



RELATÓRIO DE  
**SUSTENTABILIDADE 2018**

RELATÓRIO  
DE PROGRESSO  
DO PLANO DE  
SUSTENTABILIDADE  
DA ALEGRA FOODS

**Alegria**

# SOBRE O *relatório*

Com crescimento de vendas registrado em todos os itens de varejo, com satisfação e orgulho apresentamos aos nossos públicos de interesse, os resultados alcançados pelas operações da Indústria de Carnes Alegra durante o ano de 2018. [102-52]

Encerramos o período com perspectivas positivas para o setor de consumo de alimentos industrializados. Esses indicadores, em conjunto com fatores como controle da inflação, sinalizam que o país pode ter iniciado o caminho da recuperação econômica, permitindo um novo ciclo de crescimento para nossa indústria e para toda a rede com a qual trabalhamos. Frente a

essa perspectiva, os investimentos e projetos desenvolvidos nos últimos anos, com foco no aprimoramento da gestão e dos processos, tendem a nos colocar em posição vantajosa para colher os resultados das oportunidades que aparecerão.

Importante salientar que no início do ano de 2019 a Unidade de Carnes Alegra passou por uma série de mudanças e reformulações, principalmente em sua estrutura de governança, porém como o presente relatório tem como objetivo o relato das informações referentes ao ano base de 2018, esta nova estrutura só será mais bem elucidada nos próximos relatos.



O Relatório de Sustentabilidade 2018 que estamos trazendo visa expor, com toda transparência, as várias dimensões que nosso negócio impacta na vida econômica, social e ambiental de todos os segmentos que interagem conosco o tempo todo. Em todas essas relações, acreditamos que a postura ética, os valores e a transparência devem prevalecer. Buscamos estimular a adoção de boas práticas de gestão, fortalecendo a geração de valor e compartilhando o crescimento sustentável dos negócios.

O Relatório de Sustentabilidade 2018 é um documento que reúne os mais importantes fatos vivenciados pela Unidade Industrial de Carnes Alegra durante o ano, e presta contas a respeito do seu desempenho, endereçado principalmente aos seus stakeholders.

A Alegra vive um processo de reinvenção contínua exigido pelo modelo de negócio singular em que se insere. As novas tecnologias e a digitalização que já fazem parte da vida de todos os consumidores também estão presentes em nossas marcas, devidamente preparadas para atender um consumidor cada vez mais conectado e empoderado.

Da mesma forma que foi apresentado no ano anterior, este relatório foi preparado de acordo com as normas

da Global Reporting Initiative (GRI), seguindo a versão Standards na opção essencial. Ele traz dados e informações referentes ao período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018, abrangendo todas as operações industriais, administrativas e atuação com parceiros. As informações, coletadas com as diversas áreas, foram aprovadas pela Diretoria. Somente os dados econômico-financeiros foram verificados por auditoria externa, confiada aos auditores independentes Dickel & Maffi Auditoria e Consultoria.

O relatório referente ao ano de 2018 segue os mesmos tópicos abordados no relato anterior, sendo eles: Sobre o Relatório, Sobre a Alegra, Destaques do ano, Mercado e Produtos, Pessoas, Resultados Econômicos, Resultados ambientais, Qualidade e Bem Estar Animal e Sumário. [I02-32] [I02-45] [I02 -46] [I02-49] [I02-50] [I02-51] [I02-52] [I02-56]

#### Outros Registros

Nos disclosures relacionados à energia [302-1] [302-3] [302-4] [302-5] foi reformulada a forma de mensuração energética de forma a padronizar todos os valores em Gigajoules. [I02-48]



#### Global Reporting Initiative (GRI)

Este relatório foi preparado de acordo com a GRI Standards [I02-54]



[comunicacaoalegra@castrolanda.coop.br](mailto:comunicacaoalegra@castrolanda.coop.br)

42 3234 8215 | SAC 0800 646 1050

[alegrafoods.com.br](http://alegrafoods.com.br)

[facebook.com/AlegraFoods](https://facebook.com/AlegraFoods)

[instagram.com/alegrafoods](https://instagram.com/alegrafoods)

[linkedin.com/company/alegrafoods](https://linkedin.com/company/alegrafoods)

[I02-53]

## DECLARAÇÃO DO DECISOR SÊNIOR

O ano de 2018 foi desafiador em termos de mercado para todo o setor de carnes, tanto no Brasil quanto no exterior, com tendências de preços deflacionários. Mas terminou com esperança, devido principalmente a disseminação da peste suína africana.

A Alegra é uma empresa jovem e forte em seu 4º ano de operação no ano 2018. Esta evolução brusca, criada pela situação no setor de suínos na China, exige uma certa flexibilidade e capacidade de adaptação de todos os players no mercado brasileiro.

Em 25 de fevereiro de 2019, as três cooperativas que constituem a Unium, a marca da intercooperação entre a Frísia, a Castrolanda e a Capal, iniciaram um processo de reestruturação para melhor preparar a Indústria de Carnes Alegra para sua próxima fase de crescimento e aproveitar das rápidas mudanças positivas no mercado, especialmente devido à peste suína africana na Ásia.

Um modelo de governança ajustado, habilidades aprimoradas nas equipes e abordagem de gestão fortemente voltada para o desempenho dos times, uma cultura focada num claro senso de dono e compromisso fortaleci-

do por um profundo foco na excelência operacional, são pilares fundamentais dessa reestruturação. A Alegra está sendo preparada para um forte crescimento em termos de volume.

Os CEOs das três cooperativas assumiram, cada um, diferentes áreas dentro da Alegra por um período de tempo definido, a fim de gerar a aceleração apropriada. Agradeço aos colegas da Frísia e Capal por seus esforços contínuos e o envolvimento positivo durante este período, juntamente com a Castrolanda, que dentro do modelo da intercooperação, lidera operacionalmente a Alegra. O resultado do processo de reestruturação foi positivo e está de acordo com o planejamento estratégico para a Indústria de Carnes. A Alegra está pronta para enfrentar o crescimento robusto do mercado interno e das nossas exportações.

Com relação ao mercado interno, a Alegra tem conseguido manter o crescimento com seus parceiros de negócios, as cadeias de restaurantes comprometidas com nossos produtos de alta qualidade, e as redes de supermercados que ofereceram à marca seu merecido reconhecimento no varejo. No mercado externo a Alegra consegue geralmente capturar preços interessantes, volumes importantes e um crescimento da base de clientes.



Time de colaboradores Alegra de abate e desossa

Finalmente, gostaria de agradecer a todos os produtores que nos entregam suínos de nível superior todos os dias. A Unium cobre uma parte significativa da cadeia de valor, a partir das sementes plantadas pelos próprios agricultores Unium, dando origem ao milho, soja ou trigo. Posteriormente esses grãos se transformam em rações manipuladas por nossas indústrias, que vão alimentar as unidades de produção de leitões e as granjas dos produtores terminadores. Tudo isso resulta em produtos cárneos de alta qualidade representando o orgulho e a paixão da equipe completa de colaboradores da Alegra.



**Thomas Domhoff**  
CEO  
Castrolanda Cooperativa Agroindustrial



**Emerson Moura**  
Superintendente  
Frísia Cooperativa Agroindustrial



**Adilson Fuga**  
Presidente Executivo  
Capal Cooperativa Agroindustrial

## DOIS DEDOS DE *prosa!*

O contexto de recessão e de lenta recuperação da economia no Brasil, que é nosso maior mercado, não nos afastou de nosso caminho. Em 2018 continuamos trabalhando firme para alcançar as metas estabelecidas. Isso significa dizer que a Alegra se empenha para colocar em cada lar, mercado ou restaurante de todos os países onde chega, soluções de qualidade, inovadoras, confiáveis, e com alto componente nutricional responsável. Com isso, busca ser a opção preferida de clientes e consumidores, o melhor lugar para trabalhar de seus colaboradores, o aliado ideal para o crescimento e desenvolvimento de provedores e comunidades.

No âmbito da empresa há o entendimento muito claro de que as pressões do crescimento da população e do desenvolvimento econômico tendem a crescer. E que qualquer decisão operacional da indústria terá

impacto, tanto positivo quanto negativo sobre o meio ambiente. Diante disso a Alegra reafirma que saúde e segurança, ética, eficiência, inovação e engajamento comunitário são os eixos de seus Compromissos de Sustentabilidade. Esses pilares se desdobram em uma série de metas e atestam o engajamento com o futuro da companhia e do ecossistema onde se insere, incluindo os diferentes públicos de relacionamento e o meio ambiente.

A Unidade Industrial de Carnes está sempre buscando fazer melhor aquilo que faz. Essa superação buscada de forma contínua, abrange inovar em produtos, processos e relacionamentos, e entender as tendências e demandas dos consumidores. O compromisso de levar o bem-estar a seus grupos de interesse é pauta permanente da comunicação da Alegra com seus públicos, oportunizando o esclarecimento de dúvidas, alinhamento de estratégias, e divulgação de valores expondo o caráter transparente das ações da indústria. [I02-42]



# Stakeholders



## CLIENTES E CONSUMIDORES

Para evidenciar a qualidade dos produtos e processos operacionais a comunicação busca o relacionamento constante com clientes e consumidores por meio de visitas, apoiada 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

Na busca de reter e desenvolver talentos, compartilhar valores e princípios para o desenvolvimento humano e profissional a comunicação se empenha em impactar os colaboradores através de materiais de comunicação interna, treinamentos, programas de conscientização relacionados à segurança e saúde. Encontros periódicos entre o Superintendente, Gerencia e colaboradores acontecem semanalmente.

