

INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

VOLTAR PARA A CAPA



DOWNLOAD



IMPRESSÃO



NAVEGAÇÃO POR CAPÍTULO



ESTRUTURA DE NEGÓCIOS em 666.666.667

MARFRIG BEEF
Com mais de 22 mil colaboradores e participa com 40% da receita total do grupo sendo que 80% da receita advém da operação do Brasil. Possui regiões das áreas no Chile e no Uruguai e 80% na Argentina.

A divisão reúne 37 unidades produtivas, centros de distribuição e escritórios no Brasil e na América do Sul.

Seus produtos são reconhecidos mundialmente pela qualidade, reflexo de um modelo de produção que respeita aspectos legais, ambientais e de bem-estar animal, consolidado por programas de monitoramento e acompanhamento de cadeia produtiva, que envolve práticas sustentáveis de produção e maior segurança para o consumidor final.

Dentre esses programas destaca-se o Marfrig Club, por meio do qual a Empresa beneficia produtores que adotam boas práticas socioambientais. O programa visa profissionalizar o pecarista e enriquecer a cadeia atacadista com foco em uma produção mais eficiente, segura e com menor impacto por meio do fortalecimento de bases como rastreabilidade, garantia de origem e adequação às normas trabalhistas.

Outro diferencial é a política de compra, que garante que o gado adquirido não provenha de regiões de desmatamento de terra indígena e de preservação de fornecedores que constam na lista dos que adotam trabalho escravo, publicado pelo Ministério do Trabalho ou de suas empresas, pelo Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).

OS PRODUTOS DA MARFRIG BEEF SÃO RECONHECIDOS MUNDIALMENTE PELA QUALIDADE

Por suas práticas, a Marfrig Beef foi a primeira empresa de alimentos do mundo a assinar compromisso público com o Greenpeace para assegurar a compra de gado legal e combater o desmatamento no Boma Amambay, além de ter sido a primeira empresa produtora de carne do mundo a ter uma unidade produtiva certificada pela Rainforest Alliance Certified™.

A divisão também é parceira de diversas associações de pecaristas, com as quais busca disseminar informações e promover iniciativas para estimular a melhoria de rebanhos em todas as regiões onde atua. Essa forma de atuar resulta em produtos mais seguros para milhões de consumidores em mais de 80 países.

MARFRIG BEEF - URUGUAI
As operações da Marfrig Beef no Uruguai são conduzidas a partir de estruturas compostas por cinco unidades produtivas (em Colonia, Fray Bentos, Salto, San José e Tacuarembó).

Uma das principais plataformas exportadoras do Grupo, a unidade possui seis regiões no bem-estar animal e em programas de carnes ecológicas certificadas - livres de hormônios e estimulantes de crescimento e a partir de animais criados a pasto.

Em conformidade com os padrões internacionais e sujeitos a ações de monitoramento e rastreabilidade, os produtos desta certificação que incorporam diversos programas de segurança alimentar exigidos por mercados da União Europeia, do Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (NAFTA, na sigla em inglês), da Rússia, dos países do Mercosul, da Ásia e do Oriente Médio, dentre os quais se destacam Angus e Wagyu.

MARFRIG BEEF - ARGENTINA

No Argentina, a Companhia conta com duas unidades de processamento de bovinos, localizadas no distrito de Hughes (Província de Santa Fé) e Vila Mercedes (Província de San Luis).

Além das práticas de responsabilidade social corporativa da Marfrig Beef, todos os colaboradores passam por treinamento e participam de apresentações instrucionais antes de serem admitidos, tendo ciência e se comprometendo com as políticas de recursos humanos, de práticas sustentáveis e de meio ambiente, saúde, segurança e qualidade do Grupo.

Produtos e marcas em 666.666.667

Entre os principais produtos comercializados pela Marfrig Beef estão cortes de carne bovina e ovina direcionados a cadastros de restaurantes e churrascarias, rede de varejo e exportação, peixes e vegetais congelados, carne desidratada (beef jerky), braseado e carne orgânica certificada, além de salsas e sobremesas. Estes produtos são comercializados sob as seguintes marcas:

Brasil: Basi, Montana, Pampasano, GJ, Marfrig, Marfrig Angus e Raça Brindada.

Argentina: La Morocha, Gaucho Beef, Tacuarembó, Aberdeen Angus.

Chile: Patagonia Fish and Crab e Patagonia Premium Lamb.

Uruguai: Tacuarembó, Angus Beef, La Morocha, Viva, Berini, Secco, Montebelo, Hamby, Frigorífico Burgerbeef e Sat Lamb.

- ABATE
- PROCESSADOS
- OUTROS

AUMENTAR ZOOM



DIMINUIR ZOOM



NAVEGAÇÃO PÁGINA À PÁGINA



NAVEGAÇÃO PÁGINA À PÁGINA







SUMÁRIO

PG. 90 Reconhecimentos

PG. 94 Sumário de conteúdo
da GRI G4

SOBRE ESTE RELATÓRIO



Este nono Relatório de Sustentabilidade da Marfrig Global Foods foi elaborado, pelo quinto ano consecutivo, de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), sendo o segundo a adotar a opção essencial das Diretrizes da GRI G4. [GRI G4-32](#)

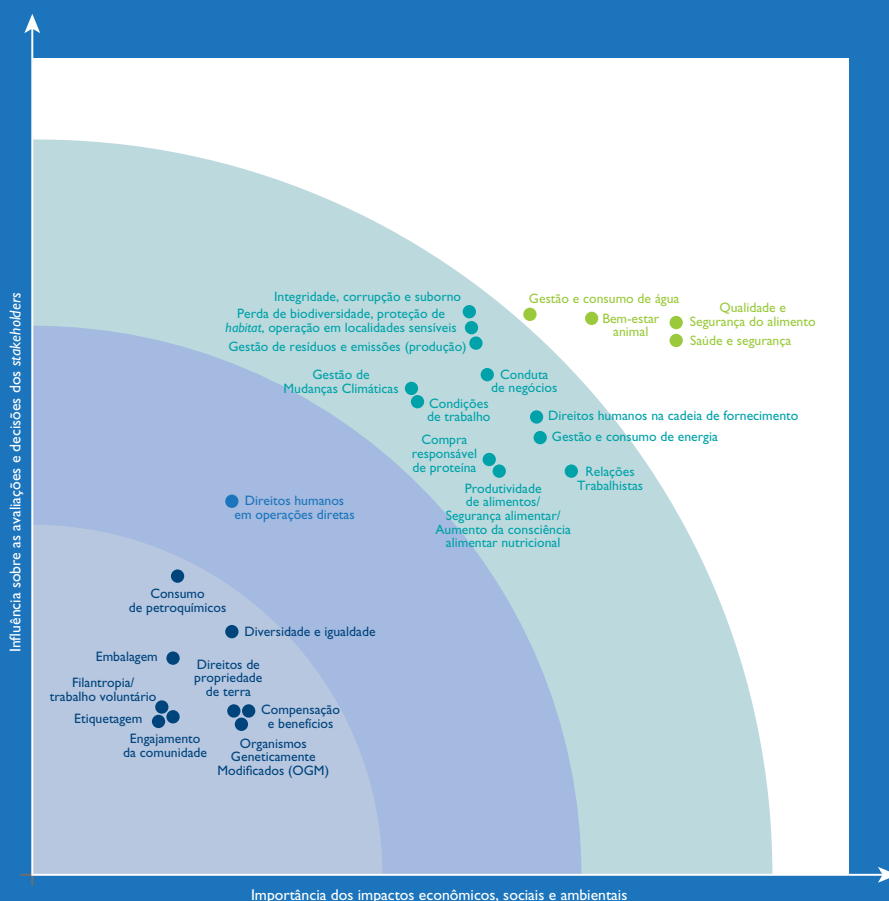
O documento anual apresenta a evolução da gestão das subsidiárias que compõem o Grupo nos aspectos econômico, social e ambiental, suas iniciativas e seus desempenhos registrados no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014. Sempre que possível os dados referentes às operações nos 16 países em que a Marfrig Global Foods está presente são comparados aos de exercícios anteriores, em especial ao de 2013, retratados no relatório anterior: [GRI G4-17](#), [G4-28](#), [G4-29](#), [G4-30](#)

O conteúdo deste documento foi definido com base em consultas internas, com diretores e colaboradores, e a *stakeholders* externos, o que resultou no reporte de 15 temas materiais. [GRI G4-18](#)

O relato das ações pode se estender até abril de 2015, como forma de assegurar a atualização e transparência. Em relação aos anos anteriores, não houve alterações relacionadas a escopo, limites ou métodos de medição. Também não houve necessidade de revisão de dados ou informações referentes a períodos passados. [GRI G4-22](#), [G4-23](#)

As informações socioambientais aqui relatadas não foram submetidas à avaliação externa. Já os dados econômico-financeiros, adequados às Normas Internacionais de Relatório Financeiro (International Financial Reporting Standards – IFRS), foram auditados pela BDO RCS Auditores Independentes SS. [GRI G4-33](#)

Para encaminhar comentários, sugestões, dúvidas ou críticas a este documento, estão disponíveis os seguintes canais de contato com a área de Relações com Investidores: site www.marfrig.com.br/ri, telefones + 55 (11) 3792-8994 e e-mail ri@marfrig.com.br. [GRI G4-31](#)



RESULTADO DO TESTE DE MATERIALIDADE

- Temas prioritários
 - Temas muito importantes
 - Temas importantes
 - Temas secundários
- **Temas materiais**

MATRIZ DE MATERIALIDADE GRI G4-18

Em 2013, foi feito processo de materialidade com o amplo envolvimento dos *stakeholders* (clientes, fornecedores, investidores, ONGs, funcionários e representantes do Governo) por meio de entrevistas.

Buscando maior alinhamento às diretrizes da G4, em 2014 a Marfrig optou por avaliar o processo de materialidade, com a reorganização dos resultados obtidos em 2013 ao contexto de sustentabilidade atual, garantida pela inclusão da análise de documentos setoriais, alinhamento à estratégia com base em avaliação de Influência e Impacto, desenvolvida pelas equipes de Sustentabilidade e de Relações com Investidores e validada pelo Grupo Global de Responsabilidade Social Corporativa e Sustentabilidade e pelo Comitê de Sustentabilidade, formado por representantes da Marfrig Beef, Moy Park e Keystone Foods.

Para compor o eixo Influência, as avaliações e decisões dos *stakeholders* foram pautadas por:

- A) Percepção/alinhamento a estudos externos;
- B) Relevância para os *stakeholders* (com exceção aos colaboradores); e
- C) Pesquisa de mídia (impacto na imagem e/ou reputação do Grupo).

Para compor o eixo Impacto (importância dos impactos econômicos, sociais e ambientais) foram considerados:

- A) Relevância para os colaboradores;
- B) Análise de risco; e
- C) Alinhamento à estratégia do Grupo.

Esse processo resultou na priorização de 15 seguintes temas, abordados nesta publicação. **GRI G4-19**

Temas materiais	Aspectos da G4/suplemento setorial (FP) relacionados	Indicadores GRI-G4 relatados
Qualidade e segurança do alimento	Saúde e segurança do consumidor	PR1 FP5 FP6 FP7
Saúde e segurança	Saúde e segurança no trabalho	G4-LA5 G4-LA6 G4-LA7 G4-LA8
	Criação e Genética	FP9
Bem-estar animal	Pecuária	FPI1 FPI2
	Transporte, manejo e abate	FPI3
Gestão e consumo de água	Água	G4-EN8 G4-EN9
Integridade, corrupção e suborno	Combate à corrupção	G4-SO3 G4-SO4 G4-SO5
Perda de biodiversidade, proteção de habitat, operação em localidades sensíveis	Biodiversidade	G4-EN12 G4-EN13
Gestão de resíduos e emissões (produção)	Efluentes e resíduos	G4-EN22 G4-EN23 G4-EN25 G4-EN26
Direitos humanos na cadeia de fornecimento	Trabalho infantil	G4-HRS
	Trabalho forçado ou análogo ao escravo	G4-HR6
Relações trabalhistas	Relações trabalhistas	G4-LA4
Gestão e consumo de energia	Energia	G4-EN3 G4-EN5 G4-EN6
Conduta de negócios	Concorrência desleal	G4-SO7
Gestão de mudanças climáticas	Emissões	G4-EN15 G4-EN16 G4-EN17 G4-EN18
Compra responsável de proteína	-	-
Produtividade de alimentos/ Segurança alimentar/ Aumento da consciência alimentar nutricional	Impactos econômicos indiretos	G4-EC8
	Práticas de compra	FPI FP2
	Saúde e segurança do consumidor	FP6 FP7
Condições de trabalho	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	G4-LA15



MENSAGEM DO CHAIRMAN

GRI G4-I

NOSSO
COMPROMISSO
COM A
QUALIDADE
EM TUDO
QUE FAZEMOS
NUNCA ESTEVE
TÃO FORTE

**Marcos Antonio
Molina dos Santos**

Presidente do Conselho
de Administração



Quero iniciar desejando a todos um 2015 com muita saúde e paz. Terminamos o ano de 2014 com muitas realizações. Investimos na pecuária de qualidade com o lançamento do Programa Marfrig+, um programa inovador que proporciona um salto de melhoria genética da qualidade da carne nacional e ao mesmo tempo visando antecipar o aumento da produção da carne brasileira. Esse programa integra diversos elos fundamentais da cadeia, podendo criar um novo rumo para a produtividade do gado de corte. Criamos um Comitê Técnico que irá acompanhar a produção de ponta a ponta, composto por criadores, terminadores, associações de classe, Marfrig como indústria e clientes nacionais e internacionais.

Nosso compromisso com a qualidade em tudo que fazemos nunca esteve tão forte, assimilado pela cultura do grupo. Acreditamos em parcerias, só somos fortes quando estamos alinhados com nossos parceiros nas mais diversas cadeias em que atuamos, quer sejam as mais de 700 granjas no Reino Unido abastecendo a Moy Park, quer seja com nossos sócios nas diversas *joint ventures* que temos na Ásia. Trabalhar com parceiros é um ativo que preservamos e nos diferencia.

Temos ainda oportunidades grandes com as nossas marcas. A marca Bassi, uma das melhores carnes do Brasil, ainda tem muito espaço para crescer em âmbito nacional. Nossa reputação no canal *food service* só se consolidou graças à confiança de nossos clientes.

Trabalhamos ao longo de 2014 focando em inovação, qualidade, garantia de regularidade a milhares de clientes que atendemos em mais de 60 países e com foco na rentabilidade do negócio. O Conselho de Administração esteve muito presente ao longo de todo o ano, apoiando e acompanhando de perto a execução da estratégia Focar para Ganhar. Posso dizer que em nome do Conselho, o ano de 2014 se caracterizou como um ano de entrega e de grande alinhamento entre o corpo executivo da empresa e o Conselho.

Hoje podemos dizer que temos uma grande equipe, permeada nos mais diversos níveis do grupo. O esforço empreendido nos últimos anos em trazer talento e desenvolver talento interno deu resultados e o melhor está ainda por vir. A todos nossos colaboradores, clientes, acionistas e membros dos diversos Conselhos e Comitês, o meu muito obrigado.

MENSAGEM DO PRESIDENTE

GRI G4-I

Destaco minha satisfação em poder contribuir de forma ainda mais decisiva e ampla para os negócios da Companhia como diretor presidente da Marfrig Global Foods e, principalmente, como líder do plano estratégico Focar Para Ganhar, que contempla crescimento orgânico, expansão de margem e geração de caixa.

Como executivo da Companhia há oito anos, sendo boa parte deles como CEO da Marfrig Beef Cone Sul – que reúne as operações do Estado do Rio Grande do Sul, Uruguai, Argentina e Chile –, participei ativamente como um dos líderes do Focar Para Ganhar, desde a sua concepção até sua implementação. Dessa forma, assumo com tranquilidade a responsabilidade de garantir a continuação desse plano estratégico junto com o Conselho, os CEOs de Negócios e os VPs de áreas estratégicas (Financeira, Planejamento Estratégico, RH e Assuntos Legais & Compliance).

Os compromissos assumidos com o Focar Para Ganhar continuarão guiando o dia a dia da Marfrig e não abriremos mão da gestão de custos, alta produtividade e eficiência operacional. Também será uma das minhas prioridades fortalecer o papel da equipe, agregando valor para os negócios e contribuindo para os resultados.

Como o próprio mercado pôde observar ao longo de 2014, com as ações da Marfrig liderando a valorização na BMF&Bovespa entre as empresas do setor de agronegócios e a segunda no Índice Ibovespa, é inquestionável o quanto já avançamos de forma consistente com o Focar Para Ganhar. E quando digo consistente é proposital, pois o nosso compromisso de entregar uma empresa melhor para o acionista se renova em 2015.

OS COMPROMISSOS
ASSUMIDOS
COM O FOCAR
PARA GANHAR
CONTINUARÃO
GUIANDO O DIA A
DIA DA MARFRIG

Martin Secco Arias

Diretor-presidente da
Marfrig Global Foods





PERFIL

ORGANIZACIONAL



MARFRIG BEEF

TERCEIRA MAIOR PRODUTORA DE BOVINOS DO MUNDO, SEGUNDA MAIOR OPERAÇÃO DE CARNE BOVINA NO BRASIL, LÍDER EM PROCESSAMENTO DE BOVINOS NO URUGUAI E MAIOR IMPORTADORA DE CARNE DO CHILE.

Reconhecida internacionalmente por sua atuação ética e responsável em processos e operações que seguem rígidos padrões de qualidade, segurança alimentar, dos trabalhadores e bem-estar animal, a Marfrig Global Foods é uma das maiores companhias de alimentos à base de carnes bovina, ovina, de aves e peixes do mundo, além de produzir variações como empанados, pratos prontos, vegetais congelados e sobremesas. Com um portfólio diversificado e abrangente, seus produtos são vendidos para grandes cadeias de restaurantes e supermercados e chegam à mesa de milhões de consumidores em mais de 110 países. **GRI G4-3 e G4-4**

O Grupo é composto por três unidades de negócio – Marfrig Beef, Moy Park e Keystone Foods –, que operam sob um modelo de negócios integrado e geograficamente diversificado. A estrutura é composta de 78 unidades de produção, centros de distribuição e escritórios, localizados em 16 países da América do Sul, América do Norte, Europa, Oceania e Ásia. A Companhia está sediada no Brasil, na capital paulista. **GRI G4-5, G4-6, G4-8**

Com mais de 45 mil colaboradores, a Marfrig Global Foods possui capacidade anual de produção de 900 mil toneladas de alimentos industrializados e de processamento de mais de 5 milhões de cabeças de gado, 400 milhões de frangos, 6 milhões de perus e 3 milhões de ovinos. Essa plataforma de produção confere à Companhia potencial de crescimento e habilidade para se proteger de riscos inerentes ao setor. **GRI G4-9 e G4-13**

MISSÃO, VISÃO E VALORES **GRI G4-56**

MISSÃO

Atender e superar as expectativas dos nossos clientes e parceiros, fornecendo produtos seguros e com qualidade diferenciada, por meio de modernas tecnologias e elevada qualificação das pessoas, atuando com responsabilidade social e ambiental e gerando valor para nossos clientes, parceiros, empregados, acionistas e para a sociedade.

VISÃO

Ser reconhecida como uma empresa de excelência no mercado brasileiro e internacional por processar e comercializar produtos de alta qualidade, em todos os seus segmentos e marcas comerciais da Marfrig Global Foods, e continuando a se expandir no mercado em que atua no Brasil e no exterior, com o compromisso de aperfeiçoamento contínuo de seus produtos e com o desenvolvimento sustentável e rentabilidade nos seus negócios.

VALORES

- Compromisso com os clientes e consumidores
- Respeito ao meio ambiente
- Excelência e qualidade
- Responsabilidade social
- Segurança
- Integridade



KEYSTONE FOODS

UM DOS MAIORES FORNECEDORES DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS PARA GRANDES REDES DE RESTAURANTES DO MUNDO.



MOY PARK

SEGUNDA MAIOR PRODUTORA DE AVES DO REINO UNIDO, UMA DAS 15 MAIORES EMPRESAS DE ALIMENTOS NO REINO UNIDO E UMA DAS MAIORES FORNECEDORAS DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS DE AVES DO REINO UNIDO E DA EUROPA.

LINHA DO TEMPO



A Marfrig inicia suas atividades com cortes de carnes especiais para grandes redes de restaurantes no Brasil.

1986

Passa a operar unidades de processamento de carne bovina em Bataguassu (MS), Promissão (SP), Paranatinga (MT) e Tangará da Serra (MT) e inicia atividades de exportação de carne bovina.

2000 a 2005

Abertura de capital no Novo Mercado da BM&FBovespa e dá continuidade ao processo de expansão internacional com aquisições no Chile, na Argentina e no Uruguai.

2007

1998

Inaugura seu primeiro Centro de Distribuição, na cidade de Santo André (SP).

2006

Amplia o número de unidades de processamento de carne bovina em Mineiros (GO), Chupinguaia (RO), São Gabriel (RS), Porto Murinho (RS) e Promissão (SP) e passa a operar na Argentina, no Uruguai e no Chile.

2008

Adquire a Moy Park.

Assume compromisso público com o Greenpeace de assegurar a compra de gado legal e combater o desmatamento no Bioma Amazônia, tornando-se a primeira empresa de alimentos do mundo a assinar esse tipo de acordo.

2009

Cria a Marfrig Beef, divisão que reúne as operações de bovinos e ovinos no Brasil, na Argentina e no Uruguai. A empresa realiza o primeiro inventário global de Gases do Efeito Estufa (GEE).

2011

Reestrutura o capital por meio da venda de ativos. Lança nova identidade visual global e dá início à nova cultura organizacional Focar para Ganhar.

2013

2010

Adquire a O'Kane, com operações de peru e frango, e a Keystone Foods, uma das maiores fornecedoras globais de alimentos para redes de restaurantes e serviço rápido de alimentação.

2012

Torna-se a primeira empresa de carne bovina do mundo a ter uma unidade de produção com o selo Rainforest Alliance Certified™.

2014

Assume nova denominação social – Marfrig Global Foods S.A. Torna-se a primeira empresa do mundo a receber a certificação Grau A+ da BRC (British Retail Consortium) Global Standards.



PRESENÇA GLOBAL

GRI G4-8, G4-9



78

DIVISÕES COMERCIAIS
DE PRODUÇÃO E DE
DISTRIBUIÇÃO

**Mais de 45 mil
colaboradores**

COMPROMETIDOS COM
OS PRINCÍPIOS ÉTICOS
DA COMPANHIA

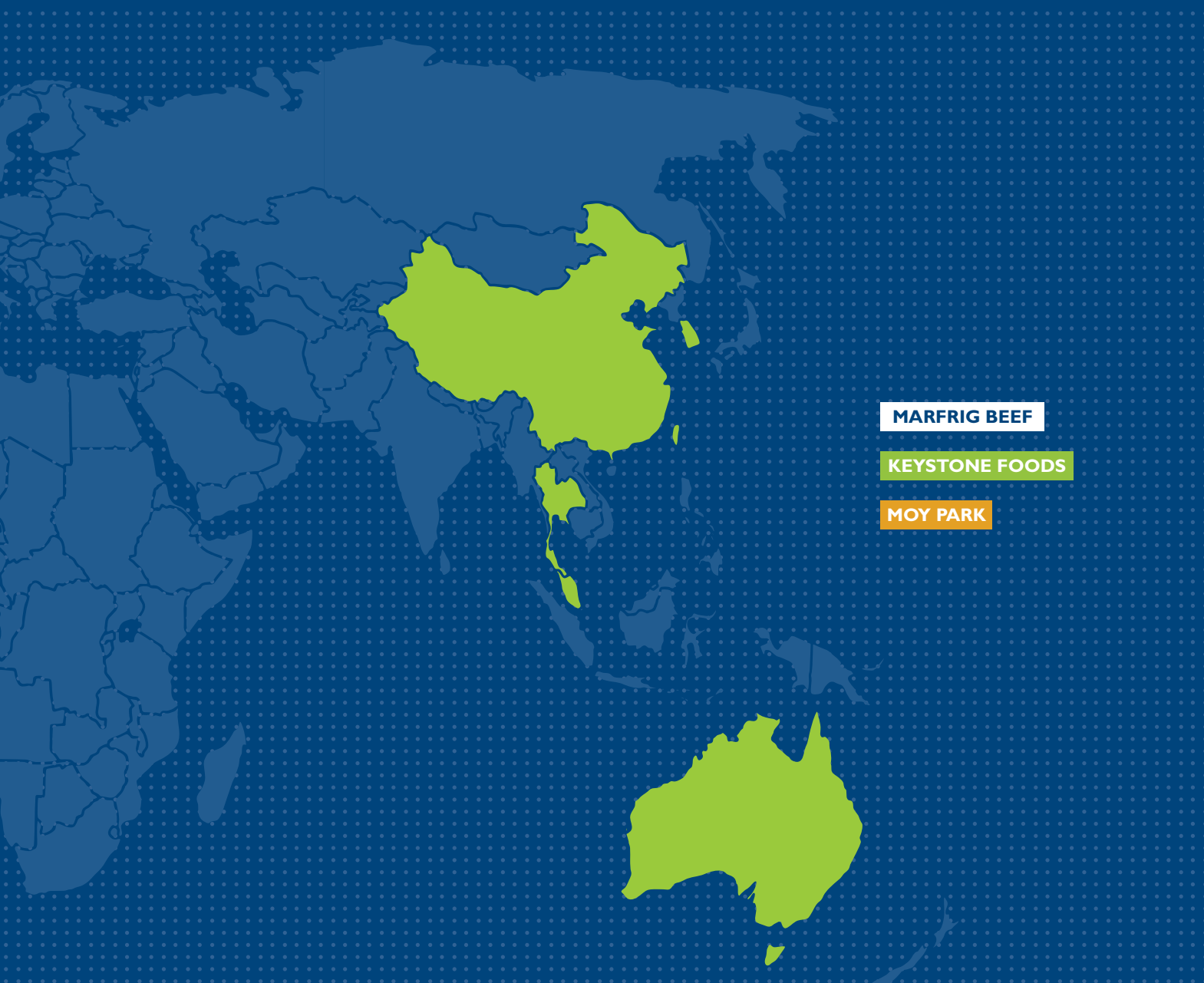
MARFRIG GLOBAL FOODS

UMA DAS MAIORES COMPANHIAS
DE ALIMENTOS À BASE DE CARNES
BOVINA, OVINA, DE AVES E DE PEIXES DO MUNDO

PRESENÇA EM

4 CONTINENTES

A MARFRIG TEM UNIDADES
PRODUTIVAS, COMERCIAIS E DE
DISTRIBUIÇÃO INSTALADAS EM
16 PAÍSES



MARFRIG BEEF

KEYSTONE FOODS

MOY PARK

GRI G4-8, G4-9

110

NÚMERO DE PAÍSES QUE
ABRIGAM CADEIAS DE
RESTAURANTES E
SUPERMERCADOS PARA
AS QUAIS A MARFRIG
COMERCIALIZA SEUS PRODUTOS

3

UNIDADES
DE NEGÓCIO
QUE OPERAM
DE MANEIRA
INDEPENDENTE EM
DISTINTAS REGIÕES
DO MUNDO

900 MIL

TONELADAS

É A CAPACIDADE ANUAL
DE PRODUÇÃO
DE ALIMENTOS
INDUSTRIALIZADOS



ESTRUTURA DE NEGÓCIOS GRI G4-4, G4-8, G4-9

MARFRIG BEEF



Conta com mais de 22 mil colaboradores e participa com 46% da receita total do grupo, sendo que 80% da receita advém da operação do Brasil, 14% dos negócios das filiais no Chile e no Uruguai e 6% na Argentina.

A divisão reúne 37 unidades produtivas, centros de distribuição e escritórios no Brasil e na América do Sul.

Seus produtos são reconhecidos mundialmente pela qualidade, reflexo de um modelo de produção que respeita aspectos legais, ambientais e de bem-estar animal, consolidado por programas de monitoramento e acompanhamento da cadeia produtiva, que envolve práticas sustentáveis de produção e maior segurança para o consumidor final.

Dentre esses programas destaca-se o Marfrig Club, por meio do qual a Empresa bonifica produtores que adotam boas práticas socioambientais. O programa visa profissionalizar o pecuarista e enriquecer a cadeia setorial, com foco em uma produção mais eficiente, segura e com menor impacto por meio do fortalecimento de itens como rastreabilidade, garantia de origem e adequação às normas trabalhistas.

Outro diferencial é a política de compras, que garante que o gado adquirido não provenha de regiões de desmatamento, de terras indígenas e de preservação, de fornecedores que constem na lista dos que adotam trabalho escravo, publicada pelo Ministério do Trabalho, ou de áreas embargadas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).

