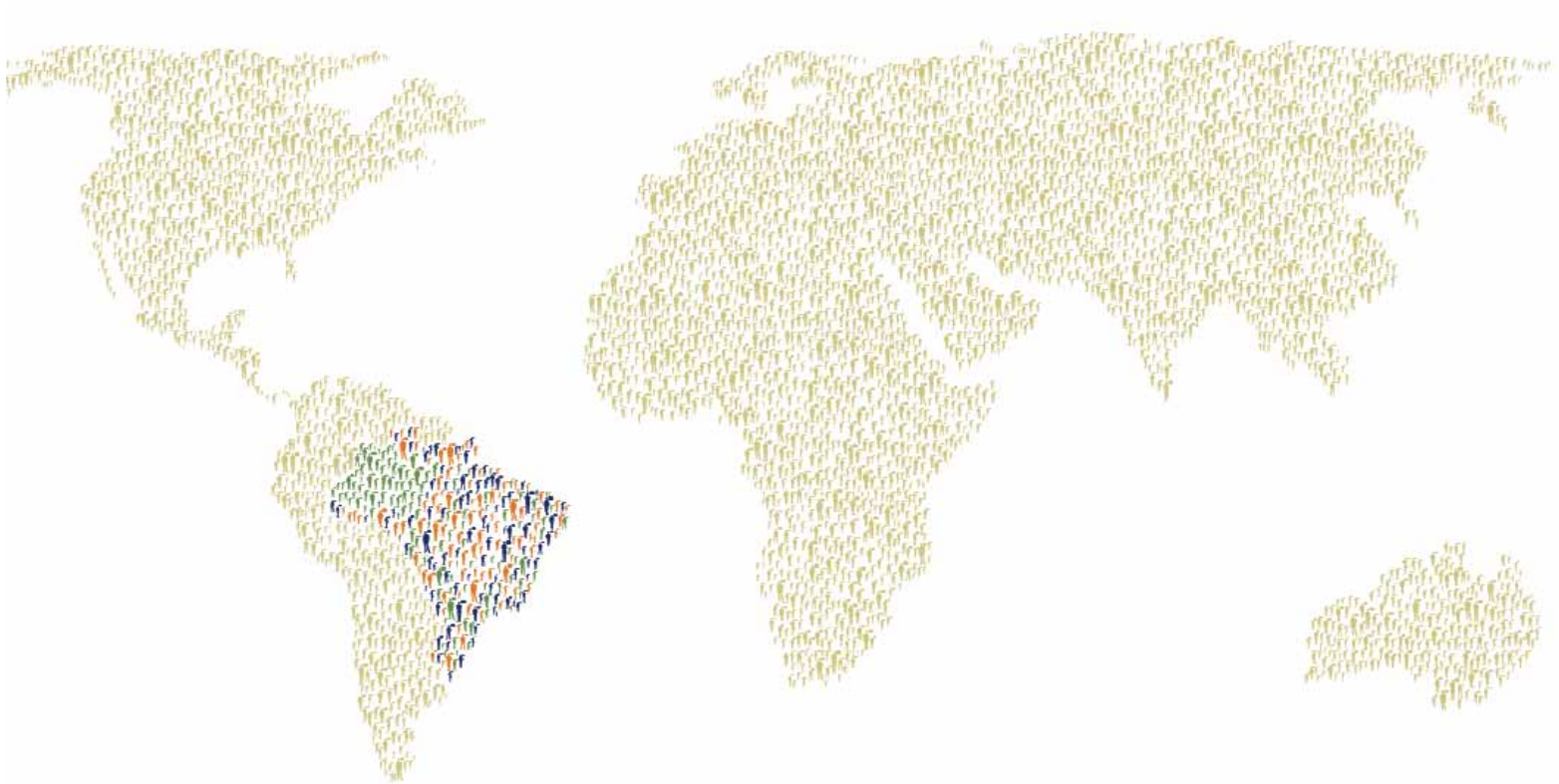




Relatório Anual 2007 *Annual Report*





# Perfil

## Profile

Sediada em Mineápolis (Minnessota), nos Estados Unidos, a Cargill está presente em 66 países de cinco continentes e emprega cerca de 158 mil funcionários. Atua nas áreas agrícola, alimentícia e de gerenciamento de riscos.

No Brasil, onde está desde 1965, 24,4 mil funcionários trabalham alinhados à sua estratégia global, com objetivos claros a serem alcançados até 2015. Mantém 17 diferentes atividades de negócio e está presente em 180 municípios de 18 estados, com 32 fábricas, 29 escritórios, 96 armazéns, 36 transbordos e dez terminais portuários, entre instalações próprias, concedidas ou de terceiros.

Em 2007, registrou receita operacional líquida consolidada de R\$ 12,7 bilhões, crescimento de 5,2% em comparação ao ano anterior. A expansão reflete a constante busca de aperfeiçoamento dos negócios e do portfólio de produtos e serviços colocado à disposição dos clientes, bem como a crescente demanda mundial por *commodities*. Essas características contribuem para evidenciar a companhia em todas as suas áreas de atuação.

**AGRÍCOLA** – No segmento agrícola, por meio de sua estrutura e conexão entre diferentes negócios, a Cargill tem acesso a importantes mercados mundiais. Nesse setor, comercializa, exporta e processa grãos e outras *commodities*, como milho, açúcar e algodão, além de ser uma das principais produtoras e fornecedoras do segmento de nutrição animal. Atualmente, é uma das maiores exportadoras de soja do território nacional e a segunda maior processadora. A Cargill é ainda a maior operadora de açúcar, tanto em participação na origem e venda do produto brasileiro exportado quanto em participação no mercado mundial nesse segmento.

**ALIMENTÍCIO** – É fornecedora de produtos de consumo e ingredientes alimentícios. Detém algumas das principais marcas do País, como Liza, Mazola, Maria, Olívia, Gourmet e Seara, maior exportadora de carne de frango para a Europa e o Japão. A empresa também é líder na produção de derivados de cacau no mercado brasileiro e, em 2007, deu início à produção de *compounds* e chocolates para a indústria. Fornece óleos e gorduras vegetais para a indústria alimentícia e para o segmento de *food service*, além de ingredientes para a produção de doces, sorvetes, biscoitos, balas, bebidas e confeitos, como acidulantes, amidos e adoçantes, farinhas, aromas, recheios e coberturas.

**FINANCEIRO E GERENCIAMENTO DE RISCOS** – Desenvolve soluções financeiras para seus próprios negócios e para clientes e fornecedores por meio da área de Trade and Structure Finance. Pela CarVal Investimentos, trabalha com crédito corporativo, carteiras de empréstimos, investimentos imobiliários e oportunidades especiais. Já em gerenciamento de riscos, oferece o produto Cargill Garantia Plus, que protege os negócios dos fornecedores das oscilações de preço da soja e do cacau nas bolsas de valores. No Brasil há ainda a presença da Black River Asset Management, companhia de investimentos global que fornece aos investidores qualificados alternativas de investimentos e oportunidades.

**INDUSTRIAL** – Atua no mercado não-alimentício abastecendo indústrias de lubrificantes, farmacêuticas, cosméticas, de tintas e produtos químicos, entre outras. Fornece óleos vegetais

*Cargill is present in 66 countries across the five continents, headquartered in Minneapolis, Minnesota and employing around 158,000 people. Its expertise is in the areas of agribusiness, food, and risk management.*

*It has been operating in Brazil since 1965 and today has 24,400 employees working in line with its global strategy with clear objectives to be reached by 2015. It has 17 different business activities and is present in 180 cities in 18 states with 32 plants, 29 offices, 96 storage facilities, 36 transshipment hubs and ten port terminals, whether own facilities, concessions or of third-parties.*

*Its consolidated net operating income in 2007 was R\$ 12.7 billion – a growth of 5.2% in comparison with the previous year. This expansion is the result of a constant drive to improve business and the product and service portfolio made available to the clients, along with a growing demand worldwide for commodities. These characteristics contribute to giving the company the cutting edge in its areas of expertise.*

**AGRIBUSINESS** – *Cargill has access to important world markets because of its structure and connections in different business sectors. It buys, trades and processes grains and other commodities such as corn, sugar and cotton and is one of the main producers and suppliers in the animal nutrition sector. Currently, Cargill holds the distinction of being one of Brazil's largest soybean exporters, and the second-largest soybean processor. Cargill is also the largest trader in sugar, both in market share at the origin and sales of the Brazilian product exported, as well as its worldwide market share in this segment.*

**FOODS** – *Cargill is a supplier of consumer products and food ingredients. Some of its main brands in the country are Liza, Mazola, Maria, Olívia, Gourmet and Seara, the largest poultry exporter to Europe and Japan. The company is also the leading producer of cocoa derivatives in Brazil, and in 2007 it began to produce compounds and chocolates for the industry. It provides oils and vegetable fats for the production of food products and for the food service sector, as well as food ingredients to produce sweets, ice creams, cookies, hard candies, beverages and confections such as acidulants, starches and sweeteners, flour, flavors, fillings and toppings.*

**FINANCIAL AND RISK MANAGEMENT** – *Solutions for its own business and for customers and suppliers through its Trade and Structured Finance department. It operates in corporate credit, loan portfolios, real estate holdings and special opportunities through its CarVal Investors division. On the risk management side, it offers the product Cargill Garantia Plus in order to protect the suppliers' business against the fluctuations of the soybean and cocoa price on the stock exchange. Furthermore, Black River Asset Management is a global investment firm controlled by Cargill Inc. that provides investment alternatives and opportunities to qualified investors.*

**INDUSTRIAL** – *Cargill operates in the non-food market, supplying raw materials to lubricant, pharmaceutical, cosmetic, paint and chemical product industries, among others. It supplies vegetable*



e lubrificantes biodegradáveis por intermédio da Innovatti, além de manter uma extensa linha de amidos e féculas regulares e modificadas, dextrinas e adesivos para aplicações variadas nos setores de papel, papelão, químico, têxtil, mineração e gessão acartonado. Também negocia minérios, ferro-gusa e aço com os principais mercados mundiais e produz e comercializa soluções sustentáveis a partir de matérias-primas agrícolas, como o etanol, da cana-de-açúcar.

## VISÃO

Para ser a líder global em alimentação, a Cargill busca criar valores diferenciados no mercado e soluções capazes de estreitar seu relacionamento com os clientes, adotando sempre uma postura confiável, inovadora e empreendedora. Assim, a avaliação de seu desempenho depende do grau de engajamento dos funcionários com relação à Missão e aos Valores Corporativos, do nível de satisfação dos clientes, da participação no enriquecimento das comunidades em que atua e do crescimento lucrativo da empresa.

## OBJETIVO

Ser líder global em alimentação.

## MISSÃO

Criar valores diferenciados.

## ABORDAGEM

Ser confiável, criativa e empreendedora.

## MEDIDAS DE DESEMPENHO

Funcionários engajados, clientes satisfeitos, comunidades enriquecidas e crescimento lucrativo.

"Até o ano de 2015, a Cargill quer ser a empresa preferida, reconhecida por ter pessoas de grande potencial e com imaginação, comprometidas com a excelência nas soluções entregues aos parceiros que serve nos setores agrícola, alimentício e de gerenciamento de risco".

Para alcançar esse objetivo, a empresa pauta sua atuação nos seguintes pilares: Foco no Cliente, Inovação, Gerenciamento de Talentos e Colaboração. Essa é a Intenção Estratégica da Cargill, que constitui-se na aspiração para a condução dos negócios e o caminho que deverá trilhar para alcançar a sua Visão.

oils and biodegradable lubricants through its Innovatti agency and offers a broad line of regular and modified starches, dextrins and adhesives for various applications in the pulp & paper, chemical, textile, mining and drywall sectors. It also trades in iron-ore, pig iron and steel on the world's major markets. The company also develops and trades sustainable products such as ethanol from agricultural raw materials, in this case sugarcane.

## VISION

To become the global leader in nourishing people, Cargill is working to create outstanding market value and solutions capable of building closer relationships with the customers, while always taking a reliable, innovative and enterprising stance. Therefore, the assessment of its performance depends on the level of its employees' commitment to its corporate mission and values, its customers' level of satisfaction, the part it plays in enriching the communities where it operates and the company's profitable growth.

## PURPOSE

To be the global leader in nourishing people.

## MISSION

To create distinctive values.

## APPROACH

To be trustworthy, creative and enterprising.

## PERFORMANCE MEASURES

Engaged employees, satisfied customers, enriched communities and profitable growth.

"By 2015 Cargill will be the partner of choice, recognized as having great people with imagination committed to delivering the best ideas to the worlds it serves: agriculture, food and risk management".

In order to fulfill this purpose, the company must focus on the following pillars: Customer Focus, Innovation, Talent Management and Collaboration. This is Cargill's Strategic Intent, based on the aspiration for steering the business and the path that should be taken in order for its vision to be reached.

# Diálogo

## Dialogue

O diálogo com seus diferentes públicos é essencial para a Cargill atingir seu objetivo de ser líder global em alimentação, com funcionários engajados, clientes satisfeitos, comunidades enriquecidas e crescimento rentável.

Esse diálogo é desenvolvido com base nos princípios de transparência, ética e valorização da diversidade, que permitem aprofundar o compromisso com a excelência nas soluções entregues aos parceiros dos setores agrícola, alimentício e de gerenciamento de risco.

*The dialogue with its different publics is essential for Cargill to reach its objective to be a global leader in nourishing people, with engaged employees, satisfied customers, enriched communities and profitable growth.*

*This dialogue is developed upon the principles of transparency, ethics, and valuing differences, which enable the company to honor its commitment to excellence in the solutions it delivers to partners in the agriculture, food, and risk management sectors.*

# Índice *Table of contents*

**1**   
Perfil *Profile*

Cargill no Brasil e no mundo *Cargill in Brazil and around the world*  
Visão, Missão e Objetivo *Vision, Mission and Purpose*

**2**   
Mensagem do presidente *Message from the president*

**4**   
Principais indicadores *Main indicators*

**5**   
Destaques de 2007 *Highlights in 2007*

**6**   
Estratégia e modelo de gestão *Management strategy and model*

**10**   
Os negócios da Cargill *Cargill's business*

Mapa das principais localidades *Map of the main locations*

**18**   
Logística *Logistics*

**19**   
Gestão de recursos humanos *Human resources management*

**26**   
Segurança, saúde e meio ambiente *Safety, health and the environment*

**32**   
Relacionamentos *Relationships*

Fornecedores *Suppliers*

Comunidade *Community*

Governo e sociedade *Governments and society*

Clientes *Customers and consumers*

**42**   
Balanço social *Social Balance Sheet*

**44**   
Premiações e reconhecimentos *Awards and acknowledgments*



# Mensagem do presidente

## Message from the president

O principal mérito de uma empresa é manter profissionais comprometidos com os resultados e clientes satisfeitos. Na Cargill buscamos ainda alcançar crescimento lucrativo e comunidades enriquecidas. Os resultados da empresa, em 2007, demonstram que estamos no caminho certo para conquistar esses diferenciais. Nossa receita líquida, sem considerar os dados de Cargill Nutrição Animal, cresceu 5,2% em relação a 2006 e totalizou R\$ 12,7 bilhões. O resultado operacional avançou para R\$ 28,9 milhões, revertendo o prejuízo do ano anterior. Ao longo do ano, alcançamos um leque significativo de recordes de produtividade, batidos por grande parte de nossas operações.

O ano foi marcado por inovações que não se limitaram aos aspectos tecnológicos e estratégicos dos negócios, mas estenderam-se aos relacionamentos com nossos *stakeholders*. Acreditamos no diálogo permanente e franco com os nossos públicos para avançarmos continuamente na entrega de soluções capazes de contribuir para o crescimento do Brasil. Somente dessa forma continuaremos a identificar e aproveitar as oportunidades surgidas nos mercados interno e externo. O aumento da demanda da população brasileira por produtos dos quais participamos direta ou indiretamente, combinado à alta mundial do preço das *commodities*, resultou em um cenário favorável que soubemos interpretar para crescer. Do volume total comercializado, originado e processado – cerca de 18,3 milhões de toneladas –, 67% foi destinado ao exterior.

Atentos às oportunidades de mercado, inauguramos nossa fábrica de chocolate industrial e *compounds*, em Porto Ferreira (SP), ingressando em um segmento que cresce aceleradamente. A Purina completou 40 anos no setor de rações, com participação superior a 50% em segmentos como a aquicultura. A marca Maria, após um ano de sua aquisição pela Cargill, foi reposicionada – ganhando inclusive novas embalagens –, e uma nova campanha publicitária da marca Liza, valorizando o papel das mulheres, a tornou ainda mais conhecida pelos brasileiros. Anunciamos também novos investimentos, como as instalações da unidade de processamento de soja em Primavera do Leste (MT) e de um Centro de Tecnologia em Campinas (SP), que atenderá toda a Plataforma de Sistemas e Ingredientes Alimentícios da Cargill na América Latina no desenvolvimento de novas soluções alimentícias.

Essas conquistas foram obtidas com responsabilidade. Aplicamos preceitos éticos em todas as nossas ações – que contemplam o respeito ao meio ambiente e a melhoria das condições de vida da população – e procuramos estimular esses mesmos princípios nas cadeias produtivas de que participamos. Exemplos são a extensão do Cargill Garantia Plus – produto que protege o produtor rural das oscilações de preços do mercado de grãos, garantindo-lhes um preço mínimo na comercialização da sua safra – também para o segmento de cacau; o lançamento de produtos desejados pelos consumidores, como os isentos de gorduras *trans* e com menor teor de gorduras saturadas, e uma nova linha de fatiados da marca Seara. A essas realizações somam-se os investimentos em projetos socioambientais externos, que totalizaram R\$ 6,3 milhões no ano.

A Fundação Cargill deu continuidade às suas principais ações – o programa “*de grão em grão*” e o Programa de Apoio ao Ensino Fundamental Fura-Bolo –, que beneficiam cerca de 54 mil alunos, 2.224 professores e 142 escolas brasileiras. Em Itapiranga (SC), por meio do início do projeto *Minha Casa*, 105 funcionários da fábrica da Unidade de Negócio Carnes terão acesso à casa própria, com o auxílio da empresa, que destinou recursos para facilitar a realização

*The main merit of a company is to keep its employees engaged with the results and its customers satisfied. At Cargill we also seek to achieve profitable growth and enriched communities. The results in 2007 at Cargill show that we are on the right path to reaching these goals. Our net revenue grew 5.2% in relation to 2006 and totaled R\$ 12.7 billion, without considering the numbers from Cargill Animal Nutrition. The operating income grew to R\$ 28.9 million, reverting the loss from the previous year. This is all because of various productivity records that were broken by many of our operations.*

*Last year was marked by innovations that were not only related to technology and business strategies, but also extended into the realm of relationships with our stakeholders. We believe in constant and open dialogue with our publics in order to continually move forward in delivering solutions capable of contributing to Brazil's growth. Only in this way will we be able to continually identify and take advantage of the opportunities that come up in the domestic and external markets. Increase in demand from the Brazilian population for products in which we have direct or indirect investment, together with higher commodity prices worldwide, resulted in a favorable scenario where we were able to take actions for growth. Sixty-seven percent of the total originated and processed volume (around 18.3 million metric tons) was shipped abroad.*

*With an eye on seeing business opportunities, we inaugurated our industrial chocolate and compounds plant in Porto Ferreira (state of São Paulo) and entered into this fast-growing segment. Purina celebrated 40 years in the animal feed market, with more than 50% market share in segments such as fish feed. One year after the Maria brand was purchased by Cargill, it was repositioned and given new packaging, and a new advertising campaign for the Liza brand valuing the woman's role made it even better known by Brazilians. We also announced new investments such as in the soybean processing plant facilities in Primavera do Leste (state of Mato Grosso) and in a Technology Center in Campinas (state of São Paulo) that will service Cargill's entire Food Ingredients and Systems Platform in Latin America for developing new nutritional solutions.*

*These actions were driven by sustainability and responsibility. Ethical principles were followed throughout our actions concerning respect for the environment and improvement in people's living conditions and we encouraged these same principles in the production chains we have a part in. Examples of these extensions are Cargill Garantia Plus, a product that protects the farmer from the ups and downs of prices in the grain market by ensuring him a minimum price for selling his crop, including the cocoa segment, the launching of products demanded by consumers, such as trans fat-free and with a lower percentage of saturated fats, and a new line of Seara brand sliced cold cuts. Added to these were investments in external social-environmental projects that totaled R\$ 6.3 million in the year.*

*Cargill Foundation continued with its main actions, the “de grão em grão” (grain by grain) and Programa de Apoio ao Ensino Fundamental Fura-Bolo (Elementary Education Support Program “Fura-Bolo”) projects, which benefited around 54,000 students, 2,224 teachers and 142 Brazilian schools. In Itapiranga (state of Santa Catarina), the Minha Casa (My House) project was initiated with the purpose of helping 105 employees at the Meats Business Unit plant become the owners of their own house. The company made it possible for*

desse sonho. Na área ambiental, mantivemos nossa participação na *Mesa Redonda da Soja Responsável* – organismo internacional com objetivo de promover a produção de soja sob preceitos da sustentabilidade – e no compromisso com a *Moratória da Soja*, assinada em junho de 2006. Nossa unidade de compostagem, em Uberlândia (MG), está transformando em adubo 4 mil toneladas mensais de resíduos, uma prática de reaproveitamento para produzir ainda mais alimentos.