## FORNECEDORES E PARCEIROS

Com fornecedores e parceiros, a comunicação objetiva assegurar o alinhamento estratégico de valores e princípios, atra-

vés de relacionamento por meio de encontros e reuniões mensais específicos com cada setor.

## SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA

A Alegra busca ser uma empresa referencia para seus clientes e colaboradores de uma forma que toda a comunidade seja beneficiada pelas suas atuações, diante disso realiza diálogos mensais com sindicatos sobre assuntos referentes às condições trabalhistas.

## COMUNIDADES

A planta industrial da Alegra foi concebida para que fossem adotadas as melhores práticas de sustentabilidade, diante disso a indústria se apresenta como um grande atrativo didático. A Alegra se prontifica a receber visitas previamente agendadas com escolas técnicas, universidades e clientes ao seu complexo industrial.

Também estabelece eventualmente campanhas e divulgações que provam não somente a sustentabilidade industrial, mas também de toda a comunidade.

## COOPERADOS

Com o cooperado, busca desenvolver o alinhamento estratégico de valores e princípios baseados nas normativas internas de qualidade. O canal de comunicação aberto e transparente com os cooperados se dá através de encontros semanais e visitas previamente agendadas.

## 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 é diário, e acontece através do departamento financeiro. [I02-40] [I02-42] [I02-43]



# Materialidade

Para divulgar a materialidade no formato GRI Standards, a Alegra, alinhando a sua demanda com as de seus stakeholders, definiu no ano de 2017 cinco temas globais que orientam os negócios e objetivos da empresa sendo eles: Mercados e Produtos, Pessoas, Resultados Econômicos, Resultados Ambientais e Bem-Estar Animal. São estes os temas materiais corporativos reagrupados que permanecem em divulgação em 2018 para melhor entendimento por parte do público. [I02-47]

Houve reuniões periódicas com a alta liderança da empresa a fim de juntar informações e chegar a princípios de materialidade que formassem aquilo que a empresa considera como mais importante. Em 2018, ainda em processo de amadurecimento esta materialidade não teve mudanças significativas, seguindo a mesma já divulgada no relato anterior. [I02-46]

No ciclo de consultas realizado em 2017 pela área de comunicação da Alegra, a indústria já havia engajado seus principais públicos de interesse interno (colaboradores e alta direção) e externo (fornecedores, parceiros institucionais e comunidade, os chamados stakeholders). [I02-42]

Os principais tópicos e preocupações dos stakeholders, direcionam nas tomadas de decisões e na forma de se relacionar com os públicos, como mostra o quadro:

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
	Saúde e segurança do cliente	416-1	Alta liderança   Gestores	Comunidade local Consumidores   Clientes
PESSOAS	Presença no mercado <i>(Gerentes sênioris contratados na comunidade local)</i>	202-1	Alta liderança   Gestores	Comunidade local
	Emprego	401-1, 401-2	Alta liderança   Gestores   Cooperados	Comunidade local
	Diversidade e igualdade de oportunidades	405-1		Consumidores   Clientes
	Treinamento e educação	404-1, 404-3		Comunidade local   Parceiros institucionais   Clientes
Saúde e segurança no trabalho	403-1, 403-2, 403-4	Comunidade local   Parceiros institucionais   Clientes		
RESULTADOS ECONÔMICOS	Desempenho econômico	201-1	Alta liderança   Gestores   Cooperados   Colaboradores	Fornecedores de insumos   Suinocultores
	Impactos econômicos indiretos	203-2	Alta liderança	Comunidade local   Parceiros institucionais
RESULTADOS AMBIENTAIS	Energia	302-1, 302-3, 302-4	Alta liderança   Gestores	Fornecedores de insumos
	Água	203-2		Comunidade local   Clientes
	Emissões	305-7		Comunidade local   Clientes   Parceiros institucionais
	Efluente e resíduos	306-1		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 Alegria



Fruto da intercooperação promovida pelas cooperativas Frísia (Carambeí), Castrolanda (Castro) e Capal (Arapoti), desde outubro de 2015 a Unidade de Carnes Alegria é uma sociedade cooperativa sob gestão da Castrolanda, que desenvolve com sucesso atividades industriais na transformação de carne suína em sua sede localizada na Rodovia PR 151, km 278 - Castro/PR. [I02-1] [I02-2] [I02-3]

A Alegria faz parte de uma aliança estratégica abrigada sob a marca Unium que oferece aos cooperados das três cooperativas, alternativa rentável e estrutura de mercado para suas produções. A marca Unium, portanto, é o símbolo da intercooperação, reunindo plantas industriais de suínos, lácteos e trigo. Ela contempla entre outras, as marcas Alegria, 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 nos mercados nacional e internacional. [I02-5]

Saúde, Segurança e Meio Ambiente são áreas pelas quais a Alegria tem uma atenção especial, tanto que todos os tópicos descritos em sua política de gestão estão de uma forma ou de outra associada a pelo menos um destes três pilares.

A política de gestão é divulgada e está disponível a todos os colaboradores. As ações visando garantir a saúde e segurança aos parceiros, clientes e colaboradores e a preservação do ambiente, vão desde marketing até a própria abordagem pessoal visando a conscientização de cada um. [I02-11] [I02-12]



A cultura da cooperação proporciona à Unidade de Carnes Alegra manter parcerias, entre outras, com instituições como:

Fundação ABC – que realiza pesquisa aplicada para desenvolver e adaptar tecnologias para a realidade da região dos Campos Gerais, buscando soluções tecnológicas para o agronegócio. “Braço tecnológico das cooperativas holandesas”, a Fundação realiza análises de campo que garantem a qualidade, a rastreabilidade e credibilidade dos alimentos para os animais que abastecem a indústria.

A indústria também usufrui dos serviços de monitoramento, formação profissional e promoção social ofertados pelo SESCOOP/Paraná (Serviço Nacional de Aprendizagem sobre Cooperativismo). Mantém vinculação institucional com a OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras, que representa a atividade cooperativista ao nível federal.

Está vinculada à 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. E faz parte da 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. [I02-I3]

**Através da intercooperação os cooperados da Frísia, Castrolanda e Capal, formatam um modelo de negócio que lhes garante uma aliança estratégica de investimento para concorrer juntos no mercado. Com isso ganham escala de produção e força de competição ao nível regional, nacional e internacional.**



# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL

[102-18]



O modelo, a estrutura e as políticas de governança corporativa da Unidade Industrial de Carnes foram construídos de maneira a dar suporte para a estratégia definida pelo Conselho de Administração, garantindo a sua implementação com transparência, eficiência e integridade.

Na Alegra essa estrutura está ancorada sobre doze eixos principais, que são: superintendente, gerente de produção, gerente técnico de suínos, gerente de mercado interno, coordenador administrativo, coordenador de P&D (planejamento e desenvolvimento), coordenador de PCP (planejamento e controle de produção), coordenador de qualidade, gestor de comunicação, gestora de mercado externo e gestora de RH.

A Alegra conta ainda com estruturas de governança auxiliares formadas por quatro órgãos:

### COMITÊ MISTO DA INTERCOOPERAÇÃO

Que toma decisões técnicas em relação ao processo industrial;

### DIRETORIA UNIUM DAS INDÚSTRIAS

Composta pelos presidentes, vice-presidentes, e CEOs das três cooperativas da intercooperação;

### COMITÊ FISCAL DA INTERCOOPERAÇÃO

Destinado a acompanhar, orientar e exercer fiscalização sobre operações, atividades e serviços das cooperativas quanto às atividades industriais compartilhadas;

### COMITÊ TÉCNICO DA SUINOCULTURA

Que tem como função acompanhar os custos de produção, principais indicadores da indústria e ações de campo. Houve mudanças no início de 2019 que serão reportadas no próximo Relatório de Sustentabilidade.

[102-18]

# Valores, GOVERNANÇA E COMPLIANCE

Dois documentos principais regem a condução dos negócios e o relacionamento da Indústria de Carnes Alegra com seus públicos: a Proposta de Valores e Princípios, que se refere à Visão e Missão da empresa, e o Código de Conduta, que diz respeito à ética esperada de todos os envolvidos nos negócios da organização. A proposta de valor agrega os valores das três cooperativas envolvidas no projeto industrial Alegra, que são: Frísia, Castrolanda e Capal.

## 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

## CULTURA C, DE CASTROLANDA

Buscando adaptar-se às necessidades e melhores práticas de mercado, a Alegra instituiu práticas de *Compliance* que buscam garantir a concretização de seus valores institucionais através da conformidade e atendimento de todas as legislações: nacional, internacional, e de suas políticas internas.

*Compliance* é uma palavra da língua inglesa cada dia mais presente no vocabulário do mundo corporativo brasileiro. Ela significa estar em conformidade com padrões éticos e de transparência, respeitando as leis e regulamentos em tudo que se faz. Na Alegra isso é básico, está presente no DNA da empresa, transmitido pelos seus fundadores, as cooperativas holandesas do Paraná.