-  ABATE
-  PROCESSADOS
-  OUTROS

OS PRODUTOS DA MARFRIG BEEF SÃO RECONHECIDOS MUNDIALMENTE PELA QUALIDADE

Por suas práticas, a Marfrig Beef foi a primeira empresa de alimentos do mundo a assinar compromisso público com o Greenpeace para assegurar a compra de gado legal e combater o desmatamento no Bioma Amazônia, além de ter sido a primeira empresa produtora de carne do mundo a ter uma unidade produtiva certificada pela Rainforest Alliance Certified™.

A divisão também é parceira de diversas associações de pecuaristas, com as quais busca disseminar informações e promover iniciativas para estimular a melhoria de rebanhos em todas as regiões onde atua. Essa forma de atuar resulta em produtos mais seguros para milhões de consumidores em mais de 80 países.

MARFRIG BEEF – URUGUAI

As operações da Marfrig Beef no Uruguai são conduzidas a partir de estrutura composta por cinco unidades produtivas (em Colonia, Fray Bentos, Salto, San José e Tacuarembó).

Uma das principais plataformas exportadoras do Grupo, a unidade baseia seus negócios no bem-estar animal e em programas de carnes ecológicas certificadas – livres de hormônios e estimulantes de crescimento e a partir de animais criados a pasto.

Em conformidade com os padrões internacionais e sujeitos a ações de monitoramento e rastreabilidade, os produtos detêm certificações que incorporam diversos programas de segurança alimentar exigidos por mercados da União Europeia, do Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (Nafta, na sigla em inglês), da Rússia, dos países do Mercosul, da Ásia e do Oriente Médio, dentre os quais se destacam Angus e Wagyu.

MARFRIG BEEF – ARGENTINA

Na Argentina, a Companhia conta com duas unidades de processamento de bovinos, localizadas nas cidades de Hughes (Província de Santa Fé) e Vila Mercedes (Província de San Luis).

Alinhados às práticas de responsabilidade social corporativa da Marfrig Beef, todos os colaboradores passam por treinamento e participam de apresentações institucionais antes de serem admitidos, tendo ciência e se comprometendo com as políticas de recursos humanos, de práticas sustentáveis e de meio ambiente, saúde, segurança e qualidade do Grupo.

Produtos e marcas GRI G4-4, G4-8, G4-9

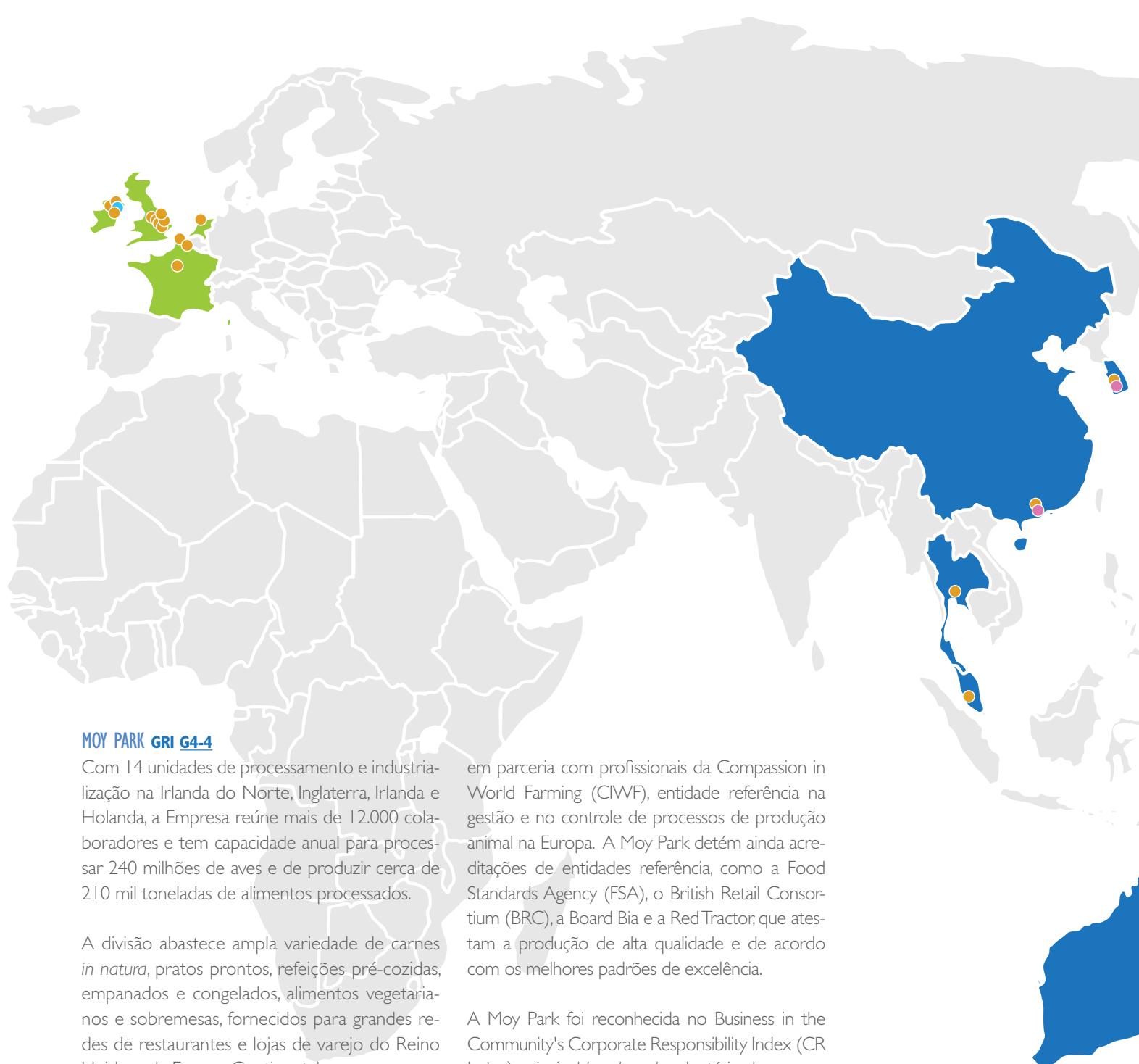
Entre os principais produtos comercializados pela Marfrig Beef estão cortes de carne bovina e ovina direcionados a cadeias de restaurantes e churrascarias, redes de varejo e exportação, peixes e vegetais congelados, carne desidratada (*beef jerky*), *bresaola* e carne orgânica certificada, além de azeite e sobremesas. Esses produtos são comercializados sob as seguintes marcas:

Brasil: Bassi, Montana, Pampeano, GJ, Marfrig, Marfrig Angus e Raças Britânicas.

Argentina: La Morocha, Gauchos Beef, Tacuarembó, Aberdeen Angus.

Chile: Patagonia Fish and Crabs e Patagonia Premium Lamb.

Uruguai: Tacuarembó, Angus Beef, La Morocha, Viva, Bernina, Secco, Montevideo, Hamby, Friburguer, Burgerbeef e Salt Lamb.



MOY PARK GRI G4-4

Com 14 unidades de processamento e industrialização na Irlanda do Norte, Inglaterra, Irlanda e Holanda, a Empresa reúne mais de 12.000 colaboradores e tem capacidade anual para processar 240 milhões de aves e de produzir cerca de 210 mil toneladas de alimentos processados.

A divisão abastece ampla variedade de carnes *in natura*, pratos prontos, refeições pré-cozidas, empanados e congelados, alimentos vegetarianos e sobremesas, fornecidos para grandes redes de restaurantes e lojas de varejo do Reino Unido e da Europa Continental.

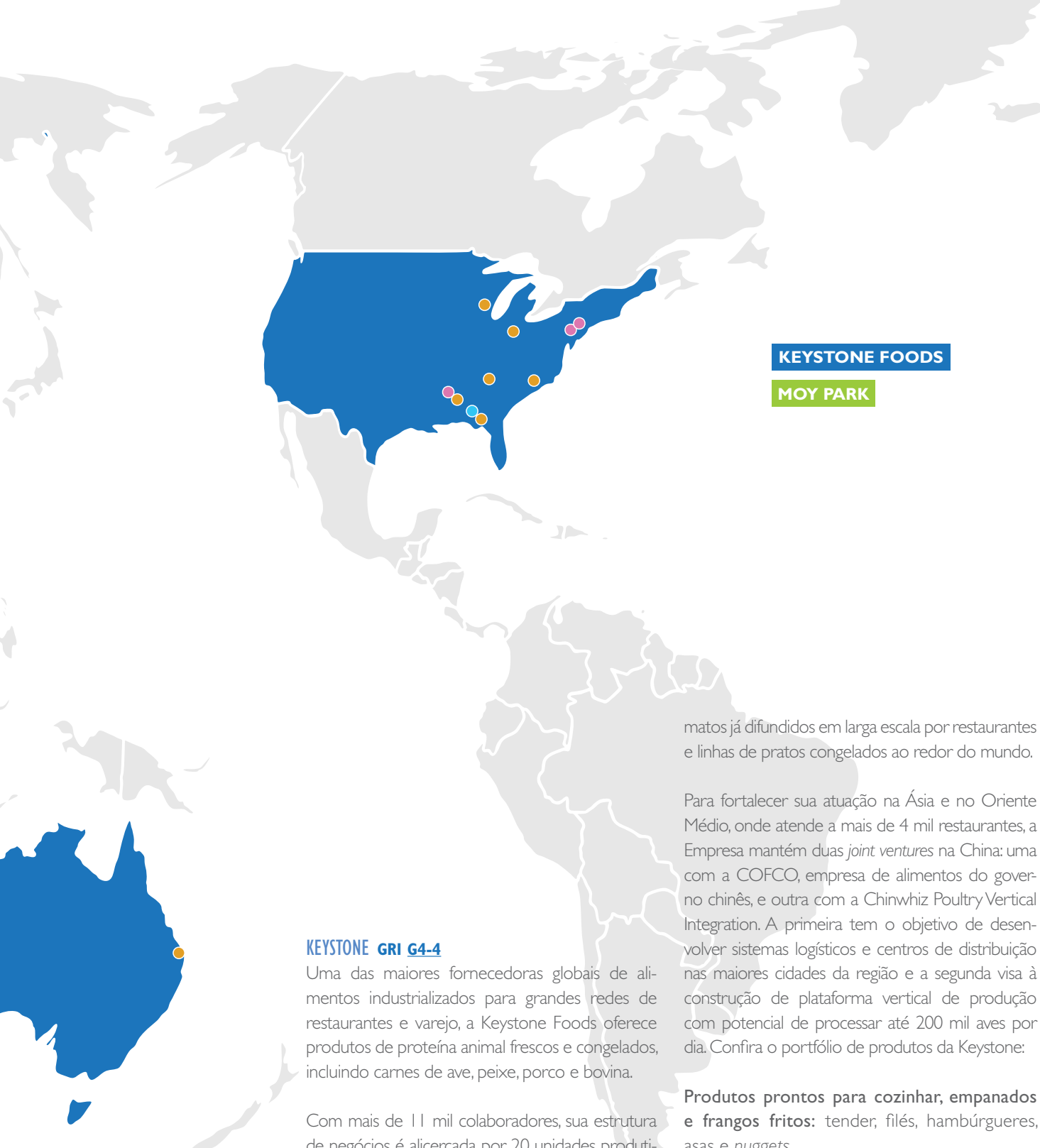
Com produção alicerçada nos mais elevados padrões de bem-estar animal e biossegurança, a Moy Park trabalha com mais de 800 criadores de aves no Reino Unido e na Irlanda, controlando a qualidade e garantindo a rastreabilidade da matéria-prima em todos os estágios de produção.

A Empresa foi pioneira na adoção do sistema de produção *free range*, no qual as aves são criadas livremente no campo, e no desenvolvimento do sistema de produção de frango orgânico. Desde 2006 é signatária do pacto de proibição de uso de toda e qualquer substância promotora de crescimento, incluindo antibióticos, definida pelos órgãos de saúde animal da Europa. Proativamente, a Moy Park adota ações de bem-estar animal

em parceria com profissionais da Compassion in World Farming (CIWF), entidade referência na gestão e no controle de processos de produção animal na Europa. A Moy Park detém ainda creditações de entidades referência, como a Food Standards Agency (FSA), o British Retail Consortium (BRC), a Board Bia e a Red Tractor, que atestam a produção de alta qualidade e de acordo com os melhores padrões de excelência.

A Moy Park foi reconhecida no Business in the Community's Corporate Responsibility Index (CR Index), principal *benchmark* voluntário de responsabilidade corporativa do Reino Unido, obtendo classificação de três estrelas. Em 2013, a Moy Park foi a primeira empresa no setor de aves e da Irlanda do Norte a ser reconhecida no CR Index. Os resultados de 2014 demonstram que a Moy Park aumentou sua classificação e conseguiu melhorias significativas em relação ao ano anterior. A Moy Park também continuou sua parceria com o renomado chef e dono de restaurantes Jamie Oliver, para a produção de um leque de opções de produtos de frango prontos para cozinhar, produzidos sob os mais elevados padrões de bem-estar animal e nutricional.

A empresa possui as seguintes marcas: O'Kane, Castle Lea, Jamie Oliver, Kitchen Range Foods, Albert Van Zoonen, McKey e Moy Park.



KEYSTONE FOODS

MOY PARK

KEYSTONE GRI G4-4

Uma das maiores fornecedoras globais de alimentos industrializados para grandes redes de restaurantes e varejo, a Keystone Foods oferece produtos de proteína animal frescos e congelados, incluindo carnes de ave, peixe, porco e bovina.

Com mais de 11 mil colaboradores, sua estrutura de negócios é alicerçada por 20 unidades produtivas localizadas em seis países da América do Norte e da Região da Ásia-Pacífico, Oriente Médio e África (APMEA). Reconhecida como líder em sustentabilidade, qualidade e segurança alimentar; bem-estar animal e qualidade de produtos, a Keystone está bem posicionada para manter sólido crescimento como uma das marcas líderes mundiais.

A Empresa desenvolve soluções inovadoras, como a técnica de congelamento com criogenia, que prolonga o prazo de validade e mantém os nutrientes e a textura originais dos alimentos, e a criação dos *nuggets* de frango e filés moldados sem osso – for-

matos já difundidos em larga escala por restaurantes e linhas de pratos congelados ao redor do mundo.

Para fortalecer sua atuação na Ásia e no Oriente Médio, onde atende a mais de 4 mil restaurantes, a Empresa mantém duas *joint ventures* na China: uma com a COFCO, empresa de alimentos do governo chinês, e outra com a Chinwhiz Poultry Vertical Integration. A primeira tem o objetivo de desenvolver sistemas logísticos e centros de distribuição nas maiores cidades da região e a segunda visa à construção de plataforma vertical de produção com potencial de processar até 200 mil aves por dia. Confira o portfólio de produtos da Keystone:

Produtos prontos para cozinhar, empanados e frangos fritos: tender, filés, hambúrgueres, asas e *nuggets*.

Produtos cozidos e aves congeladas: frango em cubos, tiras, filés, hambúrgueres, asas, frango desfiado e *nuggets*.

Frango Fresco e Deli Rôtisserie: frangos inteiros sem miudezas e peças de frango.

Produtos de proteína: hambúrgueres de carne, peixe, salsicha, hambúrgueres de carne de porco, filé de peixe, itens de padaria [*cheesecakes* e bolos de chocolate (APMEA)] e vegetais processados (APMEA).

ABATE

PROCESSADOS

OUTROS



GESTÃO

EMPRESARIAL

650 a 850 MILHÕES

DE REAIS É O VALOR PREVISTO DE GERAÇÃO
DE FLUXO DE CAIXA LIVRE EM 2018

ESTRATÉGIA

O ano de 2014 foi marcado pela continuidade da estratégia de negócios “Focar para Ganhar”, cujo objetivo é conduzir a Marfrig Global Foods na rota da excelência operacional, para que seja capaz de proporcionar benefícios sociais e retorno financeiro aos investidores.

De forma a dar visibilidade ao seu novo perfil e destacar a abrangência dos negócios, o Grupo passou a se chamar Marfrig Global Foods. Os segmentos de negócios receberam novas logomarcas, de forma que fossem ressaltados o alinhamento entre eles e a força e solidez da organização. Cada divisão tem sua estratégia e seus objetivos para o alcance do sucesso do Focar para Ganhar, cujos resultados serão colhidos ao longo de cinco anos (2013/2018), ao fim dos

quais a Marfrig prevê gerar fluxo de caixa livre de R\$ 650 milhões a R\$ 850 milhões.

O desenho estratégico é composto de seis pilares que buscam reforçar os compromissos com os valores originais do Grupo. São eles:

- Foco no cliente
- Foco na inovação
- Foco na rentabilidade
- Foco nos canais Food Service e Varejo
- Foco em altos padrões de segurança alimentar e qualidade
- Foco na liderança em sustentabilidade do setor

Marfrig Beef – Objetivos estratégicos	Moy Park – Objetivos estratégicos	Keystone Foods – Objetivos estratégicos
Crescer volume e preços médios	Crescer acima do mercado em aves <i>in natura</i> no varejo do Reino Unido e da Irlanda	Potencializar crescimento por meio da demanda global de aves
Continuar com foco em geração de caixa	Expandir as vendas de multiproteínas no varejo de conveniência	Aumentar penetração em Key Accounts
Maximizar plataforma exportadora da América do Sul	Expandir presença em <i>food service</i>	Expandir geograficamente
Elevar eficiência das operações	Fortalecer a plataforma de distribuição global da Marfrig na Europa	

ROTA

DE EXCELÊNCIA OPERACIONAL É MANTIDA PARA PROPORCIONAR BENEFÍCIOS SOCIAIS E O RETORNO ECONÔMICO DOS INVESTIDORES

6

PILARES COMPÕEM O DESENHO ESTRATÉGICO DA MARFRIG PARA REFORÇAR OS COMPROMISSOS COM OS VALORES DO GRUPO



A ESTRATÉGIA CORPORATIVA DE SUSTENTABILIDADE FOI REFORMULADA EM 2014

SISTEMAS E POLÍTICAS DE GESTÃO

GRI G4-DMA Desempenho econômico, **G4-DMA** Energia, **G4-DMA** Água, **G4-DMA** Biodiversidade, **G4-DMA** Emissões, **G4-DMA** Relações trabalhistas, **G4-DMA** Saúde e segurança do trabalho, **G4-DMA** Efluentes e resíduos

Cada divisão da Marfrig Global Foods executa um modelo individualizado de gestão que respeita as diversidades regional, cultural e de portfólio e garante a padronização da qualidade, a segurança alimentar e a procedência dos produtos comercializados.

O envolvimento em iniciativas setoriais e o fortalecimento do diálogo com públicos de relacionamento são a base para a geração de valor sustentável em longo prazo e consolidam o objetivo do Grupo de se tornar uma empresa global de alimentos.

O modelo de gestão adotado busca criar uma matriz que fundamente as práticas éticas de trabalho, principalmente as relacionadas às principais variáveis do negócio, como grãos, gado,

energia e água. Integram essa matriz os seguintes sistemas de gestão:

Gestão de riscos | O Grupo identifica, monitora e desenvolve estratégias de mitigação dos riscos aos quais está exposto para minimizar seus possíveis efeitos sobre as operações e os resultados. Diversificação geográfica, análise criteriosa de crédito e de alterações climáticas compõem métricas que fazem parte do planejamento estratégico, utilizadas para mitigar eventuais cenários negativos e manter a sustentabilidade do negócio.

Gestão de ativos intangíveis | Os ativos intangíveis são considerados pela Marfrig a essência de sua credibilidade – portanto, fundamentais para a geração de valor sustentada em toda a cadeia. Assim, a Companhia gere continuamente seus cinco principais ativos intangíveis: marcas, Recursos Humanos, experiência e conhecimento dos clientes, pesquisa e desenvolvimento e gestão com foco em sustentabilidade.

GRI G4-DMA Práticas de compra

Gestão da cadeia de suprimentos | A Marfrig Global Foods investe em programas e projetos direcionados ao monitoramento dos fornecedores de produtos e serviços, que envolvem desde a rastreabilidade da carne fornecida até a garantia da origem do gado, de modo que não seja procedente de área de desmatamento dentro do bioma amazônico, além do controle sobre a utilização de mão de obra escrava nas fazendas que fornecem matérias-primas para o Grupo. A Corporação também está focada na melhoria de processos logísticos, a fim de que levem em conta a redução de custos e o melhor desempenho, via utilização de equipamentos modernos e menos nocivos ao meio ambiente. **GRI G4-12**

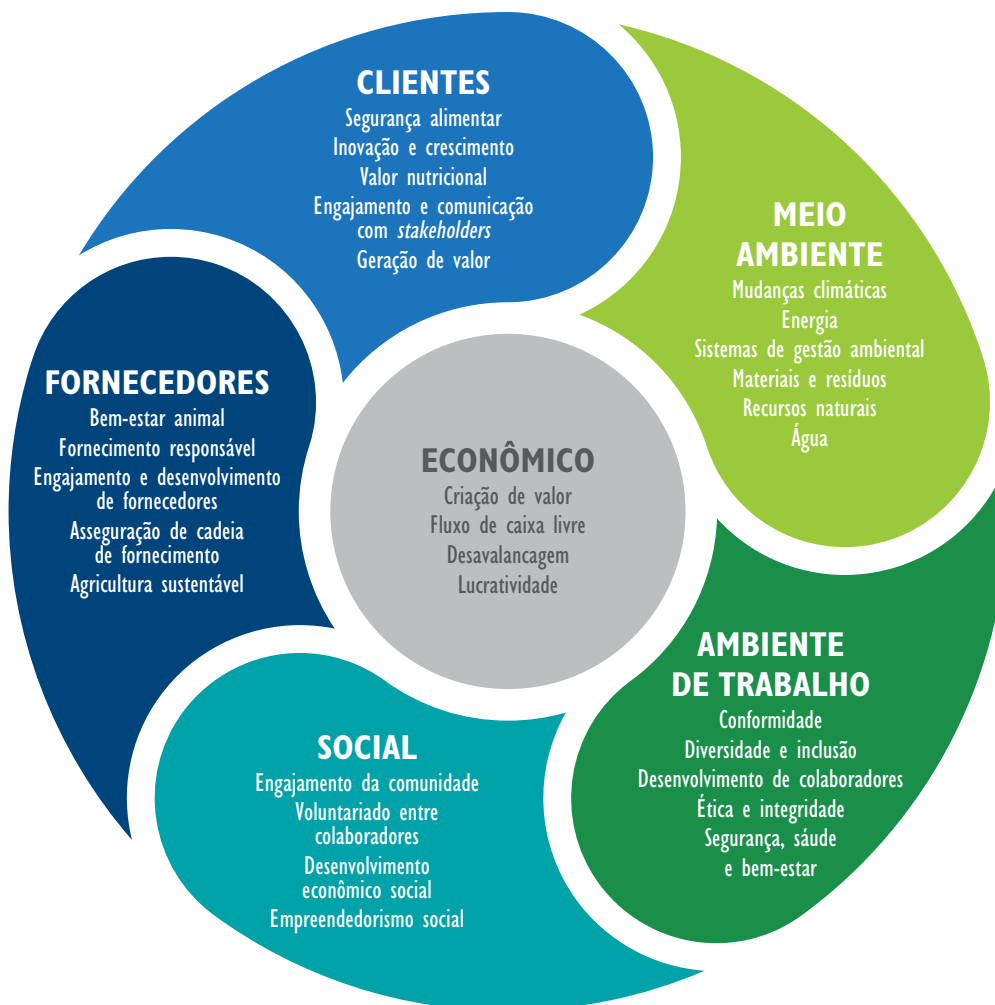
ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Reformulada em 2014, a Estratégia Corporativa de Sustentabilidade da Marfrig Global Foods é composta por seis eixos que permeiam todas as divisões do Grupo e contemplam seus públicos de relacionamento com os aspectos decorrentes. Os eixos são: (1) clientes; (2) fornecedores; (3) meio ambiente; (4) ambiente de trabalho; (5) econômico; e (6) social (veja arte a seguir). Cada divisão de negócios desenvolve ações em torno deles de acordo com suas especificidades operacionais, as quais, conjuntamente, promovem e buscam assegurar a sustentabilidade de todo o seu sistema produtivo.

A face mais visível do engajamento da Companhia às práticas de sustentabilidade são os grupos de trabalho que lidera ou dos quais participa, os compromissos públicos assumidos em parceria com as maiores organizações mundiais de defesa da produção sustentável e de preservação da biodiversidade e os projetos socioambientais e o programa de fomento que promove.

PRÁTICAS E PÚBLICOS

GRI G4-24, G4-25





ENGAJAMENTO E COMUNICAÇÃO COM *STAKEHOLDERS* GRI G4-24, G4-25, G4-26

Os principais públicos de relacionamento da Marfrig Global Foods são clientes, consumidores, investidores, fornecedores, colaboradores e sociedade, com os quais mantém relacionamento direto por entender que eventuais impactos nesses grupos são capazes de influenciar intensamente os negócios.

O Código de Ética da organização contém todos os valores e comportamentos esperados no relacionamento com os *stakeholders* na vivência corporativa. O primeiro e principal valor do documento é o respeito, adotado por meio do estímulo ao diálogo e com vistas a construir uma relação de confiança focada em benefícios mútuos. Para isso, a Empresa mantém à disposição os seguintes canais de comunicação.

Canais disponíveis	Públicos de relacionamento					
	Clientes	Consumidores	Investidores	Fornecedores	Colaboradores	Sociedade
Site www.marfrig.com.br	X	X	X	X	X	X
Site www.marfrig.com.br/ri	X	X	X	X	X	X
E-mail ri@marfrig.com.br	X		X		X	
E-mail marfrig@marfrig.com.br	X	X		X	X	X
Relatório de Sustentabilidade	X	X	X	X	X	X
Revista <i>Saboreando o mundo</i>	X			X	X	
Keystonefoods.com	X	X	X	X	X	X
Moypark.com	X	X	X	X	X	X
Facebook/Marfrig Global Foods	X	X	X	X	X	X
Facebook/Moy Park	X	X	X	X	X	X
LinkedIn – Marfrig Global Foods	X	X	X	X	X	X
YouTube – Marfrig Alimentos	X	X	X	X	X	X
Site da Tacuarembó – www.ft.com.uy	X	X	X	X	X	X
www.marfrig.com.br/sustentabilidade	X	X	X	X	X	X
www.marfrig.com.br/fomento				X		X
Moy Magazine					X	
Keystar	X			X	X	X

DIVERSOS CANAIS DE RELACIONAMENTO
SÃO MANTIDOS PARA QUALIFICAR
A PRESTAÇÃO DE INFORMAÇÕES AOS
PÚBLICOS ESTRATÉGICOS



OS VALORES E
COMPORTAMENTOS
ESPERADOS SÃO
DIVULGADOS POR
MEIO DO CÓDIGO
DE ÉTICA E
CONDUTA

O ESTÍMULO AO DIÁLOGO
TRANSPARENTE ENTRE
TODOS OS COLABORADORES
VISA À MANUTENÇÃO E AO
REFORÇO DO COMPROMISSO
COM O RESPEITO E A
CONFIANÇA NA VIVÊNCIA
CORPORATIVA

PARA APRIMORAR
CONTINUAMENTE SEUS
NEGÓCIOS E INFLUENCIAR
POSITIVAMENTE SEUS
STAKEHOLDERS, A MARFRIG
MANTÉM PROGRAMAS
INSTITUCIONAIS E MEIOS DIGITAIS
E IMPRESSO DE COMUNICAÇÃO



GOVERNANÇA CORPORATIVA



NORMAS

DA COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS E O REGULAMENTO DO NOVO MERCADO SÃO SEGUIDOS PELA MARFRIG, CUJO CAPITAL SOCIAL É COMPOSTO POR AÇÕES ORDINÁRIAS

O modelo de governança corporativa adotado pela Marfrig Global Foods é pautado pelas melhores práticas do mercado e tem como diretrizes transparência, prestação de contas, responsabilidade corporativa e equidade no tratamento a acionistas, parceiros e colaboradores – em linha com as recomendações do Código Brasileiro das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Como companhia de capital aberto, cumpre ainda as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e o regulamento do Novo Mercado da BM&FBovespa. Dessa forma, seu capital social é composto apenas por ações ordinárias, todas com iguais direitos em relação à alienação do controle acionário. Além disso, também em cumprimento ao segmento de listagem, em 2014 foi concluído o processo de transição envolvendo a divisão dos papéis entre o Diretor-presidente e o Presidente do Conselho de Administração. **GRI G4-7**

COMPROMISSOS **GRI G4-S05, G4-DMA** Combate à corrupção, G4-DMA Concorrência desleal

O Código de Ética da Marfrig Global Foods formaliza a relação com seus clientes, consumidores, empregados, acionistas, fornecedores, o poder público e a sociedade e é adotado por todos os colaboradores, nos 16 países onde a Empresa mantém escritórios e operações industriais. Em todas as localidades são realizadas ações de treinamento e orientação contínuas para a prática concreta das determinações do código, independentemente do nível hierárquico.

