582,10 ton**

Tripa e colágeno: **440,08 ton**

Condimentos e ingredientes: **1638,33 ton**
[301-1],[301-2]

GESTÃO DE MATERIAIS E RESÍDUOS

As operações da Alegra em relação a gestão de matérias e resíduos visam atender a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que busca reduzir a geração de resíduos, propiciar o aumento da reciclagem e reutilização de materiais, além de tratar da destinação ambientalmente adequada. Essa política também institui a responsabilidade compartilhada entre os geradores de resíduos pós-industriais e pós-consumo (embalagens). **[301-2]** Ao lado segue a descrição dos materiais utilizados pela Alegra:

EMISSÕES

A Alegra monitora de forma periódica suas emissões atmosféricas a fim de garantir que estes gases fiquem dentro dos parâmetros de legislação, e desta forma evitar que venham a prejudicar o ar que respiramos. Abaixo segue os resultados da média anual dos monitoramentos: **[305-7]**

CALDEIRA FLAMOTUBULAR H. BREMER HBFR-3

MATERIAIS PARTICULADO(MP)

RESULTADO
2017 **54,45**mg/Nm³

LIMITE SEMA
016/2014 **400**mg/Nm³

CO

RESULTADO
2017 **695,52**mg/Nm³

LIMITE SEMA
016/2014 **1000**mg/Nm³

NOx

RESULTADO
2017 **149,1**mg/Nm³

LIMITE SEMA
016/2014 **500**mg/Nm³

CALDEIRA FLAMOTUBULAR H. BREMER HBFR-5

CO

RESULTADO
2017 **495,09**mg/Nm³

LIMITE SEMA
016/2014 **1000**mg/Nm³

*Dados obtidos a partir da média dos monitoramentos realizados no primeiro e segundo semestre de 2017 analisando os parâmetros determinados na Resolução SEMA N° 016/2014 que estabelece os limites máximos de emissão de poluentes atmosféricos para fontes fixas.



QUALIDADE E BEM ESTAR ANIMAL

O bem-estar animal é mais um dos itens aos quais a Alegra mantém uma atenção especial. Ele não está relacionado somente ao cuidado dos animais dentro da indústria, mas em toda a cadeia produtiva. Ao todo são 132 cooperados fornecedores de suínos recebendo assistência técnica constante formada por profissionais das mais diversas áreas, tais como: medicina veterinária, zootecnia, engenharia e técnicos agrícolas com conhecimento nas áreas de sanidade, nutrição, ambiência (Bem-Estar Animal), manejo e meio ambiente. A Alegra integra ações técnicas e tecnologias que vão desde o transporte, manuseio até o abate dos animais. Neste último item o destaque é a insensibilização, feita através de dióxido de carbono (CO₂), método este que quando comparado aos demais causam menos dor e sofrimento aos animais, além de proporcionar uma carne de melhor qualidade. Diante de toda esta atenção mantida em relação ao bem-estar dos animais, em 2017 a indústria se tornou a primeira Unidade Industrial de Carne Suína do Brasil a conquistar a certificação North American Meat Institute (NAMI) em bem-estar animal contemplando as áreas de recepção, transporte e abate de suínos, concedida pela World Quality Services (WQS). **[103-2] [103-3]**

Conforto animal

Através do seu programa de autocontrole em bem-estar animal, a Alegra estabelece os requisitos apropriados ao gerenciamento e controle de

todas as etapas que envolvem o manejo dos suínos dentro da indústria, isto visando o controle efetivo sobre os requisitos legais das normas de bem-estar animal e reduzindo a dor e o sofrimento dos animais contribuindo também para melhoria da qualidade da carne para fins de consumo. O programa alcança os produtores, funcionários das granjas, transportadores e motoristas, setores de planejamento, produção, assistência técnica, garantia da qualidade e todos os colaboradores das áreas de recepção, descarregamento, pocilgas, atordoamento e sangria. **[FP-13]**

Durante o ano de 2017 a Unidade processou 751.393 suínos, sendo 99,8% provenientes das cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal. São 132 cooperados fornecedores de suínos. Os demais suínos foram adquiridos no mercado local. **[FP-11]**

Os animais abatidos são oriundos de melhoramento genético de genes de diversas raças das principais empresas de genética do mundo. A Alegra conta com uma Unidade



GESTAÇÃO INDIVIDUAL



GESTAÇÃO COLETIVA



de Desenvolvimento Genético que possui os melhores reprodutores garantido a distribuição e disseminação dos melhores genes para atender as exigências do mercado. Toda inseminação é realizada de forma artificial, sendo aproximadamente 70% inseminação pós cervical e 30% cervical. **[FP-9]**