Para a disseminação destas práticas de *Compliance*, a Alegra conta com

**PROPOSTA DE VALOR**  
Produzir e fornecer alimentos com sustentabilidade, alta qualidade, inovação, conveniência e confiança.

uma importante ferramenta: o Código de Conduta. Oriundo da Cooperativa Castrolanda, o Código de Conduta apresenta o conjunto de condutas éticas esperadas de seus colaboradores, cooperados, membros eleitos e parceiros de negócios. Suas principais diretrizes estão simplificadas nas **7 regras azuis**:

- “1. Vivência diárias dos valores institucionais
2. Ambiente seguro e próspero;
3. Respeito à dignidade humana;
4. Cumprimento das legislações nacionais e internacionais;
5. Desenvolvimento do meio ambiente e da comunidade;
6. Intolerância a qualquer tipo de violência;
7. Censura à corrupção;”

[102-16]

# ALEGRA EM NÚMEROS

[102-7]

 **1.593** Colaboradores

**R\$ 311mi** Patrimônio líquido 

 **31** Países de exportação

**R\$ 566mi** Vendas líquidas 

	2017	2018
COLABORADORES	1.476	1.593
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	272mi	311mi
PAÍSES	24	31
ESTADOS	17	21
VENDAS LÍQUIDAS	511mi	566mi



## Número total de operações

1º Alegra

2º Loja Alegra Curitiba

3º Filial SP Armazenagem

## Produtos fornecidos

- 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*

# Destaque DO ANO

Em 2018 a Alegra recebeu através de auditores homologados pela PAACO (Professional Animal Auditor Certification Organization) a renovação da certificação do **Selo NAMI (North American Meat Institute)**. Esta norma certifica que são seguidas as mais cuidadosas regras de bem estar animal, desde o transporte, recepção e abate de suínos. Todas estas ações também garantem a maior qualidade da carne e seus produtos derivados. **Em 2017 a Alegra foi a primeira planta de abate de suínos a conquistar esta certificação.**

Outro destaque foi o programa **Jovem Chef**, idealizado para melhorar a qualidade de vida de jovens carentes. Através deste projeto social foram formados 14 jovens, com idades entre 16 e 24 anos, como auxiliares de cozinha. Realizado em parceria com o consultor da Alegra, Chef Dobis, as aulas duraram cerca de seis meses. Como reconhecimento ao projeto a Alegra foi agraciada com o **prêmio SESI ODS 2018**, atingindo um dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que prevê acabar com a pobreza em toda as suas formas, em todos os lugares.

## Alegra é reconhecida no Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira

Em setembro de 2018 aconteceu, em São Paulo, a cerimônia de premiação do Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira 2018 – promovido pela ABRE – Associação Brasileira de Embalagem. A Alegra junto com a Bemis Latin America recebeu o troféu de prata na categoria tecnologia em embalagens de alimento e bebidas com o produto linguiça saborizada.

O Prêmio ABRE é voltado a empresas e profissionais do design e da indústria e visa reconhecer seus esforços para aprimorar a qualidade, design, inovação, sustentabilidade, e outros quesitos que contribuem para a valorização da embalagem nacional. Com isso, o concurso se propõe a fortalecer a conexão do envoltório brasileiro com a sociedade, auxiliando na aceleração do setor.

A inovação na embalagem que trouxe o troféu prata para a Alegra Foods e para a Bemis Latin America foi a primeira embalagem tátil produzida no Brasil. A embalagem é flexível de multicamadas com impressão em rotogravura, com verniz interno, alinhado a um processo de aplicação diferenciado. A conexão existente entre a inovação e a nova linguiça saborizada resgata a experiência de um produto feito com altíssima qualidade e cuidado para o consumidor. Além de estimular os sentidos do cliente, o invólucro permite uma maior qualidade de selagem, o que melhora o processo de transporte e padroniza o produto no ponto de venda, gerando mais visibilidade nas gôndolas. [102-10]



## MERCADOS E *produtos*

Empresa que busca conquistar espaço num mercado cada vez mais disputado e competitivo, dominado por marcas já consolidadas, a Alegria considera que o desenvolvimento de novos produtos e a conquista de novos mercados são itens de extrema importância para que possa crescer e se desenvolver.

O objetivo é que a marca seja reconhecida em todo território nacional e também possa conquistar os maiores mercados consumidores de carne suína do mundo. E os resultados já começam a aparecer. Prova disso são os crescentes avanços e conquista de novos mercados nacionais e internacionais. [103-2] [103-3]

A marca Alegria estampa 50 diferentes produtos presentes em mercados de todo país, atuando nos segmentos varejistas, atacadistas, Food Service e industriais. A identidade oriunda da região dos Campos Gerais, no Paraná, qualifica salames e copas, presuntos cozidos e defumados, apresuntados, linguiças de diversos tipos, bacons, costela defumada e desossada, lombo, pernil, picanha, sobrepaleta, filé mignon, carré e outros cortes. Graças a parcerias construídas nos últimos anos, hoje a Alegria presta serviços para gigantes do mercado da alimentação, como McDonalds, Ceratti, BOUA e Madero.

### Salames e Copa

Tipo Milano  
Tipo Hamburguers  
Tipo Italiano  
Salaminho  
Copa

### Fatiados

Salames  
Presunto defumado  
Presunto cozido  
Copa  
Lombo

### Presuntaria

Presunto cozido  
Presunto defumado  
Apresentado  
Lombo

### Temperados

Pernil  
Lombo  
Picanha suína  
Sobrepaleta suína  
Filé mignon

### McDonalds

Bacon

### Ceratti

Presunto  
Apresentado  
Salames

### Madero

Costela  
Barrica  
Toucinho  
Espinhaço  
Lombo  
Papada  
Pernil  
Recorte 20  
Sobrepaleta

### LINGUIÇAS

#### Frescais

Linguiça Toscana  
Linguiça de pernil  
Linguiça churrasco

#### Saborizadas

Queijo  
Apimentada  
Bacon  
Cheiro verde

#### Defumadas

Calabresa  
Portuguesa  
Paio

#### Defumados

Bacon especial pernil  
Costela suína  
Bacon em fatias

### BOUA

Presunto  
Apresentado  
Bacon

### Outback

Bacon  
Costelinha Suína

### CORTES

#### Premium

T-Bone  
Costela desossada  
Lombo Inglês  
Ribeye  
Prime Rib

#### Fácil

Picanha fatiada  
Copa-lombo fatiada  
Lombo corte inglês  
Filé mignon  
Costela ripa  
Lombo fatias  
Costela churrasco

#### In natura

Costela  
Costelinha  
Sobrepaleta suína  
Lombo suíno  
File mignon  
Carre

### Ingredientes para feijoada

# MERCADO

A Alegra está presente em diversos continentes através de seus produtos, sempre procurando ser melhor no que faz. E busca aperfeiçoar constantemente as práticas adotadas para alcançar desempenho superior ao que há de mais moderno nos mercados em que atua. Cada vez mais busca ampliar sua vantagem competitiva pela qualidade, conferindo aos consumidores e clientes as melhores experiências com seus produtos.

**21**  
Estados do mercado interno

### MERCADO INTERNO

Alagoas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe, Tocantins. [I02-4] [I02-6]



**31**  
Países do mercado externo



PRESENÇA *global*



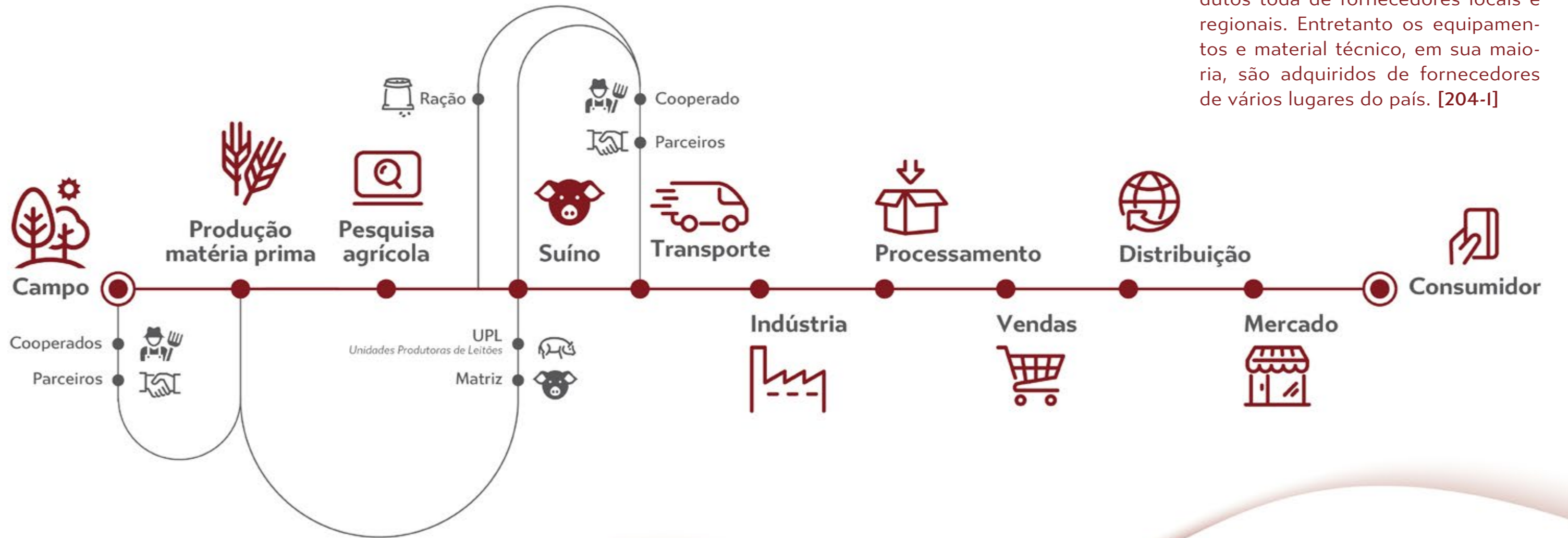
### MERCADO EXTERNO

A Alegra já fornece alimento para 31 países de várias partes do mundo. São eles: África do Sul, Angola, Argentina, Armênia, Azerbaijão, Bahamas, Bermudas, Bonaire, Cabo Verde, Cingapura, Congo, Costa do Marfim, Cuba, Emirados Árabes, Geórgia, Grenada, Haiti, Hong Kong, Kosovo, Libéria, Maldivas, Moçambique, Moldávia, Omã, Paraguai, Saint Martin, Seychelles, Tortola, Ucrânia, Uruguai e Vietnã.