O documento representa grande parte da identidade da Marfrig Global Foods. Assim, seu cumprimento fortalece as relações da organização com a sociedade, as entidades políticas e de classe, os fornecedores, os clientes, os consumidores, os acionistas e os próprios funcionários, que, com base em uma mesma base ética, constroem no dia a dia a cultura corporativa.

A Companhia mantém ainda várias políticas que atestam seu compromisso com a ética e a transparência. A Política de Negociação estabelece regras e procedimentos a serem adotados internamente e por pessoas vinculadas à Marfrig para negociação de valores mobiliários emitidos por ela, assegurando a conduta ética daqueles que detêm informações relevantes. Já a Política de Dividendos determina que a deliberação da distribuição dos dividendos anuais é feita em Assembleia Geral Ordinária e que os acionistas têm direito a receber, a título de dividendos, um percentual mínimo obrigatório de 25% sobre o lucro líquido do exercício. A Política de Divulgação se baseia na prestação de informações completas aos acionistas e investidores, garantindo ampla e imediata divulgação de ato ou fato relevante que possibilite acesso equânime às informações públicas sobre a Companhia. A Política de Opções de Compra de Ações, por sua vez, estabelece condições para administradores, colaboradores e prestadores de serviços adquirirem ações da Marfrig. **GRI G4-S03**

25%

É O PERCENTUAL
MÍNIMO RECEBIDO
PELOS ACIONISTAS
A TÍTULO DE
DIVIDENDOS



ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

SÃO COMPROMISSOS DA
EMPRESA, EXPRESSOS EM
POLÍTICAS INTERNAS QUE
REGULAMENTAM AS
CONDUTAS CORPORATIVAS



MERCADO DE AÇÕES

Desde sua abertura de capital em 2007, a Marfrig integra o Novo Mercado da BM&FBovespa, segmento destinado exclusivamente às companhias que atendem a quesitos de governança corporativa diferenciados.

Ao fim de 2014, as ações da Empresa, comercializadas sob o código MRFG3, estavam cotadas a R\$ 6,10, 52,5% superior ao ano de 2013. Na mesma comparação, o Índice Bovespa (Ibovespa) desvalorizou 2,9%.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA GRI G4-34

As instâncias de governança da Marfrig Global Foods são o Conselho de Administração – que recebe suporte do Conselho Fiscal e de comitês de assessoramento – e a Diretoria-Executiva.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Principal órgão de deliberação, é composto por oito executivos eleitos em Assembleia Geral para mandatos de dois anos, permitida a reeleição. Eles têm como atribuições definir as estratégias e aplicar as políticas gerais de negócios, designar e supervisionar a gestão dos diretores e contratar auditores independentes, entre outras. Ao fim de 2014, o órgão era composto pelos seguintes executivos, cujos currículos podem ser acessados no site www.marfrig.com.br; no link Investidores.

Marcos Antonio Molina dos Santos	Presidente do Conselho
Alain Emilie Henry Martinet	Conselheiro
Marcia A. P. Marçal dos Santos	Conselheira
Rodrigo Marçal Filho	Conselheiro
Antonio Maciel Neto	Conselheiro independente
Carlos Geraldo Langoni	Conselheiro independente
David G. McDonald	Conselheiro independente
Marcelo Maia de Azevedo Correa	Conselheiro Independente

DIRETORIA-EXECUTIVA

É composta por um diretor-presidente e quatro diretores-executivos (veja abaixo), eleitos pelo Conselho de Administração para mandatos de três anos, permitida a reeleição, que podem ser destituídos a qualquer tempo. Respondem pela implantação das políticas e diretrizes definidas pelo Conselho de Administração. Os currículos dos diretores podem ser acessados no site www.marfrig.com.br; no link Investidores.

Martin Secco Arias	Diretor-presidente ¹
Ricardo Florence dos Santos	Diretor Administrativo e Financeiro e diretor de Relações com Investidores
Heraldo Geres	Diretor Jurídico
Tang David	Diretor sem designação específica
Rodrigo Marçal Filho	Diretor sem designação específica

¹ A partir de 16 de fevereiro de 2015, Martin Secco Arias assumiu o cargo de diretor-presidente da Marfrig Global Foods.

A MARFRIG GLOBAL FOODS
 PAUTA SEU MODELO DE
 GOVERNANÇA CORPORATIVA
 EM RECONHECIDAS PRÁTICAS
 DE MERCADO

CONSELHO FISCAL

Órgão independente que auxilia o trabalho do Conselho de Administração e da auditoria externa fiscalizando as demonstrações contábeis e mantendo comunicação direta com os acionistas. É composto pelos seguintes membros efetivos e seus suplentes, com mandato de um ano, permitida a reeleição.

Axel Erhard Brod	Conselheiro efetivo
Eduardo Augusto Rocha Pocetti	Conselheiro efetivo
Roberto Lamb	Conselheiro efetivo
Carlos Roberto de Albuquerque Sá	Conselheiro suplente
Christiano Ernesto Burmeister	Conselheiro suplente
Peter Vaz da Fonseca	Conselheiro suplente

COMITÊS DE ACESSORAMENTO GRI G4-14, G4-DMA [Combate à corrupção,](#) [G4-DMA Concorrência desleal](#)

COMITÊ DE AUDITORIA

Responsável por assessorar o Conselho de Administração no cumprimento de suas responsabilidades relativas à análise e divulgação das demonstrações financeiras, ao desenvolvimento de controles internos e à fiscalização e coordenação dos trabalhos das auditorias interna e externa da Companhia, especialmente nas questões relativas a contabilidade, controles financeiros internos e demais controles de observância legal.

COMITÊ DE REMUNERAÇÃO GOVERNANÇA CORPORATIVA E RECURSOS HUMANOS

Subsidia a tomada das decisões relativas às estratégias, políticas e normas internas em recursos humanos, incluindo a fixação da remuneração e dos benefícios oferecidos aos administradores, colaboradores e prestadores de serviços. Apoia também a operacionalização de processos e o controle e desenvolvimento das práticas de governança corporativa.





DESDE 2007, ANO
DA ABERTURA DE
CAPITAL, A MARFRIG
É RECONHECIDA POR
ATENDER QUESITOS
DE GOVERNANÇA
DIFERENCIADOS

O CONSELHO DE
ADMINISTRAÇÃO
É O PRINCIPAL
ÓRGÃO DE
DELIBERAÇÃO
DA COMPANHIA

COMITÊS DE
ASSESSORAMENTO
SÃO MANTIDOS PARA
O APRIMORAMENTO
DAS ESTRATÉGIAS
E DA GESTÃO, COM
GERAÇÃO DE VALOR
AOS NEGÓCIOS



GRI G4-DMA *Combate à corrupção,*
G4-DMA *Concorrência desleal*

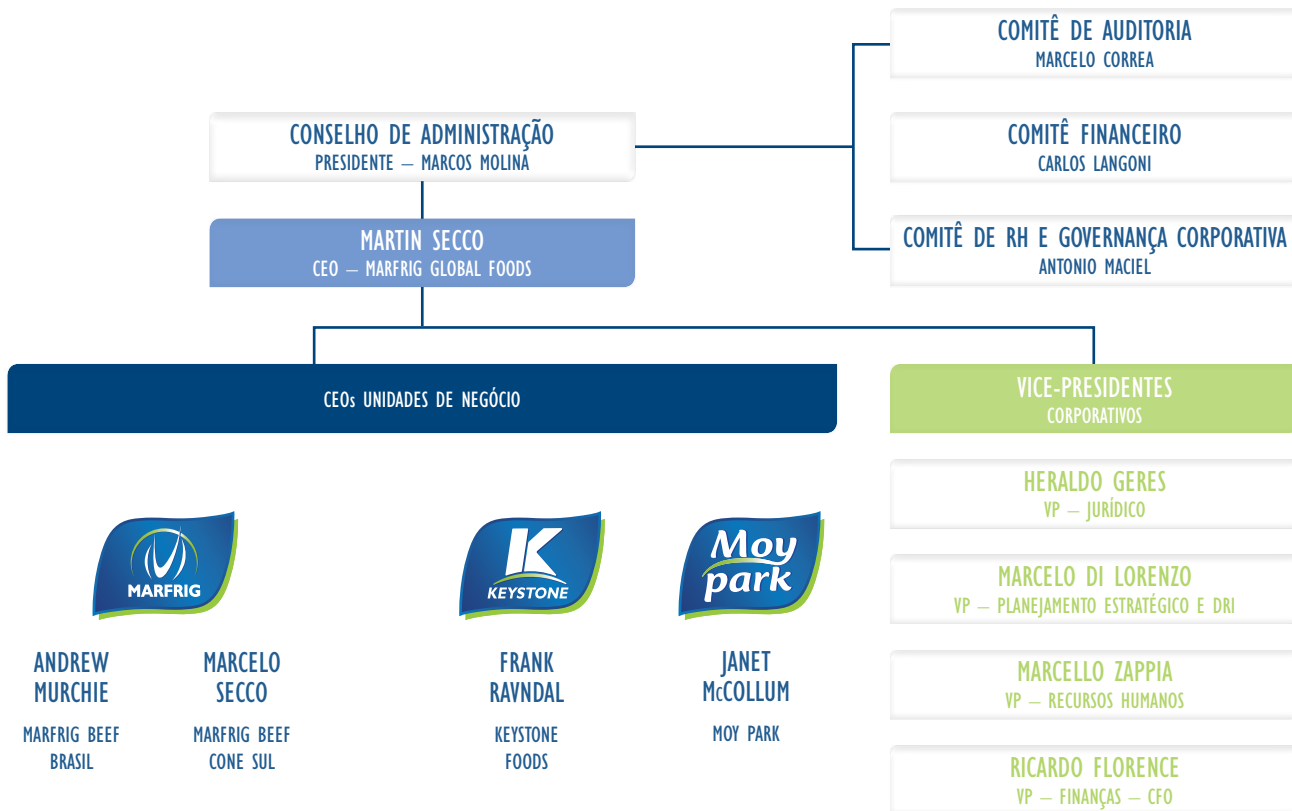
COMITÊ FINANCEIRO E DE GESTÃO DE RISCOS

Examina periodicamente os planos de investimento e financiamento e seus impactos sobre a estrutura de capital da Companhia e por monitorar a manutenção das estruturas de liquidez e capital predeterminadas.

COMITÊ DE GESTÃO

Aprecia e delibera sobre os atos e operações cujas alçadas estejam dentro do limite de sua atuação e assessora o Conselho de Administração quanto ao cumprimento de suas responsabilidades relativas: (i) ao orçamento e controle; (ii) a assuntos legais e de suas responsabilidades relativas a novos negócios; (iii) a investimentos e relacionamento com o mercado e investidores; (iv) à formulação de políticas corporativas; e (v) à área de estratégia de longo prazo e seu planejamento.

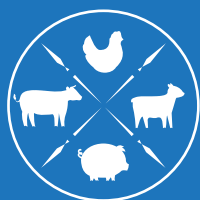
ESTRUTURA ORGANIZACIONAL GRI G4-34



Nota: A partir de 16 de fevereiro de 2015, Martin Secco Arias assumiu o cargo de diretor-presidente da Marfrig Global Foods e Marcelo Secco, de CEO da Marfrig Beef Cone Sul.



VISÃO DE SUSTENTABILIDADE



NOVO CENTRO DE
DISTRIBUIÇÃO EM ITUPEVA (SP)
INTEGRA A ESTRATÉGIA DE
ESTAR MAIS PERTO DO CLIENTE

GRI G4-DMA Impactos econômicos indiretos

A manutenção do Grupo Global de Responsabilidade Social Corporativa e Sustentabilidade traduz a preocupação da Companhia com o tema, considerado um de seus pilares de atuação e em torno do qual mantém estratégia específica de ação.

As práticas adotadas são pautadas pela responsabilidade social com seus colaboradores, a comunidade e a sociedade. A segurança no trabalho e a saúde ocupacional dos profissionais são prioridades da Empresa, assim como o apoio ao desenvolvimento da equipe. O compromisso com a saúde e segurança se revela na adoção de práticas sustentáveis de produção, processamento e distribuição, baseadas em modelos de monitoramento e rastreamento, de bem-estar animal e segurança alimentar e nutricional.

Com as comunidades de sua área de atuação, o relacionamento se dá por intermédio do Instituto Marfrig e pelo apoio a projetos socioambientais que buscam contribuir com o desenvolvimento local.

A Companhia considera as certificações e a adoção de normas internacionalmente reconhecidas como ferramentas para o aprimoramento de sua gestão empresarial. Também se submete à auditoria ambiental interna, a fim de testar seu nível de comprometimento com o desenvolvimento sustentável. A política interna de gestão ambiental contempla diretrizes como controle do uso de energia, gestão dos recursos hídricos, programas de reciclagem, ações direcionadas à agropecuária sustentável e ao bem-estar animal, reflorestamento e educação e conscientização ambiental, entre outras práticas.

Vários compromissos públicos também são assumidos pela Empresa em parcerias com as maiores organizações mundiais de defesa da produção sustentável e de preservação da biodiversidade, entre eles:

Pacto Greenpeace | Aumento de exportações para o mercado europeu e venda de carne enlatada na Tesco

Rainforest Alliance Certified™ | Carne bovina com selo de responsabilidade socioambiental para o Carrefour e venda de couro para a Gucci

The Nature Conservancy | Participação no Conselho da entidade para a América Latina
GRI G4-16

100%

DOS PRODUTOS DE TODAS AS CATEGORIAS PASSAM POR AVALIAÇÃO DE IMPACTO NA SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR



A MARFRIG ASSUMIU COMPROMISSO COM A RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED™ PARA A VENDA DE CARNE COM SELO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



PRIMEIRA BRASILEIRA COM GRAU A+ DO BRITISH RETAIL CONSORTIUM (BRC) GLOBAL STANDARDS

A fábrica Pampeano Alimentos S.A., localizada em Hulha Negra (RS), foi a primeira no Brasil a receber a certificação Grau A+ da BRC Global Standards – padrão de controle de alimentos reconhecido pela Global Food Safety Initiative (GFSI) e exigido pelas principais redes varejistas do mundo.

A BRC Global Standards é a instituição líder em programas de certificação de qualidade e segurança. Sua chancela atesta que a unidade da Marfrig Global Foods atende aos padrões internacionais de qualidade, segurança e operação, além de cumprir todas as obrigações legais e fornecer proteção para o consumidor final.

A Marfrig Global Foods detém 48 certificações pela BRC Global Standards.

CLIENTES [GRI G4-FP6](#), [G4-26](#), [G4-27](#), [G4-DMA Saúde e segurança do cliente](#)

Estar próximo do cliente foi o fator que motivou a Marfrig Beef a inaugurar seu novo Centro de Distribuição em Itupeva, no interior paulista. De fácil acesso às rodovias Anhanguera e Bandeirantes e próximo dos aeroportos de Campinas e Jundiaí, o empreendimento tornou-se ponto central para a logística das regiões de São Paulo, Campinas (SP), Sorocaba (SP) e sul de Minas Gerais. Atende a demandas de armazenamento de congelados e resfriados e de expedição para produtos direcionados ao varejo e ao *food service*.

O novo centro suporta o crescimento projetado para os próximos anos – em linha com as metas da estratégia Focar para Ganhar – e detém certificados de Good Manufacturing Practice (GMP) e Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), que garantem qualidade e segurança alimentar. A Marfrig Beef mantém ainda Centros de Distribuição em Santo André (SP), Bebedouro (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Santa Rita (RS). [GRI G4-PRI](#)

Para estreitar seu relacionamento com os clientes, a Empresa adota uma política de patrocínios a eventos relevantes. Em 2014, a Copa do Mundo, segunda maior em público da história e a de maior média de gols desde a edição de 1970, teve o envolvimento da Companhia. A Marfrig entrou em campo para promover sua plataforma global de alimentos, a variedade de seu portfólio e suas marcas de excelência. Para isso, acolheu clientes nacionais e estrangeiros durante o evento e proporcionou experiências únicas de organização, planejamento e hospitalidade.

Assim como os números superlativos marcaram a Copa das Copas, o Grupo obteve excelente desempenho, com a comercialização de carne de qualidade e com garantia de origem durante o torneio. Na véspera da final entre Alemanha e Argentina, promoveu um jantar exclusivo para clientes no Rio de Janeiro com a participação do chef britânico Jamie Oliver, que tem parceria com a Moy Park em uma linha completa de frangos prontos para cozinhar, produzidos sob os mais elevados padrões de bem-estar animal e nutricional.

Além disso, a Marfrig apresentou nos telões dos estádios – antes de cada jogo, nos intervalos e no fim de cada partida – o vídeo Marfrig é Show. O filme é embalado por versão musical de País do Futebol, do Mc Guimê, e destaca a qualidade dos produtos da Companhia.

Outra ação de 2014 foi a construção de canais de comunicação e relacionamento com clientes e também fornecedores e consumidores. Um dos canais foi a utilização das mídias sociais, com atualização e lançamento de novos sites corporativos – de acordo com as premissas de integração das logomarcas corporativas – e ações de comunicação no LinkedIn, Facebook e YouTube.

Esses canais contribuíram para disseminar ações estratégicas, como o patrocínio à Copa do Mundo e o primeiro Programa de Trainee 2015, que contou com site próprio.

Pela própria natureza do negócio, 100% dos produtos de todas as categorias passam por avaliação de impacto na saúde e segurança do consumidor. Em todas as unidades operacionais há procedimentos que avaliam a segurança de alimentos, além do procedimento *shelf life* (alterações microbiológicas), no qual são realizados testes nas categorias de produtos a cada dois anos, além de testes a cada nova embalagem ou produto. **GRI G4-PRI**

NO ANO, A EMPRESA
ESTREITOU SEU
RELACIONAMENTO
COM OS CLIENTES POR
MEIO DE AÇÕES DE
COMUNICAÇÃO NO
LINKEDIN, FACEBOOK
E YOUTUBE





PESQUISA E INOVAÇÃO

Para garantir a qualidade e segurança de seus produtos, a Marfrig investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento para inovar e estar à frente em seus mercados de atuação.

Iniciativa nesse sentido é o Programa Marfrig+, lançado em 2014 para ampliar a eficiência e a produtividade da bovinocultura de corte, que constitui a primeira iniciativa de utilização, no Brasil, de embriões sexados de alta qualidade genética a um custo viável para a escala industrial.

Criado em parceria com a In Vitro Brasil, o programa se baseia na coleta de óvulos de vacas TOP e sêmen sexado de touros TOP que são fertilizados *in vitro* (FIV), resultando em embriões com 100% de genes de alta qualidade. A utilização da técnica permite que, após o desmame, os bezerros tenham seu peso aumentado, o que diminui o período de recria e abate de uma média atual de 30 para apenas 16 meses.

O programa Marfrig+ conta com comitê técnico formado por técnicos da Marfrig, pesquisadores renomados, clientes nacionais e internacionais, criadores e terminadores de gado e associações de criadores. O mapeamento genético é acompanhado por empresas independentes, com o objetivo de buscar a excelência para a produção de ponta a ponta na cadeia produtiva.

SEGURANÇA ALIMENTAR GRI G4-PRI, G4-DMA

Saúde e segurança do cliente, G4-DMA Criação e genética de animais, G4-DMA Pecuária, G4-DMA Transporte, manejo e abate

Para garantir a segurança alimentar, todas as unidades de produção de enlatados da Marfrig Beef detêm as certificações BRC, International Food Standard (IFS), ISO 14001, ISO 22000, OHSAS18001, SA 8000. Em 2014, a unidade Pampeano, em Hulha Negra (RS), recebeu a habilitação para produção de alimentos com o selo Rainforest Alliance Certified™, que atesta a origem da matéria-prima e os processos sustentáveis de produção da fábrica e de fornecedores também certificados em relação à conservação ambiental, ao respeito aos trabalhadores e às comunidades locais, além de a regas de bem-estar animal.

A empresa também aplica procedimentos de autocontrole, como o: HACCP, BPF, PPHO, PSO, POP, MER, entre outros, utilizados para avaliar a segurança dos alimentos. As unidades da empresa contam ainda com a implementação do procedimento de *shelf life* (alterações microbiológicas que são medidas por meio de testes realizados a cada dois anos). Os testes de *shelf life* são realizados pelo Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento em conjunto com o setor de qualidade sempre que é lançado um produto inovador ou uma nova embalagem.

EM 2014, A ÁREA DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DA KEYSTONE FOODS NA ÁSIA-PACÍFICO DESENVOLVEU MAIS DE 100 PRODUTOS INOVADORES DESTINADOS AO ATENDIMENTO DE DEMANDAS ESPECÍFICAS DAS MAIS DIVERSAS REDES DE RESTAURANTES *FAST FOOD* E VAREJO, COM DESTAQUE PARA NOVOS PRODUTOS DESENVOLVIDOS PARA CLIENTES ESTRATÉGICOS

GRI G4-DMA Criação e Genética de Animais,

G4-DMA Pecuária, G4-DMA Transporte, Manejo e Abate

Já para melhorar as condições de comercialização de alimentos de alta qualidade, a Empresa vem investindo em um novo sistema de embalagens que permite melhor conservação da cor, do aroma e do frescor dos alimentos. É a chamada embalagem em atmosfera modificada (ATM), em que o ar no interior do pacote é substituído por uma mistura de gases como oxigênio (O₂), dióxido de carbono (CO₂) e nitrogênio (N₂). Outro diferencial da ATM é garantir que as temperaturas de estocagem sejam mantidas e o prazo de validade do alimento alcance entre nove e 12 semanas para carnes secas. Cerca de 50 toneladas de carne moída já são embaladas mensalmente com essa tecnologia, além de produtos da linha Angus.

Como empresa líder em segurança alimentar, a Keystone Foods se compromete com as normas de segurança e qualidade dos alimentos que produz e comercializa em todo o mundo. Todas as instalações da Companhia são certificadas de forma independente com a norma ISO 22000 ou normas compatíveis com a Iniciativa Global para a Segurança Alimentar (Global Food Safety Initiative, na sigla em inglês)

Reconhecida globalmente pela pesquisa, desenvolvimento e inovação de alimentos, todos os produtos são testados e avaliados em um laboratório de análise e por um corpo multidisciplinar de cientistas e *chefs* de cozinha. Entre os destaques em tecnologias de alimentos da empresa estão a técnica de congelamento com criogenia, que prolonga o prazo de validade, e a introdução do *nugget* de frango e dos filés moldados sem osso no mercado global.

Na Moy Park, a cultura de segurança alimentar abrange todas as atividades agrícolas e de produção, assim como a cadeia de suprimentos e distribuição de alimentos, que segue os mais elevados padrões de qualidade e conformidade exigidos por órgãos de saúde e nutrição da Europa.

Uma equipe de auditores independentes realiza periodicamente avaliações em todas as unidades produtivas da Empresa, que também conta com o apoio dos laboratórios locais no fornecimento de serviços completos de testes microbiológicos.

TIMES DE PESO

Duas famílias uruguaias assistiram à partida entre Uruguai e Inglaterra, na Arena Corinthians, em São Paulo. Elas venceram a promoção Hambynarazo – Alimentando Hazañas Familiares, realizada pela unidade uruguaia de Tacuarembó, direcionada ao fortalecimento da marca Hamby – hambúrgueres, empanadas, almôndegas e empanados de frango.

Já a Moy Park promoveu na Europa a campanha Kickin' Chicken, que envolveu as marcas Goujon, Kiev, Escalope, Nugget e Minifilé de frango embaladas nas cores verde e amarela, em alusão à seleção brasileira. A ação incluiu sorteio de viagens e ingressos entre os consumidores, que assistiram a jogos das semifinais.

Churrasco Oficial foi o mote da campanha lançada pelo time da Marfrig no Brasil aos consumidores que se inscreveram para o sorteio de 70 pares de ingressos para um dos jogos. Patrocínio das marcas Bassi e Montana, a ação foi divulgada em mais de 400 lojas. Já para os clientes da Companhia foram direcionadas as campanhas Chegou, Ganhou e Cresça mais, venda mais. Clientes de *food service* e varejo foram convidados a participar da experiência que, além da premiação de cotas de ingressos, pôde gerar mais valor aos seus negócios.





CARNE ORGÂNICA

O programa de carne orgânica da unidade de Tacuarembó teve início no ano 2000 em resposta às demandas por consumo na Europa. Com o apoio do Instituto Nacional de Pesquisa Agropecuária do Uruguai (INIA) e da Agência Alemã de Cooperação Internacional (GTZ), a Empresa selecionou produtores para o desenvolvimento integrado dessa cadeia de suprimentos.

A carne orgânica não contém fertilizantes sintéticos, hormônios anabólicos ou estimulantes de crescimento, e possui menor teor de gordura intramuscular e de colesterol.

A unidade de Tacuarembó é certificada pela Control Union Certifications, da Holanda, o que garante conformidade com os padrões exigidos pelos mercados da Europa e dos Estados Unidos.

VALOR NUTRICIONAL **GRI G4-FP6, G4-FP7**

Os novos hábitos de consumo, que valorizam a saúde e os serviços orientados a uma vida mais equilibrada, vêm levando a Marfrig Global Foods a incrementar seu portfólio com produtos mais saudáveis, de baixa caloria, isentos de gordura trans, porém ricos em nutrientes.

Um dos destaques nesse sentido é a carne orgânica, produzida há mais de dez anos pela unidade de Tacuarembó, no Uruguai, em fazendas de criação de gado que seguem normas rígidas de certificação orgânica, o que envolve sistema de produção ambientalmente correto. A carne é isenta de resíduos químicos, os animais são tratados com medicamentos fitoterápicos e homeopáticos, vacinados e alimentados em pastos sem agrotóxicos. O processo de produção diferenciado garante o consumo de um alimento seguro e saudável.

Alinhada ao movimento global de conscientização dos consumidores sobre saúde e nutrição, a Moy Park tem adotado de forma sistemática a redução de sal em suas linhas de produção. Paralelamente, tem dado novo enfoque de comunicação e orientação nutricional nas embalagens e nos rótulos dos produtos – medida que ajuda os consumidores a fazerem melhores escolhas frente às suas necessidades de estilo de vida saudável. O novo sistema de rotulagem e valor nutricional segue os padrões do departamento de Saúde do Reino Unido.

Já a Keystone Foods implementou ao longo de 2014 uma série de projetos que proporcionaram alterações em seus produtos com vistas à geração de benefícios reais à saúde. As medidas incluíram a redução de sódio e gordura, a remoção de conservantes e sabores artificiais e o uso de ingredientes reconhecidos e aceitos pelos consumidores. Também foram adotados sistemas de rotulagem que facilitam a leitura e compreensão da gama de produtos disponíveis em supermercados, assegurando a qualidade alimentar e o controle de ingredientes usados na produção de alimentos.

A Marfrig Beef Brasil possui a linha de produtos Marfrig Nelore, que oferece ao consumidor final um produto mais saudável para o dia a dia – quando os animais são criados a pasto, de acordo com os preceitos do Programa de Qualidade Nelore Natural (PQNN), da Associação de Criadores de Nelore do Brasil (ACNB). As empresas mantêm a produção em sete unidades, que abrangem os estados do Mato Grosso do Sul, Goiás, Mato Grosso e Rondônia. **GRI G4-FP7**

FORNECEDORES

GRI G4-12, G4-13, G4-27, G4-FP2,


[G4-DMA Trabalho infantil](#), [G4-DMA Trabalhos forçados ou análogo ao escravo](#), [G4-DMA Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas](#)

Uma série de iniciativas é adotada pela Marfrig para estreitar o relacionamento com seus fornecedores, qualificar as operações desses parceiros e, conseqüentemente, ampliar a qualidade dos produtos que chegam à mesa dos consumidores.

Nesse sentido, uma grande aliada é a tecnologia. Para ampliar a transparência do processo de processamento de carnes, por exemplo, a Companhia coloca à disposição dos pecuaristas ferramenta de acompanhamento *online* dos abates de bovinos. Em tempo real é possível obter informações sobre peso, conformação de carcaça, acabamento de gordura e idade, de

maneiras prática e rápida. Para ter acesso ao sistema, o fornecedor precisa apenas preencher os dados cadastrais e obter *login* e senha.