Todas essas conquistas da Cargill no Brasil só foram possíveis porque contamos com mais de 24 mil funcionários comprometidos com os nossos princípios e com o propósito de tornar a empresa sempre melhor. O *Modelo de Liderança Cargill* está proporcionando o desenvolvimento profissional que se reflete no desempenho dos negócios e no bem-estar do ambiente de trabalho. Combinado à carteira de benefícios – que inclui plano de previdência complementar, programa de preparação para aposentadoria e cooperativa de crédito –, esse conjunto de fatores nos levou a figurar, pelo sétimo ano consecutivo, no *ranking* das *150 Melhores Empresas para Trabalhar* do *Guia Exame/Você S.A.* A satisfação dos nossos funcionários nos honra, mas também nos desafia a superar sempre suas expectativas. Dessa forma, acreditamos ser capazes de superar também as expectativas dos clientes.

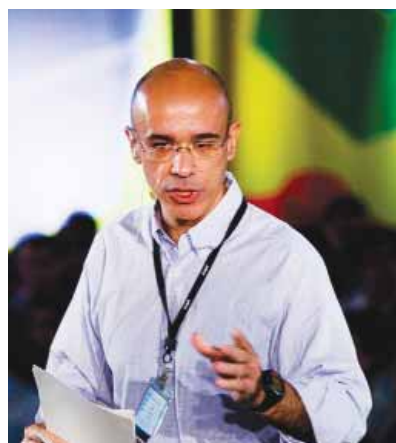
Estamos em contato com os brasileiros de norte a sul, no campo e nas cidades. Reunimos o maior número de profissionais da Cargill fora dos Estados Unidos e, a cada ano, ocupamos papel ainda mais relevante nos negócios globais do grupo. Conhecemos o potencial do País e suas condições de continuar a ampliar as fronteiras agrícolas. Por isso, nossa atuação no Brasil não é apenas uma opção, mas um importante diferencial estratégico, que nos leva a firmar o compromisso de continuar trabalhando para sermos, sempre, uma das empresas preferidas de nossos clientes e fornecedores, bem como dos talentos brasileiros que estejam em busca de uma companhia que simboliza o melhor de uma multinacional, com forte presença no País e vocação para criar novos líderes nos segmentos em que atuamos.

Sérgio Rial  
Presidente | President

*them to reach this dream. Along environmental lines, we maintained our participation in the Round Table on Responsible Soy, which is an international body to promote soy production under precepts of sustainability, and our commitment with the Soy Moratorium signed in June, 2006. Our composting plant in Uberlândia (state of Minas Gerais) is transforming 4,000 metric tons of residue into fertilizer – a practice to produce even more food through recycling.*

*These strides Cargill has taken in Brazil were only possible because of our over 24 thousand employees engaged with our principles and with the purpose of making the company always better. The Cargill Leadership Model is building its team of employees, and this can be clearly seen reflected in the business performance and people's wellbeing. Once again, for the seventh year in a row, Cargill was listed in the 150 Melhores Empresas para Trabalhar (The 150 Best Companies to Work For) ranking, by Guia Exame/Você S.A., because of unique benefits offered such as complementary pension fund plan, a program for preparing for retirement, the Credit Co-op and other factors. Our employees' satisfaction is an honor, but it also gives us the challenge of always exceeding their expectations. We believe that this will be the basis for us to also be able to surpass the expectations of our customers.*

*We are in touch with Brazilians from North to South, with people in the field and in the cities. We bring together the largest number of Cargill employees outside of the United States and every year we take on a more significant role in the group's global business. We know the country's potential and its conditions to continue to expand the agribusiness frontiers. For all these reasons our activities in Brazil are not simply an option, but an important strategic advantage that brings us to the place of strengthening our commitment to continue working to always be one of the preferred companies of our customers and suppliers, as well as of the Brazilian talents looking for a company that symbolizes the best of a multinational company with a strong presence in the country and a vocation to create new leaders in our areas of expertise.*



# Principais indicadores

## Main indicators

### Resultados\*

### Results\*

		2006	2007
Receita líquida (R\$ mil)*	Net revenue (R\$ thousand)*	12.057.438	12.678.679
Resultado operacional (R\$ mil)*	Operating income (R\$ thousand)*	(210.243)	28.963

\* Os dados não consideram as informações referentes à Cargill Nutrição Animal | Does not include data from Cargill Animal Nutrition Business Unit

### Operacionais

### Operating numbers

		2006	2007
Funcionários	Employees	22.716	24.423
Terceiros	Outsourced	2.478	2.855
Número de unidades industriais	Industrial plants	31	32
Número de armazéns	Storage facilities	108	96
Número de escritórios	Offices	22	29
Número de transbordos	Transshipment hubs	45	36
Número de terminais portuários	Port terminals	10	10







# Destques de 2007

## Highlights in 2007

- Pelo sétimo ano consecutivo, a Cargill figurou entre as *150 Melhores Empresas para Trabalhar* do Guia Exame/Você S.A.;
- Ingresso, em 2007, no mercado de chocolates industriais e *compounds*, com a inauguração de fábrica em Porto Ferreira (SP). A capacidade inicial de produção é de 10 mil toneladas/ano;
- Anúncio da construção de uma processadora de soja, em Primavera do Leste (MT), com capacidade diária de 2 mil toneladas, que começará a operar em 2009;
- Divulgação da construção de um Centro de Tecnologia, em Campinas (SP), até 2009, que permitirá o desenvolvimento de produtos diferenciados e formulações específicas para atender clientes do Brasil e da América Latina;
- Patrocínio do evento *One World, One Health*, que reuniu, no Brasil, governo, acadêmicos, indústria e o terceiro setor para buscar soluções que preservem o meio ambiente, os seres humanos e animais, com benefícios para a segurança alimentar;
- Veiculação de nova campanha da marca Liza na TV;
- Lançamento da Mazola Chef, nova linha de gorduras vegetais para indústria alimentícia;
- Lançamento de produtos de consumo, como lasanhas, pão-de-queijo, pratos prontos à base de peixe e camarão, mortadela Veronezza e linha de fatiados, todos com a marca Seara, bem como do óleo Purilev em embalagem de 500 ml;
- Investimentos no aumento de produção e melhoria da produtividade nas fábricas da Unidade de Negócio Carnes em Sidrolândia (MS), Jacarezinho (PR), Nuporanga (SP) e Forquilha (SC).
- *Prêmio Top of Mind* do jornal *Folha de S. Paulo* para o azeite Gallo;
- Lançamento do projeto *Minha Casa* em Itapiranga (SC), iniciativa da construção de um loteamento com 105 casas populares; e
- Conquista de *Selo Social* como reconhecimento pelos investimentos sociais destinados aos públicos interno e externo, contribuindo para os *Objetivos do Milênio*.

- For the seventh year in a row, Cargill was listed in the 150 Melhores Empresas para Trabalhar (The 150 Best Companies to Work For) ranking, by Guia Exame/Você S.A.;
- The company enters the industrial chocolate and compounds market in 2007, starting up its plant in Porto Ferreira (state of São Paulo). Initial annual production capacity is 10,000 metric tons;
- Announcement to build a soybean processing plant in Primavera do Leste (state of Mato Grosso), to begin operations in 2009 with a daily capacity of 2,000 metric tons;
- Announcement of building project for a Technology Center in Campinas (state of São Paulo), which will be under construction until 2009, making it possible to develop unique products and specific formulations for customers in Brazil and Latin America;
- Sponsorship of the One World, One Health event in Brazil, bringing together the government, academia, industry and the non-government sector to find solutions for preserving the environment, human beings and animals with food safety benefits;
- New campaign broadcast on TV for brand Liza;
- Launching of Mazola Chef, a line of hydrogenated vegetable fats for the food industry;
- Consumer products launched, such as lasagnas, cheese balls, ready meals containing fish and shrimp, Veronezza bologna and line of cold cuts, all under the brand Seara; and Purilev oil in 500 ml packaging;
- Investments to increase production and improve productivity in the Meats Business Unit plants located in Sidrolândia (state of Mato Grosso do Sul), Jacarezinho (state of Paraná), Nuporanga (state of São Paulo) and Forquilha (state of Santa Catarina);
- Top of Mind Award from Folha de São Paulo newspaper for Gallo olive oil;
- Minha Casa (My House) project launched in Itapiranga (state of Santa Catarina) – an initiative to build a housing development with 105 houses; and
- Acceptance of the Social Seal in recognition for in-house and external social investments made, contributing to the Millennium Objectives.



# Estratégia e modelo de gestão

## Management strategy and model

A Intenção Estratégica global da Cargill é atingir, até 2015, a condição de empresa preferida pelos *stakeholders* e reconhecida por manter profissionais qualificados, inovadores e comprometidos com a excelência das soluções entregues aos parceiros nos setores agrícola, alimentício e de gerenciamento de risco.

Para alcançar seu objetivo, investe no fortalecimento dos seguintes pilares e diretrizes:

### **FOCO NO CLIENTE** – A EMPRESA QUER SER A PREFERIDA DE SEUS CLIENTES.

A Cargill busca o aprimoramento contínuo de sua relação com os clientes e a estruturação de canais que qualifiquem a comunicação com eles, transformem suas informações, críticas e sugestões em subsídios para o desenvolvimento de planos de negócios alinhados às suas necessidades, e resultem em produtos e serviços de alta qualidade.

### **INOVAÇÃO** – TRABALHA PARA ENTREGAR AOS CLIENTES SOLUÇÕES MELHORES DO QUE AS DA CONCORRÊNCIA.

A capacidade inovadora da companhia decorre da combinação de experiência e conhecimento de mercados regionais; integração das lideranças das Unidades e Plataformas de Negócios em todo o mundo, para o compartilhamento de informações técnicas, tendências de mercado e projetos; trabalho conjunto de equipes de desenvolvimento de produtos de diferentes Unidades de Negócios; investimentos em pesquisas científicas e de mercado; e infra-estrutura moderna. Essa receita permite entender o mercado e suas demandas e antecipar-se às necessidades dos *stakeholders*.

### **GERENCIAMENTO DE TALENTO** – BUSCA SELECIONAR, DESENVOLVER E RETER AS MELHORES PESSOAS EM SEUS QUADROS.

A empresa fortalece continuamente o *Modelo de Liderança Cargill* e o *Programa de Gerenciamento de Performance*, dois instrumentos impulsionadores do desenvolvimento pessoal e profissional de seus funcionários, assim como da satisfação e do orgulho por trabalharem na companhia.

### **COLABORAÇÃO** – ACREDITA QUE O APROVEITAMENTO DE CONEXÕES E SINERGIAS ENTRE AS DIVERSAS UNIDADES DE NEGÓCIOS TRAZ VANTAGENS IMPORTANTES.

Convicta de que a sinergia entre suas áreas de negócios no Brasil contribui para alcançar seu objetivo estratégico, a empresa avalia constantemente a possibilidade de aproveitar estruturas e *know-how* já existentes para conduzir as suas operações de forma mais eficiente. Esse ganho pode ser ilustrado, no ano de 2007, pela instalação da fábrica de *compounds* e chocolate industrial, que aproveitou a infra-estrutura já existente em Porto Ferreira (SP), onde funciona uma das linhas de produção da Unidade de Negócio Amidos & Adoçantes.

### **RESPONSABILIDADE** – ZELA PERMANENTEMENTE PELOS COMPROMISSOS ASSUMIDOS, MANTENDO OS ACORDOS QUE ESTABELECE E ENTREGANDO, SEMPRE, AQUILO QUE PROMETE.

A conduta dos funcionários da Cargill é regida pelo Código de Ética da companhia, que prevê honrar sempre todas as obrigações comerciais assumidas, com absoluta integridade. No mesmo sentido, a empresa aprimora continuamente seu Sistema de Gestão, de forma a aumentar a produtividade, o registro e a confiabilidade das informações, assegurando transparência e agilidade na condução das atividades.

*Cargill's global Strategic Intent is, by 2015, to become the partner of choice of the stakeholders and be recognized for maintaining qualified people with imagination and committed to excellence for delivering the best solutions to our partners in the agriculture, food and risk management sectors.*

*Investments are made in the following pillars and guidelines to reach this objective:*

#### **CUSTOMER FOCUS** – WE WILL BECOME THE PARTNER OF CHOICE.

*Cargill seeks continuous improvement in its relation with its customers and in putting in place channels that streamline communication with them, transforming their information, criticisms and suggestions into springboards for the development of business plans in line with their needs and that result in top quality products and services.*

#### **INNOVATION** – WE WILL DELIVER IDEAS TO OUR CUSTOMERS THAT ARE BETTER THAN ANY OF OUR COMPETITION.

*The company's innovative capacity comes from a mix of experience and regional market knowledge, integration of Business Units and Platforms leaders around the world for sharing technical information, market trends and projects, as well as teamwork in developing products in different Business Units, investments in scientific and market research, and modern infrastructure. This recipe makes it possible to understand the market and its demands and anticipate stakeholder needs.*

#### **TALENT MANAGEMENT** – WE WILL SELECT, DEVELOP AND RETAIN THE BEST PEOPLE.

*The company continually strengthens the Cargill Leadership Model and the Performance Management Program, which are two instruments for driving the personal and professional development of its employees as well as the satisfaction and pride they have in working for the company.*

#### **COLLABORATION** – WE WILL EXPLOIT THE MANY CONNECTIONS AND SYNERGIES AMONG THE CARGILL BUSINESS UNITS.

*Convinced that the synergy between the business areas in Brazil contributes to reaching its strategic objective, the company is constantly evaluating the possibilities for taking advantage of its existing facilities and know-how to carry out its operations even more efficiently. These gains can be illustrated in 2007 by the opening of the compounds and industrial chocolate plant, which took advantage of its existing infrastructure in Porto Ferreira (state of São Paulo) where one of its production lines already operates, the Starches & Sweeteners Business Unit.*

#### **ACCOUNTABILITY** – WE WILL NOT LET EACH OTHER DOWN. WE WILL DO WHAT WE SAY WE ARE GOING TO DO.

*The Cargill employees' conduct will be governed by the company's Code of Ethics, which includes honoring all commercial commitments with absolute integrity. In the same way, the company continually improves its Management System in order to increase the productivity, recording and the reliability of its information, ensuring transparency and agility in carrying out the activities.*



## MODELO DE GESTÃO

A Cargill gere seus negócios de acordo com as diretrizes estabelecidas mundialmente, adaptadas à realidade de cada mercado. A principal instância deliberativa da empresa no mundo é a Equipe de Liderança (CLT - Cargill Leadership Team), composta por diretores, que estabelecem os padrões de governança corporativa, que abordam temas como as responsabilidades e os direitos de seus integrantes e planos de sucessão, decisões estratégicas de longo prazo e investimentos, e acompanham o desempenho das atividades da Cargill ao redor do mundo a partir da sede em Mineápolis (Minnesota, EUA). Também verificam a adequação às políticas corporativas – o que inclui aspectos socioambientais – e deliberam sobre novos investimentos. As diretrizes são revistas anualmente por um Comitê de Governança Corporativa, que reporta suas recomendações ao Conselho.

Em todos os países onde atua, a Cargill mantém um diretor regional, que responde à Equipe de Liderança Mundial. Em cada região possui diversas Unidades de Negócios que se reportam às respectivas Plataformas de Negócios mundiais.

Em 2006, a estrutura organizacional da companhia passou por reformulação e simplificação. Foram reduzidas de 11 para sete as Plataformas de Negócios e de 80 para 77 o número de Unidades de Negócios.

## MANAGEMENT MODEL

*Cargill manages its business according to guidelines established worldwide and adapted to the reality of each market. The company's main global advisory board is the Cargill Leadership Team – CLT, made up of directors who establish the corporate governance standards that address issues such as responsibilities and the rights of the members, succession plans, long-term strategic decisions and investments, and they monitor the performance of Cargill's activities around the world from Minneapolis, Minnesota, US. They also make sure that the corporate policies are followed, including social-environmental aspects, and discuss new investments. The guidelines are revised every year by a Corporate Governance Committee that reports its recommendations to the Board.*

*Cargill has a regional director in every country where it operates, who reports to the global Leadership Team. In each region it has various Business Units that report to their respective global Business Platforms.*

*In 2006, the company's organizational structure underwent reformulation and simplification, going from 11 to 7 Business Platforms and from 80 to 77 Business Units.*





No Brasil, o relacionamento da empresa com os produtores, que fornecem matérias-primas para suas fábricas em todas as regiões, é fortalecido pelo diálogo, pela troca de melhores práticas e oferta de produtos como o Cargill Garantia Plus, que protege agricultores de possíveis oscilações significativas no preço da soja e do cacau.

*In Brazil, the company's relationship with producers from all regions is strengthened by dialogue, by the exchange of best practices, and the offer of products such as Cargill Garantia Plus, which protects farmers from significant fluctuations of the soybean and cocoa price.*

# Produtores

*Producers*

# Os negócios da Cargill

## Cargill's business

A Cargill registrou, em 2007, receita líquida de R\$ 12,7 bilhões (sem considerar Cargill Nutrição Animal), o que representa crescimento de 5,2% em comparação ao ano anterior. O avanço decorre de uma série de conquistas de suas áreas de negócios – que mantêm em suas estruturas fábricas, armazéns, transbordos e terminais portuários – em 18 estados brasileiros. Muitas delas alcançaram recordes de produtividade e ganhos no ano. Os setores que mais contribuíram para o crescimento dos números foram o de originação e processamento de grãos, oleaginosas e outras *commodities* agrícolas, industrializando e distribuindo interna e externamente esses produtos, bem como oferecendo serviços de gestão de riscos. O resultado operacional da companhia foi de R\$ 28,9 milhões, aumento de 114% em relação a 2006.

No ano, o volume total originado, processado, industrializado e comercializado, alcançou 18,3 milhões de toneladas de produtos, sendo 67% destinadas a outros países e 33% ao mercado interno. As operações da Cargill resultaram em R\$ 906,6 milhões em tributos, excluídos os encargos sociais, que somaram R\$ 185,9 milhões.

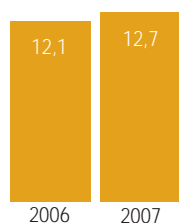
O cenário econômico externo e interno contribuiu para o desempenho: ao mesmo tempo em que houve elevação substancial do preço das *commodities*, o que trouxe impacto positivo às exportações, a moeda brasileira valorizou-se em relação ao dólar; e no mercado interno o crescimento da renda dos brasileiros estimulou o consumo.

Cargill recorded a net revenue of R\$ 12.7 billion in 2007 (without considering Cargill Animal Nutrition), which represents a growth of 5.2% in comparison with the previous year. These advances are a result of a series of milestones reached in its business areas, which include plants, storage facilities, transshipment hubs and port terminals in 18 states in Brazil. Many of them broke records of productivity and gains in the year. The sectors that most contributed to the growth in numbers were the origination and processing of grains, oilseeds and other agricultural commodities, industrializing and distributing these products internally and externally, as well as offering risk management services. The company's operating income was R\$ 28.9 million – an increase of 114% in relation to 2006.

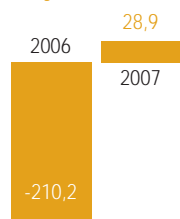
In the year, the total volume originated, processed, industrialized and sold reached 18.3 million metric tons of products, of which 67% went to other countries and 33% to the domestic market. Cargill's operations generated R\$ 906.6 million in taxes, excluding payroll taxes, which totaled R\$ 185.9 million.

The external and internal economic scenario contributed to this performance. The prices of commodities not only rose substantially, which positively impacted exports, but the Brazilian currency gained against the Dollar. Internally, the growth of Brazilian incomes increased consumption.