# CADEIA DE fornecedores

## CADEIA DE FORNECEDORES

A Alegra adquire a matéria-prima essencial para fabricação de seus produtos toda de fornecedores locais e regionais. Entretanto os equipamentos e material técnico, em sua maioria, são adquiridos de fornecedores de vários lugares do país. [204-I]





### PESQUISA AGRÍCOLA

A fundação ABC foi fundada a partir da união das cooperativas que hoje são conhecidas como: Frísia, Castrolanda e Capal. Sua fundação teve como objetivo oferecer o suporte de pesquisa aos seus cooperados, desta forma até hoje a fundação ABC atua na recomendação dos insumos visando a maior e melhor produção dos suínos entregues na Alegra.

### FÁBRICA DE RAÇÕES

Consciente do alto custo que a nutrição animal representa para a produção pecuária, os fornecedores de suínos da Alegra contam com o apoio das fabricas de rações próprias das três cooperativas que compõe o grupo Unium. O objetivo é otimizar os recursos e garantir bons resultados à cadeia produtiva. As rações são produzidas seguindo rigoroso controle de qualidade, visando atingir o máximo potencial dos animais.

### ASSISTÊNCIA TÉCNICA

As três cooperativas das quais a Alegra é composta, possuem em seu quadro profissional, técnicos, agrônomos, veterinários e zootecnistas que atuam diretamente no apoio técnico ao pro-

ductor. Este apoio busca não somente aumentar a produtividade, mas também alinhá-la às normas e legislações vigentes, além de atender as necessidades do consumidor.

### TRANSPORTE

O transporte dos animais até a indústria é uma etapa que traz vários riscos à saúde do animal. Para prevenir estes riscos e também seguir as normas de bem-estar animal a Alegra trabalha atendendo os limites máximos de lotação para cada tipo de veículo, proporcionando sombreamento e a aspersão de água nos animais em épocas de calor. Além do bem-estar animal, estas práticas ajudam a garantir a melhor qualidade da carne para o consumidor.

### INDÚSTRIA

Na indústria ocorre todo o processamento dos suínos. A indústria trabalha conforme um plano de produção pré-estabelecido, de forma que possa atender todas as demandas de seus consumidores sem perder o foco na qualidade do produto.

### PROCESSAMENTO

Na etapa de processamento, a carne suína passa por um processo de transformação até chegar ao produto final. O tipo de processamento utilizado vai depender muito de qual o produto que se deseja fabricar.

### VENDAS

Etapa de extrema importância para a divulgação dos produtos da Alegra, o setor de vendas é composto por profissionais que atuam nas mais diversas regiões do país, desenvolvendo e abrindo novos mercados, difundindo seus produtos nas mais diversas regiões do país.

### DISTRIBUIÇÃO

A distribuição compreende a uma logística alinhada conforme as necessidades e demandas dos mercados consumidores. Os veículos utilizados nesta logística são refrigerados mantendo a temperatura ideal para conservação dos produtos. Além disso, a Alegra possui um CD (Centro de Distribuição) localizado em São Paulo e operadores nas maiores capitais. Toda produção

destinada ao mercado externo sai do Brasil através do Porto de Itajaí.

### MERCADO

A Alegra conta com mercado consumidor bastante amplo, a sua cadeia de fornecedores são os mais diversos e os seus produtos podem ser encontrados em redes restaurantes, redes de fast food, redes gourmet e mercados de atacado e varejo.

### CONSUMIDOR

A pesquisa de mercado mostra que o perfil dos consumidores de produtos Alegra é bastante variado, o grande portfólio de produtos consegue atingir as mais diversas camadas sociais, que são supridos conforme a sua exigência e demanda.

[I02-9]



# Pessoas

São as pessoas que mantêm a Alegria, e são elas que farão com que a indústria se desenvolva mantendo a qualidade de seus produtos. As pessoas são peças-chave na Alegria. O desenvolvimento de seus colaboradores, a saúde e a segurança são itens imprescindíveis na empresa.

Somente com o bem-estar de seus colaboradores é que os resultados virão para a empresa. Na outra ponta, a satisfação dos clientes só será

atendida se a qualidade dos produtos for mantida. E para isso é preciso ter colaboradores satisfeitos com seu ambiente de trabalho.

A Alegria trabalha mantendo a igualdade entre seus colaboradores, independente da raça, crença, ou posição social. Quase metade dos colaboradores pertence ao sexo feminino, e o objetivo é que este equilíbrio seja ainda maior nos próximos anos. [I03-2] [I03-3]

# PERFIL DOS colaboradores

## DIVISÃO DOS SETORES ALEGRA

### SETORES ADMINISTRATIVOS:

Administrativo, Portaria, Faturamento, Almoxarifado, Copa Cozinha, Saúde Segurança e Meio Ambiente, Comercial, Comercial Mercado Externo, Logística Suíno, Gestão Técnica, Gestão de Pessoas, Logística, Comunicação, Tecnologia da Informação e Loja.

### SETORES PRODUÇÃO:

Planejamento e Controle de Produção, Laboratório, Abate, Desossa, Miúdos internos, Miúdos externos, Embalagem secundária cortes, Sala de cortes, Carregamento, Fabrica de farinha, Manutenção, Geração de vapor, Refrigeração, Túnel, Higienização, Estação de tratamento de água, Estação de tratamento de efluentes, Qualidade, Administração de produção, Pesquisa e Desenvolvimento,

Serviço de Inspeção Federal, Expedição, Linguças cozidas, Fatiados, Condimentaria, Embalagem secundaria indústria, Linguças Frescais, Bacon, Salame e Copa, Presunto e Apresuntado, Marinados e temperados.

O modelo de administração (governança) adotado pela Alegra conta com um grupo de 11 gestores, entre eles um superintendente. Três deles pertencem à comunidade dos Campos Gerais, oito são oriundos de outras regiões. Deste quadro 82% pertencem ao sexo masculino e 18% ao sexo feminino. O perfil deste grupo revela que suas idades estão compreendidas dentro das seguintes proporções: 63,7% com idade entre 30 e 50 anos; 27,2% com idade acima de 50 anos; e 9,1% com idade abaixo de 30 anos. [202-2]

O quadro de colaboradores em dezembro de 2018 registrava um total de 1593 funcionários, dos quais 44% pertenciam ao sexo feminino (701) e 56% pertenciam ao sexo masculino (892). Abaixo de 30 anos havia 767 colaboradores; de 30 a 50 anos havia 684 colaboradores, e com mais de 50 anos havia 45 colaboradores. Com relação a minorias havia 59 aprendizes (4%) e 36 PCD's (pessoas com deficiência) ou 2,26% do quadro funcional.

Além destes funcionários a Alegra possui mais 30 colaboradores terceirizados que trabalham especificamente para a empresa nos setores de Restaurante, Vigilância, Triparia, Vestiário e Jardinagem. [102-8] [405-1]

As negociações coletivas abrangem 100% dos colaboradores permanentes. Tendo como política a negocia-

ção entre as classes representativas e todos nossos colaboradores têm a liberdade de associação às entidades representativas. 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. [102-41] [401-2]



# 1593

Funcionários  
em 2018

MULHERES	701	44%
HOMENS	892	56%
ABAIXO DE 30	767	48%
30 A 50 ANOS	684	42,9%
ACIMA DE 50	45	2,8%
APRENDIZES	59	4%
PCD	36	2,26%

## QUADRO DE COLABORADORES

		FEMININO	MASCULINO
PERMANENTES	Administrativo	63	137
	Produção	618	745
TEMPORÁRIOS	Administrativo	0	0
	Produção	0	0
TERCEIROS	Administrativo	0	0
	Produção	20	10
TOTAL		701	892

## GESTÃO DE PESSOAS

O sucesso dos negócios da Alegra está intimamente ligado ao desenvolvimento de seus quadros de pessoal. Cativar, desenvolver e fazer com que as pessoas se encantem pelo trabalho dentro dos quadros da indústria é um desafio permanente que a empresa enfrenta a cada dia. Isso a obriga a propôr sempre novas estratégias para fazer frente às necessidades e expectativas do mercado e de seus colaboradores.