Todos os leitões nas fases de maternidade e creche são alojados em ambientes com controle de temperatura, sendo 65% por meio de sistemas movidos por energia elétrica e 35% por biogás proveniente do próprio efluente da produção dos suínos. Na fase de terminação os animais são criados de forma coletiva, fora de baias, e a temperatura é controlada por meio de cortinas. Na fase de reprodução as matrizes são alojadas em três sistemas de controle de temperatura, sendo:

- Pressão negativa com controle automático para 18% das matrizes
- Sistema de nebulizadores, ventiladores e cortinas para 22% das matrizes
- Sistema de cortinas para 60% das matrizes

O ano de 2017 foi fechado com 19% das matrizes suínas alojadas em sistema de baias coletivas conforme as normas europeias de bem-estar animal, os 81% ainda seguem no sistema de gestação individual. Para os novos projetos

seguiremos com o conceito de bem-estar animal conforme a legislação europeia, tendo em vista que no Brasil ainda não há legislação sobre o tema. **[FP-11]**

No que se refere à saúde do rebanho o programa tem como foco ações que reforçam a prevenção de possíveis doenças. São elas: aquisição de reprodutores de origem certificada, controle de qualidade nos ingredientes que compõe as rações, uso de vacinas, procedimentos de limpeza e desinfecção entre outros.

A Alegra está atenta às oportunidades para reduzir o uso de antibióticos conforme orientações técnicas de preservação da saúde humana. O uso destes medicamentos é realizado sempre com o acompanhamento de médicos veterinários especializados, fornecendo suas devidas orientações.

Aliais, todos os fármacos utilizados na produção de suínos são devidamente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O sistema de produção é livre de hormônios e também de ractopamina, aditivo alimentar que é banido de vários mercados importadores. A Alegra também tem banido, de forma gradativa, o procedimento de corte e desgaste dos dentes dos leitões recém-nascidos. Em 2017 foram 41% dos animais sem corte e desgaste dos dentes. **[FP-12]**

Em 2016 foi utilizada a Imunocastração (castração química dos machos), observou-se um aumento no odor e gosto característico na carne. Seguimos desta forma adotando o procedimento utilizado na Europa e em outros países. O manejo pré-abate e o transporte dos suínos é realizado de forma a atender a legislação brasileira, bem como as **67**

SUMÁRIO GRI

[102-55]

GRUPOS DE INFORMAÇÕES	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
PERFIL ORGANIZACIONAL	GRI 102: Divulgações Gerais	102-1	Nome da organização	18
		102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	32, 33
		102-3	Localização da matriz	18
		102-4	Localização das operações	34, 35
		102-5	Propriedade e "regime legal"	18
		102-6	Mercados servidos	34
		102-7	Escala da organização	26, 27
		102-8	Informação sobre empregados e outros trabalhadores	44, 45
		102-9	Cadeia de suprimentos	36, 37, 38, 39
		102-10	Mudanças significantes à organização e cadeia de suprimentos	28, 29, 30, 31
		102-11	Princípio ou abordagem de precaução	19
		102-12	Iniciativas externas	19
		102-13	Adesão a associações	19
		102-14	Declaração do decisor sênior	4,5,6,7
ESTRATÉGIA				
ÉTICA E INTEGRIDADE				
GOVERNANÇA				
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS		102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	22, 23, 24, 25
		102-18	Estrutura de governança	20, 21
		102-32	Função do mais alto corpo de governança em reportar sustentabilidade	7
		102-40	Lista de grupos de stakeholders	14, 15
		102-41	Acordos de convenção coletiva	45
	102-42	Identificação e seleção de stakeholders	11, 12	
	102-43	Abordagem ao engajamento de stakeholders	14	
	102-44	Tópicos e preocupações principais levantadas	16, 17	

GRUPOS DE INFORMAÇÕES	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
PRÁTICAS DE REPORTING		102-45	Entidades incluídas no relatório financeiro consolidado	7
		102-46	Definição do conteúdo do relatório e limitações de tópicos	16
		102-47	Lista de tópicos materiais	16
		102-48	Retratações de informações	8
		102-49	Mudanças nos relatos	7
		102-50	Períodos de relatos	7
		102-51	Data do mais recente relato	7
		102-52	Ciclo de relato	7
		102-53	Contato para questões relativas ao relatório	7
		102-54	Afirmações de que o relatório está de acordo com o padrão GRI Standards	7
		102-55	Índice de conteúdo GRI	68, 69, 70, 71, 72
		102-56	Garantias externas	7
ABORDAGEM GERENCIAL	GRI 103: Abordagem gerencial	103-1	Explicação do tópico material e seus limites	16, 17
OUTROS	GRI 419: Observância Socioeconômica	419-1	<p>Não observância de leis e regulamentos nas áreas sociais e econômica</p> <p>No ano de 2017 não houve qualquer registro de multa ou sanção socioeconômica e ambiental decorrentes do descumprimento de legislações pertinentes a Alegria.</p>	