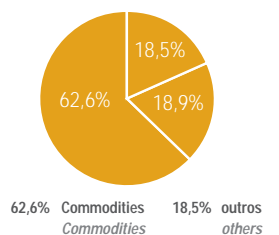
Receita líquida (em R\$ bilhões)\*  
Net Revenue (in billions of R\$)\*



Resultado operacional (em R\$ milhões)\*  
Operating Income (in millions of R\$)\*



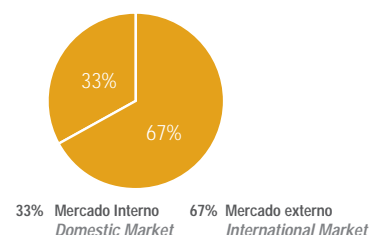
Volume de vendas por tipo de produto (em%)  
Sales Volume per type of product (in %)



18,9% Ingredientes alimentícios, produtos para consumo final e carnes

Food ingredients, products for final consumption, and meat

Vendas por destino (em%)  
Sales by destination



\*\*Gráficos com volume baseado em toneladas  
Graphs with volume based on metric tons

\*Receita não considera Cargill Nutrição Animal  
\*Revenue does not consider Cargill Animal Nutrition





Dentre os lançamentos com a marca Seara, estão:

- pratos prontos, empanados e cortes especiais de carne;
- 17 kits de Natal em embalagem inovadora (cooler térmico reutilizável com capacidade para 18 latas de bebidas);
- embutidos fatiados, em embalagens de 150 gramas;
- mortadela Veronezza, feita com cortes de primeira qualidade e levemente defumada, e as novas embalagens dos empanados de frango Coloritos, direcionados ao público infantil;
- lasanhas com sabores quatro queijos e bolonhesa;
- pão-de-queijo;
- pratos prontos à base camarão e peixes; e
- picanha bovina.

## Cacau & Chocolate

A indústria de chocolates, no Brasil, avançou 23% em 2007 em comparação com o ano anterior, com volume de vendas de 304 mil toneladas, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados. O aumento foi impulsionado pelo incremento da renda da população. Esse cenário positivo, porém, teve como contrapeso a valorização do real ante o dólar e a quebra de produção em razão da vassoura-de-bruxa.

Em 2007, a participação da empresa no Brasil cresceu de 22% para 28% no mercado de derivados de cacau. Atenta às demandas de seus clientes e às oportunidades do setor, a Cargill inaugurou nesse período uma fábrica em Porto Ferreira (SP) para produção de chocolate industrial e *compounds*, que serão comercializados a granel, em sacos, barras e baldes. No município, a empresa já mantinha uma unidade fabril de amidos e adoçantes e laboratório para análise e teste de qualidade de novos produtos. O fato de estar localizada em uma região que concentra importantes clientes influenciou na escolha para a instalação da nova fábrica, que também possibilitou a integração com matérias-primas de outras áreas da empresa, como gorduras vegetais, aromas e açúcar. A unidade tem capacidade inicial para produzir 10 mil toneladas por ano, com possibilidade de expansão.

A Unidade de Negócio Cacau & Chocolate também mantém fábrica em Ilhéus (BA), considerada a maior processadora de amêndoas de cacau da América Latina. Apesar do crescimento de demanda interna, a Cargill exporta boa parte de sua produção. Os pós de cacau – a empresa detém 29% de participação no mercado nacional do produto – exportados representam aproximadamente 50% do volume remetido pelo Brasil ao exterior.

## Flavor Systems

Dedica-se à produção de aromas (líquidos, em pó e emulsões) e de preparados para a indústria de iogurtes, molhos, recheio e coberturas, incluindo preparados com pedaços de frutas íntegras.

Em 2007, a estrutura da fábrica de aromas foi aperfeiçoada, o que, combinada à venda do negócio de fragrâncias – que não constitui área de interesse da Cargill, cujo foco é alimentício – possibilitou o direcionamento maior em clientes e segmentos-chave. Ainda foi anunciada a instalação de novos laboratórios de criação de aromas, dentro do Centro Tecnológico que a empresa construirá na região de Campinas (SP). Na unidade em São José do Rio Pardo (SP), a capacidade de produção foi ampliada com a aquisição de novos equipamentos e substituição de máquinas antigas, permitindo ampliar o leque de produtos.

O segmento de preparados sofreu o impacto da forte alta de preços do leite, refletida nos volumes de alguns segmentos em que a Cargill atua. Esse aspecto foi em parte neutralizado pela estratégia de diversificação que o negócio vem perseguindo há algum tempo.

## Amidos e Adoçantes

A Unidade de Negócio atua no setor alimentício, mas também se dedica ao industrial. Para o primeiro, fornece ingredientes para balas e confeitos, bebidas, lácteos, alimentos de conveniência e panificação, entre outros. No setor industrial produz insumos para as indústrias de papel, papelão,

*Some of the product launches under the Seara brand are as follows:*

- ready meals, breaded parts and special meat cuts;
- 17 Christmas kits with an innovative package (a reusable thermal cooler with the capacity for 18 beverage cans);
- sliced salami in 150-gram packages;
- Veronezza bologna, made from top quality cuts and slightly smoked, and new packages of Coloritos chicken bits in breadcrumbs, for children;
- lasagnas with flavors four cheese and bolognesa;
- cheeseballs;
- ready meals made from shrimp and fish; and
- beef sirloin.

## Cocoa & Chocolate

*The chocolates industry in Brazil advanced 23% in 2007 in comparison with the previous year, with a sales volume of 304,000 metric tons, according to the Brazilian Association of Cocoa, Chocolate, Peanut and Related Industries. The growth was driven by the per capita income increase. This positive scenario, however, had the counterweight of the rise of the Real against the Dollar and reduced raw material production due to the witches' broom disease.*

*The company's market share in cocoa derivative products grew from 22% to 28% in Brazil during 2007. Because of its attentiveness to customer demands and sector opportunities, Cargill inaugurated during this period a plant in Porto Ferreira (state of São Paulo) for producing industrial chocolates and compounds to be sold in bulk, bags, bars and buckets. The company already had a Starches and Sweeteners manufacturing unit in this city and a lab for analyzing and testing the quality of new products. The fact that it was in a region where many important customers were located had an influence on the choice for setting up the new plant there, which also made it possible to integrate it with raw materials from other areas in the company, such as hydrogenated vegetable fats, flavor systems, and sugar. The new unit has an initial capacity to product 10,000 metric tons a year, with an expansion option.*

*The Cocoa & Chocolate Business Unit also has a plant in Ilhéus (state of Bahia) considered the largest cocoa bean processing plant in Latin America. Despite the growth in internal demand, Cargill exports a good part of its production. The cocoa powder exports, which are 29% of the national market share of the product, represent approximately 50% of the volume shipped by Brazil abroad.*

## Flavor Systems

*This business unit includes liquid, powder and emulsion flavors prepared for the industry of yogurts, sauces, fillings and toppings, as well as ingredients with whole fruit pieces.*

*In 2007 the flavor plant's structure was improved and the fragrances business was sold, since this is not an area of interest for Cargill, whose focus is on food. This made it possible to put a stronger focus on customers and key segments. An announcement was made that a new flavor creation labs would be built in the Technological Center that the company is to build in the Campinas region (State of São Paulo).*

*The production capacity at the São José do Rio Pardo unit (state of São Paulo) was expanded with the purchase of new equipment and the replacement of old machines, making it possible to produce even a wider range of products.*

*The segment of mixes was impacted by the strong increase in milk prices, which was reflected in the volumes of some segments where Cargill operates. This aspect was partly neutralized by the diversification strategy that the business has been undergoing for some time.*

## Starches and Sweeteners

*This Business Unit operates in both the food sector as well as the industrial. In the first case, it provides ingredients for candies and confections, beverages, milk drinks, fast foods, breads and others. For the industrial sector, it produces inputs for the paper, cardboard,*



química, de fermentação, têxtil, mineração etc. Em 2007, a Unidade de Negócio assumiu também as operações de acidulantes, que mantêm seu processo produtivo no Complexo Uberlândia (MG). O objetivo da incorporação é ampliar ainda mais as condições de conectividade com os clientes e aproveitar sinergias nos negócios.

Amidos e Adoçantes também atua em parceria com outras Unidades de Negócios da empresa. É o caso da Cargill Health and Nutrition (CHN), que fornece polióis e adoçantes, e da Cargill Texturing Solutions (CTS), com a produção de texturizados para o mercado interno e comercialização do portfólio internacional da Unidade. Em 2007, o aumento de demanda por produtos mais sofisticados e de maior valor agregado trouxe resultados positivos para a operação na área de alimentos.

### Farinhas

A Unidade de Negócio Farinhas Mercosul possui oito moinhos, sendo um no Brasil, na cidade de Tatuí (SP). No País, atende empresas dos segmentos de padaria, indústrias (panificação e biscoito) e especialidades (casquinhas de sorvetes, tortas, pizzas, lasanhas, etc.).

A escassez do trigo no mercado mundial em 2007 exige da Cargill um trabalho redobrado na busca de soluções que permitam manter o abastecimento dos clientes. Nesse sentido, uma das medidas adotadas é o apoio ao plantio, no Estado de São Paulo, de variedades da cultura compatíveis com demandas de qualidade dos clientes. Os volumes de produção em 2007 se mantiveram próximos aos do ano anterior, acompanhando o cenário nacional. Para 2008 espera-se um aumento da ordem de 10%, consequência de iniciativas de aperfeiçoamento da logística da matéria-prima.

### Cargill Japan Toshoku

A Cargill Japan Toshoku atua no Brasil por meio de escritório na cidade de São Paulo, e estabeleceu, ao longo de 2007, diversos níveis de interação com as Unidades de Negócios, particularmente recursos em ingredientes alimentícios, buscando oportunidades de identificação de novas matérias-primas e produtos para atender clientes no Japão.

## SEGMENTO AGRÍCOLA

### Complexo Soja

A Cargill encerrou 2007 como uma das maiores exportadoras de soja em grãos do País e a segunda maior em processamento. A estrutura de comercialização de grãos é integrada por terminais portuários, unidades de processamento, armazéns e filiais de compra próximas das principais regiões produtoras. Por meio dessa estrutura, a Unidade de Negócio está presente em cerca de 120 localidades brasileiras.

Os resultados positivos no ano refletem a crescente demanda da China pelos grãos brasileiros, o efeito da seca no Leste Europeu, que dizimou safras de trigo e milho, e o maior grau de interesse internacional por biocombustíveis, setor em que a cultura de milho tem grande destaque.

A Cargill tem significativa participação nas exportações para a China. Cerca de 50% dos grãos exportados pelo Porto de Santos pela empresa tem aquele país como destino. Os efeitos positivos também foram sentidos no aumento das vendas de outros grãos, sobretudo milho, para o mercado interno. A Unidade de Negócio Carnes da Cargill no Brasil foi uma das principais compradoras do grão.

Ainda em 2007, o Complexo Soja anunciou a construção de mais uma unidade de processamento e refino, na cidade de Primavera do Leste (MT), que será a sétima fábrica da Unidade de Negócio no Brasil.

### Algodão

A Unidade de Negócio Algodão está presente em todas as regiões produtoras e consumidoras de algodão no mundo, com operações de compra e venda, armazenagem e beneficiamento.

*chemical, fermentation, textile and mining industries, among others. In 2007 this Business Unit also took on the Acidulants operations, with production based at our Uberlândia Complex (state of Minas Gerais). The aim of the incorporation is to further expand the connectivity conditions with the customers, to take advantage of the business' synergies.*

*Starches and Sweeteners is also a partner with other Business Units in the company. This is the case of Cargill Health and Nutrition (CHN), which supplies polyols and sweeteners, and Cargill Texturing Solutions (CTS), which produces gum for the internal market and sells the unit's international portfolio. The increase in demand for more sophisticated products with higher added value brought positive results to the operation in 2007 in the foods area.*

### Flours

*The Mercosul Flour Business Unit has eight mills, one of which is located in the city of Tatuí (state of São Paulo). In Brazil it supplies companies in the segments of bakery, industry (breads and cookies) and specialties (ice cream cones, pies, pizzas, lasagnas, etc.).*

*The lack of wheat in the world market in 2007 forced Cargill to work overtime to find solutions to make it possible to keep customers supplied. One of the measures adopted was to support the planting in the State of São Paulo of culture varieties compatible with the customers' quality demands.*

*The volumes produced in 2007 remained close to the previous year and followed the national scenario. The forecast for 2008 is an increase of around 10% because of improvement initiatives in the logistics of this raw material.*

### Cargill Japan Toshoku

*Cargill Japan Toshoku operates in Brazil through its office in the city of São Paulo and during 2007 set up various levels of interaction with the Business Units, especially related to resources in food ingredients, looking for opportunities to identify new raw materials and products to meet needs of customers in Japan.*

## AGRIBUSINESS SEGMENT

### Soybean Complex

*Cargill closed 2007 as one of the largest soybean exporters in the country and the second largest in processing. The structure for trading grains is integrated with port terminals, processing units, storage facilities and purchasing branches close to the main producing regions. This infrastructure means that the Business Unit is present in around 120 Brazilian locations.*

*The positive results in the year reflect the growing demand in China for Brazilian grains, the effect of the drought in Eastern Europe that decimated the wheat and corn harvests, and the higher level of international interest in biofuels, which is a sector in which corn has a strong role.*

*Cargill has a significant part in the exports to China. Around 50% of the grains exported through the Santos Port by the company are sent to that country. The positive effects have also been felt in the growth of sales of other grains, especially corn, to the internal market. Cargill's Meats Business Unit in Brazil was one of the main grain buyers.*

*Also in 2007, the Soybean Complex announced the building of one more processing and refinery unit in the city of Primavera do Leste (state of Mato Grosso), which will be the seventh plant for this Business Unit in Brazil.*

### Cotton

*The Cotton Business Unit is present in all the producing and consumer regions in the world, with trading, storage and processing operations. Its two main centers are in Memphis (United States) and Liverpool (England), but there are branches in countries such as China, Zimbabwe, Pakistan, Turkey and Brazil. Every year, the Unit trades around four million bales of this product with revenues of more than US\$ 1 billion. Its operations in Brazil started in 2005 in response to the market's strong growth in the country.*



A Unidade de Negócio atingiu, no ano, sua capacidade máxima de produção, na fábrica instalada em Mairinque (SP), e deu início às obras de expansão, que devem estar concluídas em setembro de 2008. A medida permitirá ampliar as exportações, direcionando-as também ao mercado europeu. Na unidade produtiva localizada em Uberlândia (MG), onde é elaborado o óleo ácido de soja, aplicado por indústrias químicas, de mineração, tintas e fertilizantes, a substituição do reator representará incremento de produção de 25%.

Do total de produtos negociados em 2007, 95% foram comercializados internamente e 5% exportados para Argentina, México e Chile. O ano foi favorável em razão do bom desempenho verificado em diversos setores atendidos. O de refrigeração, no qual a Cargill detém 55% de participação, cresceu 5%. O setor de petrolífero também avançou com a Petrobras batendo recordes de produção, assegurando a auto-suficiência nacional do produto e anunciando a descoberta de novas reservas, como na Bacia de Santos, o que deve incrementar a perfuração e ampliar a demanda por óleos lubrificantes.

## Metais

A Cargill Ferrous International é uma das maiores companhias comercializadoras de produtos siderúrgicos e suas matérias-primas no mundo. No Brasil, negocia com as principais empresas do setor. Em aços laminados, o ano foi marcado pela consolidação da forte retomada de demanda no mercado interno, com grande redução das exportações. Com a queda da inflação e o barateamento do crédito aos setores que utilizam o produto, como os de automóveis, máquinas agrícolas, construção civil, vagões e tubos de grande diâmetro, a produção brasileira avançou 9% na comparação com 2006, chegando a 25,6 milhões de toneladas. A Cargill contribuiu com o mercado interno por meio da importação de aços, suprindo a rede de distribuição independente com chapas grossas e bobinas galvanizadas. No setor de aços semi-elaborados, a empresa manteve sua característica essencialmente exportadora, com a venda de tarugos nos mercados do sudeste e nordeste asiático. Outro marco do período foi o crescente controle sobre a origem e legalidade do carvão vegetal, bem como sobre o uso de mão-de-obra escrava, movimentos apoiados pela indústria de ferro-gusa em todo o País, e que devem ser intensificados nos próximos anos.

## SEGMENTO FINANCEIRO E DE GERENCIAMENTO DE RISCO

A Cargill mantém a área de Trade and Structured Finance (TSF), que desenvolve soluções financeiras para a própria empresa, seus fornecedores e clientes, e colabora ainda com a Tesouraria no planejamento da estratégia global da companhia, além de gerenciar várias atividades de captação de recursos financeiros (*funding*).

Já o Banco Cargill S.A., que detém licenças comerciais e de investimentos, introduz algumas das soluções desenvolvidas pelo TSF. O ano de 2007 foi marcado por um crescimento na carteira de crédito, que totalizou R\$ 280 milhões, incremento de 64% em relação aos R\$ 171 milhões registrados em 2006. Essa evolução é proveniente da atuação nos segmentos de empréstimo, financiamentos à exportação e conta garantida.

Na área de Gerenciamento de Risco, a empresa busca soluções que garantam segurança financeira aos produtores de grãos e de cacau, colocando à disposição o Cargill Garantia Plus, ferramenta de fixação de preço que evita que uma oscilação importante nas bolsas afete a rentabilidade dos negócios no campo. Em 2007, foram firmados contratos com mais de 300 clientes das Unidades de Negócios Complexo Soja e Cacau & Chocolate.

Já a CarVal Investors administra US\$ 15 bilhões em ativos no mundo e atua na gestão de investimentos alternativos concentrados em quatro linhas de negócios: crédito corporativo, carteiras de créditos vencidos e não-pagos, investimentos imobiliários e oportunidades especiais. Opera em 37 países da América do Norte, América do Sul, Europa e Ásia, e possui um escritório-satélite no Brasil, na cidade de São Paulo. Há também a Black River Asset Management, companhia de investimento global, controlada pela Cargill, Incorporated, que fornece alternativas de investimentos e oportunidades.

*In 2007, this Business Unit reached maximum production capacity at its plant in Mairinque (state of São Paulo) and so began an expansion project that should be finished by September, 2008. This action will make it possible to expand exports, which will be directed to the European market as well. The production unit located in Uberlândia (state of Minas Gerais), where soybean acid oil is prepared for the chemical, mining, paints and fertilizer industries, will replace the plant's reactor by March 2008 and should represent a production growth of 25%.*

*Of the total products traded in 2007, 95% were sold internally and 5% exported to Argentina, Mexico and Chile. The year was favorable due to the good performance in the various sectors served. Cargill has 55% of the refrigeration market and grew 5%. The oil sector also took strides forward with Petrobras breaking production records, ensuring national self-sufficiency of the product and announcing the discovery of new reserves such as the Santos Basin that should increase drilling and expand the demand for lubricant oils.*

### Metals

*Cargill Ferrous International is one of the largest companies to trade steel products and their raw materials in the world. In Brazil it negotiates with the main companies in the sector. The market of rolled steel products was marked by the consolidation of strong demand from the internal market with a sharp reduction in exports. With the drop in inflation and the cheapening of credit in the sectors that use the product, such as automobiles, agricultural machines, construction, wagons and large diameter tubes, Brazil's production grew 9% in comparison with 2006, reaching 25.6 million metric tons. Cargill contributed with the internal market by importing steel, supplying the independent distribution network with thick plates and galvanized coils.*

*The company maintained its essentially exporting characteristic in the sector of semi-processed steel by selling billets in southeast and northeast Asia. Another milestone in the period was the growing control over the origin and legality of charcoal, as well as the use of slave labor, which are movements supported by the pig iron industry in all the country and should be intensified in the following years.*

### FINANCIAL AND RISK MANAGEMENT SERVICES

*Cargill's Trade and Structured Finance (TSF) Business Unit develops financial solutions for the company, its suppliers and customers, as well as collaborates with the Treasury division to plan the company's global financial strategy and manages the various funding activities.*

*Banco Cargill S.A., a Brazilian bank certified for commercial and investment banking, implements some of the solutions TSF develops. The year of 2007 was marked by a growth in the credit portfolio that totaled R\$ 280 million, a growth of 64% in relation to the R\$ 171 million recorded in 2006. This growth is from actions in the loan, export financing and guaranteed account segments.*

*In the area of Risk Management, the company's purpose is to find solutions that ensure financial security for grain and cocoa farmers by offering Garantia Plus, a price fixing tool that keeps a volatile price on the stock market from affecting the profitability of the business in the field. Contracts were closed with more than 300 customers from the Complex Soybean and Cocoa & Chocolate Business Units in 2007.*

*On the other hand, CarVal Investors administers approximately US\$ 15 billion in assets around the world and manages alternative investments concentrated on four business lines: corporate credit, past due and unpaid credit portfolios, real estate holdings and special opportunities. It operates in 37 countries in North America, South America, Europe and Asia and has a satellite office in Brazil in the city of São Paulo.*

*There is also Black River Asset Management, a global investment firm controlled by Cargill, Incorporated, which provides investment alternatives and opportunities to qualified investors.*

## LOCALIZAÇÃO DAS PRINCIPAIS FÁBRICAS E TERMINAIS PORTUÁRIOS

A Cargill atua em 18 estados brasileiros por meio de suas fábricas, escritórios, armazéns, transbordos e terminais portuários. O mapa abaixo indica as principais unidades.

LOCATION OF THE MAIN PLANTS AND PORT TERMINALS

Cargill operates in 18 Brazilian States through its plants, offices, storage facilities, transshipment hubs and port terminals. The map below indicates the main units.