Em função disso, a Alegra investe permanentemente no treinamento e capacitação das pessoas. Em 2018 houve 216.431 horas trabalhadas e 19.515 horas de treinamento, resultando num percentual de 9% de horas de treinamento por horas trabalhadas. Contando com um quadro de 1.593 colaboradores, ao final de 2018 registrou-se um percentual de 8,17 horas de treinamento por funcionário.

Os colaboradores e cooperados da Alegra também contam com o apoio da **Unifica - Universidade Corporativa da Castrolanda**. Criado em 2018 este projeto tem como objetivo principal desenvolver tecnicamente cooperados e colaboradores visando, entre outros, a manutenção do desenvolvimento sustentável familiar e empresarial. O foco inicial é prover formação para os líderes, jovens sucessores, cooperados, família e conselho estratégico.

Levantamentos mostram que a Alegra aumentou o número de horas de diversos tipos de treinamento para melhor qualificar seus colaboradores em 2018. Durante o ano 1.135 pessoas passaram por avaliação de desempenho, sendo 285 de forma estruturada e 850 por feedback informal.

[404-1] [404-3]

### ROTATIVIDADE DE PESSOAL

	2017	2018	
DESLIGADOS	132	209	MULHERES
TOTAL	664	733	
<b>PERCENTUAL</b>	<b>20%</b>	<b>28,51%</b>	
DESLIGADOS	165	278	HOMENS
TOTAL	812	890	
<b>PERCENTUAL</b>	<b>20%</b>	<b>31,23%</b>	
	<b>20%</b> Rotatividade Anual	<b>30,5%</b> Rotatividade Anual	
	<b>1,67%</b> Rotatividade Mensal	<b>2,54%</b> Rotatividade Mensal	
		[401-1]	



## SAÚDE E SEGURANÇA NO *Trabalho*

A Alegra trabalha sempre buscando atender todos os requisitos legais da legislação trabalhista, revisando anualmente o seu acordo coletivo e buscando as condições ideais de saúde e segurança no trabalho. Na indústria os vinte e seis integrantes da CIPA são responsáveis por representar os empregados e o empregador. Treze são eleitos por votação direta e treze indicados por seus líderes. Todos recebem treinamento de capacitação para exercer a função, e adquirem discernimento sobre a responsabilidade civil e criminal de pertencer à equipe, e de estar alinhados com as políticas, cultura e necessidades da empresa. [403-4]

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), tem como um dos principais objetivos prevenir ações e atos inseguros dentro da indústria com ações preventivas usando ferramentas internas, participando de campanhas, realizando monitoramento de EPIs, contribuindo na SI-PAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho), entre outras atribuições.

Em 2018 CIPA e SSMA realizaram vários treinamentos legais em atendimento às NRs, como: educação no trânsito, simulações de evacuação da Brigada de Emergência, combates a incêndio, blitz de segurança no trânsito, entre outros, mobilizando

todo o setor de segurança do trabalho. No total 47 treinamentos foram aplicados aos colaboradores da Alegra, atingindo 850 pessoas. Além disso, foram passadas semanalmente instruções via DSS (Diálogo Semanal de Segurança) para orientação e capacitação dos colaboradores, atingindo 100% do público alvo. [403-1] [403-2]

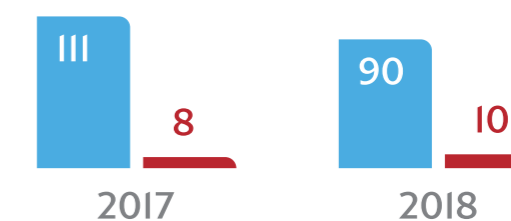
A Alegra acompanha seu desempenho relativo aos índices de acidentes, incidentes e ocorrências sem perdas, com auxílio dos indicadores que o SSMA alimenta mensalmente, denominado IMS (Índice de Maturidade de Segurança).

Trata-se de um indicador referente às ocorrências que impactam no bom andamento dos processos da empresa. O IMS (Índice de Maturidade de Segurança) é o cálculo que considera a frequência de acidentes sem afastamento, somando com a frequência dos acidentes com afastamento, ao índice de severidade.

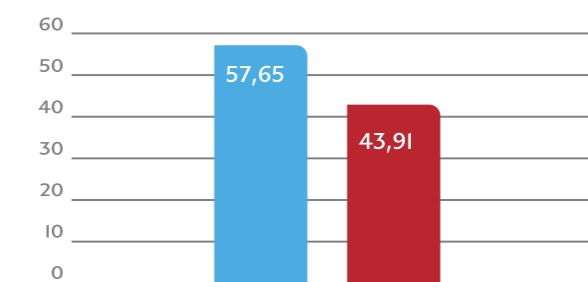
Atualmente os principais fatores de uma organização são os itens relacionados aos acidentes de trabalho. Um Sistema de Gestão da Segurança do Trabalho, que gerencie os riscos e enfatize a cultura de segurança, é um instrumento essencial para melhorar as condições no ambiente de trabalho e reduzir acidentes e doenças ocupacionais.

Dos quatro anos de funcionamento da Alegra e no auge dos seus 1593 colaboradores diretos, comparando os indicadores de IMS, já é possível verificar bons resultados. A evolução dos indicadores mostra onde se conseguiu diminuir o número de ACA's (Acidente com Afastamento) e ASA's (Acidente Sem Afastamento), em relação aos anos anteriores. [403-2]

### COMPARATIVO DE ACIDENTES



### TOTAIS TAXA DE FREQUÊNCIA



O indicador de IMS em 2018 teve um leve aumento nos ACA's, porém houve significativa diminuição dos ASA's que são acidentes sem afastamento. Todavia, o indicador ainda manteve-se dentro do teto do índice 4, previsto para 2018. Para 2019 o teto será reduzido de 4 para 3, o que vai demandar um grande esforço coletivo para alcançar o índice.

### EM 2018 TIVEMOS:



ASA  
90



ACA  
10



IMS  
2,76



Acumulado  
2,77

Neste monitoramento de ocorrências, pode-se observar que houve uma redução na taxa de frequência. Mesmo assim a empresa tem trabalhado para reduzir ainda mais estas taxas, através de campanhas internas de segurança, monitoramento dos desvios com ferramentas comportamentais e reciclagem nos treinamentos.

Os profissionais de saúde que compõem o SSMA, por sua vez, realizam ações preventivas como: campanhas contra a AIDS, tabagismo, Outubro Rosa e Novembro Azul, além de orientações ambulatoriais pelos médicos, enfermeiros e técnicos de enfermagem. [403-2]

### INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA DE 2018

<b>Acidentes</b>	Com afastamento	10
	Sem afastamento	90
	Número total de acidentes	100
<b>Taxa de frequência</b>	Taxa de frequência internacional (T.F.I)	3,99
	Taxa de frequência de acidentes (T.F.A)	39,92
	Totais (taxa de frequência)	
<b>Taxa de gravidade</b>		25,78
<b>Dias perdidos</b> (dias corridos, um dia após a ocorrência)	Por acidentes	61
	Dias debitados	0
	Dias transportados	306
<b>Óbitos</b>	Acidentes típicos	0
	Acidentes de trajeto	0
	Total	0
<b>Índices de segurança</b>	Frequência de acidentes reportáveis (F.A.R)	5,99
	Frequência de acidentes com afastamento (F.A.A)	0,6
	Severidade dos afastamentos (S.E.V)	21,98
	IMS (acumulado)	2,76
	Índice de maturidade de segurança (I.M.S)	2,77
	Teto	4





## Segurança ALIMENTAR

A Alegra trabalha com o compromisso de fornecer alimentos de alta qualidade para o seu consumidor, visando não somente a produção de alimentos saborosos, mas também nutritivos e seguros. Os cuidados com a segurança alimentar começam no gerenciamento das matérias primas e produtos utilizados, estabelecendo critérios de compra, de forma que estes materiais estejam de acordo com os princípios da empresa, não interferindo em possíveis contaminações do produto final.

Também conta com um setor especializado em Qualidade e Segurança dos alimentos. Este setor atua diariamente no monitoramento da qualidade da produção através de amostras coletadas de forma aleatória avaliando a qualidade microbiológica e a conformidade de produção em todos os seus itens fabricados. Também conta com uma equipe

de higienização industrial que trabalha constantemente para manter os equipamentos e instalações nas melhores condições de limpeza possíveis.

A indústria não mede esforços para manter a melhoria contínua dos seus processos de fabricação, de forma que os seus produtos sejam os mais seguros para os seus consumidores. Esta diretriz está presente em todas as frentes de trabalho através dos programas de autocontrole, BPF - Boas Práticas de Fabricação, HACCP - Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle, PPHO Procedimento Padrão de Higiene Operacional. Além disso, trabalha seguindo as normas e requisitos específicos de cada cliente.

O SAC (Serviço de atendimento ao consumidor) tem por finalidade receber todas as demandas e não conformidades encontradas por seus

clientes e consumidores. Tendo isto identificado, é possível montar planos de trabalho visando à melhoria contínua dos seus processos. Por isso, para a Alegra é de extrema importância receber estes feedbacks, podendo assim tratar eventuais problemas diretamente conforme a necessidade de seus públicos.