Já para consolidar o sistema de monitoramento e gestão do gado no Bioma Amazônia e atender aos Critérios Mínimos para Operações com Gado e Produtos Bovinos em Escala Industrial no Bioma Amazônia – Greenpeace, a Marfrig implementou de forma inédita no setor a ferramenta Request for Information (RFI). Por meio dela, os pecuaristas que fornecem gado adquirido de terceiros (fornecedores indiretos) informam a origem dos animais. Assim, os técnicos da Companhia consultam as listas do Ibama e do Ministério Público para verificar se esses for-



PORTFÓLIO TEM SIDO
INCREMENTADO COM
PRODUTOS MAIS SAUDÁVEIS,
EM ATENDIMENTO À DEMANDA
DOS CONSUMIDORES



necedores indiretos não constam entre os que adotam práticas socioambientais nocivas.

Outra ação é a Mesa de Negociações, que completou seu primeiro ano em 2014 com resultados positivos. Para consolidar todos os processos de compra de gado da Empresa, os produtores têm alternativas de contrato. Um deles, que confere maior previsibilidade ao processo, é o contrato a termo, ou futuro, por meio do qual a Marfrig e os fornecedores acertam o preço de um rebanho que será entregue em alguns meses.

O preço pode ser referenciado pelos índices Cepea ou BM&FBovespa, entre outros, e é possível fazer o Seguro @, que garante preço mínimo para o gado, ou seja, mesmo que o preço por arroba fique abaixo do mínimo estipulado em contrato, a empresa garante o valor.

Em 2014 as novas opções de contrato foram adotadas nas operações da Marfrig nos Estados de São Paulo e Mato Grosso e contribuíram para a redução de riscos e para assegurar rentabilidade e perenidade aos negócios dos fornecedores.

Como resultado de tais ações, 100% do volume comprado de fornecedores da agropecuária estão em conformidade com a política de práticas de aquisição da empresa, ante 95% da área de suprimentos. Aproximadamente 9,9% dos animais abatidos em todas as plantas da Marfrig Beef são oriundas de confinamento. Os demais animais são criados a pasto. **GRI G4-13, G4-FPI**

MARFRIG CLUB **GRI G4-12, G4-EN12,**

G4-DMA Práticas de compra,

G4-DMA Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas

Pioneiro no fomento de boas práticas de criação na pecuária brasileira, o Marfrig Club é um dos meios adotados pela Companhia para promover o desenvolvimento das propriedades rurais fornecedoras. Por intermédio de visitas regulares de técnicos, a Marfrig busca disseminar boas práticas pecuárias na cadeia de valor, orientando e fomentando a profissionalização da atividade e garantindo produção mais segura, eficiente e com menor impacto ambiental.

Essas premissas são asseguradas pela verificação de três aspectos: respeito animal (bem-estar animal, rastreabilidade, garantia de origem e idades), respeito social (normas trabalhistas, habitação, educação e incentivos) e respeito ambiental (preservação da vegetação, solo, água e resíduos). De acordo com o enquadramento da propriedade a essas métricas, os produtores são bonificados. Além dos três aspectos, há pontuação conforme o alcance das exigências, e cada propriedade é categorizada em Início, Bronze, Prata, Ouro e Platinum.

MARFRIG CLUB 2014

3.525
**PROPRIEDADES
CREDENCIADAS**

1.198.677
QUANTIDADE DE ANIMAIS

MARFRIG CLUB: VITAMINA PARA O CRESCIMENTO

GRI G4-12

“Ingressamos no Marfrig Club ao final de 2014 como forma de agregar valor às nossas práticas pecuárias e socioambientais por meio das medidas desenvolvidas pela Marfrig, hoje uma referência de mercado”.

A afirmação é do diretor da Agro Pastoral Paschoal Campanelli S.A., Victor Campanelli, responsável pela gestão e administração da Fazenda Santa Rosa, empreendimento que envolve o confinamento de aproximadamente 55 mil cabeças de gado, em Altair, interior paulista.

A Agro-Pastoral Paschoal Campanelli é reconhecida pela excelência e melhor aproveitamento de suas fazendas por meio do desenvolvimento de modelo próprio de integração que usa o plantio de milho para silagem de grão nas áreas de reforma de cana. Esse milho é utilizado na engorda dos bois confinados pela empresa, e o esterco produzido pelos animais é aplicado nas lavouras, em processo que leva em conta os princípios de sustentabilidade e respeito ao meio ambiente.

“Já comercializamos 100% de nossa produção com a Marfrig e analisamos o processo de sinergia possível entre as nossas práticas sustentáveis e as da Empresa. Concluímos que eram complementares e, com certeza, gerariam maior valor às nossas ações. Tanto que nossa classificação no Marfrig Club é a mais alta, a Platinum”, relata.

Entre os critérios exigidos pela Marfrig para que um produtor atinja esse patamar estão procedimentos específicos relacionados ao bem-estar animal (manejo, alimentação, biossegurança, rastreabilidade, origem e idade) e responsabilidades social (normas trabalhistas, moradia, escola e incentivos) e ambiental (vegetação, resíduos, solo e água), além de não figurar na lista de áreas embargadas pelo Ibama e na lista de trabalho escravo do Ministério do Trabalho. GRI G4-LA15, G4-HR5 e G4-HR6

“Praticamos todas essas ações há bastante tempo em nosso negócio, e na categoria Platinum nos habilitamos inclusive para negócios de exportação, algo que representa um prêmio por participar do programa”, diz Victor Campanelli.

Segundo o executivo, a ideia de participar do Marfrig Club é ganhar e crescer junto. “Eu diria que é uma vitamina a mais para que possamos crescer, se transformar em um fornecedor melhor. Há muita proatividade de parte da Marfrig, que tem um padrão claro de produção.

Eu diria que o que diferencia a Marfrig é que ela está tentando fazer laços de parceria e não apenas a compra de gado do dia a dia”, relata.

Outro ponto forte lembrado por Victor Campanelli é a integração que a Marfrig busca entre todos os elos da cadeia de produção da pecuária, juntando o criador com o confinador e o frigorífico. “Essa iniciativa é muito importante e acho que a Marfrig está plantando uma semente das mais expressivas no segmento”, diz.



Desde 2010, os técnicos do Marfrig Club vêm avaliando as propriedades fornecedoras da Companhia e até o momento todos eles (fornecedores e prestadores de serviço) atendem aos requisitos sociais e nenhum foi suspenso do programa, cuja avaliação acontece em um ciclo de três anos. Em 2014, 46,65% dos gados abatidos pela Marfrig fazem parte do Marfrig Club.


GRI G4-EC9, G4-LA15, G4-HR5 e G4-HR6

Durante o ano de 2014, 3.525 fornecedores de gado que, de fato, abateram em uma das unidades Marfrig, estavam classificados ao menos em um dos níveis do Marfrig Club. Do total 1.632 fornecedores se enquadraram na categoria Início; 1.333 na categoria Bronze; 245 na categoria Prata; 192 na Ouro e 123 na Platinum.

PROGRAMAS ANGUS **GRI G4-12**

Outra iniciativa que vai ao encontro da produção de qualidade é o Programa Fomento Angus Marfrig, cujo objetivo é fortalecer, intensificar e valorizar a relação comercial com pecuaristas.

Com a oferta de premiações sobre o preço da arroba do boi gordo, a Marfrig garante a compra dos animais Angus e cruza Angus (machos e fêmeas). Esses contratos beneficiam os produtores com adiantamento do valor baseado em um índice de eficiência que analisa, entre outros fatores, a adoção de tecnologias avançadas e a contratação de suporte técnico. O desconto é aplicado sobre o valor adiantado, que aumenta quanto mais elevado for o índice de animais devolvidos em relação ao total de animais contratados.



**PROGRAMA DE BEM-ESTAR
ANIMAL ESTÁ EM SINTONIA COM
O ENTENDIMENTO DE QUE É
DEVER EVITAR O SOFRIMENTO
DESNECESSÁRIO**

BEM-ESTAR ANIMAL

A Marfrig Global Foods considera um dever moral evitar o sofrimento desnecessário dos animais. O programa de bem-estar animal da organização visa garantir a segurança e o tratamento humanizado por meio de regras e procedimentos internos regularmente auditados, além de investimentos constantes na implementação de tecnologias modernas, equipamentos atualizados e novas formas de criação e logística.

Para facilitar a troca de experiências em melhores práticas de bem-estar animal, a Marfrig Global Foods conta com um Conselho, que se reúne mensalmente e possui representantes de todas as divisões operacionais do Grupo. Em 2014, o órgão concentrou esforços na harmonização das normas globais de bem-estar animal para carne bovina e aves. [GRI G4-FP9](#) e [G4-FP11](#)

A Moy Park continua operando sob os mais elevados padrões de bem-estar animal, assegurado pelos colaboradores e clientes e por intermédio de padrões de auditoria externa. A empresa é completamente treinada pelo Poultry Welfare Officers em cada planta de produção. Por meio do Poultry Welfare Officers são acompanhados e monitorados indicadores-chave de bem-estar de desempenho (KPIs – Key Performance Indicators). Estes KPIs são determinados e acordados em consulta com os clientes, definindo objetivos e metas para a gestão do bem-estar animal. Os padrões são estabelecidos com base no Red Tractor (ACP), Bord Bia ou em requisitos equivalentes. [GRI G4-FP13](#)

POLÍTICAS E PRÁTICAS PARA ANTIBIÓTICOS [GRI G4-FP12](#)

Todos os animais recebidos nas unidades frigoríficas da Marfrig Beef são acompanhados por uma declaração do produtor rural que atesta a não utilização de hormônios, promotores de crescimento e antibióticos. Além disso, o Serviço de Inspeção Federal (SIF) possui um programa denominado Plano Nacional de Controle de Resíduo na Carne (PNCRC), que faz amostragem aleatória em todos os frigoríficos para garantir a veracidade do que foi atestado pelos pecuaristas. Além disso, a empresa promove por meio do programa Marfrig Club um *checklist* de itens verificados obrigatoriamente e promove visitas de conscientização quanto ao uso de medicamentos e seus períodos de carência, além de informações sobre substâncias proibidas na criação de bovinos de corte.

[GRI G4-FP9](#) e [G4-FP11](#)

Em caso de detecção de algum medicamento nas amostras coletadas pelo SIF, a empresa informa seu fornecedor, enviando-lhe o laudo oficial com os parâmetros verificados e realiza uma visita técnica de orientação, focada na aplicação do medicamento, *status* legal de uso e seu respectivo prazo de carência.

Também como compromisso e respeito com os consumidores de seus produtos, a Marfrig solicita uma carta de garantia de cada produtor que envia animais para o abate, com informações sobre a data(s) de aplicação(ões) do(s) medicamento(s) utilizado(s) nos últimos seis meses, além do(s) princípio(s) ativo(s), de modo que possam ser checados se o período de carência e o uso legal do medicamento foram respeitados.



CAPACITAÇÃO NA CHINA

Em 2013, a Keystone Foods reuniu os maiores especialistas em bem-estar animal do mundo durante seminário realizado na China. O objetivo do encontro foi o desenvolvimento de padrões e boas práticas para a indústria avícola chinesa, uma das maiores do mundo. Durante uma semana, técnicos, especialistas e pesquisadores expuseram estudos e puderam analisar as granjas locais por meio de visitas a fazendas e centros de produção. Esse encontro serviu para identificar as melhoras práticas.


A Keystone Foods está comprometida com o tratamento mais digno dos animais e trabalha com especialistas do setor na adoção de elevados padrões de bem-estar animal, aceitos globalmente. A Companhia desenvolve práticas específicas de gestão para garantir que esses padrões sejam implementados em todas as etapas e processos de produção. O cumprimento é verificado em auditorias de primeira, segunda e terceira parte. Nos Estados Unidos, a Keystone Foods atende e está além dos padrões de saúde e de bem-estar animal estabelecidos pelos parâmetros da NCC/US. A Companhia avalia continuamente as tecnologias novas e emergentes que poderiam melhorar os cuidados nas condições de bem-estar animal

ENGAJAMENTO DE FORNECEDORES

GRI G4-26, G4-27, G4-DMA Trabalho infantil, G4-DMA Trabalhos forçado ou análogo ao escravo

A disseminação de melhores práticas socioambientais na pecuária da Amazônia uniu a Marfrig à The Nature Conservancy (TNC) e ao Walmart na condução do Projeto São Félix do Xingu. Elas fornecem recursos técnicos para a regularização ambiental e ampliação da produção responsável aos pecuaristas das regiões de São Félix do Xingu e Tucumã, no sudeste do Pará. Trabalham, assim, para aprimorar a sustentabilidade de ponta a ponta na cadeia de valor da carne e criar um modelo de negócios responsável, que possa ser replicado em outras regiões do País e em diferentes segmentos do agronegócio.

As bases do trabalho, que tem duração prevista de três anos, estão fundamentadas no apoio técnico a 20 produtores rurais para o aumento da produtividade da pecuária por meio do manejo de pastagens, de forma que possam expandir sua produção sem necessidade de desmatar novas áreas. Executados em áreas piloto, esses modelos sustentáveis poderão ser replicados pelos próprios produtores em toda a região, possibilitando mudanças em grande escala.



PROJETO SÃO FÉLIX DO XINGU PROMOVE A DISSEMINAÇÃO DE MELHORES PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NA REGIÃO DA AMAZÔNIA

A iniciativa inclui ainda o monitoramento via satélite das áreas produtoras e a constante atualização do banco de dados geográfico da região. Com essas informações, a Marfrig pode saber quais produtores estão trabalhando de maneira responsável e manter seu compromisso de não adquirir gado oriundo de terras em desacordo com as leis ambientais.

Outra ação é o rastreamento da carne até o consumidor final. Walmart e Marfrig já usam ativamente seus sistemas de rastreamento da carne; porém, em conjunto com a TNC trocarão informações e cruzarão dados para tornar ainda mais específica a capacidade de acompanhar o produto de uma ponta a outra da cadeia. Os consumidores também serão informados sobre a origem da carne produzida nessa região, abrindo nova oportunidade de compra responsável.

A Keystone Foods envolve, engaja e incentiva seus fornecedores em práticas de responsabilidade so-

cioambiental e de compras responsáveis. Uma dessas ações teve início em 2010, quando a Empresa reuniu fornecedores selecionados para qualificação por meio de questionários de sustentabilidade com tópicos relevantes, como direitos humanos, ética, prática de negócios, segurança, bem-estar social e cadeia de fornecimento sustentável.

Esses resultados são regularmente analisados e permitem comparar as diferenças e conformidades entre as governanças empreendidas pelos fornecedores. Ao estabelecer uma linha de base para as melhores práticas em sua cadeia de fornecimento, a Keystone consegue identificar um número seletivo de fornecedores para engajá-los com maior profundidade. Em reuniões presenciais e individuais que envolvem revisão detalhada dos pontos apurados pelos questionários, a Empresa visa à melhoria contínua de processos que passem pelas melhores práticas de sustentabilidade e meio ambiente.



ESTUDO DE CASO PARA FORNECEDORES DA KEYSTONE

Com o objetivo de nortear e promover os princípios e objetivos de gestão ambiental, responsabilidade social e crescimento sustentável, a Keystone Foods conta com o programa KEYSTAR®, que há mais de seis anos premia e reconhece as melhores práticas executadas por seus colaboradores e fornecedores.

O KEYSTAR® é parte do programa de Responsabilidade Social Corporativa (CSR) da Empresa e concedeu em 2014 o primeiro prêmio de melhores práticas desenvolvidas pela cadeia de fornecimento da companhia, o Supplier CSR Awards.

Por intermédio do KEYSTAR® Awards a Companhia se candidatou em quatro categorias: Sustentabilidade global, Contribuição às comunidades, Apoio às pessoas e Criação de valor. O alinhamento dos casos foi julgado por sua representatividade em cada uma das iniciativas, entre elas originalidade, inovação, capacidade de mudança e resultados mensuráveis. A Keystone pretende continuar esse programa em 2015.

PROGRAMA
KEYSTAR®, DA
KEYSTONE
FOODS, FOMENTA
PRINCÍPIOS DE
GESTÃO AMBIENTAL,
RESPONSABILIDADE
SOCIAL E
CRESCIMENTO
SUSTENTÁVEL



UNIÃO DE ESFORÇOS

PELA PRESERVAÇÃO

GRI G4-15, G4-27

O Projeto São Félix do Xingu foi criado em 2012 pela organização The Nature Conservancy (TNC), que desenvolve na região a iniciativa Carne Sustentável: do Campo à Mesa, em conjunto com a Marfrig Global Foods e a rede de supermercados Walmart.

Com 84 mil quilômetros quadrados de área, 73% de florestas remanescentes e 50% de terras indígenas, São Félix do Xingu concentra mais de 2,4 milhões de cabeças de gado, e figura entre os três municípios com maior volume de bovinos do País. Desde 2008 na lista de embargos do Ministério do Meio Ambiente, em virtude do alto índice de

desmatamento, a região hoje está entre as campeãs na redução dessa prática, uma conquista que é fruto justamente da união de esforços da TNC, Walmart e Marfrig. Entre 2008 e 2013, o índice de desmatamento na localidade caiu 70%.

Aplicado inicialmente em 20 propriedades piloto – dez em São Félix do Xingu e dez em Tucumã – o grupo de trabalho apoia iniciativas como:

Suporte ao produtor rural – Envolve adequação à legislação ambiental, como o Cadastro Ambiental Rural (CAR) e a Licença Ambiental Rural (LAR) e aprimoramento das práticas de manejo das pastagens, visando reduzir os impactos sobre o solo e aumentar a produtividade; melhores práticas no uso de água e do solo; alternativas de geração de renda a partir da floresta em pé, como práticas para o enriquecimento de florestas com espécies de interesse econômico; construção de modelos de restauração florestal; e aumento da produtividade da pecuária pelo manejo de pastagens, de forma a garantir que os produtores locais expandam a produção sem necessidade de desmatar novas áreas.

Monitoramento da produção – Busca o aprimoramento do sistema de monitoramento das áreas produtoras por meio da análise de imagens de satélite e atualizações do banco de dados geográficos da região.

Rastreamento da carne até o consumidor final – Inclui troca de informações e cruzamento de dados entre os sistemas de rastreamento da carne do Walmart e da Marfrig para tornar ainda mais fina a capacidade de acompanhar a carne de uma ponta a outra da cadeia. Walmart e Marfrig irão comunicar aos seus consumidores sobre a origem da carne produzida nessa região. Esse processo abrirá oportunidade de compra responsável para o consumidor, que por meio de suas escolhas poderá fortalecer a produção responsável na Amazônia.





SINTONIA EM BENEFÍCIO DO CONSUMIDOR

O Projeto São Félix do Xingu é considerado estratégico para o Walmart Brasil, de acordo com a coordenadora de Sustentabilidade da rede de supermercados, Natália Tendeiro. “A companhia mantém a Plataforma de Pecuária mais Sustentável, que se alinha à Plataforma Global de Agricultura Sustentável, em que o Brasil é responsável por uma meta global do grupo: não comprar carne cuja origem contribua com o desmatamento da Amazônia”, destaca.

Sob esses conceitos e de acordo com os pressupostos de Desenvolvimento da Cadeia da Pecuária, Natália ressalta que o projeto São Félix do Xingu é o carro-chefe da rede no Brasil, pois atua diretamente com os pecuaristas para que desenvolvam sua atividade de maneira ambiental e socialmente responsável, aumentando a rentabilidade do negócio. “O projeto também engloba questões de bem-estar animal e rastreabilidade, conceitos comuns ao Walmart e à Marfrig Global Foods, que compõem os elos do varejo e da indústria, respectivamente, e possuem papéis distintos no projeto, porém, precisam estar em sintonia para que a carne chegue até o consumidor final”, ressalta.

Ainda segundo a coordenadora de Sustentabilidade, na atual etapa do projeto as duas empresas estão trabalhando em conjunto para avaliar a quantidade de animais oriundos das fazendas que o integram, a qualidade da carne que é possível obter e, comercialmente, quais seriam os cortes passíveis de comercialização, além de todos os demais trâmites inerentes ao processo de comercialização. A comercialização da carne se dará ainda no primeiro trimestre de 2015 por meio de processo tradicional: o Walmart comprará os produtos da Marfrig, que será responsável pelo processamento e pela embalagem.

GRI **G4-DMA** Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas

COMPORTAMENTO PROATIVO E INOVADOR


GRI **G4-15, G4-26**

Responsável pelo programa Carne Legal, destinado a combater o desmatamento florestal decorrente da exploração predatória da pecuária na Amazônia, o Procurador da República do Ministério Público Federal do Pará, Daniel César Azeredo Avelino, avalia positivamente as iniciativas adotadas pela Marfrig Global Foods. Segundo ele, a empresa está sempre aberta ao diálogo e tem ações proativas, pelas quais busca se antecipar aos desafios e às determinações que se apresentam.

O procurador lembra que, mesmo sem ter recebido recomendação, a Marfrig firmou compromisso de não comprar mais gado de fazendas que desmatam na Amazônia. O Programa Carne Legal foi lançado em 2009 e envolveu a assinatura de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) do Ministério Público Federal com frigoríficos, curtumes e empresas calçadistas, que se comprometeram a fazer uma série de exigências ambientais e sociais aos fornecedores de matérias-primas oriundos do Bioma Amazônia.

Em abril de 2014, a empresa publicou relatório de ações empreendidas no ano anterior sobre processos de aquisição de rebanhos, segundo o qual não foi identificada nenhuma operação de compra de gado que contrariasse o compromisso público Critérios Mínimos para Operações Com Gado e Produtos Bovinos em Escala Industrial No Bioma Amazônia, também assinado em 2009 com a organização Greenpeace.

A Marfrig monitora 7.195 propriedades no Bioma Amazônia, das quais 5.516 estão aptas ao fornecimento de gado para as cinco unidades produtivas da Companhia na região, em Tangará da Serra e Paranatinga (MG), Rolim de Moura e Chupinguaia (RO)



MARFRIG FOI
A PRIMEIRA
EMPRESA DO
SETOR A LANÇAR
FERRAMENTA
QUE POSSIBILITA
AOS PECUARISTAS
INFORMAR
QUEM SÃO SEUS
FORNECEDORES

e Tucumã (PA). “O relatório é válido, mas é papel do Ministério Público querer sempre mais e, a partir da oportunidade que a Marfrig está proporcionando, de ouvir as partes interessadas sobre o tema, eu recomendo que sempre é possível buscar aperfeiçoamentos capazes de nutrir mais pontos de verificação e amostragem, que foquem a questão do desmatamento, mas também reforcem a validade do Cadastro Ambiental Rural (CAR), o controle de fornecedores. O sistema de monitoramento da Marfrig é muito bom, mas precisamos avançar mais sobre o controle dos fornecedores indiretos, algo que não depende única e exclusivamente da empresa, mas de um esforço conjunto com o MPF e os demais entes que buscam resolver a questão”, afirma.

Em relação ao controle e monitoramento de fornecedores indiretos, a Marfrig foi a primeira empresa do setor a lançar a ferramenta RFI (Request for Information), por meio da qual os pecuaristas informam quem são os terceiros que lhes fornecem gado. “Esse é um exemplo que demonstra a postura proativa e inovadora da Marfrig. A ferramenta precisa integrar o CAR com a Guia de Trânsito Animal, por exemplo, mas é válida na medida em que permite uma abertura para a busca de soluções ao problema”, diz Daniel César.



ALINHADA COM O GREENPEACE

GRI G4-DMA Trabalho infantil, G4-DMA Trabalhos forçado ou análogo ao escravo

“Saúdamos a iniciativa da Marfrig de ouvir as partes interessadas sobre as ações que executa no âmbito do Bioma Amazônia”, diz Adriana Charoux, da Campanha da Amazônia do Greenpeace, responsável pela campanha de agronegócio no Greenpeace Brasil.

Segundo ela, existe um *gap* entre as ações das empresas que assinaram o compromisso público da pecuária, a Marfrig Global Foods entre eles, em relação ao restante do setor. São mais de 2 mil frigoríficos, dos quais apenas três são signatários do compromisso público e cerca de 100 pelo menos firmaram Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal.

A relação da empresa com a organização teve início em 2009, ano da assinatura do compromisso público “Critérios mínimos para operações com gado e produtos bovinos em escala industrial no Bioma Amazônia”, por meio do qual a Marfrig se compromete a comprar gado de fazendas habilitadas e excluir fornecedores que desmataram a floresta.

“Desde 2014 a empresa tem realizado auditorias independentes de seu sistema de compras com objetivo de verificar o grau de eficiência no bloqueio de fornecedores envolvidos com desmatamento, trabalho escravo, conflitos em terras indígenas e áreas protegidas. A empresa tem realizado ações em conformidade com o Termo de Referência Técnico (TDR) elaborado em conjunto com o Greenpeace e demais empresas integrantes do compromisso público no qual foi acordado que, em caso de índice de não conformidade abaixo de 5%, a amostragem dos anos seguintes seria reduzida para 10%. A assertividade das ações levaram a Marfrig a reduzir a amostragem”, afirma Adriana.

Embora o resultado tenha sido positivo, há um enorme desafio que é realizar o controle de fornecedores indiretos. Além disso, é preciso dar particular atenção às fazendas próximas às terras indígenas para impedir a compra de fazendas que invadam tais territórios. A Marfrig tem contribuído

para melhorar o TDR e vem sinalizando que está disposta a fazer a diferença. A profissional destaca também que o próximo relatório a ser apresentado pelos frigoríficos irá incorporar auditoria sobre as empresas que prestam serviços de georreferenciamento a eles.

“No caso da Marfrig, a empresa promoveu o contato do Greenpeace com a Agrottools, para que os profissionais da ONG pudessem conhecer com mais detalhes os mapas georreferenciados elaborados a pedido da Marfrig que servem de base para o controle das fazendas fornecedoras.

Adriana Charoux chama a atenção para a necessidade de supermercados e consumidores passarem a valorizar as ações dos signatários do compromisso público da pecuária. “A Marfrig é uma das três pioneiras que traz credibilidade nesse processo, e o fato de estar cumprindo seus desafios pode servir como estímulo para que outros também o façam. Eu acho justo ecoar uma demanda desses frigoríficos que assinaram o compromisso público estimulado pelo Greenpeace de que é importante que os supermercados de fato olhem as ações e deem preferência aos que estão comprometidos com o desmatamento zero”, defende, acrescentando: “Nosso relacionamento com a Marfrig é muito bom, transparente e eficiente. Há diferenças em relação à forma como a sustentabilidade é entendida em cada empresa. A Marfrig já conseguiu compreender que a sustentabilidade é uma questão estratégica e pode ser um diferencial de mercado”.

“Há um esforço novo por parte dos frigoríficos que atuam em bolsa de valores de se comunicar com o consumidor. Isso já é comum internacionalmente, mas acho que a Marfrig poderia avançar mais nesse sentido no mercado nacional. Aqui no Brasil, o consumidor precisa ter mais informação sobre o que ele come. E também ter mais acesso a produtos livres de violações aos direitos humanos e da floresta. Esse será o diferencial de mercado no futuro.”

MARFRIG CUMPRE 100% DAS METAS ACORDADAS COM O GREENPEACE

GRI G4-EC9

A Marfrig Global Foods conta hoje com 100% de seus fornecedores* com mapa de propriedade e não realizou nenhuma aquisição irregular de carne oriunda do Bioma Amazônia ao longo de 2014.

Esses resultados integram levantamento realizado pela auditoria independente DNV-GL (Det Norske Veritas), responsável por verificar o atendimento do compromisso público “Critérios mínimos para operações com gado e produtos bovinos em escala industrial no Bioma Amazônia”, assumido pela empresa com o Greenpeace – conhecido como “Acordo de Gado”.

O processo de auditoria foi dividido em três partes (auditoria na área corporativa de sustentabilidade, auditoria in loco em uma de nossas unidades localizadas no Bioma Amazônico e, finalmente, foi feita uma auditoria na empresa de monitoramento geoespacial), abrangendo as compras de animais compreendidas entre 01 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2014.

A DNV-GL aponta os seguintes destaques:

- Nenhum dos fornecedores que abateram em 2014 enviaram animais de propriedade embargada pelo IBAMA;
- Nenhum dos fornecedores que abateram em 2014 estavam na “lista suja” mantida pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE);
- Nenhum fornecedor estava irregular quanto aos critérios de monitoramento geoespacial baseado nos sistemas do Prodes/Deter – que medem, entre outros aspectos, a existência de novos desmatamentos, além de outros critérios como a sobreposição com terras indígenas e unidades de conservação.

O trabalho realizado pela auditoria independente também simulou situações de compras dentro do universo de fornecedores classificados como irregulares para com os critérios socioambientais, e em todas as simulações o sistema implantado pela Marfrig Global Foods foi efetivo e bloqueou as relações comerciais com fornecedores que apresentaram, na simulação, áreas embargadas pelo IBAMA, que estavam presentes na “lista suja” do Ministério do Trabalho e Emprego, e também de fornecedores com irregularidades detectadas pelo monitoramento geoespacial.