### ➤ AÇÚCAR | SUGAR TEAG – Guarujá (SP) e/and T-33 Santos (SP)

Nota: TEAG-Guarujá e T-33 Santos são terminais operados pela Cargill por meio de joint venture com a Sociedade Operadora Portuária de São Paulo, por intermédio de seu acionista majoritário, o Grupo Crystalsev.

Note: TEAG-Guarujá and T-33 Santos are terminals which Cargill operates through a joint venture with Sociedade Operadora Portuária de São Paulo (The São Paulo Port Operators' Partnership), through the mediation of its majority shareholder, the Crystalsev Group.

### ➤ ALGODÃO | COTTON Rondonópolis (MT)

### ➤ AMIDOS E ADOÇANTES | STARCHES AND SWEETENERS Uberlândia (MG), São Miguel do Iguaçu (PR) e/and Porto Ferreira (SP)

### ➤ ACIDULANTES | ACIDULANTS Uberlândia (MG)

### ➤ CACAU & CHOCOLATE | COCOA & CHOCOLATE Ilhéus (BA) e/and Porto Ferreira (SP)

### ➤ CARGILL FOODS Mairinque (SP) e/and Itumbiara (GO)

### ➤ ETANOL | ETHANOL CEVASA – Patrocínio Paulista (SP) e/and Itapagipe (MG)

### ➤ FLAVOR SYSTEMS São José do Rio Pardo (SP) e/and Cosmópolis (SP)

### ➤ FARINHA | FLOUR Tatuf (SP)

### ➤ ÓLEOS INDUSTRIAIS E LUBRIFICANTES INDUSTRIAL OILS & LUBRICANTS Mairinque (SP) e/and Uberlândia (MG)

### ➤ SEARA (CARNES) | MEATS Forquilha (SC), Jaraguá do Sul (SC), Itapiranga (SC), Jacarezinho (PR), Seara (SC), Sidrolândia (MS), Nuporanga (SP) e/and Dourados (MS)

- Fábrica de rações: Criciúma (SC), Xanxerê (SC), Jaraguá do Sul (SC), Itapiranga (SC), Jacarezinho (PR), Sidrolândia (MS) e Dourados (MS)
- Granja de matrizes: Araranguá (SC), Itapiranga (SC), São Miguel d'Oeste (SC), Jacarezinho (PR), Xanxerê (SC), Sidrolândia (MS) e Nuporanga (SP)
- Em Itajai (SC), localiza-se o terminal portuário privativo para cargas frigoríficas e cargas secas Braskarne Armazéns Gerais Ltda.

- Feed plants: Criciúma (SC), Xanxerê (SC), Jaraguá do Sul (SC), Itapiranga (SC), Jacarezinho (PR), Sidrolândia (MS) and Dourados (MS)
- Breeder farm: Araranguá (SC), Itapiranga (SC), São Miguel d'Oeste (SC), Jacarezinho (PR), Xanxerê (SC), Sidrolândia (MS) e Nuporanga (SP)
- In Itajai (SC), the company has its private port terminal for refrigerated and dry goods, Braskarne Armazéns Gerais Ltda.

### ➤ SOJA | SOYBEANS Mairinque (SP), Uberlândia (MG), Ponta Grossa (PR), Três Lagoas (MS), Barreiras (BA) e/and Rio Verde (GO)

### ➤ SOJA TERMINAIS | SOYBEANS/TERMINALS Paranaguá (PR), Santos-Guarujá (SP), Santarém (PA) e/and Porto Velho (RO)

Nota: a Cargill opera nos terminais de Paranaguá (PR), Santos-Guarujá (SP) e Santarém (PA) por concessão, com instalações próprias

Note: a Cargill operates out of the terminals at Paranaguá (PR), Santos-Guarujá (SP) and Santarém (PA) under license and with its own installations









A Cargill está atenta às manifestações e necessidades de seus clientes para construir uma relação duradoura e sólida com eles. No relacionamento com a indústria, a empresa também atua de forma diferenciada, permitindo que a entrega de produtos seja atendida no prazo, quantidade e qualidade combinados previamente.

*Cargill constantly listens to its customers in order to build a long-lasting, solid relationship with them. Its logistics structure is an advantage that makes it possible to supply to them within deadlines, delivering products in the exact quantity and quality which had been previously arranged.*

# Clientes

*Customers*



# Logística

## Logistics

A amplitude das operações da Cargill exige a adoção de soluções logísticas diferenciadas. Na Unidade de Negócio Cargill Foods são movimentadas mensalmente cerca de 43 mil toneladas de produtos, entre itens de consumo e ingredientes alimentícios (no volume está incluído o óleo de soja envasado produzido pela Unidade de Negócio Complexo Soja). São atendidos 5 mil clientes ao mês, realizadas aproximadamente 10 mil entregas e emitidas 15 mil notas fiscais. Para enfrentar o desafio de entregar mercadorias na forma solicitada, no tempo programado e na quantidade correta, o trabalho se inicia com as áreas de Marketing e Vendas, que prevêem as demanda e capacidade considerando as previsões de produção e possíveis variáveis por produto, de acordo com a sazonalidade. Todas as etapas do processo de gestão dos pedidos são críticas para atendimento dos níveis de serviços acordados com os clientes. Dentre elas destaca-se a roteirização e contratação de transportes adequados e confiáveis. Feita a entrega, a informação é transmitida *on-line*, e, posteriormente, realizada avaliação de *performance*. A Unidade de Negócio Cargill Foods mantém locais de faturamento em Mairinque (SP), São Roque (SP), Uberlândia (MG), Rio Verde (GO), Barreiras (BA) e Jaboatão dos Guararapes (PE).

A Unidade de Negócio Carnes utiliza oito centros de distribuição e seis armazéns terceirizados para estocar seus produtos acabados. Mantém ainda armazéns frigoríficos e terminal de contêineres frigoríficos próprios, em Itajaí (SC). A empresa utiliza os modais rodoviário, ferroviário, marítimo e, eventualmente, aéreo. No mercado interno, todo o transporte é feito por rodovias. Já nas transferências das fábricas até os portos de embarque, 40% do transporte combina os modais rodoviário e ferroviário. Em 95% dos embarques destinados ao exterior é utilizado o modal marítimo.

Na Unidade de Negócio Complexo Soja, o perfil da área de logística é diferenciado, com a movimentação de grandes volumes. Em 2007, foram mais de 10 milhões de toneladas transportadas, com uso intensivo de hidrovias e ferrovias. Os clientes no mercado doméstico são atendidos por seis fábricas – Ponta Grossa (PR), Mairinque (SP), Uberlândia (MG), Três Lagoas (MG), Barreiras (BA) e Rio Verde (GO) – e o suprimento aos clientes do mercado externo é feito por meio de terminais portuários próprios – Paranaguá (PR), Guarujá (SP) e Santarém (PA) – e de terceiros – Ponta da Madeira (MA), Aratu/Cotegipe (BA) e Rio Grande (RS). A essa estrutura somam-se armazéns, transbordos e portos hidroviários em mais de 130 localidades. Uma nova fábrica está sendo construída em Primavera do Leste (MT), com previsão de início de operações no primeiro semestre de 2009.

Na Unidade de Negócio Amidos e Adoçantes, o principal meio utilizado é o rodoviário, e boa parte da frota é terceirizada. Mesmo assim, ainda utiliza-se o modal marítimo para exportações. A infra-estrutura logística é composta por quatro armazéns: Uberlândia (MG) – com duas unidades –, Porto Ferreira (SP) e São Miguel do Iguacu (PR). Em São Bernardo do Campo (SP) está localizado um centro de distribuição.

*The Cargill Foods Business Unit handles around 43,000 metric tons of product every month, considering both consumer items and food ingredients. This volume also includes bottled soybean oil produced by the Soybean Complex Business Unit. Five thousand customers are served a month, approximately 10,000 deliveries made and 15,000 invoices issued. To deal with the challenge of delivering products on schedule and in the right quantity, the work begins with the Marketing & Sales departments, which need to forecast demand and capacity depending on the production expectations and possible product variations according to the season. All order management process stages are also critical for providing customer service as expected. One of them is routing and contracting qualified and reliable transportation companies. Once the delivery is made, the information is transmitted online and later on a performance assessment is made. The Cargill Foods Business Unit have invoicing stations at Mairinque (state of São Paulo), São Roque (state of São Paulo), Uberlândia (state of Minas Gerais), Rio Verde (state of Goiás), Barreiras (state of Bahia) and Jaboatão dos Guararapes (state of Pernambuco).*

*The Meats Business Unit uses eight distribution centers and six third-party storage facilities to stock its finished products. It also has its own refrigerated warehouses and its own terminal for refrigerated containers in Itajaí (state of Santa Catarina). The company uses mostly road, rail and sea modes of transportation, and in some special cases air. Within Brazil, all the transportation is done by the highway system. For transfers from plants to loading ports, however, 40% of the transportation is a road-rail combination. The sea mode of transportation is used for 95% of the shipments sent abroad.*

*The logistics area at the Soybean Complex Business Unit is state-of-the-art and handles large volumes. In 2007, more than 10 million metric tons of product was transported with a good percentage being by river and railways. The domestic market customers are served from six plants - Ponta Grossa (state of Paraná), Mairinque (state of São Paulo), Uberlândia (state of Minas Gerais), Três Lagoas (state of Minas Gerais), Barreiras (state of Bahia) and Rio Verde (state of Goiás) – and the external market customers are supplied through the company's own port terminals Paranaguá (state of Paraná), Guarujá (state of São Paulo) and Santarém (state of Pará), as well as those of third parties – Ponta da Madeira (state of Maranhão), Aratu/Cotegipe (state of Bahia) and Rio Grande (state of Rio Grande do Sul). Storage facilities, transshipment hubs and port terminals in more than 130 locations are also a part of this logistics network. A new plant is being built at Primavera do Leste (state of Mato Grosso) and should start up operations in the first half of 2009.*

*The main means of transportation for the Starches and Sweeteners Business Unit is road, and a good part of the fleet is outsourced. Sea transportation, however, is still used for exports. The logistics infrastructure is made up of four storage facilities: Uberlândia (state of Minas Gerais) with two units, Porto Ferreira (state of São Paulo), and São Miguel do Iguacu (state of Paraná). A distribution center is located in São Bernardo do Campo (state of São Paulo).*





# Gestão de recursos humanos

## *Human resources management*

A Cargill trabalha também para ser a empresa preferida de seus funcionários. A partir desse objetivo, pauta sua gestão de pessoas de forma a selecionar, atrair e reter os melhores talentos.

Para isso, mantém ferramentas e iniciativas alinhadas às modernas práticas de gestão, tais como *Pesquisa de Engajamento*, *Programa de Gestão de Performance*, *Modelo de Liderança Cargill* (MLC), entre outros. O MLC estabelece as competências fundamentais à ascensão na carreira e ao cumprimento da *Intenção Estratégica* da empresa. O tripé Integridade, Convicção e Coragem é a base do Modelo e o ponto de partida para o desenvolvimento das quatro capacidades desejadas: Aprendizagem, Execução, Conhecimento e Comportamento. Em 2007, 1.884 funcionários participaram de *workshop* sobre o *Modelo de Liderança*.

Arelado ao MLC está o *Performance Management Program* (*Programa de Gestão de Performance*), que consiste no mapeamento das competências dos funcionários. A partir dele há o estabelecimento, a cada ano fiscal, de metas de resultados de áreas-chave e de *Planos de Desenvolvimento Individual*. Com base nos resultados, os funcionários, em conjunto com seus gestores, traçam planos e metas para o crescimento profissional. Os gestores assumem papel de orientadores e fornecem retorno periódico a cada funcionário sobre o seu desempenho. A Cargill realiza ainda vários programas de treinamento e desenvolvimento de liderança, além de cursos técnicos e comportamentais. Oferece também subsídios para cursos de inglês (*Programa de Idiomas*) e de graduação e pós-graduação (*Programa de Incentivo à Educação*).

Para facilitar o entendimento com relação ao *Modelo*, no momento de avaliação de performance, a companhia criou o *Guia de Ações de Desenvolvimento*, com orientações sobre como identificar as competências desejadas em cada funcionário, adquirir conhecimentos e habilidades fundamentais para a carreira e realizar as tarefas com êxito.

*Cargill also works to be the preferred company of its employees. With this purpose in mind, the company manages people so as to select, attract and retain the best talents.*

*Therefore, it maintains tools and initiatives in line with modern management practices, such as Engagement Survey, Performance Management Program, Cargill Leadership Model (CLM), among others. The Cargill Leadership Model (CLM) was set in place to establish the fundamental competencies for career growth and to reach the company's Strategic Intent. The three pillars of Integrity, Conviction and Courage are the basis for the CLM and the starting place for developing the four capacities valued: Learning Capacity, Performance Capacity, Knowledge and Behavior. Workshops on the Leadership Model were given to 1,884 employees in 2007.*

*Linked to the CLM is the Performance Management Program for mapping out employee competencies. This is the basis for the targets set every fiscal year in key areas and for the Individual Development Plans. Based on the results, the employees together with their managers set plans and goals for professional growth. The managers take on the role of a coach and provide periodical feedback to each employee about their performance. Cargill also offers several leadership development and training programs along with technical and behavioral courses. The company offers aid for English courses (Language Program) and college and graduate studies courses (Education Support Program).*

*The company created the Development Action Guide, to make it easier to understand the Leadership Model, with tips about how to identify desired competencies in each employee, acquire knowledge and the fundamental skills for a career, and carry out tasks successfully.*

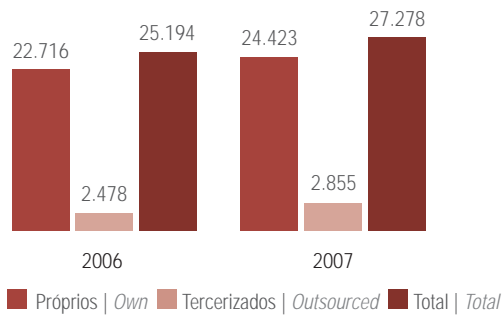




## Perfil

No final de 2007, a Cargill tinha em seus quadros 24,4 mil funcionários próprios, 7,5% mais do que em 2006. Os terceirizados também cresceram, passando de 2.478 para 2.855, avanço de 15,2%.

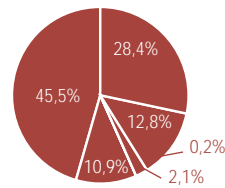
Número de funcionários  
Headcount



## Profile

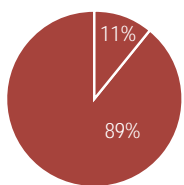
At the end of 2007, Cargill had a payroll with 24,400 of its own employees, which is 7.5% more than in 2006. Outsourced employees also grew from 2,478 to 2,855, a growth of 15.2%.

Funcionários (por idade em%)  
Employees (by age)



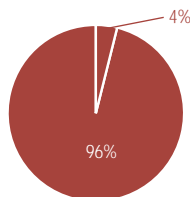
45,5%	21 a 30 anos 21 to 30 years
28,4%	31 a 40 anos 31 to 40 years
12,8%	41 a 50 anos 41 to 50 years
10,9%	até 20 anos up to 20 years
2,1%	51 a 60 anos 51 to 60 years
0,2%	mais de 60 anos more than 60 years

Funcionários (por raça em%)  
Employees (by race, in %)



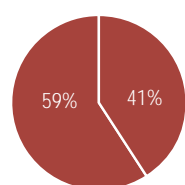
89% Brancos  
White's 11% Negros  
Afro-Brazilian

Cargos de chefia (por raça em%)  
Management positions (by race, in %)



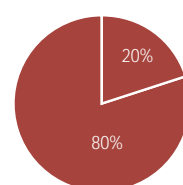
96% Brancos  
White's 4% Negros  
Afro-Brazilian

Funcionários (por gênero em%)  
Employees (by gender, in %)



59% Homens  
Men 41% Mulheres  
Women

Cargos de chefia (por gênero em%)  
Management positions (by gender, in %)



80% Homens  
Men 20% Mulheres  
Women

## Satisfação e engajamento

A companhia realiza mundialmente, em ciclos de no máximo dois anos, a *Pesquisa Engajamento*, que avalia 13 fatores de interferência na satisfação dos funcionários. O resultado permite averiguar o grau de engajamento em cada área e estabelecer medidas para aprimorar o relacionamento com o público interno.

Em 2007, a Cargill classificou-se pela sétima vez consecutiva entre as *150 Melhores Empresas para Trabalhar*, do *Guia Exame/Você S.A.* O índice de satisfação apurado no levantamento feito pela publicação foi de 75,5%.

## Satisfaction and engagement

At the most every two years, the corporation carries out a worldwide Engagement Survey that covers 13 factors that affect the employees' level of satisfaction. The results check the level of engagement of each area and form the basis of an action plan to improve the relationship with the internal public.

In 2007 Cargill was listed, for the seventh time running, in the 150 Melhores Empresas para Trabalhar (The 150 Best Companies to Work For) ranking, by Guia Exame/Você S.A.. The level of satisfaction polled by this magazine was 75.5%.

## Atração e retenção de talentos

Para atrair e reter os melhores talentos, a Cargill mantém um *Programa de Trainees*, com duração de 18 meses e, em 2007, ofertou 18 vagas, disputadas por 9.875 pessoas. Desde 1997 já passaram pelo programa 150 *trainees*, dos quais 120 continuam na empresa e compõem cerca de 35% do quadro de liderança.

A Unidade de Negócio Carnes mantém programa de *trainees* próprio, cujo diferencial é a prevalência do perfil, ou seja, todos os candidatos com ensino superior completo, independentemente do curso, podem se inscrever. Eles são avaliados pelo perfil e direcionados à área que mais demanda seus atributos. A iniciativa foi introduzida em 2006, sua frequência é bianual e tem duração de 12 meses. Em 2007, foram selecionados nove candidatos – entre quase 15 mil inscritos – que iniciaram o *Programa Trainees* no ano de 2008.

Outro programa de seleção de talentos é o de *Estágios*, em que a Cargill seleciona os candidatos entre alunos dos penúltimo ou último ano de diferentes cursos de graduação. Eles são acompanhados por orientadores e passam por avaliações semestrais. Em 2007, foram recrutados 166 estagiários. A Unidade de Negócio Carnes mantém um programa de estágio próprio, que contou com cerca de 1.700 inscritos em 2007. Desses universitários, 39 foram selecionados para atuar nas mais diversas áreas da empresa.

Para reter os melhores profissionais que já estão na companhia é também mantido o *Programa de Recrutamento Interno*. Além disso, a Unidade de Negócio Carnes desenvolve o *Programa Líder do Futuro*, para identificar em seus quadros profissionais que possam constituir a próxima geração de gestores da empresa. Os nove selecionados, entre os 250 inscritos, concluíram a fase de capacitação em janeiro de 2008. O índice de retenção ao final do programa foi de 89%.

## Diversidade

Para absorver em seus quadros portadores de deficiência e, assim, disseminar a cultura da diversidade entre os funcionários, a Cargill mantém o *Programa Integrar*, que em 2007 passou a contar com a parceria da ONG Instituto Pró-Cidadania. No ano, foram contratadas 29 pessoas para o posto de auxiliar-administrativo no escritório central da empresa, em São Paulo. Antes de iniciarem as atividades, elas passaram por curso de 240 horas ministrado pela ONG, em que receberam formação básica em informática, comunicação, relacionamento interpessoal, utilização de ferramentas de trabalho, além de orientações sobre a empresa.

Foram promovidos ainda treinamentos para os demais funcionários sobre o papel da diversidade, as maneiras de interagir com os novos contratados e a forma de tornar o ambiente de trabalho mais acolhedor e inclusivo.

Já a Unidade de Negócio Carnes emprega 207 funcionários com algum tipo de deficiência motora, mental ou sensorial. Também desde 2001, a Unidade de Negócio desenvolve o *Programa Novo Irmão*, que já selecionou 36 portadores de deficiência, especialmente auditiva, em Dourados (MS). Eles também passam por processo de capacitação e trabalham em setores em que não há equipamentos em movimento nem materiais cortantes. Os demais funcionários recebem treinamento na língua brasileira dos sinais, para se comunicarem com os deficientes auditivos.