A planta industrial da Alegra está habilitada pelo SIF - Serviço de Inspeção Federal para comercializar seus produtos no mercado nacional e todos os critérios avaliados nos procedimentos de segurança alimentar são baseados nas legislações nacionais vigentes, quanto à produção de produtos de origem animal destinado à alimentação humana. [416-1]

## RESULTADOS <sup>1</sup> econômicos

Os resultados nas áreas sociais e ambientais podem ser os melhores possíveis, mas se a empresa não apresentar resultados econômicos satisfatórios não conseguirá manter o desenvolvimento e deixará de ser sustentável. Este contexto faz com que resultados econômicos seja um dos temas que a Alegra considera como um dos mais importantes ao nível de administração.

Apesar de o ano de 2018 ter sido bastante difícil para o segmento de carnes, a Alegra juntamente com todo o suporte das cooperativas da qual faz parte, manteve-se forte, conquistando novos mercados, desenvolvendo novos produtos e ampliando sua produção. Acreditando no seu potencial e no potencial do mercado a Alegra projeta aumentar ainda mais a sua produção nos próximos anos. [I03-2] [I03-3]





## DESEMPENHO ECONÔMICO

A partir de 1950 com o início da colonização holandesa na região, a produção de suínos em escala foi sempre um motor para o desenvolvimento econômico da região dos Campos Gerais. A produção de proteína animal e sua industrialização contribuem decisivamente para o crescimento regional.

A produção de suínos passou a fazer parte do negócio de muitos produtores rurais que se sentiram atraídos pela demanda crescente da indústria e passaram a investir na suinocultura. Setores de suporte e apoio, como transporte, logística, produção de rações, manutenção de instalações e equipamentos, vem crescendo na esteira da suinocultura.

O impacto provocado pela suinocultura de escala significa abertura de mercado para os produtores, criação de novos postos de trabalho, e influencia positivamente o de-

seenvolvimento urbano e rural, possibilitando o aumento da renda das famílias graças à oferta de trabalho para as mulheres.

A suinocultura impacta também positivamente o aumento da arrecadação de tributos, a ampliação do acesso a serviços como consultas médicas, odontológicas, farmácias, transporte, esportes e lazer, melhorando a qualidade de vida das pessoas.

A implantação da Indústria de Carnes Alegria nesse contexto vem permitindo à região dos Campos Gerais minimizar seus problemas econômicos e sociais, e estruturar uma cadeia destinada a ampliar seus efeitos na medida em que outros negócios vão sendo criados. A busca por mão de obra especializada faz com que o desenvolvimento técnico da região tenha também um aumento gradativo. [203-2]



[201-1]





## RESULTADOS *ambientais*

Em sua maioria as atividades econômicas dependem, de uma forma ou de outra, em maior ou menor grau, da natureza. No ramo agropecuário a dependência é ainda maior. A Alegra tem consciência disso, e desde que sua planta industrial foi idealizada, algumas ações foram realizadas visando reaproveitar recursos disponíveis de forma a reduzir os impactos ambientais.

A planta possui sistema de reaproveitamento de emissões atmosféricas que reutiliza parte dos gases que seriam emitidos para atmosfera como combustível para condensar a amônia. Este sistema é chamado de absorção. Além disso, também há o reaproveitamento de água da chuva e efluentes. Faz-se monitoramento constante de potenciais poluidores, como descarte

de resíduos, efluentes e as próprias emissões atmosféricas. Com isso busca-se não somente manter tudo dentro dos limites preconizados na legislação, mas também garantir a melhoria contínua dos processos e tratamento, para que causem o menor impacto possível no meio ambiente. [I03-2] [I03-3]

Situada em ambiente privilegiado, próxima de duas unidades de conservação ambiental, a Escarpa Devoniana e o Parque Estadual do Caxambu, a Alegra se orgulha de conviver com duas áreas que enchem de orgulho os paranaenses da região dos Campos Gerais. Proteger a rica vegetação, os campos nativos, a flora e a fauna ameaçada de extinção, fazem parte do calendário cidadão da empresa. [304-1]

## GESTÃO Hídrica

No ano de 2018 foram tratados 629,871 mil m<sup>3</sup> de água, dos quais 76,60 mil m<sup>3</sup> foram oriundos de captação de água da chuva e 553,271 mil m<sup>3</sup> de captação superficial do rio Pirai. [303-1]

Com o aumento da produção a indústria teve necessidade de um consumo maior de água. E, assim como ocorreu com os dados energéticos, também houve uma melhor eficiência na

utilização dos recursos hídricos, passando de 6 litros/ TPA para 5,76 litros/TPA.

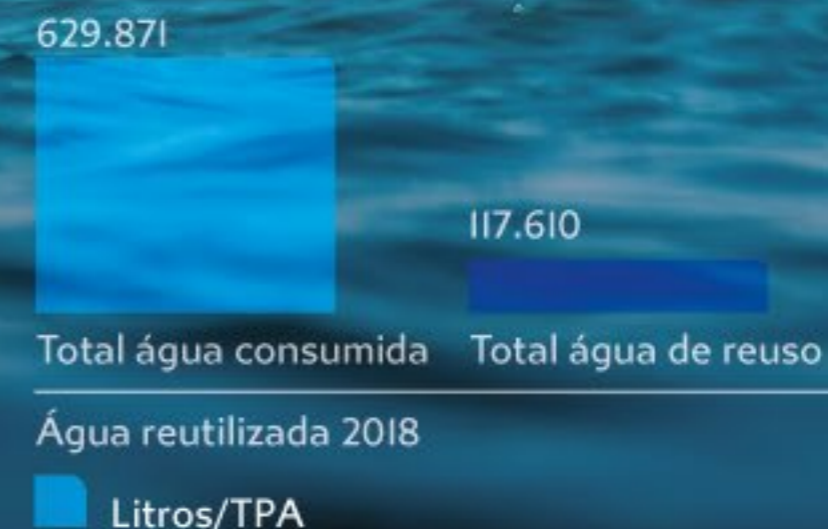
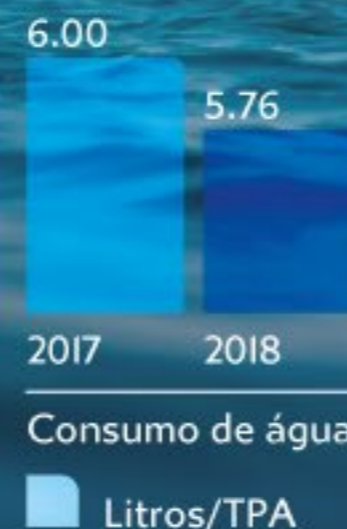
Devido ao maior volume de chuvas em 2018 também foi possível captar ainda mais água da chuva, fazendo com que o volume de reaproveitamento fosse quase o dobro do ano anterior, graças à capacidade da Alegra em captar água através de seus telhados.

Além de toda água tratada na Unidade, ainda existe outra fonte de reuso, que é o próprio efluente já tratado. Como os parâmetros de lançamento exigidos para o corpo hídrico são

bastante restritos, se torna possível reaproveitar este efluente em alguns processos de limpeza que não tenham contato com nenhum tipo de produto. Na Alegra os processos de limpeza onde se utiliza o efluente tratado são a lavagem de peneiras do próprio tratamento de efluentes e também na lavagem de caminhões que transportam os suínos, procedimento que além de evitar o desperdício de água potável também diminui os custos deste tratamento. [303-3]

No ano de 2018 foram tratados 654.236 m<sup>3</sup> de efluentes. Devido a todas estas fontes de reuso é possível perceber que a Alegra trata mais efluente do que capta água. Este volume foi

bastante superior aos 430.151 m<sup>3</sup> tratados em 2017, muito por conta de todo aumento de produção. Para conseguir tratar todo este volume de efluentes deixando-os nas condições de lançamento exigidas pelos órgãos ambientais, a Alegra conta com sistema de tratamento bastante avançado, constituído de tratamentos físicos, químicos e lagoas de tratamento biológico. As análises e controles dos maiores poluentes são feitas rotineiramente para garantir e ter o controle do lançamento do efluente. No geral, na média de 2018 todos os parâmetros monitorados e cobrados para lançamento em curso hídricos se mantiveram dentro dos limites pré-estabelecidos. [306-1]



**18,7%**  
da água  
utilizada na  
indústria foi  
reutilizada

## GESTÃO *energética*

Devido ao gradativo aumento na produção, a Alegra aumentou também seus níveis de consumo de energia elétrica e cavaco durante 2018. Toda energia elétrica consumida na Unidade é proveniente de hidrelétrica e madeira transformada em cavaco, proveniente de florestas na maioria exóticas fomentadas pelas cooperativas.

Ainda assim houve aumento no consumo de Etanol e Gasolina, devido a uma ampliação na frota da empresa, visando a divulgação, manutenção da marca, e conquista de novos clientes e parceiros. Em contraponto ao aumento de consumo da gasolina, houve redução em um poluente ainda maior, o óleo diesel.