A DNV-GL constatou que a Marfrig Global Foods realizou os esforços necessários para o cumprimento integral do “Acordo de Gado” estabelecido com o Greenpeace, conforme publicado como metas para o ano de referência de 2014.

* Número retrata o universo de fornecedores da empresa medidos pela DNV-GL no Bioma Amazônia.



BIOMA AMAZÔNIA GRI G4-DMA Práticas de compra, G4-EC9

A Marfrig mantém sistema de controle via satélite para monitorar suas propriedades fornecedoras e assegurar que não haja novos focos de desmatamento nem práticas de trabalho análogo ao escravo, entre outros danos socioambientais. Diariamente são avaliadas cerca de 8 mil propriedades rurais, em mais de 25 milhões de hectares, sob orientação do seguinte plano de trabalho. 100% da compra dos animais oriundos do Bioma Amazônia atendem aos critérios mínimos para operações com gado e produtos bovinos, sendo que esses critérios foram estabelecidos pela Marfrig, por outras empresas do setor e pela ONG Greenpeace.

MONITORAMENTO DO BIOMA AMAZÔNIA: PLANO DE TRABALHO

Meta	Resultados alcançados
Desmatamento zero na cadeia de suprimento	Nenhum novo desmatamento para a pecuária foi aceito depois de 5 de outubro de 2009.
Rejeição à invasão de terras indígenas e áreas protegidas	Empresas e seus produtos devem ser isentos de envolvimento com invasão de terras indígenas e áreas protegidas por legislações federal, estadual e municipal.
Rejeição ao trabalho escravo	A empresa deve assinar e cumprir estritamente o Pacto Nacional de Erradicação do Trabalho Escravo.
Rejeição à grilagem e à violência no campo	A empresa excluirá de sua lista de fornecedores diretos ou indiretos, a partir da ciência inequívoca, produtores acusados por grilagem pelo Ministério Público ou por Institutos de Terra federal ou estaduais, ou comprovadamente envolvidos na promoção de conflitos agrários com base em denúncias do Ministério Público. O retorno ao fornecimento se dará a partir de assinatura de um TAC ou o não acolhimento da denúncia.
Sistema de rastreabilidade de produção monitorável, verificável e reportável	Gado e produtos bovinos só poderão ser fornecidos por fazendas ou grupos formalmente comprometidos com a adoção de um sistema de rastreabilidade confiável, que, além das exigências atuais, incluam claras exigências ambientais destinadas a eliminar o desmatamento.
Implementação dos compromissos na cadeia produtiva	A empresa deve informar seus fornecedores de todos os requisitos acima e deixar claro que os que violarem os critérios não serão mais aceitos como fornecedores. Será constituída uma comissão para monitoramento e acompanhamento do protocolo assinado objetivando analisar, estudar e corrigir os rumos do setor em prol do desmatamento zero. Para tanto, reunir-se-á comissão mensalmente com representantes do setor, ONGs, clientes, sistema financeiro e governo.

BUSCA DE
REDUÇÃO DO
DESMATAMENTO
ASSOCIADO À
PRODUÇÃO DE
COMMODITIES
LEVOU A MARFRIG
A FIRMAR PARCERIA
COM O TROPICAL
FOREST ALLIANCE

ÁREAS PROTEGIDAS E HABITATS RESTAURADOS GRI G4-EN12, G4-EN13

Projeto	Tamanho APP a recompor (hectares)	Localização	Situação	Se restaurado, o resultado das medidas de restauração foi aprovado por especialistas externos?	Parcerias (para proteger ou restaurar)
São Felix do Xingu – Projeto Carne Sustentável: do Campo à Mesa	1.005,30	13 fazendas	A princípio é feita a retirada de animais que estavam localizados em APPs ¹ . Depois é realizado o isolamento do local da área de produção, para então dar início à reforma do pasto. Como alternativa, são construídos poços artesanais, reservatórios, para fazer a sedentação do animal.	Após adequação da área, considerando-se o fator de resiliência do local, espera-se que ocorra o processo de restauração natural. Essa etapa de acompanhamento é realizada por técnicos especialistas da TNC e Marfrig.	Produtor/TNC/ Instituto de Desenvolvimento Florestal e da Biodiversidade do Estado do PA – Ideflor-Bio
Tucumã – Restauração de APP	167,82	9 fazendas	A princípio é feito o isolamento das APPs. O projeto também consiste na construção de viveiros agroflorestais, com foco nas espécies nativas que apresentam potencial econômico e energético, para posteriormente serem implantados em aproximadamente 1 ha de Sistemas Agroflorestais (SAF's).	Após adequação da área, considerando-se o fator de resiliência do local, espera-se que ocorra o processo de restauração natural. Esta etapa de acompanhamento é realizada por técnicos especialistas da TNC e Marfrig.	Agricultor/TNC/ Ideflor-Bio/ CEPLAC/ Município

¹ As intervenções foram feitas em APPs de nascentes e APPs de curso d'água.

Tropical Forest Alliance 2020 GRI G4-I5

A Marfrig Global Foods tornou-se parceira do Tropical Forest Alliance 2020 (TFA 2020), movimento que busca mobilizar ações de governos, do setor privado e da sociedade civil para reduzir o desmatamento associado à produção de commodities globais fundamentais, como soja, carne bovina, óleo de palma e papel e celulose. Entre os objetivos da TFA 2020 estão:

- Melhoria do planejamento e gestão relacionados à conservação da floresta tropical, uso do solo agrícola e posse da terra;
- Compartilhamento das melhores práticas para a floresta tropical e conservação de ecossistemas e produção de *commodities*, incluindo o trabalho com pequenos agricultores e outros produtores sobre a intensificação da agricultura sustentável, promovendo a utilização de terras degradadas e reflorestamento;
- Proporcionar experiência e conhecimento, a fim de ajudar no desenvolvimento de matérias-primas e mercados de *commodities* processadas que promovam a conservação das florestas tropicais; e
- Melhorar o monitoramento do desmatamento tropical e da degradação florestal para medir seu progresso.

Por meio de grupos de trabalho, a TFA 2020 se concentra em atividades regionais na América do Sul, principalmente no Brasil e Colômbia, na América Central, Ásia (Indonésia) e África Ocidental.



ALASKAN POLLOCK

A unidade da Keystone Foods localizada em Jefferson (Wisconsin), fornece porções à milanesa para sanduíches de peixe para uma grande rede de *fast food*. O prato tem como base o peixe Alasca Pollock, cuja pesca – feita junto ao Estreito de Bering –, segue um modelo sustentável baseado na gestão do ecossistema e certificado pelo Marine Stewardship Council (MSC) e pelo Alaska Responsible Fisheries Management Systems. O certificado da MSC também abrange a rede de *fast food* e assegura que apenas o peixe Alasca Pollock seja usado como ingrediente para o sanduíche da rede. A equipe de Wisconsin da Keystone teve um papel fundamental ao trabalhar junto com fornecedores de peixe e clientes durante o processo de certificação, facilitando as visitas nas plantas e embarcações fornecedoras do Alasca e de Washington.

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL GRI 4-I6

Comprometida em estimular a adoção das melhores práticas de sustentabilidade em toda a cadeia produtiva da carne, a Empresa mapeia e organiza os fornecedores de gado de acordo com critérios socioambientais. O sistema de compras só permite aquisições de gado após verificação de licenças ambientais e conferência do produtor na lista de embargos do Ibama e de trabalho escravo do Ministério do Trabalho.

Em parceria com o Carrefour, a Marfrig Beef foi a primeira empresa a comercializar carne bovina com a certificação socioambiental identificada pelo selo Rainforest Alliance Certified™ – que atesta que a carne é proveniente de fazendas que seguem rigorosas normas internacionais de conservação ambiental, de respeito aos trabalhadores e às comunidades locais e das regras de bem-estar animal.

Todas as unidades da Moy Park são certificadas pela Red Tractor, instituição independente que já assegurou mais de 88 mil empresas agrícolas do Reino Unido, cujas normas ajudam a proteger a saúde e o bem-estar animal.

Também há a certificação emitida pela Bord Bia, entidade irlandesa que avalia a qualidade de alimentos produzidos em mais de 36 mil produtores e 122 processadores do país, qualificando a saúde, o bem-estar animal, a rastreabilidade, a água e os alimentos para os animais, o manejo de pastagens, a gestão ambiental e a segurança alimentar.

A Empresa trabalha com mais de 800 produtores locais e todas as suas compras são fundamentadas em uma política de Supply Chain Assurance provenientes de fornecedores aprovados no Red Tractor ou que apresentem certificação equivalente.

A agricultura sustentável é parte intrínseca do relacionamento da Companhia com os produtores locais. Assim, ela oferece programas para garantir altos padrões de qualidade de gestão agrícola.

A Keystone trabalha com grupos da indústria no estabelecimento de normas sobre *commodity* sustentável e com fornecedores para ações de melhoria contínua. A Empresa é signatária e um dos membros do Poultry Sustainability Working Group, um grupo de trabalho inaugural da U.S. Egg & Poultry Association and National Chicken Council – responsável pelas definições de métricas e padrões de produção sustentável de aves para a indústria nos Estados Unidos.

Global Roundtable for Sustainable Beef (GRSB) GRI G4-I6

O GRSB é uma iniciativa *multi-stakeholder* desenvolvida para promover a melhoria contínua com foco na sustentabilidade da cadeia de valor da carne bovina. Por meio do engajamento dos públicos, inclui pecuaristas, fazendeiros, representantes dos produtores, comércio e processamento, varejo e ONGs em mesas-redondas regionais.

Filiado ao GRSB, a Keystone Foods e a Marfrig Beef têm participado de diversos grupos de trabalho para ajudar a elaborar princípios e critérios globais para a carne bovina sustentável. Em 2014, representantes da Empresa participaram e lideraram diversas discussões no âmbito das mesas-redondas para elaborar o esboço de um projeto com os princípios e critérios globais relacionados ao tema.

A Marfrig também participou recentemente da Conferência Global sobre Carne Sustentável em São Paulo (BR). Para apoiar a implantação dos princípios e critérios do Global Roundtable for Sustainable Beef, a Companhia integra mesas-redondas regionais no Brasil, na Austrália e nos Estados Unidos.

LINDE LLC

Buscando soluções que tornem viáveis boas práticas sustentáveis, a Keystone Foods desenvolveu em conjunto com a Linde LLC, fornecedora de gases industriais para a unidade de Camila, no estado norte-americano da Geórgia, uma ação que trouxe benefícios significativos para a operação.

As empresas reconfiguraram a demanda logística por nitrogênio líquido a fim de reduzir o número de entregas realizadas por caminhões. A solução encontrada foi a alimentação gravitacional do insumo nas linhas de produção, o que ocasionou redução anual de 10% no consumo e 70% no número de entregas realizadas por caminhões. Essa ação permitiu que os veículos deixassem de rodar 35 mil milhas por ano, gerando ganhos substanciais no consumo de combustível e redução das emissões de gases do efeito estufa.



**EMPRESA COMPARTILHA
SUA CULTURA, SEUS
PRINCÍPIOS E VALORES
COM MAIS DE 45 MIL
COLABORADORES,
REGIDOS POR CÓDIGO
DE ÉTICA UNIFICADO**

AMBIENTE DE TRABALHO

A área de Recursos Humanos passou a desempenhar papel determinante na consolidação da estratégia Focar para Ganhar. Na cadeia de valor da Marfrig Beef, identificou novos desafios e buscou o alinhamento de suas funções e atribuições, construindo um novo modelo de serviços, cargos, funções, remunerações e benefícios, como parte do projeto de reconstrução da área de Recursos Humanos com ações de curto prazo e rápido retorno. A Empresa no Brasil também passou a contar com um consultor interno de Recursos Humanos, cuja atribuição é apoiar a gestão de pessoas – com especial atenção às linhas de ação, metas e resultados –, a gestão de desempenho, o recrutamento, o desdobramento de programas corporativos e o clima organizacional.

Como uma grande empregadora do Reino Unido, a Moy Park, por sua vez, tem como premissa criar um ambiente de trabalho estimulante e harmônico para seus colaboradores, garantindo treinamentos e capacitações, além de oportunidades de crescimento em suas carreiras. Tudo isso é feito em um ambiente seguro, que segue normas e regras de saúde e segurança do trabalho reconhecidas internacionalmente.

Já a Keystone Foods tem em seus colaboradores o ponto essencial de seus pilares de excelência, que se traduzem em melhoria contínua, competitividade de custos, inovação, recursos globais, responsabilidade social corporativa, segurança alimentar, garantia de qualidade e foco no cliente. Para a Keystone, os colaboradores são o bem mais valioso e sua fonte de sucesso e, por meio deles, busca atender e superar as expectativas e necessidades de seus clientes.

PERFIL

Globalmente, a Marfrig Global Foods encerrou 2014 com 45.666 colaboradores, o que significa um recuo de 6,03% em relação a 2013. **GRI G4-10**

No relacionamento com os profissionais, a Empresa compartilha sua cultura, seus princípios e seus valores. Já na admissão, os recém-contratados recebem o Código de Ética, com o qual se comprometem. O documento estabelece os comportamentos esperados e está disponível também na intranet e no site do Grupo. Como complemento, os colaboradores contam com canais para o encaminhamento de denúncias e queixas. **GRI G4-56**

Em 2014, a Empresa reforçou seus mecanismos de atração de talentos com o lançamento do Programa Trainee Marfrig 2015, cujo processo de seleção se prolongou por dois meses e reuniu 7.545 candidatos, dos quais oito foram aprovados após painéis que contaram com a participação de executivos. Eles iniciaram em janeiro de 2015 as atividades, que terão duração de oito meses, sendo prevista premiação ao *trainee* que se destacar em um estágio de 30 dias na Keystone Foods, nos Estados Unidos.

Dedicado ao desenvolvimento de competências específicas, o programa é focado em experiências corporativas que contribuam efetivamente para o desenvolvimento profissional, por meio de projetos desenvolvidos nas áreas Comercial/Vendas, Finanças, Novos Negócios, Planejamento e Operações, Supply Chain/Logística, Industrial, Tecnologia da Informação e Jurídico.

A Marfrig também promove o Programa Jovem Aprendiz (leia *case* a respeito), por meio do qual oferece oportunidades de iniciação profissional a jovens a partir de 16 anos. Para qualificar esse público, lança mão do programa Educando para a Vida, que inclui palestras e outras atividades de aperfeiçoamento. Historicamente, 90% dos jovens aprendizes que ingressam continuam trabalhando na Empresa após o término da capacitação do programa.

Outra preocupação da Companhia é promover a diversidade e assegurar o respeito a esse aspecto entre os profissionais. Exemplo desse compromisso é o Projeto Haiti (leia *case* a respeito), desenvolvido para dar oportunidade de trabalho a imigrantes haitianos, que, ao fim de 2014, havia promovido a contratação de 66 pessoas nas unidades de Paranatinga (MT) e Chupinguaia (RO). Todos foram admitidos como auxiliares de produção industrial, com jornada de trabalho de 40 horas semanais e salários e benefícios compatíveis com a função (vale-transporte, alimentação e bonificação por cumprimento de metas), além de assistência-moradia por seis meses.

Para auxiliar no processo de adaptação dos haitianos, a Marfrig oferece apoio a eles por meio de programa de apadrinhamento, no qual são acompanhados e treinados por colaboradores mais experientes durante três meses. Além disso, todos os locais de trabalho ganharam placas indicativas em francês, a língua oficial dos imigrantes, para facilitar a integração dos profissionais.

NÚMERO DE PROFISSIONAIS POR UNIDADE



22.374
2014



11.009
2014



12.283
2014

*Inclui as filiais da empresa na Argentina, no Chile e no Uruguai.



K-WIN

A Keystone Foods conta com o K-WIN, programa de inclusão de mulheres que apoia e dá suporte ao desenvolvimento das carreiras profissionais de colaboradoras em todas as unidades na China, Tailândia, Coreia do Sul, Malásia e Austrália. A iniciativa inspira e dá às mulheres ferramentas para alcançar seus objetivos profissionais por meio de uma rede de relacionamentos estruturada para o desenvolvimento da carreira, além de contribuições sociais e às comunidades. Pelo crescimento significativo de membros e a consequente expansão de cursos de tutoria e programas de liderança, a Empresa vem ampliando o volume de capacitações e aumentando as oportunidades geradas.

LIDERANÇAS

A Companhia também conta com programa de desenvolvimento de lideranças na Ásia-Pacífico, onde os principais funcionários passam por treinamento e capacitação. Os futuros líderes são identificados e apoiados para assumir novas oportunidades internas. O programa de desenvolvimento de liderança é feito em parceria com uma organização especializada e tem por objetivo auxiliar no desenvolvimento das carreiras desses profissionais.

TOTAL POR GÊNERO



GRI G4-10

UNIDADE	HOMEM	% HOMEM	MULHER	% MULHER	TOTAL
Keystone	3.240	54,3	2.731	45,7	5.971
Apmea	2.807	55,7	2.231	44,3	5.038
Moypark	7.748	63,1	4.535	36,9	12.283
Argentina	827	91,3	79	8,7	906
Uruguai	2.458	75,7	787	24,3	3.245
Chile	110	67,9	52	32,1	162
Brasil	11.847	65,6	6.214	34,4	18.061
Total	29.037	63,6	16.629	36,4	45.666

GRI G4-10**NÚMERO DE COLABORADORES POR NÍVEL FUNCIONAL 2014**

	Homens	Mulheres
Conselho	11	1
Diretoria	53	14
Gerência	391	132
Chefia/coordenação	1.150	438
Técnica/supervisão	644	276
Administrativo	2.112	1.599
Operacional	22.247	12.789
Terceiros	2.202	1.174
Aprendizes	155	205
Estagiários	72	1
Total por gênero	29.037	16.629
Total	45.666	

NÚMERO DE COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO 2014

	Homens	Mulheres
Tempo determinado	3.341	2.207
Tempo indeterminado	25.696	14.422
Total por gênero	29.037	16.629
Total	45.666	

NÚMERO DE COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO 2014

	Homens	Mulheres
Jornada integral	28.811	16.183
Meio período	226	446
Total por gênero	29.037	16.629
Total	45.666	

**COMPANHIA BUSCA PROMOVER A
DIVERSIDADE E O VALOR ATRIBUÍDO
A ESSE ASPECTO, ASSEGURANDO
AMBIENTE SAUDÁVEL DE TRABALHO**



PROGRAMA JOVEM APRENDIZ

“O programa não se resume ao salário que recebemos ou à função que exercemos. As lições que traz ficarão marcadas para o resto de nossas vidas. Quando vejo a história do Ademir Conrado*, que começou como aprendiz na Marfrig e hoje é gerente industrial da unidade de Promissão (SP), eu digo: ‘Uau, se ele conseguiu, também posso chegar lá.’”

O testemunho é de Douglas Martins Rodrigues Soares, 16 anos, auxiliar administrativo da unidade Marfrig Beef de Promissão, que ingressou na empresa por meio do Programa Jovem Aprendiz, em agosto de 2014. Ele faz parte de um grupo de 67 jovens talentos que executam funções administrativas e operacionais da unidade paulista.

“Eu soube do programa pela ONG Legião Mirim, que dá apoio socioeducativo a adolescentes. Fiz a inscrição, participei da seleção e posso ficar aqui até 2017, quando completar 18 anos”, relata Douglas. “Eu já trabalhei antes, mas nunca tive carteira assinada, direito a férias, 13º salário, essas coisas que todo trabalhador tem. Hoje posso dizer que tenho um emprego de verdade, o meu primeiro emprego”, completa.

A cada ciclo de 30 dias, a Marfrig Beef realiza dinâmicas de grupo com os jovens aprendizes da unidade, no âmbito do programa Educando para a Vida. O objetivo do projeto é orientar os jovens sobre postura profissional, ética, além de questões de saúde e cidadania. “Para mim esse programa é uma escola de vida. Ele tira a gente da rua, abre oportunidades para crescer e se desenvolver. A gente vê nos profissionais que trabalham aqui experiências e modelos que podem ser seguidos para obter sucesso como eles tiveram. Desde que entrei passei a ser visto de forma diferente pelos amigos e pela sociedade. Passaram a me respeitar mais.”

A oportunidade que a Marfrig Beef abriu para Douglas está ajudando o jovem aprendiz a realizar um novo sonho. “Eu quero entrar na faculdade, quero fazer Engenharia Mecatrônica. Com o meu salário estou investindo na preparação do vestibular e, quando entrar, no pagamento das mensalidades”, diz o jovem, que tem em sua rotina a escola no período matutino e o trabalho no período vespertino.

* O profissional citado por Douglas ministrou palestra sobre sua trajetória profissional no programa Educando para a Vida. Ademir Conrado entrou na Marfrig Beef por intermédio da Legião Mirim e é hoje o gerente industrial da unidade.





OPORTUNIDADE SEM FRONTEIRAS

“Desde a nossa chegada ao Brasil, a Marfrig foi a primeira empresa a dar oportunidade real de emprego para mim e meus amigos, e sou muito grato por isso”. A afirmação é de Francis Morency, 43, natural de Guinare, que há quatro meses atua como auxiliar de produção na unidade de processamento de Paranatinga (MT) com outros 44 trabalhadores oriundos do Haiti. Ao todo, a Marfrig Beef emprega 65 haitianos, sendo 45 em Paranatinga e 20 em Chupinguaia (RO).

Considerado um dos líderes e porta-voz do grupo na empresa, Morency ressalta a importância de ter carteira assinada e receber salários em dia. “A Marfrig faz um trabalho muito bom com a gente, tem colaborado demais para atender às nossas necessidades, e estamos em fase de expectativa para alcançar novos cargos e promoções que permitam melhorar os salários, dando mais tranquilidade para construirmos nossas vidas aqui e, ao mesmo tempo, ajudarmos nossas famílias que ficaram no Haiti”, diz.

O contrato inicial firmado pela Marfrig tem duração de seis meses, período em que a Companhia assegura os direitos de todos os profissionais, estabelecidos na Consolidação das Leis Trabalhistas, e oferece alojamentos, alimentação (inclusive aos domingos), transporte e programa de desenvolvimento e capacitação que permite obter promoções em curto espaço de tempo.

Esse processo de capacitação tem início logo que o colaborador ingressa na empresa. Todos são acompanhados por um mentor – fundamental também para a integração com os demais companheiros de trabalho. A mentora de Morency é Angenícia Rodrigues Lopes, balanceira de frigorífico bovino. “Os haitianos vieram muito focados ao Brasil. Eles desejam melhorar de vida e se dedicam muito no trabalho. Não temos problemas de comunicação; pelo contrário, acabamos aprendendo muito com eles, que são interessados, concentrados, e fazem tudo com garra, vontade e amor. Esse é um diferencial importante para a integração e adaptação deles às regras, à cultura da empresa e à cultura local. É algo que acaba extrapolando o trabalho. Até dos times de futebol da comunidade os haitianos já participam. O Morency, por exemplo, joga no time do meu marido”, diz Angenícia.

Sob a metodologia de mentoria, a Marfrig Beef já promoveu sete haitianos – de auxiliares de produção para cargos como faqueiros, desossadores, magarefes e líderes –, e estuda casos específicos como o do próprio Morency, formado em Mecânica Automotiva, que busca, na própria unidade, uma recolocação para essa função.

Na avaliação de Ivan Carlos Feijó, coordenador de Área Fria da Marfrig e chefe do haitiano, são grandes as possibilidades de promoção dos estrangeiros. “Eles são produtivos, pontuais, focados, com sede de aprender e se desenvolver; e creio que todos terão sucesso nos processos de avaliação em andamento”, destaca Feijó.



REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

A Marfrig Global Foods procura atrair, motivar, recompensar e reter colaboradores que contribuam para os seus resultados. Para isso, conta com a parceria com seus gestores no sentido de orientar as carreiras por meio de políticas de remuneração alinhadas aos objetivos e às estratégias internas e norteadas pelas melhores práticas e tendências do mercado. Além do salário, elas compreendem programas de remuneração variável, incentivos de longo prazo e benefícios competitivos, cujos valores são mapeados periodicamente com base em pesquisas de mercado, indicadores econômicos e de consultorias especializadas.

A Companhia dispõe de Programas de Participação nos Resultados (PPR) Local e Corporativo. O primeiro é destinado a todos os funcionários, com exceção do nível gerencial. Para o nível gerencial, a participação é definida com base no bônus de liderança e, assim como o PPR Local, essa classe também tem suas metas definidas no início de cada ano fiscal. Nesse programa é o desempenho individual que potencializa o prêmio. Para o time de vendas, além do PPR, é aplicado o Programa de Remuneração Variável para Força de Vendas, cujas metas mensais ou trimestrais são estabelecidas de acordo com a estratégia comercial de cada negócio.

Para a alta gerência e a Diretoria, a Marfrig Global Foods oferece incentivos de longo prazo baseados no desempenho individual.

Em relação aos benefícios, a Empresa proporciona um pacote de itens competitivos em relação ao mercado, que inclui assistências médica e odontológica, seguro de vida, material escolar para dependentes, transporte, cooperativa de crédito e previdência privada. Para colaboradores que se aposentam, oferece plano de assistência e programa de pós-carreira.

DESENVOLVIMENTO E EDUCAÇÃO

A Marfrig Global Foods coloca à disposição dos colaboradores mecanismos formais de estímulo e auxílio ao crescimento profissional. Utiliza como base de gestão para isso o Modelo de Liderança Marfrig Global Foods, que apresenta as competências e os valores para que os colaboradores exerçam a liderança nas mais diferentes funções em que atuam, com auxílio de seus gestores. A Empresa adota também o Plano de Gerenciamento de Performance (Nine Box) para alinhar as estratégias globais dos negócios às metas individuais.

Em 2014, adicionou a essas ferramentas a Agenda de Produtividade, um plano específico de com-

COLABORADORES
SÃO ESTIMULADOS AO
DESENVOLVIMENTO
PROFISSIONAL POR
MEIO DE UMA SÉRIE DE
MECANISMOS FORMAIS



pensação atrelado ao papel desempenhado pelos profissionais considerados peças-chave para a Companhia. As metas individuais são a base de definição da remuneração variável (bônus), válidas desde o cargo de presidente até o nível gerencial.

A Marfrig possui um processo de alocação e mobilidade de talentos para todas as unidades de negócio do grupo ao redor do mundo. Hoje a empresa conta com cerca de 30 profissionais expatriados com acompanhamento de cada RH corporativo.

Todas essas ferramentas baseiam os treinamentos operacionais, conduzidos paralelamente às ações de qualificação sobre temas que são essenciais para a Companhia. Exemplo nesse sentido foi a realização, pela Marfrig Beef, de treinamento de motoristas sobre bem-estar animal na unidade de Promissão II (SP). A capacitação buscou conscientizar os profissionais para um transporte e abate mais humanitário, por meio de boas práticas de manejo (veja *case* a respeito).

Para apoiar práticas de controle de qualidade que visem melhorias em processos, produtos e serviços destinados à satisfação dos clientes, a Keystone Foods desenvolve, em conjunto com seus colaboradores, o modelo Six Sigma, processo que estabelece ações a fim de identificar e aperfeiçoar sistemas de fabricação.

Por meio desse modelo, a Keystone padronizou a forma de fazer negócios em todo o mundo, obtendo avanços importantes na simplificação de processos, de abordagens sobre novos mercados, em pesquisa e desenvolvimento de produtos, inovação e redução de custos. A certificação de colaboradores ao Six Sigma tem gerado mais oportunidades de progresso, liderança e crescimento na organização, com substancial reflexo no aumento da eficiência e produtividade.

Com o objetivo de fomentar lideranças para seus quadros operacionais, a Marfrig Beef tem como meta para 2015 implantar um plano de treinamento direcionado ao primeiro nível de lideranças do Grupo: os supervisores. Entre os aspectos da capacitação estão: o papel do líder; conceitos básicos em administração de pessoal, recrutamento e seleção; comunicação eficaz e habilidades interpessoais; gerenciamento de rotina; gestão de conflitos por meio de perfis comportamentais e feedback com foco no desenvolvimento.

TRANSPORTE DE CARGAS VIVAS

“De uns sete anos pra cá as coisas mudaram muito. Antes o fazendeiro e os peões batiam no gado. Eles não sabiam que, ao fazer isso, estavam perdendo muito dinheiro quando esse gado ia para o frigorífico e as partes machucadas eram descartadas. Hoje não é mais assim. O pessoal da Marfrig tem ensinado esse pessoal como tratar o gado.” A afirmação é do motorista Adriano Santiago da Silva, de Araraquara (SP), que trabalha como caminhoneiro contratado da Marfrig Beef há cinco anos.