## Attracting and retaining talents

*Cargill has put in place its Trainee Program with the aim of attracting and retaining the best talents. This program lasts 18 months and in 2007 there were 18 openings to which 9,875 people applied. The program started in 1997 and 150 trainees have already completed the program in the company and today fill around 35% of the leadership positions.*

*The Meats Business Unit has its own trainee program, which has a unique feature: all candidates with a college degree, independent of the course, can apply. They are evaluated on the basis of their profile and directed to the area that needs their attributes. The initiative was introduced in 2006, on a biannual basis, and lasts for 12 months. Nine candidates were selected in 2007 from almost 15,000 applicants, and they began the Trainee Program in 2008.*

*Another program for selecting talents is the Internship Program, through which Cargill selects candidates among students in their last year or second-last year in college. They are monitored by advisors and undergo evaluations every semester. In 2007, 166 interns were recruited. The Meats Business Unit has its own internship program and 1,700 people applied for those openings in 2007. From these university students, 39 were selected to work in various areas inside the company.*

*An Internal Recruitment Program is maintained in order to retain the best professionals that are already in the company. Furthermore, the Meats Business Unit develops the Future Leader Program for identifying from its ranks of professionals those that could become the next generation of managers in the company. The nine people selected from among the 250 applicants finished their training stage in January, 2008. The retention rate at the end of the program was 89%.*

## Diversity

*Cargill's Integrate Program has the purpose of bringing into the company people with special physical needs in order to promote diversity among employees. In 2007 this program began to depend on a partnership with the NGO Instituto Pró-Cidadania (Pro-Citizenship Institute). Twenty-nine people were hired during the year for an administrative assistant position at the company's headquarters in São Paulo. Before beginning their activities they underwent a 240-hour course given by the NGO and received basic training in computer skills, communication, interpersonal relationships and use of work tools, as well as orientation about the company.*

*Training was also given to the other employees about the role of diversity, interaction with the new employees, and making the work environment more friendly and inclusive.*

*Furthermore, the Meats Business Unit employs 207 people with some type of motor, mental or sensorial challenge. Since 2001 this Business Unit has also developed the Novo Irmão (New Brother) Program that has already hired 36 hearing impaired employees in Dourados (state of Mato Grosso do Sul). They also receive training and work in sectors where there is no equipment in movement or sharp objects. The other employees receive training in Brazilian sign language to be able to communicate with the hearing impaired.*

## Comunicação

Para uma comunicação clara e transparente com os funcionários a empresa mantém a *Revista Cargill*, também distribuída a clientes e fornecedores, que aborda temas relativos à companhia, suas diretrizes estratégicas e principais realizações no Brasil e no mundo. Dentre os canais de comunicação interna, como Intranet, boletins e comunicados, destaca-se o *Jornal Parede*, que possui versões locais.

Para estimular a comunicação entre os funcionários, também realizou o evento *Comunicar para Conectar*, um encontro com gestores das Unidades de Negócios. Nele, foram repassadas informações sobre o desempenho da companhia, de forma a manter todos cientes da realidade e das perspectivas dos negócios, bem como identificar oportunidades de sinergia entre as áreas.

## Remuneração e benefícios

A Cargill monitora suas políticas de remuneração por meio de pesquisas de mercado, estabelecendo práticas competitivas. Possui programas de remuneração variável, que em 2007 distribuíram R\$ 29,5 milhões. Para gestores e diretores há ainda o *Programa de Bônus*, que considera também o desempenho individual.

O conjunto de benefícios oferecido aos funcionários contempla assistências médica e odontológica, seguro de vida em grupo, ticket-refeição onde não há restaurantes próprios, e vale-transporte ou ônibus fretados. Há ainda programa para funcionários e dependentes que auxilia no gerenciamento de saúde, e acesso à Cooperativa de Crédito. A empresa distribui ainda *kits* de material escolar para filhos de funcionários e brinquedos para dependentes com até 12 anos de idade, além de cestas de Natal.

Também patrocina a CargillPrev, entidade fechada de previdência, que gere o plano de previdência complementar oferecido aos funcionários. Trata-se de um plano misto, em que a Cargill participa com quase o dobro do valor do aporte realizado pelo beneficiado. Em 2007, a empresa destinou R\$ 7,8 milhões como custeio do plano.

Outro destaque é o programa de preparação para a aposentadoria, o *Pós-Carreira*, direcionado a profissionais em cargo de liderança, que desde 2001 já atendeu mais de 80 colaboradores. Só em 2007, foram 18 beneficiados. O programa inclui palestras e outras atividades sobre temas como orçamento familiar e saúde na terceira idade, com o auxílio de consultores externos.

## Communication

*The company has a magazine named Revista Cargill that is used to communicate clearly and openly with its employees. It is also distributed to clients and suppliers and addresses themes related to the company and its strategic guidelines and main accomplishments in Brazil and the world. Jornal Parede is the main internal communication channel with its various local versions along with intranet, bulletins and memos.*

*The Comunicar para Conectar (Communicate to Connect) event was also held in order to stimulate communication among employees, in this case Business Unit managers. Information was given about the company's performance in order to keep all of them aware of the company's reality and business perspectives, as well as identifying synergy opportunities among the areas.*

## Compensation and benefits

*Cargill monitors its compensation policies through market surveys and establishes competitive practices. In 2007 it distributed R\$ 29.5 million in variable compensation programs. There is also the Bonus Program for managers and directors that also takes into consideration individual performance.*

*The set of benefits offered to employees includes health insurance, dental care, group life insurance, meal tickets for plants without their own restaurant, and transportation vouchers or chartered buses. There is also a program for employees and their dependents that helps them manage their health and have access to Co-op Credit. The company also distributes school supply kits for the children of employees, toys for dependents up to the age of 12, and special food baskets at Christmas time.*

*Furthermore, it sponsors CargillPrev, a closed private pension fund entity that manages the supplementary pension plan offered to the employees. It is a mixed plan where Cargill participates with almost twice the amount paid by the beneficiary. The company put R\$ 7.8 million towards funding this plan in 2007.*

*Another highlight is a retirement preparatory program, or Post-career Program, for employees in leadership positions, and since 2001 it has already helped more than 80 employees. There were 18 people retiring with benefits in 2007 alone. The program includes lectures and other activities about themes such as family budget and senior citizen health issues given by external consultants.*



Benefícios funcionários (em R\$ mil) <i>Employee benefits (thousands of reais)</i>		
Assistência médica e odontológica	<i>Medical and dental assistance</i>	25.027
Seguro de vida	<i>Life insurance</i>	1.309
Material escolar	<i>School supplies</i>	217
Brinquedos	<i>Toys</i>	195
Alimentação	<i>Meals</i>	29.759
Encargos sociais compulsórios	<i>Mandatory payroll taxes</i>	164.830
Educação	<i>Education</i>	1.378
Cultura	<i>Culture</i>	60
Creche e auxílio-creche	<i>Day-care center allowance</i>	595
Cestas de Natal/vale cestas	<i>Christmas baskets/Monthly baskets</i>	1.271
Previdência complementar (em R\$ mil) <i>Supplementary pension Fund (in thousands of reais)</i>		
Investimento em 2007	<i>Investment in 2007</i>	7.828
Patrimônio	<i>Equity</i>	367.000
Resgate	<i>Redemption</i>	756
Aposentadoria	<i>Retirement</i>	3.837
Auxílio-doença	<i>Sickness payouts</i>	345
Cooperativa de crédito (em R\$ mil) <i>Credit co-op (in thousands of reais)</i>		
Capital social	<i>Capital</i>	10.610
Sobras operacionais	<i>Operational surplus</i>	2057
Carteira de empréstimos	<i>Loan portfolio</i>	10.804
Número de cooperados	<i>Number of contributors</i>	3.428

## Qualidade de vida

Nas fábricas, são desenvolvidas ações para minimizar os acidentes de trabalho e ampliar o bem-estar dos funcionários e seus familiares, como exames médicos periódicos para mapear as necessidades de saúde em cada área e adotar medidas necessárias para assegurá-las, além de programas de atividade física e ginástica laboral.

Também os Grêmios Recreativos Cargill promovem bem-estar social e qualidade de vida aos funcionários. Neles são realizadas atividades físicas e culturais, o que inclui patrocínio a equipes de corrida e tênis, torneios de boliche e acesso a bibliotecas e CDtecas.

Na Unidade de Negócio Carnes, o projeto *Seara Vida Saúde* trabalha em diversas frentes: saúde do homem, saúde da mulher, ginástica laboral, saúde de gestantes, e campanhas de saúde sobre temas como hipertensão, diabetes e tabagismo.

Ainda na Unidade de Negócio há os programas *Vida Lazer* e *Vida Família*. O primeiro tem o objetivo de estimular a vida saudável e a participação em atividades recreativas e desportivas, por meio de parceria com a Associação Desportista Classista Seara. Já o *Vida Família* tem como principal ação a distribuição de *kits* escolares para os filhos de funcionários, o que contribui com seu orçamento familiar.

## Relação com sindicatos

A Cargill mantém uma relação pautada pelo respeito e pela credibilidade com cerca de 30 entidades sindicais que representam os trabalhadores de suas Unidades de Negócios. Em 2007, celebrou aproximadamente 100 acordos sindicais.

## Quality of life

Actions are developed in the plants in order to minimize work accidents and increase the well-being of employees and their families, including regular medical exams for mapping out the health needs in each area and adopting any measures needed to meet them, as well as physical activity and on-the-job warm-up programs.

There are also Cargill Employees Recreation Associations for promoting social well-being and quality living for the employees. It organizes physical and cultural activities, sponsors running and tennis teams and bowling tournaments, and provides access to book and CD libraries.

The Seara Vida Saúde (Seara Life & Health) project at the Meats Business Unit works with various themes: men's health, women's health, warm-up exercises and pregnancy health, along with workshop campaigns on topics such as hypertension, diabetes and smoking.

This Business Unit also has programs such as Vida Lazer (Recreational Life) and Vida Família (Family Life). The first has the purpose of encouraging a healthy life through participating in recreational and sports activities through partnerships with Seara's club – Associação Desportista Classista Seara. The Family Life program has the main action of distributing school supply kits for the employees' children, which helps them with their family budget.

## Relationship with unions

Cargill maintained a relationship of respect and credibility with around 30 unions that represent the workers from its Business Units. In 2007 it closed around 100 union agreements.





A Cargill apresenta uma gama de produtos variados, desenvolvidos a partir de pesquisas e estudos de mercado. Isso aproxima a empresa de seus consumidores, fortalecendo um relacionamento pautado por sinceridade e respeito.

*Cargill offers a wide range of programs, developed from market studies and research. This brings the company closer to its consumers, strengthening a relationship that is based on sincerity and respect.*

# Consumidores

Consumers



# Segurança, saúde e meio ambiente

## Safety, health and environment

A Cargill atua de forma interligada nas áreas de segurança, saúde e meio ambiente, com gestão sintonizada às diretrizes corporativas mundiais. A área de EHS (sigla de Environment, Health and Safety – Meio Ambiente, Saúde, e Segurança) coordena o trabalho de mais de 400 profissionais distribuídos pelo mundo.

### METAS CORPORATIVAS

A cada cinco anos, são definidas metas mundiais de segurança, saúde e meio ambiente, sendo que seis devem ser alcançadas até 2010.

#### **INTRODUZIR PROCESSOS DE COMPORTAMENTO SEGURO EM 100% DAS UNIDADES**

Até o final do primeiro semestre de 2007, 52% das instalações da empresa no mundo possuíam processos comportamentais já adotados. No Brasil, a introdução teve início no Terminal Portuário do Guarujá, em 2006, e deve estar concluída em todas as localidades até 2010.

Além disso, a Cargill adota política corporativa com 14 elementos, que incluem compromisso gerencial, procedimentos operacionais seguros de trabalho, permissões de trabalho, planos de emergência, segurança com contratados, gerenciamento de mudança e investigação de acidentes, entre outros. Os procedimentos são auditados periodicamente, sendo que as Unidades de Negócios no Brasil cumprem aproximadamente 70% das 14 normas da Política de Segurança.

**REDUZIR O INDICADOR DE ACIDENTES REPORTADOS – O REPORTABLE INJURY FREQUENCY RATE (RIFR) – PARA 3.0** – O indicador reporta o número de casos médicos e de afastamentos por 200 mil horas homem (hh) trabalhadas. No ano fiscal 2006-2007, o índice global estava em 3.8. O indicador global decresceu ao longo dos anos: em 2005, era de 4.6 e em 2006 de 4.1. No Brasil, no ano de 2007, ficou em 1.8.

A companhia adota mundialmente também outros dois indicadores para monitorar a segurança em suas unidades: o Disability Frequency Rate (DFR), que mede a frequência de afastamentos por 200 mil hh trabalhadas; e o Índice de Segurança (Safety Index), que considera o número de casos médicos, somados ao de casos de afastamentos e aos dias de trabalho perdidos, também a cada 200 mil hh de exposição. Em 2007, os resultados desses indicadores foram 0,3 e 2,5, respectivamente.

No ano, no Brasil, foram registrados 439 acidentes de trabalho, sendo um fatal. Desde junho de 2004, a Cargill considera mundialmente as horas trabalhadas, bem como acidentes envolvendo prestadores de serviços que estão sob supervisão direta, nas estatísticas de funcionários refletidos nesses indicadores.

*The areas of safety, health and the environment are all integrated at Cargill with a management that is in harmony with worldwide cooperative guidelines. The EHS (Environment, Health and Safety) department coordinates the work of more than 400 professionals throughout the world.*

#### **CORPORATE TARGETS**

*Every five years, global safety, health and environmental goals are set and six of them should be reached by 2010.*

**INTRODUCE SAFE BEHAVIORAL PROCESSES IN 100% OF THE UNITS** – *By the end of the first half of 2007, 52% of the company's facilities in the world had behavioral processes already adopted. In Brazil, the introduction began at the Guarujá Port Terminal in 2006 and should be finished in all locations by 2010.*

*Furthermore, Cargill adopts corporate policies with 14 elements covering issues such as managerial commitment, safe occupational operational procedures, work permits, emergency plans, safety with service providers, change management and accident investigation, among others. The procedures are periodically audited and the Business Units in Brazil comply with approximately 70% of the 14 Safety Policy standards.*

**REDUCE THE REPORTABLE INJURY FREQUENCY RATE (RIFR) TO 3.0** *This indicator reports the frequency of illness and injury-related sick leave per 200,000 man hours (mh) worked. In the fiscal year 2006-2007 the global rate was at 3.8. The global indicator has decreased over the years, 4.6 in 2005 and 4.1 in 2006. In Brazil, in the year 2007, it was at 1.8.*

*The company also adopts worldwide two other indicators for monitoring the safety's performance in its units: the Disability Frequency Rate (DFR) that measures the frequency of accidents leading to permanent leave per 200,000 man hours worked and the Safety Index that considers the sum total of medical cases plus cases resulting in sick leave, plus the number of lost days, also per every 200,000 man hours worked. In Brazil the results of these indicators were 0.3 and 2.5, respectively.*

*There were 439 work accidents recorded in Brazil, one of them fatal. Since June 2004, Cargill considers the hours worked globally as well as the accidents involving service providers that are under its direct supervision in the employee statistics reflected in these indicators.*





Indicadores de segurança Brasil *ano calendário	Safety Indicators Brazil *calendar year	2005	2006	2007
DFR	DFR	0,4	0,3	0,3
RIFR	RIFR	2,7	2,2	1,8
Safety index (SI)	Safety index (SI)	5,8	1,9	2,5

**MELHORAR EM 20% A EFICIÊNCIA ENERGÉTICA DA EMPRESA EM COMPARAÇÃO COM OS INDICADORES DE 2001** – Desde o estabelecimento da meta, a empresa já ampliou sua eficiência energética em 9%. No ano fiscal americano de 2006-2007, economizou US\$ 143 milhões em energia, o que significou participação de 6% nos lucros totais no mundo. Boa parte dos ganhos reflete a disseminação das melhores práticas identificadas em unidades da empresa.

**ALCANÇAR 10% DE USO DE FONTES DE ENERGIA RENOVÁVEIS NOS NEGÓCIOS DA COMPANHIA** – A Cargill no mundo já atingiu a meta. No Brasil, um dos destaques no sentido de minimizar as emissões de gases foi a substituição, já em 2004, no Complexo Uberlândia (MG), de caldeira abastecida por óleo combustível por outra que utiliza biomassa. Na região, a Cargill também promove o reflorestamento, com a plantação de eucaliptos, o que equivale a 7 mil hectares e permitirá o abastecimento de madeira do Complexo.

Algumas fábricas das Unidades de Negócios da Cargill utilizam fontes alternativas como base de fornecimento de energia, como na Unidade de Negócio Carnes, que mantém três projetos na área florestal para abastecimento energético.

**IMPROVE THE COMPANY'S ENERGY EFFICIENCY BY 20% IN COMPARISON WITH THE 2001 INDICATORS** – The company has already expanded its energy efficiency by 9% since this goal was established. It saved US\$ 143 million in the fiscal year 2006-2007, or 6% of total profits worldwide. A good part of these gains reflects the dissemination of the best practices in the company's units.

**TO REACH A 10% USE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES IN THE COMPANY'S BUSINESSES** – Cargill has already reached this goal worldwide. One of the highlights in Brazil toward minimizing gas emissions was the replacement in 2004 of a boiler burning fuel oil at the Uberlândia Complex (state of Minas Gerais) with one using biomass. This change was the starting place for the company receiving carbon credits. Cargill also promotes reforestation, having planted a total of 7,000 hectares of eucalyptus, which will supply wood for the Complex.

Some of Cargill's Business Unit plants use alternative sources as a base for supplying energy, such as the case of the Meats Business Unit, which maintains three projects in the area of forest management for energy supply.

**REDUZIR EM 8% A EMISSÃO DE GASES RESPONSÁVEIS PELO EFEITO ESTUFA** – A emissão de gases causadores de efeito estufa foi reduzida globalmente em 0,7 ponto percentual no ano fiscal 2006-2007. No ano, a Cargill, nos Estados Unidos, ingressou como membro da Chicago Climate Exchange, primeira e única bolsa mundial a realizar intercâmbio de créditos de carbono voluntário, comprometendo-se a reduzir a emissão de gases de efeito estufa provenientes de sua operação em 1% ao ano. Caso não atinja a meta, é obrigada a comprar créditos de carbono para supri-la. A Cargill realiza o monitoramento das principais fontes de emissões atmosféricas nas Unidades de Negócios, com relação a NOx e SOx, material particulado e monóxido de carbono.

**REDUZIR EM 2% O USO DE ÁGUA POTÁVEL** – A meta de redução de consumo de 2% nas suas unidades até 2010 representará menos 1 bilhão de litros por ano consumidos. Todas as fábricas elaboram relatórios sobre o uso e o custo da água. O documento baseia o desenvolvimento de ações de conscientização e introdução de melhores práticas que permitam reutilizar e reduzir o gasto e a reciclagem da água.

As fábricas da Cargill no Brasil que exigem tratamento de resíduos possuem Estações de Tratamento de Efluentes, visando à redução do uso, ao reaproveitamento e tratamento. Em algumas fábricas, o reaproveitamento chega a 50% do volume. Atualmente, a empresa alcança uma média de eficiência de 98% de remoção de carga orgânica da água.

### Compostagem

Em Uberlândia (MG), a empresa instalou, em 2005, uma unidade de compostagem, que transforma os resíduos de milho, de soja e ácido cítrico em adubo. Os restos são levados da área de produção do complexo industrial e acomodados para decomposição. No local há os equipamentos necessários para a transformação biológica dos materiais e laboratório para análises diárias do substrato. A unidade possui uma estufa onde são produzidas mudas nativas do Cerrado, características da região. Mensalmente, 5 mil toneladas de resíduos são destinadas ao local e, depois de 90 dias, resultam em 4 mil toneladas de composto orgânico. O produto final é usado como substrato para as plantas. Parte do adubo é enviada a projetos de recuperação de áreas degradadas e de reflorestamento da empresa. Também em Barreiras (BA), Ponta Grossa (PR) e Três Lagoas (MS), a Cargill mantém unidades de compostagem.

*REDUCE GREENHOUSE GAS EMISSIONS BY 8% – The emission of greenhouse gases was reduced at a global level by 0.7 percent in the fiscal year 2006-2007. Last year, Cargill USA also became a member of the Chicago Climate Exchange, which is the world's first and only voluntary carbon credit trading exchange, becoming legally bound to reduce greenhouse gases from its operations by 1% a year. If it does not reach this goal it must purchase carbon credits to make up for it. Cargill monitors its main sources of greenhouse gases in its Business Units as related to NOx, SOx, particulate material and carbon monoxide.*

*REDUCE THE USE OF POTABLE WATER BY 2% – The goal to reduce consumption by 2% in its units up to 2010 will represent a reduction of one billion liters consumed per year. All of the plants prepare reports on the use and cost of the water. The document is based on developing awareness actions and introducing best practices that make it possible to reduce water use, reuse and recycle water.*

*Cargill's plants in Brazil which require waste treatment have Wastewater Treatment Stations aiming at water usage reduction, reuse and treatment. At some plants, reuse has reached a 50% rate. Currently the company reaches an average efficiency of 98% removal of the waterborne organic matter.*

### Composting

*The company installed a composting unit in Uberlândia (MG) in 2005 that transforms the residues from corn, soy and citric acid into fertilizer. These wastes are taken to the production area at the industrial complex and are arranged for decomposition. Equipment has been put in place for the biological transformation of the materials and for daily lab samples to be taken of the substrate. The unit has a greenhouse for producing seedlings of local native vegetation species. Every month 5,000 metric tons of waste are sent to the location and after 90 days it results in 4,000 metric tons of organic compost. The final product is used as a substrate for plants. Cargill also has composting units at Barreiras (state of Bahia), Ponta Grossa (state of Paraná), and Três Lagoas (state of Mato Grosso do Sul).*





## Conscientização

A empresa promove atividades para difundir entre seus colaboradores a necessidade de preservação dos recursos naturais. Exemplo é a celebração do Dia Mundial do Meio Ambiente em várias fábricas e terminais portuários, que envolve palestras, peças de teatro, visitas a escolas e diversas atividades. No Terminal Portuário do Guarujá (SP) e no Complexo Industrial da Cargill em Uberlândia (MG), a data foi celebrada em três dias, incluindo palestras, dinâmica para funcionários, estudantes e comunidades vizinhas, limpeza de mangue e plantio de espécies nativas.

