

www.feedfood.com.br

feed & food



COMPROMISSO DE PRODUZIR ALIMENTO PARA 9 BILHÕES DE PESSOAS ATÉ 2050

Ciasulli
EDITORES

AN 104 - DEZ 15 - R\$ 18,00

ACESSE O
APLICATIVO
REVISTA
FEED&FOOD



EMPREENDER *Sustentabilidade*

SEIS CASES QUE FORAM ATÉ A RAIZ DA QUESTÃO



Sim, é possível!

QUANDO TODA A CADEIA ACEITA O DESAFIO DE PRODUZIR E PRESERVAR, A MATERIALIZAÇÃO DA IDEIA GERA ACRÉSCIMOS, RENTABILIDADE E ABRE DIVERSAS PORTAS

JOÃO PAULO MONTEIRO, DA REDAÇÃO
joao@ciasullieditores.com.br

Nos dias de hoje, devido aos padrões insustentáveis de produção e consumo impostos pela modernidade, se faz cada vez mais urgente o desenvolvimento de políticas e estratégias nacionais com o objetivo de reduzir a pressão sobre o meio ambiente. Contudo, para alguns, ao invés de esperar atitudes governamentais, o trabalho neste sentido já começou. “Com cuidados extras com

as reservas naturais e pastagens das fazendas e educação dos colaboradores é possível produzir de uma maneira responsável”, acredita o gerente de Qualidade e Sustentabilidade da Zandbergen World’s Finest Meat (Zoeterwoude, Holanda), Marco de Jong.

Dentro desta temática, certificações como a Rainforest Alliance fornecem aos consumidores a chance de escolherem entre um produto regular ou um sustentável, o que, de acordo com o executivo, contri-

bui para um consumo consciente: “O icônico selo do sapo já é um conceito bem difundido e conhecido em outros produtos agrícolas, como café, chocolate e bananas. A chegada desta certificação em um produto cárneo reforça a crença da possibilidade de uma mudança estrutural”.

O gerente de Sustentabilidade da Marfrig (São Paulo/SP), Mathias Almeida, corrobora ao apontar o selo como um diferencial para o cliente, pois assegura a qualidade e a confiança da aplicação de boas práticas no campo. “Esse tipo de atitude deveria ser valorizada e reconhecida pelo consumidor final. Entendemos que existe um processo de disseminação dos benefícios da certificação, seja por questões socioambientais ou até mesmo de saúde e bem-estar, o que cria um nicho cada vez maior para produtos com estes apelos”, opina.

Em linhas gerais, este foi o pensamento condutor responsável por unir Marfrig e Zandbergen World’s Finest Meat em prol da sustentabilidade. A brasileira é a responsável por fornecer a carne bovina para a holandesa produzir os primeiros hambúrgueres atestados com o selo Rainforest Alliance Certified, lançados sob a marca The Frozen Butcher, linha de produtos *Premium* da companhia. Reconhecido internacionalmente como um símbolo de sustentabilidade ambiental, social e econômica para produtos agrícolas e florestais, o selo é um atestado também do



FAZENDAS SÃO MARCELO



pioneirismo de ambas as agroindústrias. O mercado consumidor inicial será o europeu, explica De Jong, e comenta sobre as possibilidades de expansão: “Constatamos diversas oportunidades na própria Europa e América do Norte. Isto foi provado por produtos como óleo de palma sustentável, café e bananas”. Devido à complexidade da cadeia de valor da carne, o desenvolvimento sustentável tem sido bastante lento, acredita: “Porém, chegamos no momento da arrancada do cresci-

mento sustentável da indústria da carne”. Para isso, toda a cadeia precisa estar alinhada e comprometida. E é dentro da porteira onde todo o processo se origina. Ciente disto, a Marfrig desenvolve junto a pecuaristas relações visando proporcionar regularidade de fornecimento de animais. “Oferecemos aos fornecedores um diferencial de preço para o gado certificado, considerando que atende, ainda, requisitos de qualidade, tais como peso, idade e acabamento de gordura. Somente sustenta-

bilidade não vende produto, é preciso ter qualidade”, detalha Almeida.

REFERÊNCIA. Avaliada em 136 critérios e certificada pela Rede de Agricultura Sustentável (RAS), as **Fazendas São Marcelo**, divisão do Grupo JD (São Paulo/SP) responsável pelas atividades pecuárias e situadas no Mato Grosso, são exemplo do sucesso da parceria. “Fomos os primeiros e somos até o momento a única propriedade com esta certificação em produção de carne bovina”, inicia o diretor geral do grupo, Arnaldo Eijsink. Deste modo, a empresa passa a atender tanto ao crescente mercado interno, cada vez mais preocupado com as questões sociais e ambientais, e se posiciona em boas condições para competir no mercado internacional. “Um bom exemplo é o couro dos nossos animais que, pós certificação, passou a ser embarcado para a Itália, para atender a marca Gucci”, informa o diretor.