TÓPICOS MATERIAIS	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG	
MERCADO E PRODUTOS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	32	
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	32	
	GRI 204: Práticas de Compra	204-1	Serviços e Suprimentos	36	
	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	40	
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	40	
	GRI 202: Presença no mercado	202-2	Proporção de gerentes seniores contratados da comunidade local	44	
	GRI 401: Emprego	401-1	Novos funcionários contratados e turnover	42, 43	
		401-2	Benefícios a empregados de tempo integral que não são oferecidos a temporários ou empregados de meio período	45	
	GRI 403: Saúde e segurança ocupacional	403-1	Força de trabalho representada em comitês de saúde e segurança	49	
		403-2	Taxa de absenteísmo, doenças ocupacionais, dias perdidos e número total de fatalidades relacionadas ao trabalho	46, 49	
		403-4	Tópicos de saúde e segurança cobertos em acordos formais com sindicatos	49	
	GRI 404: Treinamento e educação	404-1	Média de horas de treinamento por ano por funcionário -	43	
		404-3	Porcentagem de empregados recebendo revisões regulares de performance e desenvolvimento de carreira	43	
	GRI 405: Diversidade e Igualdade de oportunidades	405-1	Diversidade do corpo de governança e empregados	44, 45	
	PESSOAS	GRI 416: Saúde e segurança do cliente	416-1	Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	50

TÓPICOS MATERIAIS	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
RESULTADOS ECONÔMICOS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	52
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	52
	GRI 201: Performance econômica	201-1	Valor econômico direto gerado/ distribuído/ retido	55
		203-2	Impactos econômicos indiretos significantes	54
RESULTADOS AMBIENTAIS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	56
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	56
	GRI 301: Materiais	301-1	Materiais usados por peso ou volume	62, 63
		301-2	Insumos reciclados utilizados	62, 63
	GRI 302: Energia	302-1	Consumo de energia dentro da organização	61, 63
		302-3	Intensidade energética	61
		302-4	Redução de consumo de energia	61
	GRI 303: Água	303-1	Retirada de água por fonte	58, 59
		303-3	Água reciclada e reusada	58, 59
	GRI 304: Biodiversidade	304-1	Locais operacionais possuídos, alugados, gerenciados em ou adjacentes a área de proteção ambiental e área de alto valor de diversidade	56
	GRI 305: Emissões	305-7	Emissão de gases Nox e Sox, e outras emissões significativas	64
	GRI 306: Efluentes e rejeitos	306-1	Descarga de água por qualidade e destinação	59
QUALIDADE E BEM ESTAR ANIMAL	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	66
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	66

TÓPICOS MATERIAIS	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
QUALIDADE E BEM ESTAR ANIMAL	Setoriais: Qualidade e Bem Estar Animal	FP-09	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécies e tipo de procriação	66, 67
		FP-10	Políticas e práticas, por espécies e tipo de procriação, relacionadas a alterações físicas e uso de anestésicos	67
		FP-11	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécies e tipo de procriação, por tipo de habitação	66
		FP-12	Políticas e práticas sobre antibióticos, anti-inflamatórios, hormônios e/ou tratamentos de promoção de crescimento, por espécies e tipo de procriação.	67
		FP-13	Número total de incidentes significantes de não-conformidade com leis e regulamentações, e aderência a práticas padrões e voluntárias de transporte, manuseio e abate para animais terrestres e aquáticos.	66

EXPEDIENTE

Coordenação geral:

Amauri de Castro Oliveira
Sérgio Pires Machado
Torbim de Geus

Consultores de terceira parte:

Antonio Carlos De Francisco (LESP/UTFPR)
Cassiano Moro Piekarski (LESP/UTFPR)
Daniel Poletto Tesser (LESP/UTFPR)
Guilherme Prado (LESP/UTFPR)
Jovani Taveira De Souza (LESP/UTFPR)

Fotos:

Nilson Filho
Banco de imagens Comunicação e Marketing Alegra

Edição e revisão:

Edison Lemos

Projeto Gráfico e diagramação:

Amauri Castro
Luan Dione Rein



TENTAS BEM- DAS

RELATÓRIO

O que você gostaria de ver em nosso próximo relatório?
Preencha o formulário e nos envie.
www.alegra.com.br/relatorio