## Terminal Portuário de Santarém

Em 2007, a Cargill anunciou a contratação da CPEA, consultoria independente especializada, para realizar o *EIA-Rima (Estudo de Impacto Ambiental – Relatório de Impacto ao Meio Ambiente)* do Terminal Portuário de Santarém, no Pará, em operação desde 2003. O Termo de Referência foi fornecido pelo Governo do Estado do Pará, que recebeu contribuições do Ibama e de diversos órgãos e entidades interessados no assunto. A previsão é de que ainda em 2008 o levantamento esteja concluído e toda a documentação pertinente seja entregue ao Governo do Pará.

A questão judicial relacionada ao terminal Portuário de Santarém teve início em 2000, com a alegação de um representante do Ministério Público de que no local poderia haver um sítio arqueológico, motivando abertura de processo contra o Governo do Estado, a Companhia das Docas e a Cargill. Porém, não foi constatado nenhum vestígio nesse sentido. Posteriormente, o Plano de Controle Ambiental (PCA), solicitado pelo Governo paraense antes da construção do terminal, foi questionado pelo Ministério Público. O PCA é o mesmo estudo demandado em 90% dos casos de terminais portuários em todo o País, particularmente em casos como de Santarém, em que a construção aconteceu em um porto já existente e consolidado. A questão ainda tramita na Justiça, sendo que a sentença em primeira instância, em 2004, e confirmada em segunda instância, em 2007, apontou que deveria ser feito o *EIA-Rima*, sem necessidade de paralisação das atividades e com a possibilidade de uso dos dados do PCA no novo levantamento.

## Awareness

*The company promotes activities to make its employees more aware of the need to preserve natural resources. An example of this is the celebration of World Environment Day at several plants and port terminals with the holding of lectures, plays, visits to schools and various other activities. At the Guarujá Port Terminal (state of São Paulo) and at the Cargill Industrial Complex in Uberlândia (state of Minas Gerais), the date was celebrated over three days and included lectures, group dynamics for employees, students and neighboring communities, as well as the cleaning of a mangrove swamp and planting of native trees.*

## Santarém Port Terminal

*In 2007 Cargill announced that it would contract CPEA, an independent specialized consulting company, to carry out the Environmental Impact Study and Environment Impact Report for its Santarém Port Terminal in the state of Pará, in operation since 2003. The Term of Reference was provided by the government of the state of Pará, who, in addition to Ibama, received contributions from several bodies and entities interested in the subject. The study should be done in 2008 and all the pertinent documentation will be submitted to the Pará state government.*

*The pending litigation related to the Santarém Port Terminal began in 2000 with the allegation from a representative of the Public Ministry that there could be an archeological site at the locale in which the terminal was to be constructed and opened a suit against the government of Pará, the Companhia Docas do Pará and Cargill. No evidence of an archeological site was found. Later, the Environmental Control Plan (PCA) requested by the Pará state government before building the terminal was questioned by the Public Ministry. The PCA is the same study required in 90% of the port terminal cases in the entire country, especially in cases such as Santarém where the building took place in an already existent and consolidated port. The case is still in the courts. The initial judgment in 2004, confirmed after appeal in 2007, was that an Environmental Impact Study was to be carried out, without the need to bar the activities and with the possibility of using the data from the PCA survey.*





Ao adotar políticas que valorizam as pessoas, a empresa atrai talentos e oferece condições para o seu desenvolvimento profissional e pessoal. O propósito de ser desejada pelos funcionários e suscitar neles a satisfação de fazer parte de sua história está sendo alcançado: há sete anos figura no ranking do Guia Exame/Você S.A. das 150 Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil.

*When adopting policies which value people, the company attracts talents and offers them improved conditions for the development of their professional and personal life. The purpose of being a desired company for employees, one which makes them proud to be a part of its history, has been reached: for seven years in a row, the company has been listed in the 150 Melhores Empresas para Trabalhar (The 150 Best Companies to Work For) ranking, by Guia Exame/Você S.A..*

# Funcionários

Employees



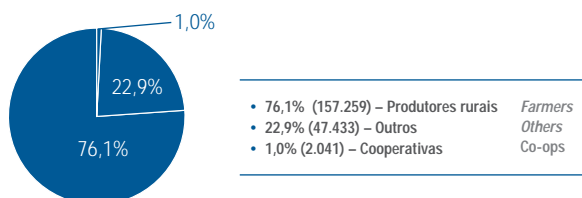
# Relacionamentos

## Relationship

### RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

No Brasil, a empresa possui mais de 188 mil fornecedores cadastrados. A maior parte é formada por produtores rurais (76,1%), seguida por fornecedores diversos (22,9%) e cooperativas (1,0%). A eles, a Cargill efetuou um total de 541,6 mil pagamentos no ano.

Fornecedores por tipo (em número e %)  
Suppliers by type (in number and percentage)



Desde 1999, a empresa mantém estruturada a área de *Procurement*, responsável pela gestão estratégica das compras e pelo estabelecimento e manutenção da relação com os fornecedores. No Brasil, a equipe é composta por 17 profissionais, além de outros 16 profissionais na América Latina, que trabalham em sinergia com os funcionários na Europa, Ásia e América do Norte. Assim, as negociações acontecem global, regional e localmente.

Também como forma de aproximar-se dos produtores de grãos e estimulá-los a adotar as melhores práticas, a Cargill, por meio da Unidade de Negócio Complexo Soja, elege o *Fornecedor do Ano*, prêmio de abrangência nacional que destaca o cliente de originação (como são chamados os fornecedores de soja) com maior volume do produto negociado. São considerados ainda aspectos como fidelidade e responsabilidade socioambiental.

O site [www.cargill.com.br](http://www.cargill.com.br) também reserva espaço para os fornecedores em geral, que por meio de identificação e senha podem acessar as informações relativas a sua situação de pagamento.

O trabalho desenvolvido pela área de logística com as empresas transportadoras é outro diferencial. A Unidade de Negócio Cargill Foods realiza treinamentos constantes com os fornecedores, para difundir as melhores práticas de evitar desperdícios provenientes de má alocação dos materiais e procedimentos incorretos de carregamento e descarregamento. Os conferentes da Cargill que trabalham com as transportadoras são também qualificados para identificar possíveis problemas e, nesses casos, acionam a área de qualidade para fazer uma avaliação do quadro.

São realizadas ainda reuniões mensais com os fornecedores para identificar pontos de excelência e de melhoria em diversos aspectos, que vão da qualidade do serviço à conformidade das informações repassadas. As transportadoras também são capacitadas para atuarem em casos de acidentes graves com mercadorias que podem ocasionar impactos ambientais.

### RELATIONSHIP WITH SUPPLIERS

The company has more than 188,000 registered suppliers. Most of these consist of farmers (76.1%), followed by diverse suppliers (22.9%) and co-ops (1.0%). Cargill made 541,600 payments to suppliers in the year.

Since 1999 the company maintains a structured Procurement area responsible for the strategic management of the purchases and for building and maintaining a relationship with the suppliers. In Brazil the team is made up 17 professionals along with 16 professionals in Latin America that work in synergy with their colleagues in Europe, Asia and North America. This way the negotiations take place globally, regionally and locally.

As another way to come closer to grain farmers, encouraging them to adopt the best practices, Cargill, through its Soybean Complex Business Unit, elects the Fornecedor do Ano (Supplier of the Year), a nationwide award that highlights the origination client (as soy suppliers are referred to) with the highest volume of traded products during the year. Aspects such as loyalty and socioenvironmental responsibility are taken into consideration.

The website [www.cargill.com.br](http://www.cargill.com.br) also features an area for supplier in general, who can access information relative to their payment status by logging in with their ID and password.

The work developed by the logistics area with transportation companies is another advantage. The Cargill Foods Business Unit carries on constant trainings with suppliers, in order to promote the best practices for avoiding waste caused by poor allocation of materials and incorrect loading and unloading procedures. Cargill's checking clerks who work along with transportation companies are also trained to identify possible problems and, in those cases, contact the Quality area in order to perform an evaluation.

Monthly meetings are held with suppliers in order to identify points of excellence and improvement in several aspects, from service quality to the conformity to transmitted information. Transportation companies are also trained to handle grave accidents with shipments that may generate environmental impact.



## RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE

Em 2007, o investimento social externo feito pela empresa chegou a R\$ 6,3 milhões, excluindo-se os tributos. A Cargill estimula seus funcionários a atuarem como voluntários e se empenharem na busca de melhores condições de vida e bem-estar social.

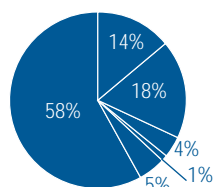
## RELATIONSHIP WITH THE COMMUNITY

The social investment made by the company in 2007 reached R\$ 6.3 million, not including taxes. Cargill encourages its employees to offer time as volunteers and get involved toward improving living conditions and social well-being.

Investimento social externo (exceto tributos em R\$ milhões)  
External social investment (except taxes – in millions of R\$)



Investimento social externo por área (em %)  
External social investment per area (in %)



• 18%	Combate à fome e segurança alimentar	Hunger prevention and food safety
• 4%	Esporte	Sports
• 1%	Saúde e saneamento	Healthcare and sanitation
• 5%	Cultura	Culture
• 58%	Educação	Education
• 14%	Outros	Others

## FUNDAÇÃO CARGILL

Há 34 anos, a instituição desenvolve os programas sociais apoiados pela Cargill no Brasil. É associada à Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, ao Instituto Ethos e ao Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). Também integra o movimento *Todos pela Educação*.

## CARGILL FOUNDATION

For 34 years now, this institution has spearheaded the programs sponsored by Cargill in Brazil. It is a member of Abrinq Foundation for Children's Rights, Ethos Institute and the Group of Institutions, Foundations and Enterprises (GIFE). It is also part of the Todos pela Educação (All for Education movement).

Dois programas são os carros-chefes de sua atuação: o *Programa de Apoio ao Ensino Fundamental Fura-Bolo* e o "*de grão em grão*", que promovem atividades complementares para o fortalecimento da formação e conscientização de milhares de estudantes brasileiros por meio de parcerias com prefeituras, secretarias de Educação e unidades da Cargill. Eles envolveram, em 2007, escolas de 14 cidades em oito estados, beneficiando crianças de 7 a 10 anos, educadores e merendeiras.

The company has two flagship programs: the Programa de Apoio ao Ensino Fundamental Fura-Bolo (Fura-Bolo Elementary Education Support Program) and the Programa "de grão em grão" ("grain by grain" Program) provide supplementary activities for strengthening the training and awareness of thousands of Brazilian students through partnerships with city administrations, education departments and Cargill units. In 2007 they worked with 14 cities in eight states, benefiting children from 7 to 10 years old, educators and school lunch ladies.

### Fura-Bolo

O *Programa de Apoio ao Ensino Fundamental* busca a melhoria da educação por intermédio da literatura infantil. A Fundação Cargill criou a *Coleção Fura-Bolo*, composta por quatro livros, além de material pedagógico para ser utilizado em sala de aula, que favorece o aprendizado de forma lúdica. A instituição faz o monitoramento do programa por meio de avaliações constantes, permitindo, assim, seu aperfeiçoamento. O *Fura-Bolo* inclui ainda curso de educação continuada para aproximadamente 2 mil educadores anualmente.

### Fura-Bolo

This Elementary Education Support Program is Cargill's contribution to the improvement of education through children's literature. Cargill Foundation created the *Coleção Fura-Bolo* (Fura-Bolo Collection), with four books along with pedagogical material to be used in the classroom to provide an enjoyable way of learning. The Cargill Foundation monitors the program through constant evaluations, thus ensuring its improvement. The program also includes a continued education course for approximately 2,000 educators every year.

Programa Fura-Bolo	Fura-Bolo Program	2007
Alunos atendidos	Participating students	54.000
Escolas atendidas	Participating schools	143
Cidades atendidas	Cities/towns benefited	14
Estados atendidos	States served	8
Educadores capacitados	Educators trained	2.000
Livros distribuídos	Books distributed	54.000
Investimento (em R\$)	Investment (in R\$)	614.105

Em 2007, o município de Tatuí (SP) ingressou no programa, o que resultou no treinamento de 37 docentes e no envolvimento de mais de 450 alunos. Outro fato importante foi a doação, pela entidade, de 2,5 mil assinaturas da revista *Nova Escola* a professores, coordenadores pedagógicos, diretores, merendeiras, secretárias da Educação e voluntários.

### “de grão em grão”

O programa incentiva a segurança alimentar e agricultura familiar, abordando de forma pedagógica temas como higienização de alimentos, pós-colheita de legumes e verdura e técnicas de produção em hortas, enriquecimento da merenda, e modificando os hábitos alimentares. Uma das ações contempladas é a introdução de hortas nas escolas participantes. A Fundação Cargill arca com a instalação e manutenção das hortas, e os alimentos cultivados pelos alunos são consumidos na merenda escolar.

As crianças envolvidas também recebem livros e cadernos de atividades. Professores e merendeiras participam do treinamento e passam por reciclagens periódicas de conhecimentos. As famílias dos alunos participam de palestras, ministradas por voluntários da empresa, que difundem os conceitos do programa.

A iniciativa também busca a integração de crianças portadoras de deficiências. A Escola Municipal de Educação Especial Franklin Delano Roosevelt, no Guarujá (SP), mantém 17 canteiros cuidados por seus aproximadamente 250 estudantes.

Em 2007, a Fundação, em apoio ao movimento *Todos pela Educação*, distribuiu o calendário *Cuide da educação de seu filho* para as famílias contempladas nos dois programas. A publicação as estimula a participar da vida escolar dos filhos. Outras ações foram uma nova etapa do curso de educação continuada dos educadores, que reuniu 2.500 profissionais, além de treinamento para 500 merendeiras. A Fundação Cargill distribuiu também, pelo quarto ano consecutivo, o manual *Da horta à mesa: uma alimentação equilibrada*, que aborda questões nutricionais e de higiene pessoal, ambiental e alimentar.

Oito escolas de Lucas do Rio Verde (MT) e do município de Uberlândia (MG), participantes do programa “de grão em grão”, receberam o *Prêmio Gestor Eficiente da Merenda Escolar*, concedido pela ONG Ação Fome Zero, que elege as instituições com base em critérios como a aplicação de recursos orçamentários, prestação de contas, valor nutricional da merenda, inovação administrativa e incentivo ao desenvolvimento econômico local.

Programa “de grão em grão”	“grain by grain” Program	2007
Alunos atendidos	Participating students	52.000
Escolas atendidas	Participating schools	136
Cidades atendidas	Cities/towns benefited	12
Estados atendidos	States served	7
Educadores capacitados	Educators trained	2.000
Merendeiras capacitadas	Lunch ladies trained	500
Livros distribuídos	Books distributed	52.000
Outros materiais (manual das merendeiras Da Horta à Mesa)	Other materials (From the Garden to the Table lunch manual)	500
Investimento (em R\$)	Investment (in R\$)	1.030.245

### Saúde

A Fundação Cargill entregou à comunidade de Rio Verde (GO) a primeira sala cirúrgica do Hospital do Câncer (Fundação Cristã Angélica). Foram investidos mais de R\$ 500 mil no projeto – recurso doado pela Unidade de Negócio Complexo Soja e pela Mosaic (empresa criada a partir da união da Cargill Crop Nutrition com a IMC Global) – que beneficia os 800 mil habitantes da região. A Fundação também lançou a *Campanha de Prevenção ao Câncer de Pele*, com a distribuição de 600 sacolas com material explicativo, boné e protetor solar.

The city of Tatuí (state of São Paulo) joined the program in 2007, which resulted in the training of 37 educators and the involvement of more than 450 students. Another important fact was the donation of 2,500 subscriptions to the magazine *Nova Escola* for teachers, pedagogical coordinators, directors, lunch ladies, educational departments and volunteers.

### “grain by grain”

This program focuses basic concepts of food safety and homestead farming with a pedagogical slant on concerns such as food sanitation, post-harvest vegetables and greens and garden product techniques, enriching school lunches and changing eating habits. One of the actions considered is growing vegetable gardens in the participating schools. The Cargill Foundation covers the cost with starting up and maintaining the gardens and the food produced by the students is consumed by them at school lunch.

The children involved also receive books and activity pads. Teachers and school lunch ladies participate in the training and receive periodical refresher courses. The families of the students participated in lectures given by volunteers from the company to promote the program’s concepts.

The initiative also works at integrating children with physical challenges. The Special Education Municipal School Franklin Delano Roosevelt in Guarujá (state of São Paulo) maintains 17 plots that are taken care of by around 250 students.

In 2007 the Foundation supported by the *Todos pela Educação* (All for Education) movement distributed the *Cuide da educação do seu filho* (Keep an eye on your child’s education) calendar to the families involved in both the programs. The publication encourages parents to participate in the school life of their children. Other actions were a new stage in the continued education course of the educators that brought together 2,000 professionals, and training of 500 school cooks. The Cargill Foundation also distributed for the fourth year running the manual *Da Horta à Mesa: uma alimentação equilibrada* (From the Garden to the Table: a balanced diet), which addresses nutritional issues and personal hygiene, as well as environmental and food hygiene.

Eight schools in Lucas do Rio Verde (state of Mato Grosso) and Uberlândia (state of Minas Gerais) that participate in the “grain by grain” Program received the *Prêmio Gestor Eficiente da Merenda Escolar* (Efficient School Lunch Manager Award) from the NGO *Ação Fome Zero*, which elects the institutions based on criteria such as the use of budgets, accountability, nutritional value of the lunch, administrative innovation and incentive to the local economic development.

### Healthcare

The Cargill Foundation delivered to the Rio Verde (state of Goiás) community the first surgical ward at the Cancer Hospital (Cristã Angélica Foundation). More than R\$ 500,000 was invested in the project – funds donated by the Soybean Complex Business Unit and by Mosaic (created from the union of Cargill Crop Nutrition and IMC Global) – that benefits the 800,000 inhabitants in the region. The Foundation also launched the *Campanha de Prevenção ao Câncer de Pele* (Skin Cancer Prevention Campaign), by distributing 600 bags with explanatory material, cap and sunscreen. It also sponsored the purchase of equipment for installing a psychomotor room at the Special Education Municipal School Franklin Delano Roosevelt in Guarujá (state of São Paulo).





Patrocinou ainda a compra de equipamentos para a instalação de uma sala de psicomotricidade na Escola Municipal de Educação Especial Presidente Franklin Delano Roosevelt, no Guarujá (SP).

## Voluntariado

A Fundação Cargill mantém programa de voluntariado do qual participam 300 funcionários que desenvolvem ações sociais apoiadas pela empresa.

Em 2007, 12 voluntários do Terminal Portuário do Guarujá (SP) desenvolveram atividades incentivadas pela prefeitura no Dia Mundial da Limpeza de Rios e Praias, que resultou na coleta de três toneladas de material, encaminhadas a uma cooperativa local. Atividade semelhante foi desenvolvida em Ilhéus (BA), onde duas vezes ao ano acontece o projeto *Limpeza das Praias*, com a participação de funcionários da empresa.

Para reconhecer e estimular a atuação voluntária dos funcionários, a Fundação Cargill promoveu em 2007 a primeira edição do *Programa de Reconhecimento dos Voluntários*, que destacou a atuação de 15 profissionais nas ações *Fura-Bolo* e *"de grão em grão"*. Eles receberam uma placa de reconhecimento e uma viagem para São Paulo, por dois dias.

A empresa realiza também, três vezes ao ano, a premiação internacional, *Cargill Cares Volunteer Award*. Desde o início da ação, em 1998, 29 funcionários brasileiros já foram reconhecidos.

## Publicações

A Fundação Cargill investe na publicação de livros técnicos como forma de contribuir para o aprimoramento educacional dos brasileiros e o desenvolvimento da agricultura nacional. As obras são distribuídas a instituições de ensino, órgãos públicos, pesquisadores, estudantes e professores. Em 2007, foi publicado o livro *Manejo Ambiental e Restauração de Áreas Degradadas*, em parceria com a Organização para a Proteção Ambiental, que teve distribuição de 1.159 exemplares.