“Antes de entrar na Marfrig eu era terceirizado e só ganhava comissão; hoje eu tenho salário fixo, convênio médico e benefícios”, afirma, completando: “Quando assisto às palestras e aos treinamentos da Marfrig vejo que tem muita coisa que eles falam que são mesmo aplicadas no dia a dia das fazendas.”

Adriano também se diz “feliz” com o tratamento recebido pelo gado, que inclui comida balanceada e nutricionista animal nos confinamentos, entre outros benefícios. “Uma coisa que a gente aprendeu a dar valor foi ao bem-estar do animal. Outra coisa é o boi no caminhão: a gente faz viagens por escala, em trajetos mais curtos, e não deixa o gado muito tempo dentro das gaiolas. Tudo isso a gente aprende e vem aprendendo com o pessoal da Marfrig”, diz.

Adriano da Silva foi um dos 90 motoristas da Marfrig Beef que recebeu capacitação sobre bem-estar animal no transporte de cargas vivas na unidade de Promissão II (SP). A ação buscou conscientizar os motoristas sobre os cuidados durante o embarque, transporte e desembarque relacionados à importância econômica e comercial e à ética dos preceitos que regem o bem-estar animal.



APOIO NA FORMAÇÃO DE JOVENS TALENTOS

A aplicação contínua, pela Moy Park, de ações de incentivos à geração de empregos e à importância da economia rural para jovens da Irlanda do Norte e do Reino Unido foi reconhecida, pelo segundo ano consecutivo, pela Business in the Community (BITC), entidade que há mais de 30 anos estimula ações de capacitação de centenas de empresas do Reino Unido.

Entre as iniciativas empreendidas pela Moy Park – que levaram à conquista do prêmio Big Tick 2014 – está o envolvimento de jovens talentos em cursos e capacitações em organizações educacionais como a Young Enterprise NI and CAFRE e Loughry College, além de ações envolvendo o programa Alimentando o Futuro Britânico – no Reino Unido, e a parceria com o clube de Jovens Agricultores de Ulster.

Segundo a BITC, a Moy Park contribui fortemente com as comunidades rurais locais e estimula a qualificação de jovens, desenvolvendo habilidades necessárias que consolidem suas carreiras em um dos setores mais importantes do Reino Unido.

DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

A Keystone Foods fornece aos colaboradores da Keystone Shenzhen (China) capacitação de três meses para aprendizagem da língua inglesa. As aulas são ministradas por professores estrangeiros e chineses que adotam ferramentas de aprendizagem de acordo com modelos práticos. Em pesquisas de avaliação com os colaboradores capacitados, a Empresa apurou que a pronúncia da língua inglesa melhorou significativamente. Todos os alunos se submetem a um exame final (oral) e recebem diplomas reconhecendo a capacitação.

Para a Keystone, a ação é uma forma de aprimoramento profissional que permite aos colaboradores maior compreensão dos mercados globais e ganhos de visibilidade em países onde o inglês é a língua dominante.

SAÚDE E SEGURANÇA GRI G4-LA5,

[G4-DMA Saúde e segurança do trabalho](#)

A Marfrig Global Foods mantém o Programa de Diretrizes de Saúde e Segurança do Trabalho, que expressa os compromissos fundamentais a serem observados no dia a dia das operações, promovendo um ambiente de trabalho seguro e adequado às legislações e às normas técnicas vigentes. A iniciativa determina o monitoramento de indicadores de desempenho em Segurança e Saúde no Trabalho, a avaliação e identificação contínua dos riscos, a disponibilização de recursos necessários para garantir um ambiente de trabalho seguro e a capacitação e mobilização de seus colaboradores, fornecedores, parceiros e prestadores de serviço nos programas de segurança do Grupo. [GRI G4-LA5](#)

A exposição de alguns postos de trabalho a riscos ergonômicos – que eventualmente possa causar doença ocupacional – é mapeada e monitorada, sendo desenvolvidas ações de prevenção como o gerenciamento ergonômico, gestão de laudo ergonômico, pausas ergonômicas, disposição de acentos e mobiliário adequado ao trabalho. [GRI G4-LA7](#)

Com o objetivo de “Focar para Ganhar”, a empresa iniciou em 2014 a reestruturação e revisão de toda a documentação de Saúde e Segurança, por intermédio da criação do Programa de Diretrizes de Saúde e Segurança do Trabalho Corporativo (PDSSTC), visando centralizar em uma única diretriz o modo de procedimento da Segurança e Saúde. Dentro do programa estão relacionadas as Instruções Técnicas (IT), sendo 46 diretrizes de Segurança do Trabalho e 13 de Saúde Ocupacional.

Programas de assistência com relação a doenças graves GRI G4-LA7

Contemplados pelo programa	Educação e Treinamento		Aconselhamento		Prevenção e Controle de Risco		Tratamento	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Colaboradores	X		X		X		X	
Familiares dos colaboradores		X		X		X		X
Terceiros		X		X		X		X
Familiares dos terceiros		X		X		X		X
Membros da comunidade		X		X		X		X

- **Educação e treinamento** – As unidades de negócios aplicam treinamentos aos colaboradores com relação ao manuseio correto de cargas e posturas corretas durante o contrato de trabalho;
- **Aconselhamento** – São realizadas campanhas de prevenção, como: SIPAT, reciclagens, vídeos e distribuição de panfletos;
- **Prevenção e controle de risco** – As unidades recebem investimentos em atualização de programas ergonômicos e estruturais;
- **Tratamento** – A empresa oferece tratamento médico total e completo a funcionários acometidos por alguma doença ocupacional.

Cada unidade de negócio da Marfrig conta com Comitês de Segurança, entre eles: CIPA, SESMT, Comitê de SST e Comitê Ergonômico. A empresa conta com cerca de 18 médicos do trabalho, 17 engenheiros de segurança do trabalho, 65 técnicos de segurança do trabalho, 35 técnicos de enfermagem, três fisioterapeutas e 257 membros da CIPA. **GRI G4-LA5**

Seguindo o planejamento de 2014, em janeiro de 2015 realizou-se um encontro entre o Departamento de Recursos Humanos e o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), para apresentação e discussão das novas diretrizes e Instruções Técnicas (IT) a serem adotadas pela empresa. O evento faz parte do planejamento de prevenção de acidentes da Marfrig Beef.

395

**TOTAL DE COLABORADORES
EM COMITÊS DE SAÚDE E
SEGURANÇA OCUPACIONAL
EM 2014¹**

2,28%

**COLABORADORES EM COMITÊS
DE SAÚDE E SEGURANÇA
OCUPACIONAL EM 2014²**

¹ Dados referentes à Marfrig Beef

² Considerados apenas funcionários ativos



Na Marfrig Beef, o tema foi marcado, em 2014, pela estruturação da Divisão de Saúde e Segurança do Trabalho (DSST), cujos focos concentraram-se:

- na criação, na implantação e nos treinamentos de lideranças nas unidades operacionais.
- no desenvolvimento de um farol de sensores e proteção de máquinas nas unidades.
- na elaboração de plano de comunicação da cultura de segurança (por meio de filmes e *folders*).
- na constituição de uma Divisão de Saúde e Segurança do Trabalho (DSST), com itens de *checkpoint* e autoavaliação por unidade.
- na definição de metas de segurança no trabalho.

No encontro anual de Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), para alinhamento de diretrizes e desafios de segurança no trabalho, entre outras questões relevantes. É objetivo do SESMT cuidar das pessoas, criando ferramentas sistêmicas para envolvimento e avaliação das lideranças, na busca da excelência em Segurança e Saúde Ocupacional, sempre respeitando a legislação vigente. **GRI G4-DMA Saúde e segurança do trabalho**

MARFRIG GLOBAL FOODS G4-LA6

Indicadores de Saúde e Segurança	2012	2013	2014
Acidentes fatais	5	1	0
Frequência de acidentes com afastamento	12	15,72	14,34
Total de acidentes	4.833	3.568	2.884
Dias de trabalho perdidos por acidente	37.871	25.142	19.134
Frequência de afastamento por doença	3,87	3,85	3,62
Dias perdidos por doença ocupacional	30.897	18.539	23.942



PROGRAMA
DE DIRETRIZES
DE SAÚDE E
SEGURANÇA
DO TRABALHO
EXPRESSA OS
COMPROMISSOS
DO DIA A DIA

GRI G4-DMA Saúde e segurança do trabalho

Entre os objetivos alinhavados para 2015 – gerados com base no conjunto de inovações implantadas em 2014 – estão a criação de um Programa de Diretriz de Saúde e Segurança do Trabalho Corporativo (Rollout 2015) e a revisão e criação de instruções de trabalhos de medicina e segurança que suportarão essas novas diretrizes.

Paralelamente, a Empresa manteve sua programação de ações conduzidas para a manutenção da Saúde e Segurança no Trabalho. Confira os destaques de algumas das unidades.

Tangará da Serra

- Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT) com maior e mais longo envolvimento de todos os funcionários;
- Formação de brigadistas;
- Capacitação de novos condutores de veículos de emergência;
- Investimentos nas análises de risco visando à NR12;
- Implantação de ponte rolante (graxaria) para maior segurança no carregamento de carretas.

Mineiros

- Realização de testes hidrostáticos nas mangueiras;
- Adequações da rede de hidrantes e obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) provisório;
- Confecção de plataformas de proteção no tendal;
- Participação e treinamento da unidade no Plano de Auxílio Mútuo (PAM), organizado pelo Corpo de Bombeiros da cidade;
- Instalação de proteção nas partes móveis, principalmente nas roscas sem fim dos equipamentos.

Pirenópolis

- Instalação de sistemas de combate a incêndio e de emergências;
- Uso da luva de aço de 50 cm para desossador;
- Instalação de bancos para fruição da pausa na desossa e reconforto térmico;
- Proteção contra intempéries no curral.

Paranaíba

- Sistema de segurança no rolete de couro;
- Instalação de sistemas de segurança no rachador de cabeça;
- Nórea no carregamento de couro;
- Instalação de porta de emergência no depósito de embalagem.

Rio Verde

- Instalação de detectores de amônia;
- Implantação, adesão e execução do Diálogo Diário de Excelência (DDE) pela liderança;
- Execução de pausas ergonômicas e térmicas formalizadas e assíduas;
- Instalação de guarda-corpos e corrimão em plataformas e escadas;
- Participação de toda a liderança e dos colaboradores na SIPAT, principalmente em palestras ministradas.

Regional São Paulo

- Sistema de automatização de processos que diminuem riscos (graxaria, deslocador da paleta no setor de desossa, elevador de cabeças no setor de miúdos);
- Climatizadores instalados em áreas quentes;
- Sistemas de detecção de amônia com *software/alarme online*;
- Instalação inicial de pontos de ancoragem e linhas de vida (NR35);
- Iniciativa da gerência de manter áreas de desossa acima de 12°C.



SAFETY CENTER OF EXCELLENCE

Em 2012, a Keystone Foods desenvolveu um centro de excelência em segurança (Safety Center of Excellence – CoE), com o objetivo de fortalecer a comunicação, visando ao compartilhamento das melhores práticas de segurança, revisão e fortalecimento de capacitações e treinamentos realizados com os colaboradores, em sinergia e alinhamento às métricas da Marfrig Global Foods. Por meio de reuniões trimestrais, o CoE estratifica as ações com as equipes de segurança e com representantes designados pela gerência de cada unidade operacional, incluindo profissionais da Moy Park e Marfrig Beef. O centro de excelência em segurança da Keystone busca melhorar continuamente o programa, para tornar a empresa líder em saúde e segurança no trabalho. Pautada sobre uma ação global de coleta de dados que padronize os processos de informação e auditoria, a Keystone identificou avanços substanciais nas metas e nos desafios traçados entre suas unidades, em consonância com as divisões de negócios da Marfrig Global Foods. O programa não faz apenas comparações entre as divisões, mas se estende a seus concorrentes para compartilhar as melhores práticas e buscar oportunidades de melhoria contínua no setor. O CoE tem demonstrado ser um fórum privilegiado para entregar consistências mais efetivas e resultados mais positivos de forma eficiente e eficaz.

GRI G4-DMA Saúde e segurança do trabalho

A Keystone Foods está comprometida em conduzir seus negócios de forma a proteger a saúde e segurança de seus funcionários, visitantes e comunidades locais. Em 2014, o desempenho em segurança ficou próximo dos 70%, índice inferior à média da indústria quando levamos em consideração as normas de saúde e segurança do trabalho estabelecidas pela OSHA. Na região da Ásia-Pacífico, Oriente Médio e África (APMEA), a Empresa realizou a Semana da Consciência de Segurança, ação que envolveu seis fábricas locais e teve por objetivo enfatizar a importância da segurança no trabalho e trazer uma sensação positiva de trabalhar em ambiente saudável e seguro.

Com o tema “A segurança é sobre fazer a coisa certa mesmo que ninguém esteja olhando, porque a segurança começa comigo”, a Semana de Consciência contou com atividades e treinamentos em primeiros socorros, condução de empilhadeiras, combate a incêndios e evacuação, resgate e salvamento de pessoas. Nas instruções de melhores práticas no ambiente de trabalho, os temas de maior destaque foram segurança elétrica, utilização de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), medicina e segurança do trabalho e manipulação de produtos químicos. Saúde pessoal e segurança patrimonial também fizeram parte das capacitações, que contaram com o apoio de palestras e inspeções nos sites.

QUALIDADE DE VIDA

Entre as ações promovidas para assegurar aos colaboradores mais qualidade de vida está o Programa de Gerenciamento Ergonômico, da Marfrig Beef, baseado no método Ocrá (Occupational Repetitive Assessment), que descreve os fatores de risco de ações repetitivas no ambiente de trabalho e busca neutralizar riscos identificados.

A aplicação do programa tem caráter preventivo, e as orientações e os treinamentos são feitos por meio de campanhas educativas focadas no manuseio correto de cargas e nas posturas durante a jornada de trabalho.

PROGRAMA GESTANTES

Outra iniciativa da Empresa é o Programa Gestantes, que beneficia as futuras mães colaboradoras com orientações importantes sobre saúde e bem-estar (veja mais no *case*).

Com a missão de orientar os homens a cuidar melhor da saúde, a Marfrig participou, em 2014, da Campanha Novembro Azul, iniciativa do Instituto Lado a Lado pela Vida, que contou com 2.400 ações em todo o Brasil e resultou em números relevantes: 4,7 milhões de folhetos distribuídos, 512 empresas apoiadoras, 75 milhões de pessoas impactadas e 1.500 palestras realizadas.

Uma das ações realizadas pela Companhia foi a distribuição de material alusivo à campanha em todas as suas unidades produtivas, chamando a atenção para o problema e orientando colaboradores sobre sintomas, formas de prevenção e diagnósticos possíveis.

Outra ação se repete anualmente em todo o Grupo, em 1º de dezembro, data simbólica instituída pela Organização Mundial da Saúde (OMS), como o Dia Mundial da Luta contra a Aids. Por meio de comunicados internos, a Empresa apresenta as faixas de idade de maior incidência, mostra as formas de prevenção e recomenda a todas as colaboradoras gestantes a realização do teste de HIV durante o pré-natal. Se ela descobrir que tem o vírus, pode contar com acompanhamento especializado, tratamento e informações necessárias para evitar a transmissão vertical – da mãe para o bebê.

A Moy Park, além disso, adota um programa de bem-estar semanal, cujo carro-chefe é a saúde e qualidade de vida do trabalhador. A ação é realizada uma vez por ano em cada uma das unidades produtivas da Companhia e é apoiada por iniciativas que visam desenvolver o gerenciamento de talentos, a excelência no local de trabalho, as melhores práticas de trabalho sustentável e o engajamento e a adequação da força de trabalho às inovações de processos e produtos da empresa, alinhados aos pilares do bem-estar animal.

Edna Ferreira Xavier, 34 anos, é uma das colaboradoras da Marfrig Beef de Promissão (SP). Embaladeira há oito anos, está grávida de quatro meses “de uma menina”, como diz, emocionada com o resultado do primeiro ultrassom. Edna é uma das beneficiadas pelo Programa Gestantes, uma iniciativa da Marfrig Global Foods que apoia colaboradoras gestantes com informações sobre saúde (da mãe e do bebê) e cuidados especiais para a boa gestação. “O programa é muito bom, tira muitas dúvidas e ajuda bastante nesse momento importante para nós, futuras mães. Aqui em Promissão temos 12 gestantes que participam das palestras e recebem cuidados especiais, como o acompanhamento de assistentes sociais e de médicos que não encontramos no Sistema Único de Saúde (SUS)”, diz ela.

E completa: “Eu já tenho um filho de 15 anos, mas há mães de primeira viagem que recebem informações muito importantes. Até eu me surpreendo com questões que nunca tinha ouvido antes e, se tivesse tido a oportunidade de aprender, teria ajudado mais quando tive meu primeiro filho.”

Segundo Edna, a Marfrig dá atenção especial às gestantes desde as primeiras horas do dia. “Começa com um café da manhã diferenciado (alimentos balanceados) entre 6h e 7h e outro entre 9h e 9h30, respeitando a necessidade de alimentação de três em três horas”, esclarece. Outra ação que a colaboradora destaca são as palestras, que, como diz, abordam questões importantes sobre a forma correta de amamentar, segurar o bebê, dar banho. “A gente sai das palestras e chega em casa contando tudo para o marido e para a família”, diz, animada.



ZERO LTI

Ao longo de 2014, a Keystone Malásia executou um programa abrangente visando aumentar a consciência da segurança entre seus colaboradores, tendo como desafio atingir índice zero de acidentes de trabalho (Zero LTI). Para atingir essa meta, o Comitê de Saúde e Segurança Ocupacional elaborou uma série de cursos e programas de treinamento de combate a incêndio e monitoramento de ruídos e proteção contra radiação, entre outros. *Briefings* matinais para todos os funcionários reforçaram as mensagens de segurança. A organização comemorou ao final de 2014 o cumprimento de metas significativas com um resultado dos mais expressivos: mais de 600 dias sem incidentes.

RELACIONAMENTO COM SINDICATOS

GRI G4-I1, G4-LA4, G4-LA8, G4-DMA [Relações trabalhistas](#)

A Marfrig Global Foods conta com uma nova estrutura para conduzir o relacionamento com os 12 sindicatos com os quais mantém relacionamento nas mais diferentes regiões do Brasil. Pela abrangência de seus negócios, mensalmente há encontros para discussão de datas-bases e negociações coletivas que abrangem todos os colaboradores administrativos e operacionais.

As negociações coletivas seguem os padrões e limites determinados pela legislação vigente, e os encontros para debater acordos coletivos ou convenção coletiva são notificados, sempre que possível com certa antecedência, de forma que viabilize uma discussão aberta sobre o tema.

Por sua abrangência – 78 unidades de produção distribuídas em 16 países –, as regras de notificação variam de local para local, dependendo da existência de sindicatos laborais e/ou das legislações trabalhistas vigentes.

No Brasil, o Grupo promove encontros formais com os sindicatos para discutir temas previamente agendados. Em geral, o prazo de notificação varia de duas a quatro semanas, sendo identificadas por meio de informe, jornal do sindicato e acesso a assembleias.

MEIO AMBIENTE

GRI G4-DMA [Efluentes e resíduos](#), **G4-DMA** [Emissões](#), **G4-DMA** [Energia](#)

A Marfrig Global Foods mantém sua Política de Mudanças Climáticas e Recursos Naturais em alinhamento a um de seus principais objetivos: adequar as atividades industriais, comerciais e de serviços a uma economia de baixo carbono. Para isso, promove a cultura de desenvolvimento sustentável em todas as unidades, incluindo a adoção de práticas que promovam o uso racional de recursos naturais e a utilização de instrumentos para avaliar riscos e oportunidades associados às mudanças climáticas.

Nessa linha, e para contemplar um dos pilares que integram a estratégia “Focar para Ganhar”, Meio Ambiente, desde 2010 a Marfrig Global Foods realiza inventários anuais de gases do efeito estufa (GEE) nos Escopos 1 (emissões diretas dos processos próprios), 2 (emissões indiretas de energia adquirida) e 3 (emissões fora do controle direto). Foi a primeira de seu setor a contemplar tais escopos. Por suas ações e iniciativas de controle e gestão de GEE, já recebeu por duas vezes o selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.

GRI G4-DMA Emissões

Além disso, a Empresa participa da carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2), criado pela BM&FBovespa e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para estimular a gestão de mudanças climáticas das companhias de capital aberto, e é signatária do Forest Footprint Disclosure (FFD), cujo objetivo é identificar os impactos das operações da cadeia produtiva sobre os recursos florestais.

Metodologia

O inventário de emissões de gases do efeito estufa (GEE) desenvolvido pela empresa em 2014 teve como base a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol – usado mundialmente pelas empresas e governos para a realização de inventários de GEE e compatível com a norma ISO 14.064-1 e com os métodos de quantificação do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas (IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories 2006), além das diretrizes do Defra Voluntary Reporting Guidelines e ASHRAE Standard 34.

EMISSÕES DIRETAS DE GEE (tCO₂e) GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17

ESCOPO 1*	2014
Geração de eletricidade, calor ou vapor	235.528
Processamento físico-químico	77.246
Transporte de materiais, produtos, resíduos, empregados e passageiros	21.502
Emissões fugitivas	6.071
Disposição de resíduos em aterro próprio	3.947
Tratamento de efluentes	108.494
Atividades de agropecuária	45.820
Total (tCO₂eq)	498.606
Emissões biogênicas (provenientes da queima ou biorrefrigeração de biomassa)	280.298,6
ESCOPO 2*	2014
Eletricidade comprada e consumida	350.173
Vapor comprado e consumido	0
Total (tCO₂eq)	350.173
Emissões biogênicas (provenientes da queima ou biorrefrigeração de biomassa)	02
ESCOPO 3*	2014
Bens e serviços comprados (aves, suínos, bovinos, ovinos, carne, insumos para ração)	26.121.359,65
Transporte e distribuição <i>upstream</i> (tanto de entrada quanto de saída, desde que contratada pela Marfrig)	73.144,05
Resíduos gerados nas operações (destinados a aterros ou à compostagem)	485.762,65
Viagens a negócios	3.746,78
Deslocamento de colaboradores casa-trabalho	8.491,02
Total (tCO₂eq)	26.692.504
Emissões biogênicas (provenientes da queima ou biodegradação de biomassa)	533,5

*Todas as unidades do Grupo foram incluídas no cálculo do inventário.



CERTIFICAÇÕES NA KEYSTONE

FOODS GRI G4-FP2, G4-DMA Água, G4-DMA Energia

As instalações da Keystone Foods localizadas na Austrália, Coreia, Malásia, Tailândia, China e North Baltimore, Ohio (EUA), contam com a certificação ISO 14001, de gestão ambiental. Isso significa que essas unidades atendem aos padrões estabelecidos para minimizar a forma como as operações e os processos fabris afetam o meio ambiente e estão orientadas a ações de melhoria contínua de desempenho. Todas as instalações da Keystone Foods nos Estados Unidos contam com um Sistema de Gestão Ambiental, que se baseia nos princípios da International Organization for Standardization (ISO), que foram reconhecidos pelo North American Meat Institute.

Para a Empresa, o uso eficiente dos recursos naturais é fundamental ao negócio e ao seu crescimento sustentável. Assim, mantém metas e objetivos definidos pela administração em cada uma de suas plantas fabris.

Energia: A política de gestão norteia todas as ações empreendidas em suas fábricas ao redor do mundo. A Companhia tem realizado processo de implantação de sistemas de monitoramento que visam maximizar o uso correto e o menor impacto ambiental de suas ações, incluindo investimentos significativos em fontes de geração de energia renovável.

Água: A Empresa monitora o uso correto e eficiente de água e tem feito análise global para minimizar os riscos de escassez do insumo em suas plantas industriais.

GRI G4-DMA Emissões, G4-DMA Efuentes e resíduos

Para o cálculo da intensidade de emissões, a Marfrig Global Foods usa a medida de toneladas produzidas pelo Grupo. O cálculo inclui as emissões dos Escopos 1 e 2. Nesse caso são incluídos somente os gases listados pelo Protocolo de Kyoto, sendo excluídos os gases listados no Protocolo de Montreal e as emissões de CO₂ biogênico. Em 2014, a taxa de intensidade das emissões de GEE foi de 0,28 tCO₂e/t, menor do que nos dois anos anteriores, que havia ficado em 0,35. [GRI G4-EN18](#)

A Moy Park segue o mesmo princípio e atingiu o objetivo ambicioso de enviar zero resíduo para aterros em todas as suas fábricas e sua base agrícola no Reino Unido e Europa. Em apenas quatro anos, a Moy Park reduziu a quantidade de resíduos enviados para aterro de 80% para 0%. Essa é uma conquista notável para a Empresa e demonstra ainda mais seu compromisso com as melhores práticas sustentáveis.

A Companhia é também signatária do Courtauld Commitment 3, criado pelo WRAP, entidade que incentiva a redução na geração de resíduos, desperdício de alimentos e minimização do uso de embalagens nos supermercados.

Assim, a Moy Park monitora a gestão de seus impactos por meio de Sistema de Gestão Ambiental (SGA) que é revisto, aperfeiçoado e auditado continuamente. O SGA se aplica a três áreas principais:

- **Resíduos** | Em 2014, com o alcance da meta de zerar o envio de resíduos para aterros sanitários, a Empresa mantém o foco na reciclagem e na reutilização de resíduos gerados.
- **Energia** | A Moy Park reduziu o consumo de recursos energéticos por meio da redução contínua de seu impacto ambiental por consumo de energia nas unidades de produção.
- **Água** | O programa de gestão da água monitora e mede o consumo buscando a redução no uso do insumo.

Conversão alimentar GRI G4-FP7

A Keystone Foods realizou, com grande sucesso, ação visando à melhoria do conceito de conversão alimentar (indicador que mede o grau de eficiência com que um animal converte alimentação em carne) em suas unidades da Georgia e Kentucky, nos Estados Unidos. Em parceria com um fornecedor, a empresa selecionou uma cepa de frango com as características desejadas ao seu portfólio e obteve melhora de 18% na taxa de conversão alimentar em relação ao ano anterior. Esse desempenho equivaleu a uma redução de 67.500 toneladas de ração alimentar – o que representa 28.000 hectares de produção de milho e soja –, uma economia de consumo de 30 milhões de litros de água por ano, e menos 9.800 toneladas em termos de geração de gases do efeito estufa.





ENERGIA GRI G4-EN5, G4-DMA Energia

A Marfrig Global Foods reduziu em 3,62% o consumo direto de energia em 2014, equivalente a 5.626.558 GJ. A redução se deu em função da maior eficiência energética e uso de combustíveis renováveis como casca de amendoim, maravalha e pó de serra, além de briquete, bagaço de cana e lenha renovável, entre outros. Também houve recuo no consumo de combustíveis não renováveis (GLP, BPF, gás natural, nafta, óleo xisto) na ordem de 21.602.309,98 kWh quando comparado a 2013. **GRI G4-EN6**

GRI G4-EN3

CONSUMO DE ENERGIA (GJ)

	2013	2014
Consumo total de energia direta	5.838.102	5.626.558
Total não renovável	3.480.855	3.091.190
Total renovável	2.357.247	2.535.368
Consumo total de energia indireta	3.074.883	3.117.638
Total não renovável	2.789.740	2.755.466
Total renovável	285.144	362.172

CONSUMO DE ENERGIA DIRETA RENOVÁVEL (GJ)

	2013	2014
Bagaço de cana	344.225	149.378 ¹
Biogás	9.107	24.837
Briquete	7.328	11.437
Casca de arroz	96.528	134.744 ²
Cavaco de madeira	0	23.635 ³
Lenha renovável	1.548.811 ⁴	1.623.243
Sebo	15.613	12.288
Sebo ácido	255.376	264.680
Serragem	80.258	291.126 ³
Total	2.357.247	2.535.368

1. Diminuição do consumo na divisão Beef Brasil em função da utilização de outros combustíveis (casca de amendoim, maravalha e pó de serra). 2. Aumento do consumo na divisão Beef Brasil, mais especificamente na unidade de Alegrete (RS), devido a uma incrustação na caldeira – alterando sua eficiência e sendo necessário o uso de mais combustível. 3. Houve um aumento deste combustível na divisão Beef Brasil, pois estes combustíveis substituíram o bagaço de cana. 4. Dados revisados em 2014.