A queda foi impulsionada principalmente pelas melhorias do sistema elétrico realizadas no final de 2017, com a implantação da subestação 138, evitando quedas abruptas de energia que obrigavam a utilização de geradores movidos a diesel. A redução também ocorreu no consumo do gás GLP, associado basicamente à eficiência e melhoria contínua nos processos. [302-1]

		ENERGIA CONSUMIDA EM GIGA JOULES			INTENSIDADE ENERGÉTICA		
		2017	2018		2017	2018	
Energia não renovável	Diesel	524,8064	336,7121	-188,094	GJ	86615,82	103488,55
	GLP	6646,436	6233,04	-413,396	TPA	90438	109312,4
	Gasolina	392,9267	3453,743	3060,816	GJ/TPA	0,9577	0,9467
						[302-3] [302-5]	
Energia renovável	Etanol	27,94955	297,3582	269,4086			
	Cavaco	359,906	413,9594	54,0534			
	Elétrica	79084,67	96504,84	17420,17			

[302-1]

No geral o consumo de energia foi maior que em 2017 porém houve um considerável aumento na produção, fazendo com que a eficiência energética por Tonelada de Produto Acabado (TPA) fosse ainda menor em 2018, mostrando uma considerável evolução. [302-4]

- Dados de poder calorífico retirados das tabelas da Aalborg, e conversões de unidades e densidades de combustíveis conforme tabela da ANP (Agencia Nacional do Petróleo);
- Energia Elétrica considerada como 100% renovável, conforme compra realizada em mercado livre;
- A gasolina foi considerada como totalmente não renovável, desconsiderando seu percentual de Etanol.



## GESTÃO DE MATERIAIS E *resíduos*

Os insumos consumidos pela indústria tiveram um relativo aumento comparado ao ano de 2017, a maior utilização de insumos está ligada principalmente ao aumento da produtividade, demandando uma maior utilização destes materiais. Por consequência disto também houve aumento na aquisição de insumos já reciclados, que são aqueles insumos que já passaram por algum processo de reciclagem até chegar à indústria. O percentual de compra de insumos já reciclados chegou a 19, 48% em 2018.

### MATERIAIS NÃO RENOVÁVEIS

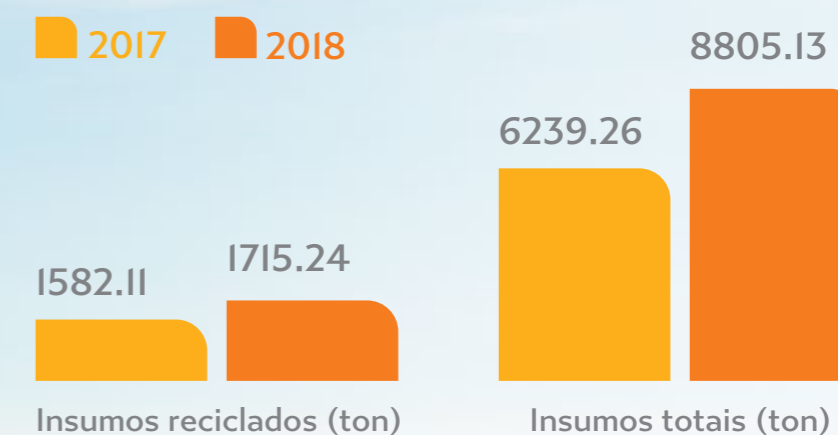
Plásticos	4.166,44 ton
Alumínio/Tecido/Plástico	54,93 ton
Etiquetas	70,09 ton

### MATERIAIS RENOVÁVEIS

Caixas de papelão	1.715,242 ton
Tripa colágeno e naturais	911,34 ton
Condimentos e ingredientes	1887,09 ton

[30I-2]

### INSUMOS TONELADAS



[30I-1]

## EMISSÕES [305-7]

A Alegra mantém total controle sobre suas emissões atmosféricas, mantendo-as sempre abaixo do limite estabelecido pela legislação ambiental. Para isso realiza monitoramento semestral das emissões atmosféricas lançadas pelas chaminés de suas duas caldeiras. Este monitoramento é realizado por empresas especializadas e ambientalmente credenciadas para este tipo de trabalho.

*\*Dados obtidos a partir da média dos monitoramentos realizados no primeiro e segundo semestre de 2018 a partir das emissões das duas caldeiras da Indústria analisando os parâmetros determinados na Resolução CONAMA Nº 436/2011 que estabelece os limites máximos de emissão de poluentes atmosféricos para fontes fixas.*

### CALDEIRA FLAMOTUBULAR

### H.BREMER HBFR-3

### H.BREMER HBFR-5

	Material Particulado	Monóxido de Carbono	Óxido de Nitrogênio	Material Particulado
<b>Resultado 2018</b>	<b>220,06</b>	<b>641,71</b>	<b>87,53</b>	<b>259,79</b>
Resultado 2017	54,45	695,52	149,1	495,09
<b>Limite SEMA 016/2014</b>	<b>400</b>	<b>1000</b>	<b>500</b>	<b>1000</b>





## QUALIDADE E BEM-ESTAR *animal*

Rica em proteína e vitaminas, a carne suína se destaca como item indispensável na dieta de milhares de pessoas e proporciona diversos benefícios à saúde. Até que chegue à mesa do consumidor ela percorre um longo caminho. Para a Alegra, este caminho não precisa ser doloroso para os animais. Em função disso, várias ações são tomadas visando garantir seu bem-estar. Cooperados que fornecem os animais para indústria possuem assistência técnica constante que difunde técnicas de bem-estar animal em toda fase de desenvolvimento, transporte e mesmo dentro da Unidade Industrial.

Uma das provas deste cuidado é que a Alegra foi 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)**. Mesmo com este reconhecimento pela certificação, os trabalhos de melhoria são de forma contínua, visando propiciar uma ambiente cada vez mais agradável para os animais. [I03-2] [I03-3]



## BEM-ESTAR ANIMAL

[FP - 9] [FP-10] [FP-II] [FP-12] [FP-13]

A Alegra conta com o suporte das Unidades de Desenvolvimento Genético das cooperativas das quais é composta. Através do melhoramento genético as unidades buscam ter os melhores reprodutores do mercado, visando garantir e fornecer para os seus produtores os melhores genes para atender um mercado cada vez mais exigente. A inseminação das matrizes suínas é toda realizada de forma artificial, sendo que aproximadamente 70% é inseminação pós-cervical e 30% Cervical. [FP-9]

Desde sua concepção a Alegra fomenta a gestação coletiva das matrizes suínas, processo que permite que as fêmeas permaneçam em grupo mantendo suas atividades rotineiras durante as prenheses. Este manejo proporciona diversos benefícios para o animal, como a diminuição do stress, melhora a musculatura, diminui a incidência de lesões.

Além destas, outras práticas de bem-estar animal que visem não causar dor e sofrimento aos animais são constantemente adotadas pela Alegra. Como a imunocastração -castramento químico dos machos-, que foi adotada no início das operações da indústria e logo abandonada.

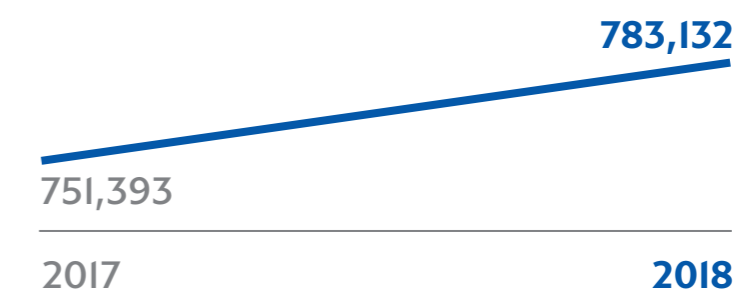
O procedimento deixava a carne com um e gosto forte e característico, ocasionando reclamações dos consumidores. O corte e desgaste de dentes dos suínos é outra prática rotineira na suinocultura que causa desconforto no animal. A Alegra vem reduzindo este procedimento. Em 2018 foram 38% dos animais sem corte e desgaste dos dentes. [FP-10]

Em 2018 a Alegra protagonizou o aumento no abate de suínos e processou 783.132 animais, sendo 100% provenientes das três cooperativas das quais é composta.

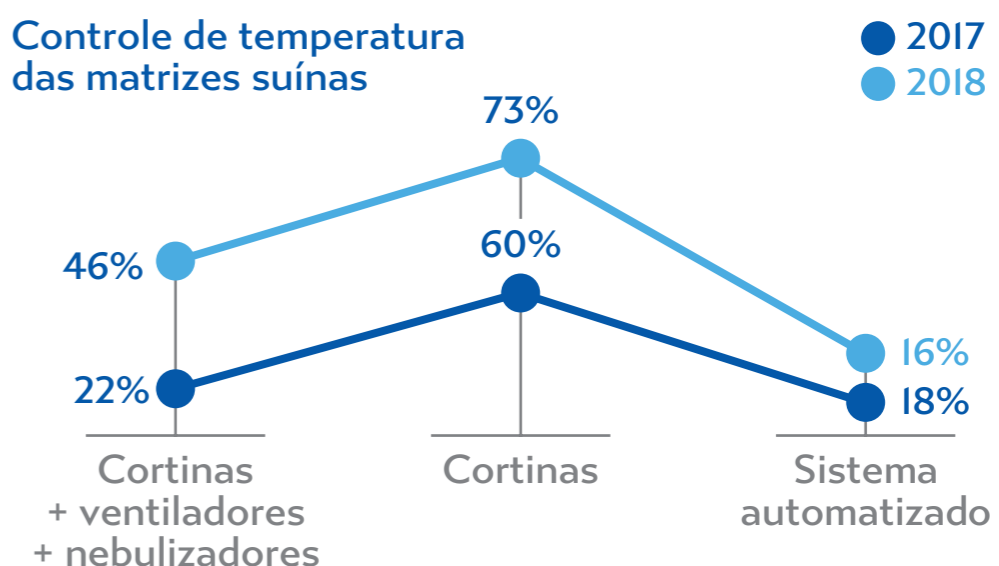
As evoluções também ocorreram nos locais de criação dos animais. O aproveitamento de energia gerada a partir do biogás dos dejetos suínos, utilizada para regular a temperatura dos ambientes de maternidade e creche passou de 35% em 2017 para 39% em 2018. Na reprodução, em 2018 cerca de 73% das matrizes tiveram temperatura controlada através de sistemas de cortinas, 46% com cortinas, nebulizadores e ventiladores e 16% com controle automatizado de controle temperatura. [FP-II]