## PROJETOS SOCIAIS

A Unidade de Negócio Carnes assumiu o compromisso de se tornar um agente do desenvolvimento sustentável no Brasil. Para tanto, inova em seus processos, de forma a conceber um conjunto de ações direcionadas a reduzir ou solucionar problemas ambientais, sociais ou econômicos nas comunidades próximas às suas unidades.

A área de Responsabilidade Social da Unidade de Negócio Carnes atua de forma independente e mantém mais de 20 projetos, que contam com o apoio de 250 funcionários voluntários. Em todas as fábricas existem gerentes dedicados à elaboração e condução das ações, bem como Comitês de Cidadania, composto pelos colaboradores. Entre as iniciativas, destacam-se:

**EDUCAÇÃO PROFISSIONAL** – Visa proporcionar acesso à educação e à profissionalização de adolescentes entre 15 e 18 anos, oriundos de famílias carentes de Itajaí (SC). Desenvolvida em parceria com o Instituto Lar da Juventude de Assistência e Educação (Parque Dom Bosco) e o Colégio Salesiano, o projeto oferece cursos de panificação, mecânica, elétrica, auxiliar administrativo e manutenção de computadores para 150 adolescentes. Paralelamente, o projeto *Uniformizando* fornece os uniformes adequados para o desenvolvimento das atividades de oficinas profissionalizantes.

**PASTORAL DA CRIANÇA** – O projeto visa à sobrevivência e ao desenvolvimento integral da criança carente na comunidade. Capacita líderes comunitários voluntários para atuarem no combate à mortalidade infantil, à desnutrição e à marginalidade social entre famílias de baixa renda, gestantes e crianças de até 6 anos. Realizado em parceria com a Conferência Nacional de Bispos do Brasil (CNBB) e a Paróquia São Daniel, já beneficiou 175 crianças diretamente e 80 famílias de forma indireta, totalizando 350 pessoas na cidade de Seara (SC).

## Volunteerism

The Cargill Foundation maintains a volunteer program in which 300 employees develop social actions supported by the company.

In 2007, 12 volunteers from the Guarujá Port Terminal (state of São Paulo) developed activities encouraged by the city administration on the Clean Up the World Day, which resulted in gathering three tons of material that was sent to a local co-op. A similar activity was developed in Ilhéus (state of Bahia), where the *Limpeza das Praias* (Clean Up the Beaches) project takes place twice a year with the participation of the Company's employees.

In order to recognize and encourage the volunteer spirit in employees, the Fundação Cargill (Cargill Foundation) promoted in 2007 the first edition of the Programa de Reconhecimento dos Voluntários (Volunteer Recognition Program) that highlighted the actions of 15 professionals in the *Fura-Bolo* and "grain by grain" actions. They received a recognition plaque and a trip to São Paulo for two days.

Three times a year, the company also carries out the international Cargill Cares Volunteer Award. Since this action began in 1998, 29 Brazilian employees have already been recognized.

## Publications

The Cargill Foundation invests in publishing technical books as a way of contributing to the educational improvement of Brazilians and national agricultural development. The books are distributed to teaching institutions, public bodies, researchers, students and teachers. The book published in 2007 was *Manejo Ambiental e Restauração de Áreas Degradadas* (Environmental Stewardship and Restoration of Degraded Areas) in partnership with the Environmental Protection Organization, and 1,159 copies were distributed.

## SOCIAL PROJECTS

The Meats Business Unit took on the commitment to become an agent of sustainable development in Brazil. In order to do so, it has innovated its processes so as to put in place a set of actions directed to reducing and solving environmental, social and economic problems in the communities close to its units.

The Social Responsibility area in the Meats Business Unit operates independently, and maintains more than 20 projects that rely on the support of 250 volunteer employees. In all the plants there are managers dedicated to preparing and leading actions, as well as Citizenship Committees formed by employees. Some of the main initiative are as follows:

**PROFESSIONAL TRAINING** – The purpose here is to educate and train adolescents between the ages of 15 and 18 from needy families in Itajaí (state of Santa Catarina) to have the skills to get a job. It was developed in partnership with the Education and Assistance Juvenile Home Institute (Dom Bosco Park) and the Salesiano School, and the project offers courses in baking, mechanics, electricity, administrative assistant and computer maintenance for 150 adolescents. Parallel to this is a project called *Uniformizando* ("Uniforming"), which provides the uniforms needed to carry out the activities in the training workshops.

**PASTORAL DA CRIANÇA** – This project focuses on the survival and whole development of needy children in the community. It trains volunteer community leaders to work at taking actions against infant mortality, malnutrition and social marginality among low-income families, pregnant mothers and children up to the age of six years old. It is carried out in partnership with the National Conference of Bishops of Brazil (CNBB) and the Saint Daniel Parish, the project has already benefited 175 children directly and 80 families indirectly, totalling 350 people in the city of Seara (state of Santa Catarina).

**EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO** – Desenvolvido na fábrica de Itapiranga (SC) pelo Comitê de Cidadania, em parceria com a equipe de EHS (Segurança, Saúde e Meio Ambiente) e a Auto-escola Cometa, envolve duas escolas de ensino básico do município e pretende a socialização das informações sobre os cuidados que as crianças devem ter no trânsito. Em 2007, foram beneficiadas 260 alunos do ensino fundamental.

**TEATRO PNEs** – Grupo de teatro formado com o objetivo de promover o desenvolvimento e a inclusão de portadores de deficiência, permitindo a eles exercer a cidadania com dignidade. Realizado em parceria com a Associação Jacarezinhense de Deficientes Auditivos e Visuais (Ajadavi), já beneficiou 115 adolescentes e jovens da entidade e funcionários da Unidade de Negócio Carnes em Jacarezinho (PR).

**COMITÊ DE CIDADANIA NA COMUNIDADE** – Em Jaraguá do Sul (SC), o Comitê de Cidadania realiza diversas ações que contribuem para melhorar as condições de vida na comunidade do Bairro Rio da Luz. Entre elas destacam-se a adoção do Centro Educacional Rui Krueger, uma creche que desde a sua inauguração já recebeu berços, armários e mais de 200 livros infantis. A entidade tem o acompanhamento do Grupo de Amigos Voluntários, que faz serviços de jardinagem, manutenção predial e elétrica, assim como atividades de lazer às crianças matriculadas. Além disso, a escola Helmut Duwe, por meio do projeto *Horta Comunitária*, realiza trabalhos de plantio de verduras e legumes para o consumo na escola.

**INFORMÁTICA BÁSICA** – O programa é de responsabilidade do Comitê de Cidadania de Itajaí (SC), com o objetivo de promover a inclusão digital de adolescentes carentes que vivem no bairro Imarui, de Itajaí (SC). A sala de aula destinada ao projeto foi completamente reestruturada, e as aulas, ministradas por professores qualificados, fruto de parceria com a empresa Elite Treinamento, tem como meta beneficiar uma média de 50 alunos do bairro a cada ano.

**REFORMANDO E ADOÇÃO DA CRECHE CEFA** – O Centro Educacional Francisco de Assis, que cuida de cerca de 130 crianças de 2 a 5 anos, foi beneficiado. No projeto *Reformando*, foi realizada recuperação do prédio da creche. Além disso, há a doação, mensal, de cerca de 150 quilos de carnes (aves e suínos).

**RECICLAR** – O Comitê de Cidadania de Forquilha (SC) realiza todos os anos o projeto *Reciclar* em aproximadamente 30 escolas da região, com o objetivo de despertar valores que conduzam à convivência harmoniosa com o meio ambiente. Desenvolvido em parceria com prefeituras e secretarias da Educação, o projeto realiza ações como palestras em escolas, participação em eventos comunitários, doação de lixeiras, campanhas de coleta e reciclagem de lixo, feiras do meio ambiente, entre outras. Beneficia mais de 2 mil pessoas, entre alunos de 7 a 15 anos e seus familiares.

**RESGATE CIDADANIA** – Visa proporcionar acesso à educação e ao trabalho a adolescentes entre 15 e 17 anos, oriundos de famílias carentes que não têm vínculos empregatícios formais. Os cursos profissionalizantes oferecidos incentivam a formação para o mercado de trabalho. Anualmente, o projeto atende dezenas de adolescentes que expressam o desejo de serem reinseridos na sociedade, de forma a resgatar sua cidadania e auto-estima.

**IPÊ** – O Comitê de Cidadania da fábrica de Nuporanga (SP) desenvolve ação diferenciada na cidade vizinha de Hortolândia (SP). Realizado em parceria com a prefeitura e Secretaria de Assistência Social, o projeto tem como principais objetivos estimular o conhecimento e desenvolvimento de atividades avícolas, o cultivo de mudas e a manutenção de uma horta. Para isso, conta com o apoio do setor de agropecuária da Unidade de Negócio Carnes, que contribui com doação de pintinhos e ração, além de disponibilizar técnico agropecuário que realiza visitas periódicas ao projeto. O projeto *Ipê* atende aproximadamente 35 alunos de 14 a 17 anos matriculados em escolas municipais, e beneficia, indiretamente, 140 pessoas na comunidade.

*DRIVER'S EDUCATION* – Developed at the Itapiranga plant (state of Santa Catarina) by the Citizenship Committee, in partnership with the EHS (Environment, Health and Safety) team and the Cometa Driver's Ed School, this program helps two elementary municipal schools and in the socialization of information about the care children need to take in the traffic. In 2007, 260 elementary aged children were benefited.

*PNE THEATER* – Theatrical team created with the purpose of promoting the development and inclusion of people with disabilities, allowing them to exercise citizenship with dignity. It is carried out in partnership with the Jacarezinho Association of the Hearing and Visually Impaired (Ajadavi) and has already benefited 115 adolescents and young people in the entity and Seara employees in Jacarezinho (state of Paraná).

*CITIZENSHIP COMMITTEE IN THE COMMUNITY* – In Jaraguá do Sul (state of Santa Catarina) the Citizenship Committee carries out various actions that contribute toward improving living conditions in the Rio da Luz district. One of the actions is the adoption of the Rui Krueger Educational Center, which is a daycare that since its inauguration has received cribs, closets and more than 200 children's books. The entity receives support also from the Volunteer Friends group that does yard work, upkeep on the facilities, and electrical maintenance, as well as recreational activities for the children matriculated. Furthermore, the Helmut Duwe school carries out vegetable gardening tasks for the school's consumption through the Projeto Horta Comunitária (Community Gardening Project).

*BASIC COMPUTER SKILLS* – This program is under the responsibility of the Matrix Citizenship Committee "por" of the Itajaí Citizenship Committee for promoting digital inclusion of adolescents from poor families living in the Imauri district of Itajaí (state of Santa Catarina). The classroom set aside for this project was completely refurbished and the classes are given by qualified teachers that are fruit of the partnership with Elite Training company. They have the goal of helping around 50 students from this neighborhood every year.

*REMODELING AND ADOPTING THE CEFA DAYCARE* – The Francisco de Assis Educational Center, which takes care of around 130 children ages two to five, was granted the benefit. The daycare's premises were remodeled in the first Reformando (Remodelling) project. In addition, a commitment to donate 150 kilograms of meat (poultry and pork) every month was set in place.

*RECYCLE* – The Forquilha Citizenship Committee (state of Santa Catarina) spearheads the yearly Recycle project in approximately 30 schools in the region, in order to strengthen values that lead to harmonious interaction with the environment. This project has been developed in partnership with city administrations and education departments for carrying out lectures in schools, participating in community events, trash sorting and recycling campaigns, environmental fairs, among others. It benefits more than 2,000 people, including students aged 7 to 15 and their family members.

*RESTORING CITIZENSHIP* – The purpose here is to give access to education and work for adolescents between the ages of 15 and 17 from needy families that do not have formal jobs. The career training courses offered prepare them for the job market. Every year the project helps dozens of adolescents that show an interest to be reinserted into society, and helps them regain their citizenship and self-esteem.

*IPÊ* – The Nuporanga factory Citizenship Committee (state of São Paulo) has developed a unique action in its neighboring city of Hortolândia (state of São Paulo). In partnership with the city administration and Social Assistance Department, this project has the purpose of sharing practical knowledge about poultry activities, growing seedlings and keeping a garden. The Meat Business Unit's agribusiness division contributes by donating chicks and feed as well as the hours of the agricultural technician who makes periodical visits to the project. The *Ipê* project helps approximately 35 students aged 14 to 17 attending municipal schools, and indirectly benefits 140 people in the community.

**RECICLOVIDA NAS ESCOLAS** – Em Sidrolândia (MS), o projeto contribui para a educação dos alunos nas escolas do município, promovendo a conscientização sobre a separação do lixo para a sua saúde e conservação do meio ambiente. A Unidade de Negócio Carnes, em parceria com a prefeitura e com a Secretaria da Educação, coloca à disposição materiais educativos e profissionais qualificados para ministrar palestras sobre o tema. Com esse projeto, são atendidos todos os anos aproximadamente 150 alunos na faixa dos 7 aos 15 anos.

### Minha Casa

A Unidade de Negócio Carnes desenvolve ainda o projeto *Minha Casa*, que busca facilitar o acesso de funcionários à moradia própria. Os primeiros beneficiados são 105 colaboradores de Itapiranga (SC), com renda mensal, somada à do companheiro ou companheira, de até R\$ 1.875,00. As casas serão construídas no Loteamento das Flores, a 900 metros da unidade da empresa. Para isso, a empresa captou recursos com seus parceiros/ fornecedores/ governo no montante de R\$ 1.200.000,00, o que reduz o custo final a ser pago pelo funcionário no financiamento da casa. Seu valor ficará em torno de R\$ 32.000,00.

### AÇÕES LOCAIS

Além dos projetos encaminhados por meio da Fundação Cargill e da área de Responsabilidade Social da Unidade de Negócio Carnes, as unidades da empresa espalhadas pelo Brasil participam ativamente da vida das comunidades em ações que as favorecem. Confira alguns exemplos, conduzidos em 2007:

- doação de pó de cacau para as aulas de confeitaria realizadas no projeto *Cozinheiro Cidadão*, do Instituto Lina Galvani, que beneficia moradores da favela do Jaguaré, em São Paulo;
- doação de 300 quilos de macarrão a 200 índios xavantes de Mato Grosso do Sul, atendendo a pedido da Fundação Nacional do Índio (Funai);
- patrocínio, pela unidade da empresa em Santarém (PA), à mais antiga manifestação popular da Amazônia, a Festa do Sairé, que reuniu mais de 100 mil pessoas;
- patrocínio, pela Cargill Risk Management, à pré-estréia do musical *Os Produtores*, em São Paulo, que arrecadou fundos para dois projetos desenvolvidos pelo Hospital Israelita de São Paulo: Programa *Einstein na Comunidade de Paraisópolis* e *Residência Israelita Albert Einstein*;
- a Fundação Cargill promoveu a campanha *Um Dia Para o Futuro*, em que os funcionários foram convidados a doar recursos para ampliar os projetos da instituição. No total, foram arrecadados R\$ 78 mil, doados por 2,5 mil funcionários, que serão destinados à revitalização de seis bibliotecas públicas; e
- participação no projeto *Oeste Criança*, promovido pela TV Oeste, afiliada da Rede Globo, que arrecada alimentos não-perecíveis para serem doados a entidades beneficentes da região de Barreiras (BA). A empresa doou óleo de soja Liza e contribui na entrega dos alimentos com caminhões. A ação contou com a participação de 15 voluntários da fábrica.

### RELACIONAMENTO COM GOVERNOS E SOCIEDADE

A Cargill preza pelo diálogo transparente com os representantes de diversos segmentos sociais, com os quais interage no dia-a-dia dos seus negócios. É associada a mais de 70 entidades, nacionais e internacionais, e participa ativamente de debates com o governo, câmaras setoriais e agência reguladoras.

#### Mesa Redonda da Soja Responsável

Um exemplo do diálogo da Cargill com a sociedade é a participação na *Mesa Redonda da Soja Responsável (Round Table on Responsible Soy – RTRS)*, fórum internacional criado em 2005 que discute a sustentabilidade da soja. Ele é integrado por produtores, exportadores, agroindústria e comercializadores de diversos países, além de organizações não-governamentais sociais e ambientais, instituições financeiras e outros grupos interessados. Seu objetivo é discutir formas e estabelecer princípios e critérios para a produção de soja de forma economicamente viável, ambientalmente correta e socialmente justa em qualquer região do mundo.

*RECYCLELIFE IN THE SCHOOLS* – This project in Sidrolândia (state of Mato Grosso do Sul) contributes toward training students in the municipal schools to be more aware about sorting trash for health reasons and to protect the environment. The Meats Business Unit in partnership with the city administration and the Education Department offers educational materials and trained professionals for giving workshops on this theme. This project teaches approximately 150 students aged 7 to 15 every year.

#### My House

The Meats Business Unit develops another project named My House, which gives the possibility of buying their own home to employees who otherwise could not do so. The first group of 105 employees benefited live in Itapiranga (state of Santa Catarina), with a total salary of up to R\$ 1,875.00 when joined with that of their spouse. The houses will be built at the Flores Housing Development, 900 meters from the company's plant. The company was able to raise other funds to a total of R\$ 1.2 million from partners, suppliers and government, which reduces the final cost to be paid by the employee when financing the house. Its final value will end up being around R\$ 32,000.

#### LOCAL ACTIONS

In addition to these projects submitted through the Cargill Foundation and the Meats Business Unit's Social Responsibility area, the company's units spread throughout Brazil actively participate in the lives of their communities through actions that benefit them. Some examples of this, carried out in 2007, are as follows:

- donation of cocoa powder to the confectionary classes held by the Citizen Cook project spearheaded by the Lina Galvani Institute, which benefits those that live in the slums of Jaguaré in São Paulo.
- donation of 300 kilograms of pasta to 200 Xavante Indians from Mato Grosso do Sul in response to a request from the National Indian Foundation (Funai);
- the company's unit in Santarém (state of Pará) sponsored the oldest cultural manifestation in the Amazon, the Sairé Feast, which brought together more than 100,000 people;
- Cargill Risk Management sponsored the preview of the musical *Os Produtores (The Producers)* in São Paulo and raised funds for two projects developed by the Israelite Hospital in São Paulo: the Einstein na Comunidade de Paraisópolis (Einstein Program in the Paraisópolis Community) and the Residência Israelita Albert Einstein (Albert Einstein Israeli Housing) programs;
- the Cargill Foundation promoted the nationwide campaign *Um Dia para o Futuro (One Day for the Future)*, in which employees were invited to donate funds for expanding the institution's projects. The total raised was R\$ 78,000, donated by 2,500 employees, which will be used for revitalizing six public libraries; and
- the company participated in the project *Oeste Criança (West Children)* promoted by Oeste TV station, part of Globo Broadcasting Group, for receiving donations of nonperishable food for charity organizations in the Barreiras region (state of Bahia). The company donated Liza cooking oil and contributed in delivering the food items by truck. Fifteen employees from the plant ended up participating in this action.

#### RELATIONSHIP WITH GOVERNMENTS AND SOCIETY

Cargill values open dialogue with representatives from the various social segments with which it interacts on a daily basis as it carries out its business. It is associated with more than 70 national and international entities and actively participates in debates with the government, chambers of commerce and regulating agencies.

#### Round Table on Responsible Soy

One example of Cargill's dialogue with society is its participation in the Round Table on Responsible Soy – RTRS, an international forum created in 2005 for discussing the sustainability of soy. It is made up of farmers, exporters, agribusiness companies and traders in various countries, as well as social and environmental non-governmental organizations. Its purpose is to discuss ways of establishing criteria for producing soy in a way that is economically viable, environmentally responsible and socially equitable in any part of the world.

## Programa Na Mão Certa

Em 2007, a Cargill passou a integrar o *Programa Na Mão Certa*, pacto empresarial criado pelo Childhood Brasil (braço brasileiro do World Childhood Foundation). Trata-se de um acordo feito com empresas para que assumam publicamente o compromisso de se engajar em ações contrárias à exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras.

## Erradicação da mão-de-obra escrava

Desde 2006, a Cargill é signatária do *Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo*, articulado pelo Instituto Ethos em conjunto com a Organização Internacional do Trabalho (OIT) e a ONG Repórter Brasil. O documento prevê a união das empresas para dignificar e regularizar as relações de trabalho nas cadeias produtivas. Inclui ações como a definição de metas, restrições comerciais a quem descumpra a lei, reintegração de trabalhadores e divulgação de práticas corretas e bem-sucedidas, entre outras.

## Indicadores Ethos de Responsabilidade Social – Açúcar e álcool

Em maio de 2007, a empresa estabeleceu parceria com a União das Indústrias de Cana-de-Açúcar para que a Cevasa, empresa da qual detém 63% do capital, participasse do *Programa de Facilitação para Implementação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e Empresarial*. A ideia é apurar as melhores práticas do setor e obter subsídios para um plano de incorporação de responsabilidade socioempresarial pelas indústrias. O diagnóstico é feito por meio de um questionário de auto-avaliação de gestão respondido por funcionários das mais diversas áreas da usina. Os indicadores relacionam-se a sete temas: Valores, transparência e governança; Público interno; Meio ambiente; Fornecedores; Consumidores e clientes; Comunidade; e Governo e sociedade.