Para o empresário, a certificação nada mais é do que resultado de diversas ações tomadas em prol da sustentabilidade. “Antes, já realizávamos trabalhos neste sentido, o selo confirmou”, aponta o empresário e completa: “A certificação é completa. Um exemplo: precisamos controlar e calcular se houve aumento de produtividade anual sobre o ano anterior, pois o aumento de produtividade por m² é uma premissa”. Portanto, para continuar com a produtividade crescente, várias práticas são adotadas. Entre elas, Eijsink destaca a genética, “cujo programa de melhoramento vem ▶



“CHEGAMOS AO MOMENTO DA ARRANCADA DO CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL DA INDÚSTRIA DA CARNE”, AFIRMA **MARCO DE JONG**



“ O OBJETIVO É MELHORAR A SUSTENTABILIDADE EM TODA A CADEIA. TEMOS PRODUTORES QUE VÃO MUITO ALÉM DO BÁSICO, PRODUZINDO COM QUALIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL ”

MATHIAS ALMEIDA
GERENTE DE SUSTENTABILIDADE DA MARFRIG



elevando a precocidade e aumentando a produtividade de quilograma de carne por hectare”, pastos rotacionados, suplementação e terminação em confinamento.

MERCADO EM EXPANSÃO. Em âmbito global, o consumo de produtos sustentáveis vem aumentando, principalmente ao longo da última década. “Certamente esperamos que iniciativas como esta desencadeiem mais produtos certificados. Queremos mostrar que é possível fazer a diferença e, como uma empresa de vanguarda, pretendemos ter o controle total sob a carne produzida”, aponta De Jong e, além disso, reforça: “Queremos mostrar ao mercado que a sustentabilidade cria oportunidades”.

Para a Marfrig, a busca pela melhoria contínua é cada vez mais uma necessidade para sobrevivência das empresas. E, como reforça o gerente de sustentabilidade, liderar esse esforço dentro da indústria da carne é um dos maiores desafios da companhia: “As ações em busca da sustentabilidade nos negócios são exemplos para toda a indústria da carne, principalmente se considerarmos a dependência de recursos naturais e humanos nos nossos processos e a importância social do setor frigorífico”. Deste modo, o caminho a ser trilhado, de certa forma, já está definido, a sustentabilidade é um caminho sem volta, lembra. É preciso, contudo, um pleno alinhamento entre todos os elos da cadeia, começando dentro da porteira. Companhias como a própria Marfrig planejam elevar a participação da carne certificada dentro do negócio, contudo, “a oferta de gado oriundo de fazendas certificadas é que definirá os resultados daqui para frente”, conclui Almeida.

GADO SUSTENTÁVEL. As quatro unidades das Fazendas São Marcelo representam a divisão pecuária do Grupo JD. Reconhecida e certificada pela adoção de práticas sustentáveis, é hoje referência para o Brasil e o mundo. Primeira empresa de pecuária do mundo a conquistar a certificação Rainforest Alliance, também foi pioneira ao ser reconhecida pela Ecocert Brasil (Florianópolis/SC) pelas práticas de bem-estar animal.

“Primeira Reserva Particular do Patrimônio Natural do MS, temos hoje 32 mil hectares, onde a área florestal ocupa mais de 50%. Realizamos o ciclo pecuário completo e possuímos em torno de 50 mil cabeças de gado”, conta o diretor do Grupo JD, Arnaldo Eijsink.

Com cerca de 80 colaboradores, o executivo destaca o convênio com o Grupo



CERTIFICAÇÕES DE UMA PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL RENDERAM AO GRUPO JD O ACESSO A MERCADOS QUE REMUNERAM MELHOR, APONTA **ARNALDO EIJSINK**



THE FROZEN BUTCHER LANÇOU O PRIMEIRO HAMBÚRGUER COM O SELO RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED, PRODUZIDO SOMENTE COM CARNE DE FAZENDAS CERTIFICADAS

de Estudos em Etologia e Ecologia Animal da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp, Campus Jaboticabal/SP), liderado pelo zootecnista e professor Mateus Paranhos, como um dos trunfos a favor do bem-estar animal: “Realizamos treinamento de todos os envolvidos no processo produtivo, desde o vaqueiro até os motoristas de caminhão”.

A genética é outro ponto evidenciado

por Eijsink. “Tem um peso importante no processo”, define. Isso porque, nos últimos anos, o índice de precocidade em novilhas Nelore de 14 meses saltou de 5% para 55%. “Um diferencial enorme na evolução e qualidade do rebanho”. Ainda segundo ele, os machos também tiveram uma destacada evolução com o progresso do melhoramento genético, principalmente em peso e rendimento de carcaça, tanto para venda de touros quanto para abate. Todo esse desenvolvimento se deu devido ao Paint, programa de melhoramento genético para bovinos de corte da CRV Lagoa (Sertãozinho/SP). ■