Espécie	Tipo de criação	
Suína	Gestação individual	82%
Suína	Gestação coletiva	18%

### Suínos processados



### Controle de temperatura das matrizes suínas







Outro manejo que merece sempre destaque diz respeito ao tipo de abate feito pela a Alegria. É um processo diferenciado da maioria dos abatedouros do país. Os animais primeiramente são insensibilizados através de câmaras de CO<sub>2</sub>, e perdem a consciência diminuindo a dor e o stress. Aí então seguem para o processo de abate. Além de preservar o animal de sofrimento, a prática traz melhorias significativas à qualidade da carne. [FP-10]

As ações em relação ao controle de eventuais doenças no rebanho são focadas primariamente em ações preventivas como: cuidado na compra de reprodutores de origem certificada; controle de qualidade das dietas alimentares; cumprimento à risca de procedimentos de limpeza e desinfecção; e uso de vacinas. O sistema de produção da Alegria é livre de hormônios e raptopamina, aditivo alimentar que já foi banido de vários mercados importadores. [FP- 12]

Através do seu programa de autocontrole em bem-estar animal, a Alegria estabelece os requisitos apropriados ao gerenciamento e controle de todas as etapas que envolvem o manejo dos suínos dentro da indústria. O programa alcança 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.

As não conformidades identificadas durante a execução das atividades são tratadas juntamente com os responsáveis da área e/ou do processo de origem do desvio, sendo envolvidas as áreas de Gerência Agropecuária (Cooperado e Transportadores de Animais Vivos), e Gerência Industrial (Recebimento, Descanso, Atordoamento e Sangria).

No ano de 2018 foram quatro ocorrências de violações detectadas pelo Serviço de Inspeção Federal, estas foram pelo não atendimento das práticas definidas pela empresa que resultaram em advertência e multas. Todas as não conformidades são registradas em documentos de controle juntamente com as ações corretivas visando sanar o problema.

Além dos requisitos definidos no Decreto 9013/2017; Portaria 711/1995; Instrução Normativa 03/2000, a empresa aderiu às Diretrizes Recomendadas de Manejo de Animais e Guia de Auditoria do *American Meat Institute*, deste 2017. Treinando e capacitando seus colaboradores em atendimento ao Programa STEPS (programa idealizado para tornar efetivo o Termo de Cooperação Técnica, celebrado em 2007, entre *World Animal Protection*, e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). [FP-13]

## SUMÁRIO GRI

GRUPOS DE INFORMAÇÕES	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG	GRUPOS DE INFORMAÇÕES	GRI STANDARDS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG		
PERFIL ORGANIZACIONAL	GRI 102: Divulgações Gerais	I02-1	Nome da organização	8	PRÁTICAS DE REPORTING	GRI 102: Divulgações	I02-45	Entidades incluídas no relatório financeiro consolidado	3		
		I02-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	8, 14			I02-46	Definição do conteúdo do relatório e limitações de tópicos	7		
		I02-3	Localização da matriz	8, 9			I02-47	Lista de tópicos materiais	7		
		I02-4	Localização das operações	15			I02-48	Retratações de informações	3, 9		
		I02-5	Propriedade e "regime legal"	8, 9			I02-49	Mudanças nos relatos	3		
		I02-6	Mercados servidos	15			I02-50	Períodos de relatos	3		
		I02-7	Escala da organização	12			I02-51	Data do mais recente relato	3		
		I02-9	Cadeia de suprimentos	17			I02-52	Ciclo de relato	2, 3		
		I02-10	Mudanças significantes à organização e cadeia de suprimentos	13			I02-53	Contato para questões relativas ao relatório	3		
		I02-11	Princípio ou abordagem de precaução	8			I02-54	Afirmações de que o relatório está de acordo com o padrão GRI Standards	3		
		I02-12	Iniciativas externas	8			I02-56	Garantias externas	3		
		I02-13	Adesão a associações	9			ABORDAGEM GERENCIAL	GRI 103: Abordagem gerencial	103-1	Explicação do tópico material e seus limites	7
		I02-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	11							
		ÉTICA E INTEGRIDADE		I02-18			Estrutura de governança	10	OUTROS	GRI 419: Observância Socioeconômica	419-1
GOVERNANÇA		I02-32	Função do mais alto corpo de governança em reportar sustentabilidade	3							
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS		I02-40	Lista de grupos de stakeholders	6							
		I02-41	Acordos de convenção coletiva	19							
		I02-42	Identificação e seleção de stakeholders	5, 7							
		I02-43	Abordagem ao engajamento de stakeholders	6							
		I02-44	Tópicos e preocupações principais levantadas	7							

TÓPICOS MATERIAIS	GRI STANDARTS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
MERCADO E PRODUTOS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	14
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	14
	GRI 102: Divulgações Gerais	102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	8, 14
		102-4	Localização das operações	15
		102-6	Mercados servidos	14, 15
GRI 201: Performance Econômica	204-1	Serviços e Suprimentos	16	
PESSOAS	GRI 102: Divulgações Gerais	102-8	Informação sobre empregados e outros trabalhadores	18
		102-41	Acordos de convenção coletiva	18
	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	17
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	16
	GRI 202: Presença no Mercado	202-2	Proporção de gerentes seniores contratados da comunidade local	18
	GRI 401: Emprego	404-1	Novos funcionários contratados e turnover	19
		401-2	Benefícios a empregados de tempo integral que não são oferecidos a temporários ou empregados de meio período	18
	GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional	403-1	Força de trabalho representada em comitês de saúde e segurança	20
		403-2	Taxa de absenteísmo, doenças ocupacionais, dias perdidos e número total de fatalidades relacionadas ao trabalho	20
		403-4	Tópicos de saúde e segurança cobertos em acordos formais com sindicatos	20
	GRI 404: Treinamento e Educação	405-1	Diversidade do corpo de governança e empregados	18
GRI 416: Saúde e Segurança do Cliente	416-1	Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	22	
RESULTADOS ECONÔMICOS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	22
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	22
	GRI 201: Performance Econômica	201-1	Valor econômico direto gerado/ distribuído/ retido	24
		203-2	Impactos econômicos indiretos significantes	24
RESULTADOS AMBIENTAIS	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	25
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	25

TÓPICOS MATERIAIS	GRI STANDARTS	TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PAG
RESULTADOS AMBIENTAIS	GRI 301: Materiais	301-1	Materiais usados por peso ou volume	28
		301-2	Insumos reciclados utilizados	28
	GRI 302: Energia	302-1	Consumo de energia dentro da organização	27
		302-3	Intensidade energética	27
		302-4	Redução de consumo de energia	27
		302-5	Redução de requisitos de energia de produtos e serviços	27
		303-1	Retirada de água por fonte	26
	GRI 303: Água	303-3	Água reciclada e reusada	26
		304-1	Locais operacionais possuídos, alugados, gerenciados em ou adjacentes a área de proteção ambiental e área de alto valor de diversidade	25
	GRI 303: Emissões	305-7	Emissão de gases Nox e Sox, e outras emissões significativas	29
	GRI 303: Efluentes e Rejeitos	306-1	Descarga de água por qualidade e destinação	29
		403-4	Tópicos de saúde e segurança cobertos em acordos formais com sindicatos	20
	GRI 404: Treinamento e Educação	405-1	Diversidade do corpo de governança e empregados	18
GRI: Abordagem de Gestão	416-1	Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	22	
QUALIDADE E BEM-ESTAR ANIMAL	GRI 103: Abordagem de Gestão	103-2	A abordagem gerencial e seus componentes	30
		103-3	Avaliação da abordagem gerencial	30
	Setoriais: Qualidade e Bem-estar Animal	FP-09	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécies e tipo de procriação	31
		FP-10	Políticas e práticas, por espécies e tipo de procriação, relacionadas a alterações físicas e uso de anestésicos	31, 32
		FP-II	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécies e tipo de procriação, por tipo de habitação	31
		FP-12	Políticas e práticas sobre antibióticos, anti-inflamatórios, hormônios e/ou tratamentos de promoção de crescimento, por espécies e tipo de procriação.	32
		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.	32



## CRÉDITOS

### **Coordenação geral do projeto:**

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)  
Fábio Neves Puglieri (LESP/UTFPR)  
Jovani Taveira De Souza (LESP/UTFPR)

### **Fotos:**

Banco de imagens Comunicação e Marketing Alegria

### **Edição e revisão:**

Edison Lemos  
Luan D. Rein



RELATÓRIO DE  
**SUSTENTABILIDADE 2018**

RELATÓRIO  
DE PROGRESSO  
DO PLANO DE  
SUSTENTABILIDADE  
DA ALEGRA FOODS

**Alegria**