CONSUMO DE ENERGIA DIRETA NÃO RENOVÁVEL (GJ)

	2013	2014
Acetileno	0	3,9
BPF	616.331	516.418
Diesel	188.570	317.489
GLP	267.356	272.457
Gasolina	0	394
Gás natural	2.284.336	1.969.962
Lenha nativa	107.579	1.357 ¹
Nafta	50	0
Óleo de xisto	5.798	0
Parafina	0	0
Propano	10.834	13.111
Querosene	0	0
Total	3.480.855	3.091.190

1. Diminuição do consumo reportado decorrente da utilização de lenha renovável.

A Marfrig Beef opera a MFG Comercializadora de Energia, empresa independente que presta serviços estratégicos para compra de energia de fontes limpas e de baixo custo, distribuindo o recurso de maneira mais racional e sem desperdícios às unidades da Companhia.

Registrada na Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) e na Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE), a MFG define e operacionaliza volumes de suprimento de curto e longo prazo, segundo as necessidades das unidades de produção.

Em 2014 cerca de 10% do volume de energia consumido foi contratado no mercado livre, e o restante de distribuidores do mercado regulado. Mais de 12% vem de fontes alternativas, como pequenas centrais hidrelétricas. A MFG também presta serviços de planejamento de compras na CCEE de clientes externos à Companhia e vende energia para consumidores e comercializadores parceiros.

Na Moy Park está em andamento um grande investimento na tecnologia de biomassa a ser usada como fonte de energia alternativa para alimentar os sistemas de aquecimento para as aves em unidades produtivas. A empresa já conta com 105 caldeiras movidas a biomassa que atendem a 280 sistemas de aquecimento instalados em unidades produtivas da Irlanda e Inglaterra. Sua meta é instalar mais 86 sistemas ao longo de 2015.

O uso dessa fonte de energia renovável não apenas garante unidades de produção mais sustentáveis como benefícios adicionais para as comunidades locais e no modo de processamento das aves. Além disso, a substituição do combustível de GLP pela biomassa vai gerar uma redução das emissões de gases do efeito estufa da ordem de 18.500 toneladas de CO₂ por ano.

**O USO DE COMBUSTÍVEIS
RENOVÁVEIS E O AUMENTO
DA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA
LEVARAM À REDUÇÃO DE
3,62% NO CONSUMO DE
ENERGIA NO ANO**

ENERGIA RENOVÁVEL

GRI G4-DMA Energia

A Keystone Foods de Shandong, na China, implementou amplo sistema de geração de energia renovável, baseado em painéis solares, que viabilizou a redução da queima de 295 toneladas de carvão por ano, gerando economia financeira significativa, evitando a emissão cerca de 465 toneladas de dióxido de carbono na atmosfera. O projeto, que conta com a instalação de 80 grupos de painéis solares, tornou viável o fornecimento constante de água aquecida usada nas operações da unidade.



RESÍDUOS **GRI G4-EN25, G4-DMA** Efluentes e resíduos

Em 2014, a Moy Park anunciou a conclusão do projeto para eliminar resíduos enviados para aterro em 14 plantas e bases agrícolas no Reino Unido e na Europa. A Keystone Foods tem uma meta aspiracional de reduzir a zero a quantidade de resíduos sólidos que envia a aterros sanitários até 2020. Desde 2008, reduziu a quantidade de resíduos em 50%. Para alcançar tal meta, a empresa começou a reciclagem de uma grande quantidade de resíduos sólidos gerados em suas operações em todo o mundo, incluindo papelão, plástico, alumínio, sucata de metal e de sólidos biológicos, produtos de padaria e lamas de águas residuais. Essa ação permitiu a Keystone Tailândia, por exemplo, alcançar a meta de resíduos sólidos de zero enviado para aterros sanitários já em 2014.

As unidades operacionais da Marfrig descartam seus efluentes gerados, que não são reutilizados nas atividades da operação, em conformidade com os requisitos legais aplicáveis e demais exigências dos órgãos ambientais locais.

O nível dos programas de monitoramento e os estudos de impacto ambiental desenvolvidos durante as fases de projeto e de licenciamento garantem o conhecimento da biodiversidade local e os respectivos sistemas de controle, assim como

GRI G4-EN22

DESCARTE

DE EFLUENTES

MARFRIG GLOBAL FOODS

2014

19.256.954,90m³

VOLUME TOTAL -

EFLUENTE DESCARTADO

27.965.921,43(R\$)

CUSTO TOTAL PARA

TRATAMENTO DE EFLUENTES

as características dos efluentes que serão geradas e a consequente identificação das tecnologias necessárias para seu tratamento e lançamento nos corpos hídricos receptores. **GRI G4-EN26**

RESÍDUOS GERADOS – MARFRIG GLOBAL FOODS (t) GRI G4-EN23, G4-EN25		2014 (%)	2014
Aterro	Não perigoso	19,3	34.162
	Perigoso	0,2	437
Compostagem		21,4	37.811
Incineração		7,8	13.774
Reciclagem		32,5	57.473
Outras destinações*		18,9	33.384
Volume total de resíduos não perigosos		99,8	176.603
Volume total de resíduos perigosos		0,2	437
Volume total de resíduos		100,0	177.041

*Azeite mineral (Argentina), mistura de óleo combustível e água, óleo queimado, cinza de caldeira, nylon.

GRI G4-DMA Efluentes e resíduos, G4-DMA Água

Em 2014 não foram registrados derramamentos ou vazamentos significativos. Para o atendimento de casos emergenciais, a Marfrig Global Foods conta com planos de contingenciamento específicos para cada tipo de ocorrência e de substância derramada e executa procedimentos ambientais de monitoramento.

A Marfrig mantém práticas responsáveis ao longo do seu processo produtivo, inclusive no armazenamento, transporte e descarte de produtos perigosos, que é precedido de uma avaliação para identificar os riscos significativos e propor ações de mitigação e prevenção necessárias para mantê-los em níveis toleráveis. As ocorrências são registradas e submetidas a um processo extensivo de avaliação de causas para estabelecer as ações corretivas e propiciar a reavaliação dos procedimentos em uso.

Esse processo é aplicado aos insumos, matérias-primas e produtos finais considerando-se os requisitos legais aplicáveis. O volume total de resíduos perigosos destinados a tratamento corresponde a 0,25% do total de resíduos gerados. **GRI G4-EN25**

A captação de água de fontes naturais nas unidades operacionais de toda Marfrig Global Foods ocorre em conformidade com as exigências legais pertinentes, que visam garantir a preservação dos recursos hídricos. **GRI G4-EN8, G4-EN9**

CONSUMO DE AGUA – POR FONTE

	2014
	m ³
Superficial	6.190.282,00
Subterrânea	6.891.616,83
Terceiros	9.864.268,57
Reúso	441.052,00
Outras Fontes	33.691,08
Volume total de água captada	22.979.858,48

A POSTURA
RESPONSÁVEL
DA MARFRIG
PERMEIA TODO O
PROCESSO DE
PRODUÇÃO





GESTÃO DA ÁGUA E EFLUENTES

GRI G4-EN22, G4-EN26, G4-DMA Água

A Keystone Foods Albany (Kentucky) atualizou seu plano de gestão de água visando a proteção e a conservação das fontes naturais locais. A medida compreende análise do solo, vegetação e modelos de irrigação para as fazendas locais, de forma a determinar o equilíbrio ideal de uso e conservação ambiental. Uma forma de proteção foi a criação de área de preservação composta por vegetação mais espessa, incluindo grama, arbustos e árvores em nascentes, cursos de água e fronteiriças a córregos. Essa densa vegetação atua como filtro para o escoamento de nutrientes, ao mesmo tempo em que proporciona *habitat* ideal para a vida selvagem. Em Albany, a Empresa destinou área de 40 hectares dedicada à preservação, ajudando a garantir desenvolvimento sustentável, o do meio ambiente e o da comunidade local.

Outra ação empreendida pela Keystone Foods foi na planta produtiva de Camilla, no Estado da Georgia. Os materiais gerados a partir das operações da linha de produção levaram à implementação de uma estação de tratamento de águas residuais. Já em operação, o sistema de coleta tem capacidade para tratar e extrair diariamente 2,617 kg (5.770 libras) de materiais. Os resíduos gerados a partir desse processamento passaram a ser comercializados para uma empresa independente, que se responsabiliza pela correta destinação do insumo, representando um reforço em segurança aos colaboradores, à comunidade e substancial redução do impacto ambiental da operação.

Na busca pela maior eficiência energética e conservação de água, a Keystone Foods também deu maior ênfase ao reúso de água para aplicação em suas unidades industriais, em sinergia a ações do gênero aplicadas pela divisão de bovinos da Marfrig Beef.

A Moy Park anunciou em 2014 a conclusão do projeto envio zero de resíduos para aterros em suas 16 fábricas e bases agrícolas do Reino Unido e da Europa.

Já a Keystone Foods aspira como meta reduzir a zero a destinação de resíduos a aterros até 2020. Desde 2008, a empresa já conseguiu diminuir essas destinações em 50%. Para atingir esse desempenho, passou a reciclar grande parte dos resíduos gerados em suas operações ao redor do mundo, entre eles papelão, plástico, alumínio, sucata de metal, bio-sólido, alimentos de panificação e lama de águas residuais. Essa ação permitiu, por exemplo, que a Keystone Tailândia atingisse a meta de destinação zero já em 2014.

SOCIAL GRI G4-DMA Impactos econômicos indiretos

O ano de 2014 foi de consolidação dos trabalhos de promoção do desenvolvimento social sustentável realizados pelo Instituto Marfrig Fazer e Ser Feliz, da Marfrig Beef. Com foco no apoio a crianças e adolescentes entre 6 e 16 anos e a idosos em situação de vulnerabilidades social, econômica e psicológica, a instituição mais que dobrou o número de Casas de Apoio – bases onde são realizados os serviços de promoção social que envolvem a comunidade local.

O número de unidades saltou de cinco, em 2013, para 13, sendo que cada uma tem capacidade para atender 50 crianças e adolescentes. Os trabalhos iniciais com a comunidade se iniciarão em 2015, com ações de apoio ao reforço escolar, aprendizagem de informática, prática esportiva, lazer, cidadania e práticas de sustentabilidade e respeito ao meio ambiente.

Ao longo de 2014 o instituto conduziu a fundação das Casas de Apoio, que estão estrategicamente concentradas em cidades onde a Marfrig Beef conta com unidades fabris. Também se dedicou ao credenciamento de crianças, adolescentes e idosos em cada uma das localidades, assim como de um corpo de voluntários para a prestação dos serviços sociais, entre eles médicos, dentistas, assistentes sociais e educadores – parte oriunda da comunidade local e parte de colaboradores da Marfrig.

A meta traçada pelo instituto para 2015 é consolidar a estrutura e o funcionamento das Casas de Apoio, cujos trabalhos se iniciarão a partir de fevereiro.

A Moy Park também mantém amplo envolvimento com as comunidades rurais das áreas onde atua por meio de ações de desenvolvimento local, promoção do desenvolvimento sustentável, fomento à educação e empregabilidade, aplicação de políticas de saúde, bem-estar e oportunidades de carreira. A Companhia contribui com os avanços dessas comunidades por meio de suporte ao fundo The Prince's Countryside Fund, que apoia mais de 120 projetos em benefício de cerca de 100 mil pessoas no Reino Unido.

A Keystone Foods acredita que as comunidades locais e instituições assistenciais devem ser apoiadas por suas unidades operacionais e de negócios, o que é assegurado pelos princípios que regem o programa de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e pelos pilares do programa de responsabilidade social KEYSTAR®. Em meados de 2015, a Keystone lançará nova iniciativa nesse sentido: a Keystone Cares, que dará sustentação às ações e aos esforços de filantropia em âmbito local.

VOLUNTARIADO

A solidariedade também é um valor estimulado no Grupo. Embora não mantenha programa formal de voluntariado, a Marfrig Beef mobiliza seus profissionais em ações pontuais e emergentes. Foi o caso das fortes chuvas e enchentes que afetaram as unidades da Empresa na região Sul do País, em 2014, quando ela se mobilizou e criou um corpo de voluntários, coordenado pela área de Recursos Humanos, para apoiar as famílias atingidas.

Os funcionários da Moy Park do Reino Unido e Europa também são incentivados a atuar em ações voluntárias coordenadas pela Empresa, cujo envolvimento ocorre em programas de educação em parceria com organizações como a Young Enterprise, Business in the Community.

ENGAJAMENTO DA COMUNIDADE **GRI G4-27,** **G4-DMA Impactos econômicos indiretos**

Alinhada aos preceitos que norteiam o bem-estar e a proteção animal, a Marfrig Global Foods realizou diversas ações com clientes, fornecedores, colaboradores, jovens e crianças do Instituto Marfrig em 2014, totalizando cerca de 3.000 pessoas treinadas no Programa Bem-estar animal.

Uma dessas iniciativas reuniu as unidades da Marfrig Beef em Chupinguaia (RO), Paranatinga (MT), Promissão (SP), Bagé (RS) e São Gabriel (RS), em torno do Dia Mundial dos Animais, em que os colaboradores puderam conhecer melhor o funcionamento do programa, sua importância, os objetivos e as consequências do manejo de bem-estar animal e as questões éticas relacionadas ao respeito animal.

A conscientização também ganhou a adesão de 50 crianças entre 6 e 14 anos que integram o Instituto Marfrig e participaram do plantio de árvores nativas próximas às áreas de recebimento de animais. A ideia é proporcionar sombra a eles, beneficiar os motoristas e o meio ambiente.



Signatária do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo desde 2005 e comprometida com os Critérios para Operações com Gado e Produtos Bovinos em Escala Industrial no Bioma Amazônia, do Greenpeace, que visa mitigar atividades em condições análogas ao trabalho escravo, em 2014 a Marfrig Global Foods associou-se também ao Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO).

O instituto já conta com mais de 400 signatários, que representam mais de 35% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e define um conjunto de dez compromissos que as empresas devem desenvolver para enfrentar o trabalho escravo em suas cadeias produtivas. O cumprimento desses compromissos é monitorado anualmente, e, dependendo do nível de comprometimento de um signatário, ele é mantido, suspenso ou excluído do Pacto.

Corrida contra o câncer

Uma equipe formada por 43 colaboradores (familiares e amigos) da Keystone Foods Ohio participou da segunda corrida anual Susan G. Komen for the Cure, realizada em Findlay (Ohio). Com o propósito de angariar fundos para a luta contra o câncer de mama, é o maior evento do gênero no mundo, reunindo mais de 100 mil voluntários anualmente e mais de 1,6 milhão de participantes em mais de 100 corridas nos Estados Unidos e em países como a Itália, Alemanha e Grécia.

St. Jude's Ranch for Children

Funcionários da Keystone Gadsden (Alabama) participaram de ações de arrecadação de recursos e doações para o St. Jude's Ranch for Children, entidade sem fins lucrativos que cuida de vítimas de abuso e crianças abandonadas e negligenciadas, capacitando-as para criar novas oportunidades em uma comunidade solidária. A ação compreendeu o recolhimento de cartões de férias, que podem ser reciclados e revendidos. A iniciativa ajuda o St. Jude's Ranch a angariar fundos e a incentivar a prática da coleta e correta destinação de resíduos.


DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL GRI G4-EC8,

G4-DMA *Impactos econômicos indiretos*

Alicerçada em princípios de Responsabilidade Social Corporativa, as unidades da Marfrig desenvolvem programas relevantes em benefício das comunidades, dentre os quais se destacam:

Cultivando Esperança | Envolve mais de 45 mil crianças de 40 escolas de todo o País e tem foco no desenvolvimento de atividades rurais, com capacitações teóricas e práticas de preparação da terra, cultivo, alimentação saudável e produção ambiental sustentável.

Impulso Agropecuário | Envolve o apoio a iniciativas de melhoria e criação de técnicas para o desenvolvimento sustentável da agropecuária, tendo como foco temas como alimentação animal, insumos e equipamentos, bem como treinamento de produ-



MAIS DE 45 MIL CRIANÇAS, DE 40 ESCOLAS, FORAM BENEFICIADAS PELO PROGRAMA CULTIVANDO ESPERANÇA NO ANO DE 2014

tores sobre novas técnicas de produção intensiva de carne. O programa conta com apoio de empresas locais, universidades e do governo local.

Valorizando Vidas | As unidades apoiam o Programa Procladis, desenvolvido pelo governo do Uruguai, direcionado ao aproveitamento de profissionais portadores de deficiência física. A unidade de Tacuarembó tem obtido pleno sucesso com a integração de dez pessoas que trabalham em diferentes áreas da fábrica.

Dia das Crianças | As unidades comemoram a data com todos os filhos de funcionários em idade escolar, realizando confraternizações e jogos com apoio de animadores e assistentes sociais em todas as unidades produtivas. O evento de 2014 reuniu 1.300 crianças em um dia ao ar livre, com entretenimento, almoço e entrega de materiais escolares.

Dia do Reconhecimento | É uma das datas mais tradicionais da unidade de Tacuarembó, momento em que a Empresa reconhece os esforços por dedicação, anos de trabalho e acidentes zero de seus colaboradores – que são premiados por isso. Nos últimos anos foram concedidas 358 premiações, quatro por 10 anos de dedicação sem falhas e 13 reconhecimentos por compromissos assumidos por mais de 40 anos de trabalho na unidade.

Nossa Família | As unidades realizam em datas específicas a visitação de familiares aos locais de trabalho de seus colaboradores, para que conheçam e explorem as instalações da Empresa e partilhem da experiência de trabalho de seu familiar/colaborador.

Casa Própria | O sonho da casa própria é um desejo de muitos. Assim, grupos de profissionais da Marfrig Uruguai se organizam em Cooperativas de Apoio Mútuo para a aquisição de terrenos e processos de construção em mutirão. A Marfrig Uruguai apoia a iniciativa por meio de financiamentos para a aquisição. Os valores são descontados dos salários em parcelas acessíveis e previamente acordadas. O projeto já beneficiou 130 colaboradores.

Residência Universitária – Estudar na Capital | As unidades apoiam filhos de funcionários que desejam estudar em universidades de Montevideu (capital do Uruguai) com estadia gratuita garantida por meio de convênio com a Sagrada Família, para os primeiros anos de estudos. O programa oferece 13 vagas por ano aos estudantes interessados.

Família Rural | Envolve doações em espécie e dinheiro para escolas rurais e empreendimentos educacionais que apoiam a educação de crianças necessitadas.

Voluntariado | Grupos de colaboradores se reúnem para ajudar na reforma e nos trabalhos solicitados por diretores de escolas públicas que precisem de auxílio. A Moy Park, além disso, tem por princípio apoiar instituições assistenciais por meio de auxílio financeiro. Em 2014 fortaleceu as ações empreendidas pela Yellow Ribbon Suicide Prevention, organização voluntária que executa trabalho de conscientização sobre a violência e o suicídio entre jovens e adolescentes. As ações reúnem comunidades carentes, escolas e igrejas na prevenção à ocorrência e no suporte às vítimas e aos familiares.

JOVENS DESEMPREGADOS

GRI G4-DMA Impactos econômicos indiretos

As unidades da Moy Park de Grantham e Anwick participam e apoiam o programa Alimentando o Futuro Britânico, criado e gestado pela instituição IGD, dedicada à formação de jovens que buscam oportunidades de trabalho na indústria de alimentos do Reino Unido.

Um dos conceitos fundamentais do programa são capacitações e visitas às unidades de produção. Com orientações e realização de oficinas de treinamento, os jovens recebem a capacitação necessária para construir uma carreira no setor. A indústria de alimentos é a maior empregadora do Reino Unido, com mais de 3,7 milhões de pessoas, e o programa da IGD desempenha papel fundamental na luta contra o desemprego dos jovens.

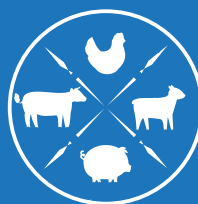


DESEMPENHO ECONÔMICO- FINANCEIRO



R\$ 21 BILHÕES

VALOR DA RECEITA LÍQUIDA
EM 2014, ELEVAÇÃO DE
12,4% NA COMPARAÇÃO
COM O EXERCÍCIO ANTERIOR



A MOY PARK REGISTROU
AUMENTO DE 16,6% DA
RECEITA OPERACIONAL
LÍQUIDA, A KEYSTONE
ALCANÇOU CRESCIMENTO
DE 9,7%, E A MARFRIG BEEF
OBTVE AVANÇO DE 11,7%

GRI G4-DMA Desempenho econômico

O ano de 2014 foi um ano muito importante para a Marfrig Global Foods. A estratégia Focar para Ganhar alinhou a empresa a uma única direção de crescimento. Todas as metas operacionais e financeiras estabelecidas para 2014 foram atingidas.

	Faixa-alvo 2014 ⁽¹⁾	Atingimento 2014
☺ Receita	R\$ 21 a 23 bilhões	R\$ 21 bilhões
☺ Margem EBITDA ajustada ⁽²⁾	7,5% – 8,5%	8,5%
☹ Investimentos (CAPEX)	R\$ 600 milhões	R\$ 639 milhões
☺ Fluxo de caixa livre para o acionista ⁽³⁾	Neutro a R\$ 100 milhões	R\$ 56 milhões

Nota: (1) Calculada em Reais com base nas taxas de câmbio de R\$ 2,40/US\$ 1,00 e R\$ 3,80/£ 1,00. (2) Não considera itens não-recorrentes. (3) Fluxo de caixa operacional após investimentos, variações no capital de giro, despesas com juros e imposto de renda.

RECEITA LÍQUIDA

A receita operacional líquida apresentou aumento de 12,4%, passando de R\$ 18.752,4 milhões em 2013 para R\$ 21.073,3 milhões em 2014, com todas as unidades de negócio apresentando crescimento de dois dígitos.



+17%



+10%



+12%

15,4%

PERCENTUAL DE ELEVAÇÃO DO LUCRO BRUTO APURADO NO ANO, EM RELAÇÃO AO OBTIDO EM 2013



AUMENTO DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA DA MARFRIG BEEF DECORREU DO MAIOR VOLUME DE EXPORTAÇÕES A PARTIR DO BRASIL, 13,6% SUPERIOR AO DO PERÍODO ANTERIOR

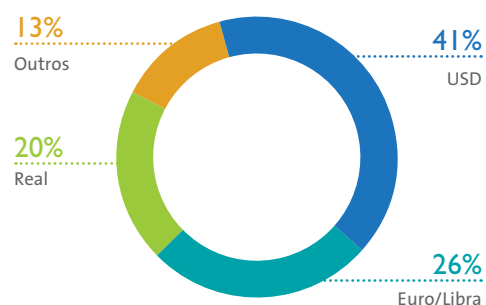


O aumento na receita operacional líquida resultou, principalmente, do aumento nas vendas em todas as nossas unidades de negócio, inclusive:

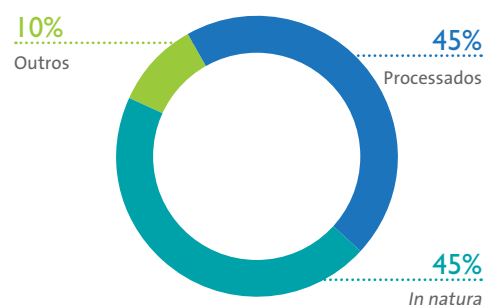
- um aumento de 16,6% na receita operacional líquida da Moy Park, devido (i) ao forte crescimento no volume de vendas de aves *in natura* e produtos empanados de conveniência nos canais de varejo e *food service* do Reino Unido e da Irlanda, um desempenho bastante positivo para o mercado varejista desafiador do Reino Unido; (ii) à consolidação do negócio de carne bovina da Marfrig na Moy Park; e (iii) ao impacto positivo da variação cambial de 14,6%. Por outro lado, os resultados foram parcialmente afetados por: (i) menores preços de venda na exportação de carnes de aves e miúdos dado às restrições de exportação na Rússia e na África do Sul; (ii) menores volumes de vendas no *food service* na Europa; (iii) deflação dos custos de insumos de *commodities*; e (iv) fortalecimento da libra esterlina em relação ao euro, reduzindo o valor das receitas em libra esterlina realizada na zona da Europa;
- aumento de 9,7% na receita operacional líquida da Keystone, devido ao maior volume vendido nas operações da APMEA (10,1% superior se comparado com 2013), consequência (i) do maior poder aquisitivo da classe média na região em função de maiores salários recebidos, levando a um aumento no consumo em restaurantes e cadeias de *fast food*; e (ii) pela maior diversificação da base de clientes locais;
- aumento de 11,7% na receita operacional líquida da Marfrig Beef devido ao maior volume de exportações a partir do Brasil (13,6% superior se comparado com 2013), ao excelente resultado apresentado pelas operações do Uruguai, que compensou em boa parte as condições adversas enfrentadas nas operações da Argentina e pela melhora nos volumes vendidos de carne *in natura* no mercado doméstico para o segmento de *food service*.

ABERTURA DA RECEITA LÍQUIDA DE 2014

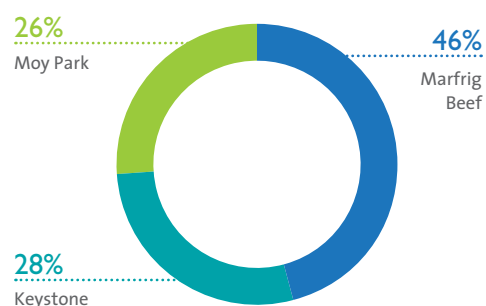
Por moeda



Por produto



Por negócio



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

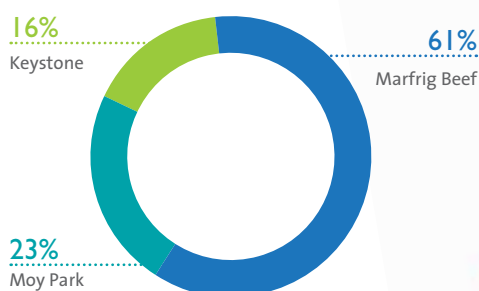
O custo dos produtos vendidos aumentou 12%, ficando praticamente em linha com o crescimento da receita e passou de R\$ 16.442,7 milhões em 2013 para R\$ 18.408,2 milhões em 2014. O aumento foi resultado, principalmente: (i) da expansão de 9,1% nas despesas associadas a matéria-prima (gado e animais vivos), na qual o preço da arroba de gado foi apreciado em aproximadamente 25%, segundo o índice ESALQ (índice que mede variação de custos de compra de gado no Estado de São Paulo – Brasil); (ii) aumento de 8,3% no custo de mão de obra; e (iii) incremento de 9,7% nos custos de produção, como energia, embalagens e demais custos indiretos.

CPV (R\$ MILHÕES)	2014	Part. (%)	2013	Part. (%)	Var. (%)
Matéria-prima	12.549,7	68,2	11.499,7	69,9	9,1
Mão de obra	2.271,4	12,3	2.096,5	12,8	8,3
Custos de produção	2.786,6	15,2	2.541,3	15,5	9,7
Outros custos	800,4	4,3	305,2	1,9	162,2
TOTAL	18.408,2	100	16.442,7	100	12,0
Marfrig Beef	8.042,2	43,7	7.180,5	43,7	12,0
Moy Park	4.886,6	26,5	4.256,0	25,8	14,8
Keystone Foods	5.479,4	29,8	5.006,2	30,5	9,4

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

O lucro bruto apresentou elevação de 15,4%, passando de R\$ 2.309,7 milhões em 2013 para R\$ 2.665,2 milhões em 2014.

BREAKDOWN POR NEGÓCIO





DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS (DVG&A)

As DVG&A totalizaram R\$ 1.464,5 milhão em 2014 (6,9% da receita operacional líquida), em comparação ao R\$ 1.368,8 milhão (7,3% da receita operacional líquida) registrado em 2013.


No período, houve (i) desvalorização do real frente ao dólar e à libra esterlina; e (ii) aumento das despesas com vendas. Ambos os efeitos foram parcialmente anulados pelos controles mais rigorosos na linha de despesas administrativas.

O aumento de 16,1% em despesas com vendas foi influenciado principalmente pela linha

de vendas e marketing, impactada pelo comissionamento da força de vendas, resultado do aumento do volume de produtos vendidos aliado aos custos promocionais durante o período da Copa do Mundo 2014 patrocinada pela Marfrig.

As despesas gerais e administrativas registraram queda de 6,1%, como consequência das iniciativas de controle de despesas, tais como: adequação de quadro administrativo, redução das despesas com viagens, escritório e serviço de terceiros.

DVG&A (R\$ MILHÕES)	2014	2013	Var. (%)
Despesas com Vendas	935,4	805,3	16,1
% sobre a Receita Líquida (%)	4,4	4,3	
Despesas Gerais e Administrativas	529,1	563,5	(6,1)
% sobre a Receita Líquida (%)	2,5	3,0	
TOTAL DVG&A	1.464,5	1.368,8	7,0
% sobre a Receita Líquida (%)	6,9	7,3	
Marfrig Beef (%ROL)	8,8	9,4	
Moy Park (%ROL)	8,4	7,8	
Keystone Foods (%ROL)	2,5	3,5	

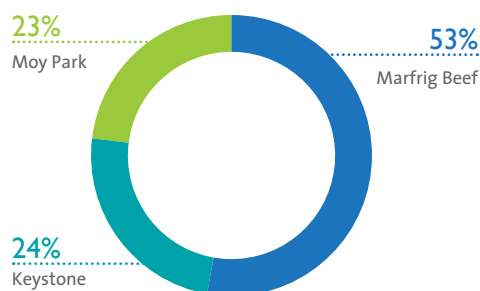


**AS DESPESAS GERAIS
E ADMINISTRATIVAS
SOFRERAM REDUÇÃO DE
6,1% EM DECORRÊNCIA
DE AÇÕES DE CONTROLE**

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADO

Em 2014 o Ebitda ajustado (lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações) consolidado atingiu R\$ 1.784,3 milhões, comparado a R\$ 1.446,2 milhões registrados em 2013. A margem Ebitda ajustado foi de 8,5%, contra 7,7% no ano anterior.

BREAKDOWN POR NEGÓCIO



RECONCILIAÇÃO DO EBITDA AJUSTADO (R\$ MILHÕES)	2014	2013	Var. (%)
Ebitda Ajustado	1.784,3	1.446,2	23,4
(+) Outras Receitas/Despesas Operacionais	(98,4)	(65,0)	(51,5)
Ebitda	1.685,9	1.381,2	22,1
(+) Equivalência de não controladas	(17,8)	(9,1)	(95,4)
(+) Depreciação/Amortização	(583,7)	(505,4)	(15,5)
(+) Encargos Financeiros Líquidos	(1.676,0)	(1.441,1)	(16,3)
(+) Variação Cambial Líquida	(450,8)	(589,9)	23,6
(+) Participação de Acionistas não Controladores	(19,2)	(12,9)	(49,2)
(+) Provisão de IR e CS	322,0	361,3	(10,9)
Lucro/Prejuízo Líquido	(739,5)	(815,8)	9,4

RESULTADO FINANCEIRO

O resultado financeiro líquido em 2014 totalizou uma despesa de R\$ 2.126,8 milhões, comparado a uma despesa líquida de R\$ 2.031,0 milhões em 2013. O aumento de 4,7% foi consequência, principalmente, da adesão ao REFIS no mês de agosto e gerou uma despesa de juros e multa acumulada até o encerramento do exercício de R\$ 117,4 milhões, seguido pelo diferimento dos custos das emissões realizadas visando reduzir o custo da dívida que, por outro lado, proporcionaram dentro do ano uma redução das despesas de juros de R\$ 98,2 milhões contra o ano anterior.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES)	2014	2013	Var. (%)
Receita Financeira	294,7	365,0	(19,3)
Juros recebidos/rendimentos	98,4	179,4	(45,2)
Receita com derivativos	173,1	178,8	(3,2)
Outros	23,2	6,7	246,3
Despesa Financeira	(1.970,7)	(1.806,0)	(9,1)
Juros sobre empréstimos/debêntures/arrendamentos	(1.173,8)	(1.272,0)	7,7
Despesa com derivativos	(288,1)	(292,4)	1,5
Desp. bancárias, comissões, desc. fin. e outros	(508,8)	(241,6)	(110,6)
Variação Cambial Líquida	(450,8)	(589,9)	23,6
Resultado Financeiro Líquido	(2.126,8)	(2.031,0)	(4,7)



RESULTADO LÍQUIDO GRI G4-13, G4-DMA Desempenho econômico

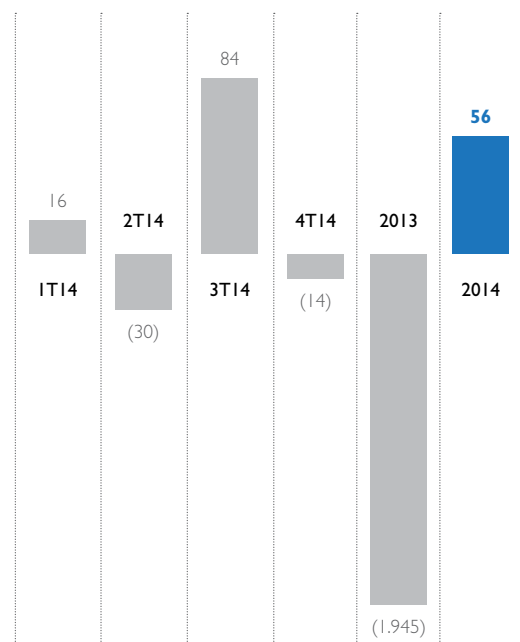
O prejuízo líquido no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2014 totalizou R\$ 739,5 milhões, comparados a perda líquida de R\$ 815,8 milhões no exercício encerrado em 31 de dezembro de 2013. Essa redução foi impulsionada principalmente pela depreciação do real frente ao dólar norte-americano e à libra esterlina no período.

FLUXO DE CAIXA

A geração de caixa (antes de despesas com juros e investimentos) vem melhorando de forma consistente ao longo dos últimos trimestres, tendo encerrado 2014 com um acúmulo de R\$ 1.684,3 milhão. O resultado da estratégia delineada no programa Focar Para Ganhar mostra os esforços compartilhados por cada uma das unidades de negócio, com especial destaque para o segmento Marfrig Beef, que, em conjunto com a Agenda de Produtividade, manteve o foco na rentabilidade e controle de despesas e capital de giro, com melhoria significativa nas contas de fornecedores e recebíveis.

FLUXO DE CAIXA LIVRE

(R\$ milhões)



**MARFRIG ENCERROU
2014 COM GERAÇÃO
DE CAIXA LIVRE
DE R\$ 56 MILHÕES**

INVESTIMENTOS

Investimentos somaram R\$ 639,3 milhões em 2014, uma redução de 21,1% em relação aos R\$ 810,6 milhões investidos em 2013. No ano, foram investidos R\$ 435,8 milhões visando à manutenção e expansão das unidades de produção, enquanto R\$ 186,2 milhões foram gastos em renovação do plantel de matrizes.

INVESTIMENTOS – CAPEX (R\$ MILHÕES)	2014	2013	Var. (%)
Ativo Fixo	435,8	650,6	(33,0)
Matrizes	186,2	151,1	23,2
Intangível	17,3	8,8	96,6
TOTAL	639,3	810,6	(21,1)

ESTRUTURA DE CAPITAL

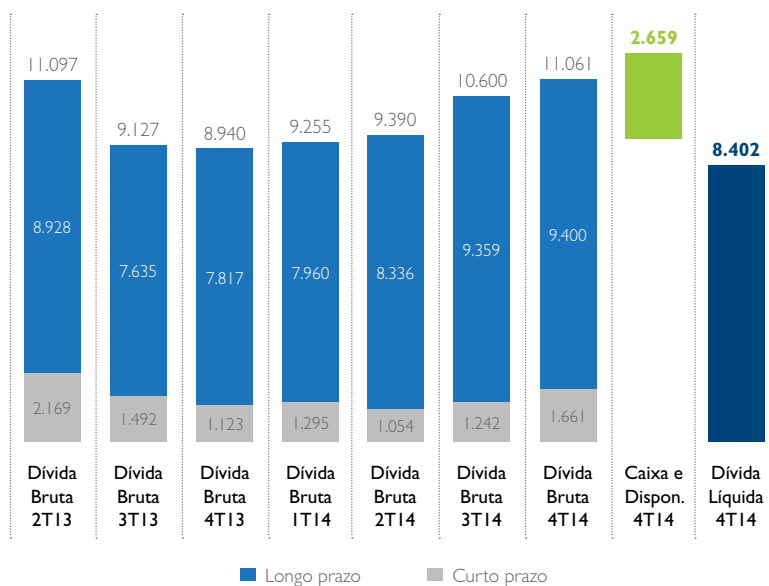
ENDIVIDAMENTO BRUTO

A companhia encerrou o exercício com endividamento bruto consolidado de R\$ 11 bilhões, em comparação com R\$ 8,9 bilhões em dezembro de 2013.

prazo, e 8,4% estão em reais; 91,6% estão em outras moedas, enquanto 19,5% das receitas do Grupo são geradas em reais e 80,5% advém de moedas estrangeiras.

Do total das dívidas, apenas 15% tem vencimento no curto prazo, enquanto 85%, no longo

O custo médio ponderado de nosso endividamento bancário consolidado foi de 7,7%.





A MARFRIG GLOBAL FOODS CONQUISTOU A ELEVAÇÃO DE SEU RATING DE CRÉDITO CORPORATIVO EM 2014

LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO

O índice de alavancagem (dívida líquida/Ebitda LTM) ficou em 4,98x, exclusivamente em função do efeito não caixa da variação cambial do ano.

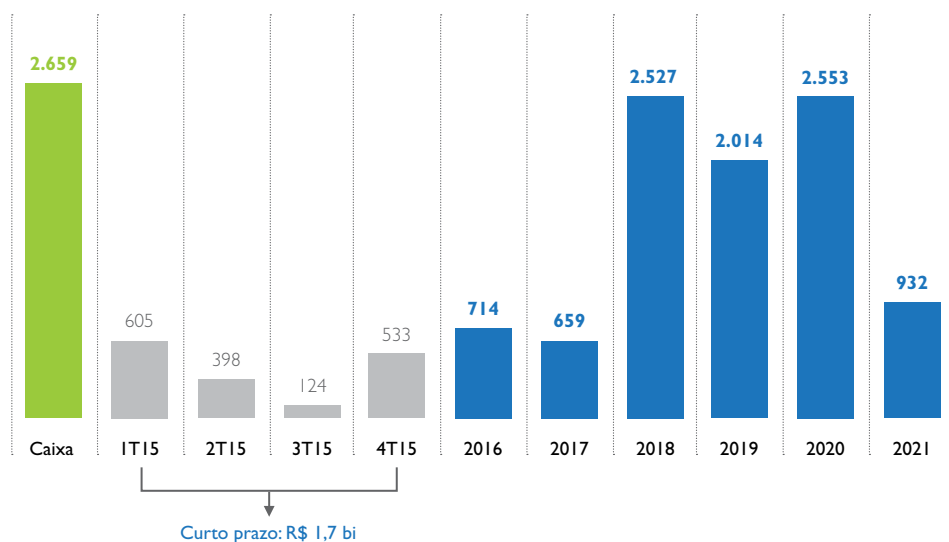
Importante ressaltar que o cálculo do índice de alavancagem das operações de financiamento bancário e via mercado inclui disposições contratuais que permitem a exclusão dos efeitos da variação cambial, assim chegando ao índice de 3,42x ao final do 4T14. Para mais informações, referimos a nota 32.6 nas demonstrações financeiras.

Entendemos que o nível de alavancagem calculado em uma base LTM reflete uma realidade na qual o crescimento do Ebitda ainda não foi totalmente capturado para refletir a desvalorização do real. Nos últimos 12 meses, o câmbio médio foi de R\$ 2,35/US\$, frente a um câmbio de R\$ 2,66/US\$ no final do 4T14, utilizado para calcular a dívida.

Assim, adicionalmente ao indicador de alavancagem baseado no Ebitda dos últimos 12 meses, é importante avaliar a projeção anualizada do Ebitda ajustado do 4T14, denotando um nível de alavancagem consideravelmente inferior a 4,98x, de 3,83x, mais próximo aos níveis reais do negócio.

Outro aspecto não menos importante dessa análise se centra no perfil da dívida da Companhia, hoje estruturalmente alongado, com o primeiro grande vencimento ocorrendo em 2018.

O resultado operacional ainda não capturou inteiramente o contínuo enfraquecimento do real ocorrido durante o ano, especialmente no 4T2014, no qual o câmbio médio do ano foi de R\$ 2,55/US\$, 4% abaixo do câmbio final de R\$ 2,66/US\$.



CLASSIFICAÇÃO DE RISCO – ESCALA GLOBAL

Em reflexo aos esforços na melhor gestão financeira e operacional da Marfrig, as agências de *rating* Standard and Poor's e Fitch Ratings elevaram o *rating* de crédito corporativo de escala global da Companhia em 2014.

Agência	Escala Nacional	Escala Internacional	Perspectiva
Standard and Poor's	br BBB	B+	Estável
Fitch Ratings	BBB+bra	B+	Estável
Moody's	-	B2	Estável

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO G4-ECI

Demonstração do Valor Adicionado	2012	2013	2014
1 – RECEITAS	16.962.245	18.757.765	21.805.722
Vendas de mercadorias, produtos e serviços	16.516.366	18.752.376	21.805.722
Outras receitas	513.327	35.073	35.397
Provisão para devedores duvidosos – Reversão/Constituição	-67.448	-29.684	-5.462
2 – INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui ICMS e IPI)	11.070.826	14.632.942	15.891.792
Custos dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos	5.914.259	11.020.510	12.781.936
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	4.255.501	3.572.204	3.080.407
Perda/Recuperação de valores ativos	901.066	40.228	29.449
3 – VALOR ADICIONADO BRUTO	5.891.419	4.124.823	5.913.930
4 – RETENÇÕES	458.042	505.369	583.651
Depreciação, amortização e exaustão	458.042	505.369	583.651
5 – VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE	5.433.377	3.619.454	5.330.279
6 – VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	650.180	1.134.107	1.058.013
Resultado de equivalência patrimonial	0	-9.109	-17.795
Receitas financeiras	650.180	1.143.216	1.075.808
7 – VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	6.083.557	4.753.561	6.388.292

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO

	2012	2013	2014
Pessoal e encargos	2.263.984	1.439.054	2.170.395
Impostos, taxas e contribuições	688.747	812.063	140.956
Remuneração de capitais de terceiros	2.853.356	3.305.354	4.797.234
Remuneração de Capitais Próprios	277.470	-802.910	-720.293



RECONHECIMENTOS



PACTO

PELA SUSTENTABILIDADE, PROMOVIDO PELO WALMART, É UMA DAS INICIATIVAS EXTERNAS DAS QUAIS A MARFRIG PARTICIPA POR SEU PIONEIRISMO E INOVAÇÃO

MARFRIG GLOBAL FOODS

Pacto pela Sustentabilidade Walmart

Patrocinado pelo Grupo Walmart, o prêmio Pacto pela Sustentabilidade reconhece o trabalho pioneiro feito pelo Marfrig Club, especialmente sua liderança para envolver produtores rurais. Em cinco anos, o Pacto pela Sustentabilidade Walmart engajou mais de 160 empresas que registraram suas conquistas, estratégias e indicadores em três áreas: Amazônia, Compras Responsáveis e Redução de Resíduos.

Referência em bem-estar animal | O coordenador da equipe Bem-estar animal da Marfrig, Stravos Platon Tseimazides, venceu o BeefPoint Animal Welfare Award 2014 na categoria Profissional de Referência em Bem-estar Animal. O prêmio, criado para reconhecer as pessoas que fazem a diferença na indústria de carne bovina do Brasil, foi entregue em maio em cerimônia durante o Animal Welfare Beef-Summit em Ribeirão Preto, São Paulo.

The Business Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW)

| O relatório, elaborado pelas organizações não governamentais internacionais Compassion in World Farming (CIWF) e World Society for the Protection of Animals (WSPA), apontou a Marfrig Global Foods como empresa completa em relação ao bem-estar animal.

FORNECEDOR DA DÉCADA PELO OUTBACK

A rede de restaurantes Outback Brasil concedeu à Marfrig Beef Brasil o título de fornecedor da década. O reconhecimento foi feito por meio da premiação Supplier's Night 2014 do Outback, que valoriza toda a cadeia de operações da rede e as parcerias do restaurante com seus principais fornecedores. Além de distinguir a excelente relação com a Marfrig, o prêmio fortalece a parceria e oferta de produtos e serviços de qualidade.

A REDE DE RESTAURANTES
OUTBACK CONCEDEU À
MARFRIG BEEF BRASIL O
TÍTULO DE FORNECEDOR
DA DÉCADA

COORDENADOR

DA EQUIPE DE BEM-ESTAR ANIMAL
VENCEU O BEEFPPOINT ANIMAL
WELFARE AWARD 2014 NA
CATEGORIA PROFISSIONAL DE
REFERÊNCIA EM BEM-ESTAR ANIMAL



MOY PARK

Institute of Directors (IOD) | Liderança em Responsabilidade Corporativa 2014

Ulster Bank Business Achievers Award
Prêmio de reconhecimento especial do júri

BPC, Mid-Career Service Award 2014 – Women in Business N.I. Outstanding Business Woman of the Year – Platinum da Arena Network | Premiada por práticas de gestão ambiental direcionadas ao bem-estar dos animais pela Arena Network, representante das organizações empresariais líderes no Norte da Irlanda que anualmente avaliam as melhores práticas ambientais do país. Moy Park foi reconhecido pelos resultados alcançados na redução da geração de resíduos, na melhoria da gestão do uso da água e na redução do consumo de energia.

Ulster Bank Business Achievers Award; Women Led Business, Ulster Winner

Top Results Achieved by Moy Park team at Aviagen Breeder School

Water Champion Award, The Consumer Council

Big Tick in Dairy Crest Rural Action category of Business in the community's 2013 Responsible Business Awards | recredenciada

Pig & Poultry Marketing Awards, Highly Commended Processor of the Year |

Best Marketing Campaign for Hello! We're the Chicken People, Ulster Grocer, Highly Commended |

British Safety Council | Reconhecida no International Safety Awards 2014

Belfast Telegraph Top 100 Companies | #1

Ulster Business Magazine Top 100 | #1

CR Index 2014 | Criado pela Business in the Community, o Índice de Responsabilidade Corporativa mede as estratégias corporativas adotadas pelas empresas: como se organizam, gerenciam e integram responsabilidade social, gestão de desempenho dos empregados e engajamento, e relatam ações de sustentabilidade para as partes interessadas. A Moy Park foi a primeira empresa do setor avícola a ser reconhecida no Índice de Responsabilidade Corporativa, recebendo três de um máximo de cinco estrelas.

KEYSTONE FOODS

North American Meat Institute – A Keystone Reidsville, (Carolina do Norte) foi premiada com o terceiro lugar na categoria Sustentabilidade Social e Econômica, concedida pelo North American Meat Institute (NAMI).

Green Industry Certification – A Keystone Tailândia obteve a Green Industry Certification, que assegura o atendimento a todas as diretrizes de redução da emissão de Gases do Efeito Estufa, uso sustentável dos recursos naturais, mitigação das mudanças climáticas e proteção e recuperação do meio ambiente.

Sustainability Excellence Award – A Keystone Georgia recebeu o prêmio de inovação e excelência operacional PMMI's 2-14 AIOE Sustainability Excellence In Manufacturing Awards.

A KEYSTONE TAILÂNDIA
OBTEVE A GREEN
INDUSTRY CERTIFICATION,
PARA QUEM ATUA EM PROL
DO MEIO AMBIENTE

CERTIFICAÇÕES GRI G4-FP2, G4-FP5

Certificações	O que é	Unidades certificadas
BRC (British Retail Consortium)/GFSI (Global Standard for Food Safety)	Define normas voltadas para produção, embalagem, armazenamento e distribuição de alimentos seguros.	48
ISO 22000	Define padrões para o controle dos riscos na cadeia produtiva de alimentos, garantindo sua segurança para o consumo humano.	29
ISSO 9001	Normas técnicas globais que estabelecem padrões de gestão da qualidade em empresas de todos os setores.	5
FSSC 2000 – Foundation for Food Safety Certification	Sistema de Certificação para Segurança de Alimentos.	2
ISO 14001	Norma global que define os requisitos para estabelecer um Sistema de Gestão Ambiental, visando ao equilíbrio entre rentabilidade e redução do impacto ambiental.	26
OHSAS 18001	Normas internacionalmente reconhecidas para sistemas de gestão de saúde ocupacional e segurança do trabalho.	20
SA 8000	Certificação internacional de avaliação da responsabilidade social com foco no exercício dos direitos humanos entre os colaboradores.	19
ISO 17025	Norma que estabelece um padrão internacional para atestar a competência dos laboratórios que realizam ensaios e/ou calibrações.	03
RAC (Rainforest Alliance Certified) - Rede de Agricultura Sustentável	Visa, promover sistemas agrícolas produtivos e eficientes, a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento humano pela aplicação das Normas de Agricultura Sustentável, que incluem temas sociais, ambientais e produtivos.	05
PAS 220	Especifica os requisitos para o estabelecimento, a implementação e a manutenção dos programas de pré-requisitos para auxiliar no controle de riscos de segurança em alimentos nos processos de fabricação da cadeia de fornecedores de alimentos.	01
MSC (Marine Stewardship Council)	Organização não governamental que estabelece padrões para pesca sustentável e rastreabilidade de frutos do mar e peixes; permite manter fora da cadeia de fornecimento peixe capturado ilegalmente	01
IFS (International Food Standard)	Padrão comum de segurança de alimentos com um sistema de avaliação uniforme, utilizado para qualificar e selecionar fornecedores; auxilia distribuidoras a garantir a segurança de alimentos de seus produtos e a monitorarem o nível de qualidade dos produtores de alimentos com sua marca.	01
USDA National Organic Program	Certificação que indica que a comida ou outro produto agrícola foram produzidos de acordo com métodos que integrem práticas culturais, biológicas e mecânicas que incentivem o equilíbrio dos recursos, promovam equilíbrio ecológico e conservação da biodiversidade; fertilizantes sintéticos, lodo de esgoto e engenharia genética não podem existir.	01
National Standard for Organic & Biodynamic Produce	Provê serviços de consultoria e verificação para o setor de exportação de orgânicos e produtos biodinâmicos na Austrália. O objetivo principal do programa é assegurar que tais produtos provenientes da Austrália estejam de acordo com os requerimentos de importação pedidos pelos diversos países, assegurando o acesso aos mercados.	01





SUMÁRIO DE CONTEÚDO

DA GRI G4

GRI G4-32



Content Index
Marfrig Global Foods



OPÇÃO “DE ACORDO” – ESSENCIAL

O Relatório Anual 2014 da Marfrig Global Foods apresenta conteúdos-padrão das Diretrizes GRI para o relato de sustentabilidade, versão G4, de opção de acordo “essencial”.

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS			
Conteúdos padrão gerais	Página	Verificação externa	Pacto global
Estratégia e análise			
G4-1	6 e 7	Não	
Perfil organizacional			
G4-3	9	Não	
G4-4	9, 14 a 17	Não	
G4-5	9 e 98	Não	
G4-6	9	Não	
G4-7	25	Não	
G4-8	9, 12 a 15	Não	
G4-9	9, 12 a 15	Não	
G4-10	55 a 57	Não	6
G4-11	68	Não	3
G4-12	21, 37 a 40	Não	
G4-13	9, 37, 38 e 86	Não	
G4-14	27	Não	
G4-15	45, 46 e 51	Não	
G4-16	31, 52 e 53	Não	

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

Conteúdos padrão gerais	Página	Verificação externa	Pacto global
Aspectos materiais identificados e limites			
G4-17	4	Não	
G4-18	4 e 5	Não	
G4-19	5	Não	
G4-20	96 e 97	Não	
G4-21	96 e 97	Não	
G4-22	4	Não	
G4-23	4	Não	
Engajamento de stakeholders			
G4-24	21 e 22	Não	
G4-25	21 e 25	Não	
G4-26	22 , 32 , 42 e 46	Não	
G4-27	32 , 37 , 42 , 45 e 77	Não	
Perfil do relatório			
G4-28	4	Não	
G4-29	4	Não	
G4-30	4	Não	
G4-31	4	Não	
G4-32	4 e 94	Não	
G4-33	4	Não	
Governança			
G4-34	26 e 29	Não	
Ética e integridade			
G4-56	9 e 55	Não	10



GRI G4-20, G4-21

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

Aspectos materiais	Informação sobre a forma de gestão e indicadores	Página	Omissões	Verificação externa	Pacto global	Limite do aspecto	
						Dentro	Fora
CATEGORIA: ECONÔMICA							
Desempenho econômico	G4-DMA	20, 81, 85, 86 e 89		Não		X	X
	G4-EC1	89		Não		X	X
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA	31, 76 a 79		Não		X	X
	G4-EC8	78		Não			X
Práticas de compra	G4-DMA	21, 38 e 50		Não		X	X
	G4-EC9	40, 49 e 50		Não		X	X
	FP1	38		Não		X	X
	FP2	37, 70 e 93		Não		X	X
CATEGORIA: AMBIENTAL							
Energia	G4-DMA	20, 68, 70, 72 e 73		Não		X	
	G4-EN3	72		Não	7 8	X	
	G4-EN5	72		Não	8	X	
	G4-EN6	72		Não	8 9	X	
Água	G4-DMA	20, 70, 75 e 76		Não		X	X
	G4-EN8	75		Não	7 8	X	X
	G4-EN9	75		Não	8	X	X
Biodiversidade	G4-DMA	20		Não		X	
	G4-EN12	38 e 51		Não	8		X
	G4-EN13	51		Não	8		X
Emissões	G4-DMA	20, 68 a 70		Não		X	X
	G4-EN15	69		Não	7 8	X	X
	G4-EN16	69		Não	8	X	X
	G4-EN17	69		Não	8	X	X
	G4-EN18	70		Não	8	X	X
Efluentes e resíduos	G4-DMA	20, 68, 70, 74 e 75		Não		X	X
	G4-EN22	74 e 76		Não	8	X	X
	G4-EN23	74		Não	8	X	
	G4-EN25	74 e 75		Não	8	X	X
	G4-EN26	74 e 76		Não	8	X	X
CATEGORIA: SOCIAL							
SUBCATEGORIA: Práticas trabalhistas e trabalho decente							
Relações trabalhistas	G4-DMA	20 e 68		Não		X	
	G4-LA4	68		Não	3	X	
Saúde e segurança do trabalho	G4-DMA	20, 62, 64 a 66		Não		X	
	G4-LA5	62 e 63		Não		X	
	G4-LA6	64		Não		X	
	G4-LA7	62 e 63		Não		X	
	G4-LA8	68		Não		X	
Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4-DMA	37, 38 e 46		Não			X
	G4-LA15	39 e 40		Não			X

GRI G4-20, G4-21

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS							
Aspectos materiais	Informação sobre a forma de gestão e indicadores	Página	Omissões	Verificação externa	Pacto global	Limite do aspecto	
						Dentro	Fora
SUBCATEGORIA: Direitos humanos							
Trabalho infantil	G4-DMA	37 , 42 e 48		Não			X
	G4-HR5	39 e 40		Não	5		X
Trabalhos forçados ou análogo ao escravo	G4-DMA	37 , 42 e 48		Não			X
	G4-HR6	39 e 40		Não	4		X
SUBCATEGORIA: Sociedade							
Combate à corrupção	G4-DMA	25 , 27 e 29		Não		X	X
	G4-SO3	25		Não	10	X	
	G4-SO4	Não houve treinamentos de combate à corrupção em 2014.		Não	10	X	
	G4-SO5	25		Não	10	X	X
Concorrência desleal	G4-DMA	25 , 27 e 29		Não		X	
	G4-SO7	Não há registro de ações judiciais significativas pendentes ou encerradas em 2014 por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio.		Não		X	
SUBCATEGORIA: Responsabilidade pelo produto							
Saúde e segurança do cliente	G4-DMA	32 e 34		Não		X	X
	G4-PR1	32 a 34		Não		X	
	FP5	93		Não		X	
	FP6	32 e 36	Percentual do volume total de vendas (informação confidencial)	Não		X	X
	FP7	36 e 71	Percentual do volume total de vendas (informação confidencial)	Não		X	X
Suplemento Setorial – Referentes ao Bem-Estar Animal							
Criação e Genética de Animais	G4-DMA	34 e 35		Não			
	FP9	41 Segundo informação da Associação Brasileira de Angus, no ano de 2014 foram abatidos e certificados 107.000 animais. Esse volume diz respeito aos animais abatidos nas unidades de RS, SP, MS, GO e MT.		Não		X	
Pecuária	G4-DMA	34 e 35		Não		X	X
	FP11	41		Não		X	X
	FP12	41		Não		X	X
Transporte, Manejo e Abate	G4-DMA	34 e 35		Não		X	X
	FP13	41 No ano de 2014 não tivemos incidentes registrados durante o processo de manuseio e abate de animais que resultaram em multas, penalidades ou advertências (dados referentes às unidades Beef Brasil).		Não		X	X



INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

GRI [G4-5](#)

Marfrig Global Foods S.A.

Av. Chedid Jafet, 222 – Bloco A – 5º andar – Vila Olímpia –

São Paulo – SP

(11) 3792-8994

CRÉDITOS

Relações com Investidores

Marfrig

Sustentabilidade Corporativa

Marfrig

Consultoria de conteúdo e projeto gráfico

TheMediaGroup

Fotos

Acervo Marfrig

Shutterstock