## Moratória da soja

A empresa é uma das participantes da *Moratória da Soja*, iniciativa da Associação Brasileira da Indústria de Óleos Vegetais (Abiove) e da Associação Nacional dos Exportadores de Cereais (Anec). Por meio dela, a Cargill assumiu o compromisso de não comercializar nenhuma soja oriunda de áreas que forem desflorestadas, dentro do Bioma Amazônia, pelo período de dois anos, iniciados em julho de 2006. Em 2007, foi apresentado o balanço do primeiro ano da iniciativa, em que foram apresentados os caminhos que estão sendo seguidos para a criação de um sistema de governança para o grão na região da Amazônia.

## In the Right Way

In 2007 Cargill became a part of the *Pacto Empresarial (Corporate Pact)*, related to the *Programa Na Mão Certa (In the Right Way Program)*, created by Childhood Brasil (the Brazilian arm of the World Childhood Foundation). This is a public pact made by the companies to take actions against the sexual exploitation of children and adolescents on Brazilian highways.

## Eradication of slave labor

Since 2006 Cargill has been a signatory to the *Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (National Pact for the Eradication of Slave Labor)*, written up by the Ethos Institute together with the International Labor Organization (ILO) and the NGO Reporter Brasil. The document puts in place a joint effort on the part of the companies to bring dignity and legal compliance to labor relations throughout their production chains. It includes actions such as defining goals, denying sales to those who do not keep the law, reintegrating workers, and sharing correct and successful practices.

## Ethos Indicators on Social Responsibility – Sugar and alcohol

In May 2007 the company formed a partnership with the Co-op of Sugarcane Industries so that Cevasa, a company in which it holds a 63% stake, could participate in the *Programa de Facilitação para Implementação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e Empresarial (Program for the Easy Implementation of Ethos Indicators on Social and Corporate Responsibility)*. The idea is to bring together the best practices in the sector and provide a springboard for a plan to incorporate corporate social responsibility by the industries. The diagnosis is done by means of a self-assessment management questionnaire answered by the employees of the various areas in the plant. The indicators include the following themes: Values, Transparency and Governance, Internal Public, Environment, Suppliers, Consumers and Clients, Community, Government and Society.

## Soy moratorium

The company participates in the *Soy Moratorium*, which is an initiative on the part of the Brazilian Association of the Vegetable Oil Industry (Abiove) and the National Association of Cereal Exporters (Anec). Through the *Moratorium*, Cargill committed itself to not trade any soybeans grown on land cleared of the Amazon forest, for a period of two years beginning in 2006. In 2007 the company participated in the balance of this initiative's first year, during which the paths were presented that are being followed to create a governance system for grain in the Amazon region.



## RELACIONAMENTO COM CLIENTES E CONSUMIDORES

O relacionamento da Cargill com clientes e consumidores é pautado pela elucidação de dúvidas e o acolhimento de sugestões para o aprimoramento de processos e produtos. As Unidades de Negócios Cargill Foods e Carnes são as atividades que têm maior proximidade com o público por fornecerem produtos a consumidores. Ambas zelam permanentemente pelo respeito ao *Código de Defesa do Consumidor* e mantêm *Serviços de Atendimento ao Cliente (SACs)*, com profissionais treinados para atender às solicitações e orientar sobre manuseio, preparo, conservação e benefícios nutricionais dos alimentos.

Também possuem políticas relacionadas à privacidade dos clientes, e contam com o apoio do setor jurídico para que as respostas sobre as razões de eventuais desvios de qualidade e melhorias adotadas para eliminá-los sejam dadas em no máximo 30 dias.

A Unidade de Negócio Foods promove pesquisas de satisfação mensal do cliente com o atendimento, considerando aspectos como agilidade e cordialidade. A cada semestre, os resultados são repassados à gerência para avaliação dos indicadores.

Na Unidade de Negócio Carnes, os atendimentos são classificados em elogios, sugestões, críticas e reclamações. Com base nessa divisão, são estipulados o tempo e a abrangência de resposta, com processos específicos para cada tipo de contato. As reclamações dão origem a investigações para elucidar os motivos do problema e instalação de plano corretivo na unidade industrial responsável. A empresa trabalha com metas e indicadores de satisfação dos clientes e consumidores que a contatam.

Além disso, realiza pesquisa de satisfação dirigida a atacadistas e varejistas sobre alguns de seus produtos, considerando satisfação geral, logística, pontualidade na entrega, atendimento ao volume demandado, entre outros. A cada dois anos é feita a pesquisa de satisfação para clientes do mercado de exportação e do mercado nacional, alternadamente. O atendimento internacional conta com um canal específico para captar e tratar manifestações e informações dos clientes.

Essa Unidade de Negócio também estampa em todas as suas embalagens a certificação *Selo Social* indicando o cumprimento de cinco dos *Oito Objetivos do Milênio*, estipulados pela Organização das Nações Unidas, que devem ser alcançados até 2015.

A Unidade de Negócio Nutrição Animal foi outra que aprimorou seus canais de contato com os clientes e fornecedores ao reestruturar a área de atendimento e introduzir um novo sistema de *Customer Relationship Management*. Foram lançadas novas ferramentas que permitem gerenciar melhor os dados dos contatos e analisar opiniões, sugestões e críticas em um só departamento, o que agiliza as respostas.

### Transgênicos

A Cargill respeita rigorosamente as leis estabelecidas no País. Isso ocorre em relação a organismos geneticamente modificados (OGMs). Trabalha de forma a atender tanto às empresas que demandam matérias-primas ou alimentos transgênicos como aquelas que preferem produtos livres de OGMs.

No início de 2008, anunciou a inserção, nos rótulos dos óleos Liza e Veleiro, do símbolo "T", indicativo de que podem ter sido empregados organismos geneticamente modificados em sua produção, ainda que em quantidades mínimas. A rotulagem dos alimentos transgênicos passou a ser obrigatória após a aprovação da Lei de Biossegurança, em março de 2005. Ainda que no processo de esmagamento de soja toda substância geneticamente modificada fique no farelo e não no óleo – o que é comprovado em qualquer teste de detecção –, a Cargill, ao incluir o "T" no rótulo, optou por fornecer ao consumidor dados mais completos do que os exigidos pela legislação e dar a ele a opção na hora da compra.

## RELATIONSHIP WITH CUSTOMERS AND CONSUMERS

*Cargill's relationship with customers and consumers is built on clarifying doubts and receiving suggestions for improving processes and products. Cargill's Foods and Meats Business Units are the activities closest to the public and offer consumer products. Both of them have a high esteem for the Consumer Defense Code and offer Customer Relationship Services (CRS) staffed with professionals trained to answer questions and provide orientation about handling, preparing and conserving foods, as well as their nutritional benefits.*

*This department has policies related to customer privacy and counts on support from the legal department so that the answers about possible quality deviations and improvements adopted to eliminate them are given within 30 days.*

*The Foods Business Unit promotes monthly surveys on the level of customer satisfaction with these services, considering aspects such as agility and cordiality. Each semester, the results are passed on to the management for evaluating the indicators.*

*At the Meats Business Unit, the customer services are classified as compliments, suggestions, criticisms or complaints. This breakdown determines the time it takes for the customer to receive an answer, along with specific processes for each type of contact. The complaints give origin to investigations for discovering the reasons of the problem and putting in place a plan to correct it at the industrial plant responsible. The company works with goals and satisfaction indicators with the customers and consumers that contact it.*

*It also carries out satisfaction surveys with wholesalers and retail stores about some of its products considering overall satisfaction level, logistics, punctual deliveries, volume received according to order, and so on. Every two years, a customer satisfaction survey is carried out, alternating between the export market and the domestic market. The international services have a specific channel for receiving and dealing with customer feedback information.*

*All of the packaging from this Business Unit also bear the Social Seal certification in compliance with five out of Eight United Nations Millennium Development Goals, which should be reached by 2015.*

*The Animal Nutrition Business was another unit that improved its contact channels with customers and suppliers by restructuring this area and introducing a new Customer Relationship Management system. New tools were launched to make it possible to better manage the contact data and analyze opinions, suggestions and criticisms in one department, which streamlines the answers.*

### Transgenics

*Cargill respects the laws established in the country. This is true concerning genetically modified organisms (GMOs). The company works as to accommodate the demands of both the companies that want transgenic raw materials or foods and those who prefer GMO-free products.*

*Beginning in 2008, it announced that it would add to its Liza and Veleiro oil labels the symbol "T" indicating that genetically modified organisms may have been used in its production, even if in very low quantities. The labeling of transgenic foods became mandatory after the Biosafety Law was approved in March 2005. Even though it has been clinically proven that all the genetically modified substance remains in the hull meal and not in the oil after the soybean crushing process, Cargill decided to include the "T" on the label as an option to provide consumers with more complete data than that required by legislation and give them the option at the time of purchase.*



Cargill

Projeto de Cidadania  
**SEARA**

Solidariedade social na prática

Cargill

Projeto de Cidadania  
**SEARA**

Solidariedade social na prática



Os projetos desenvolvidos pela Cargill revelam seu compromisso com as comunidades. Os programas *Fura-Bolo* e *"de grão em grão"*, por exemplo, difundem conhecimentos e práticas capazes de transformar a realidade dos envolvidos. A eles soma-se um conjunto de ações por todo o Brasil, que contam com a participação de voluntários.

*The projects developed by Cargill reveal its commitment to the communities. Programs such as Fura-Bolo and "grain by grain", for instance, promote knowledge and practices which are capable of transforming the reality of participants. In addition to these, the company carries out a wide range of actions throughout Brazil, relying on the participation of volunteers.*

# Comunidades

## Communities



# Balanço Social

CONSOLIDADO 2007

CONSOLIDADO 2006

1 - Base de Cálculo Valor (Mil reais)	Valor (Mil reais)			Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)						
Resultado operacional (RO)			12.838.955			12.215.910
Folha de pagamento bruta (FPB)			8.222			-250.655
			440.275			393.678
<b>2 - Indicadores Sociais Internos</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre FPB</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre FPB</b>	<b>% sobre RL</b>
Alimentação	29.759	6,76%	0,23%	23.589	5,99%	0,19%
Encargos sociais compulsórios	164.830	37,44%	1,28%	147.225	37,40%	1,21%
Previdência privada	7.828	1,78%	0,06%	10.379	2,64%	0,08%
Saúde	25.027	5,68%	0,19%	24.961	6,34%	0,20%
Segurança e saúde no trabalho	20.046	4,55%	0,16%	16.132	4,10%	0,13%
Educação	1.378	0,31%	0,01%	2.054	0,52%	0,02%
Cultura	60	0,01%	0,00%	34	0,01%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	3.811	0,87%	0,03%	4.685	1,19%	0,04%
Creches ou auxílio-creche	595	0,14%	0,00%	363	0,09%	0,00%
Participação nos lucros ou resultados	29.498	6,70%	0,23%	41.860	10,63%	0,34%
Outros	12.414	2,82%	0,10%	8.752	2,22%	0,07%
<b>TOTAL - INDICADORES SOCIAIS INTERNOS</b>	<b>295.246</b>	<b>67,06%</b>	<b>2,30%</b>	<b>280.035</b>	<b>69,48%</b>	<b>2,24%</b>
<b>3 - Indicadores Sociais Externos</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>
Educação	3.621	44,05%	0,03%	1.488	0,59%	0,01%
Cultura	341	4,15%	0,00%	119	0,05%	0,00%
Saúde e saneamento	89	1,09%	0,00%	258	0,10%	0,00%
Esporte	258	3,14%	0,00%	23	0,01%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	1.112	13,53%	0,01%	1.876	0,75%	0,02%
Outros	859	10,44%	0,01%	145	0,06%	0,00%
<b>TOTAL DAS CONTRIBUIÇÕES PARA A SOCIEDADE</b>	<b>6.281</b>	<b>76,40%</b>	<b>0,05%</b>	<b>3.909</b>	<b>1,56%</b>	<b>0,03%</b>
Tributos (excluídos encargos sociais)	934.926	11,373,43%	7,28%	705.684	281,54%	5,78%
<b>TOTAL - INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS</b>	<b>941.207</b>	<b>11,449,83%</b>	<b>7,33%</b>	<b>709.593</b>	<b>283,10%</b>	<b>5,81%</b>
<b>4 - Indicadores Ambientais</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor (mil)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	21.394	260,27%	0,17%	18.040	7,20%	0,15%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	10.410	126,64%	0,08%	6.399	2,55%	0,05%
<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS EM MEIO AMBIENTE</b>	<b>31.805</b>	<b>386,91%</b>	<b>0,25%</b>	<b>24.439</b>	<b>9,75%</b>	<b>0,20%</b>

Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa

( ) não possui metas ( ) cumpre de 51 a 75%  
( ) cumpre de 0 a 50% (X) cumpre de 76 a 100%

( ) não possui metas ( ) cumpre de 51 a 75%  
( ) cumpre de 0 a 50% (X) cumpre de 76 a 100%

## 5 - Indicadores do Corpo Funcional

	2007	2006
Nº de empregados(as) ao final do período	24.423	22.716
Nº de admissões durante o período	9.971	8.008
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	2.855	2.478
Nº de estagiários(as)	186	204
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	2.007	1.752
Nº de mulheres que trabalham na empresa	10.088	8.694
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	20%	17,51%

## 6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial

	2007			2006		
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	( ) direção	(X) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) direção	(X) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	(X) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) todos(as) + Cipa	(X) direção gerências	( ) todos(as) + Cipa	( ) todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	(X) não se envolve	( ) segue as normas da OIT	( ) incentiva e segue a OIT	(X) não se envolve	( ) segue as normas da OIT	( ) incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	( ) direção e gerências	( ) direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)	( ) direção	( ) direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	( ) direção e gerências	( ) direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)	( ) direção	( ) direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	( ) não se envolve	( ) apóia	(X) organiza e incentiva	( ) não se envolve	( ) apóia incentiva	(X) organiza e incentiva
<b>VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (EM MIL R\$):</b>	<b>EM 2007: 1.843.711</b>			<b>EM 2006: R\$ 1.515.326</b>		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	49% governo 0% acionistas	40% colaboradores(as) 19% terceiros -8% retido		47% governo 0% acionistas	45% colaboradores(as) 26% terceiros -17% retido	

## 7 - Outras Informações

Nota 1 - Além das empresas consolidadas na Cargill apresentadas nas Demonstrações Financeiras abaixo, foram consideradas para este Balanço Social os dados da Cargill Nutrição Animal, os quais não foram auditados.

Nota 2 - Em Indicadores Sociais Externos, os itens Educação e Combate à fome e Segurança Alimentar são dados da Fundação Cargill.

Nota 3 - Os números incluem também as empresas TEAG - Terminal de Açúcar do Guarujá Ltda, Cevasa - Central Energética do Vale do Sapucaí Ltda e Usina Itapagipe Açúcar e Álcool Ltda, sendo apresentados pela participação proporcional da Cargill Agrícola S.A

Nota 4 - Houve alteração para aprimoramento nos critérios de apropriação de investimentos de 2007, em relação ao ano anterior, nos Indicadores Sociais Externos Educação e combate à fome e segurança alimentar, prejudicando a base comparativa com o ano ante

Nota 5 - A Previdência Privada contempla todos os funcionários, exceto os da Unidade de Negócio Carnes que tenham salário igual ou inferior a R\$ 2.500,00.

Nota 6 - Em Tributos e Segurança e Saúde Alimentar, os valores de 2006 foram recalculados para contemplar o mesmo método de apuração de dados para 2007.



# Social Report

	CONSOLIDATED 2007			CONSOLIDATED 2006		
<b>1 - Calculation Basis</b>						
	Amount (in thousands of R\$)			Amount (in thousands of R\$)		
Net revenue (NR)			12,838,955			12,215,910
Operating earnings (OE)			8,222			-250,655
Gross payroll (GP)			440,275			393,678
<b>2 - Internal Social Indicators</b>						
	Amount (thousand)	% of GP	% of NR	Amount (thousand)	% of GP	% of NR
Meals	29,759	6.76%	0.23%	23,589	5.99%	0.19%
Payroll taxes	164,830	37.44%	1.28%	147,225	37.40%	1.21%
Private pension plan	7,828	1.78%	0.06%	10,379	2.64%	0.08%
Healthcare	25,027	5.68%	0.19%	24,961	6.34%	0.20%
Industrial safety and medical care	20,046	4.55%	0.16%	16,132	4.10%	0.13%
Education	1,378	0.31%	0.01%	2,054	0.52%	0.02%
Culture	60	0.01%	0.00%	34	0.01%	0.00%
Professional capacity-building and development	3,811	0.87%	0.03%	4,685	1.19%	0.04%
Day-care center allowances	595	0.14%	0.00%	363	0.09%	0.00%
Profit sharing	29,498	6.70%	0.23%	41,860	10.63%	0.34%
Others	12,414	2.82%	0.10%	8,752	2.22%	0.07%
<b>TOTAL -- INTERNAL SOCIAL INDICATORS</b>	<b>295,246</b>	<b>67.06%</b>	<b>2.30%</b>	<b>280,035</b>	<b>69.48%</b>	<b>2.24%</b>
<b>3 - External Social Indicators</b>						
	Amount (thousand)	% of OE	% of NR	Amount (thousand)	% of OE	% of NR
Education	3,621	44.05%	0.03%	1,488	0.59%	0.01%
Culture	341	4.15%	0.00%	119	0.05%	0.00%
Healthcare and sanitation	89	1.09%	0.00%	258	0.10%	0.00%
Sports	258	3.14%	0.00%	23	0.01%	0.00%
Prevention against hunger and food safety	1,112	13.53%	0.01%	1,876	0.75%	0.02%
Others	859	10.44%	0.01%	145	0.06%	0.00%
<b>TOTAL CONTRIBUTION TO SOCIETY</b>	<b>6,281</b>	<b>76.40%</b>	<b>0.05%</b>	<b>3,909</b>	<b>1.56%</b>	<b>0.03%</b>
Taxes (less payroll taxes)	934,926	11,373.43%	7.28%	705,684	281.54%	5.78%
<b>TOTAL -- EXTERNAL SOCIAL INDICATORS</b>	<b>941,207</b>	<b>11,449.83%</b>	<b>7.33%</b>	<b>709,593</b>	<b>283.10%</b>	<b>5.81%</b>
<b>4 - Environmental Indicators</b>						
	Amount (thousand)	% of OE	% of NR	Amount (thousand)	% of OE	% of NR
Investments related to corporate production/operations	21,394	260.27%	0.17%	18,040	7.20%	0.15%
Investments in external programs and/or projects	10,410	126.64%	0.08%	6,399	2.55%	0.05%
<b>TOTAL INVESTMENTS IN THE ENVIRONMENT</b>	<b>31,805</b>	<b>386.91%</b>	<b>0.25%</b>	<b>24,439</b>	<b>9.75%</b>	<b>0.20%</b>
For establishing "annual targets" to minimize solid wastes, while boosting the effective use of natural resources, the Company:						
	( ) doesn't have targets ( ) 0 - 50% compliance	( ) 51 - 75% compliance (X) 76 - 100% compliance		( ) doesn't have targets ( ) 0 - 50% compliance	( ) 51 - 75% compliance (X) 76 - 100% compliance	
<b>5 - Employee Indicators</b>						
		2007		2006		
Headcount at end of period		24,423		22,716		
Admissions during period		9,971		8,008		
Outsourced workers		2,855		2,478		
On-the-job trainees/interns		186		204		
Employees more than 45 years old		2,007		1,752		
Women working for the Company		10,088		8,694		
% management positions held by women		20%		17.51%		
<b>6 - Significant information as to the exercise of corporate citizenship</b>						
		2007		2006		
Total industrial accidents						
The outreach and environmental projects implemented by the Company were defined by:	( ) Board	(X) board and Management	( ) all employees	( ) board	(X) board and Management	( ) all employees
Security, safety and health standards in the workplace were defined by:	(X) board and Management	( ) all employees	( ) all employees + Cipa	(X) board and Management	( ) all employees + Cipa	( ) all employees
In terms of trade union initiatives, collective bargaining rights and internal worker representation, the Company:	(X) has no involvement	( ) complies with the OIT rules	( ) encourages and complies with the OIT	(X) has no involvement	( ) complies with the OIT rules	( ) encourages and complies with the OIT
The private pension plan covers:	( ) board	( ) board and Management	(X) all employees	( ) board	( ) board and Management	(X) all employees
The profit-sharing scheme includes:	( ) board	( ) board and Management	(X) all employees	( ) board	( ) board and Management	(X) all employees
In terms of employee participation in voluntary work programs, the Company:	( ) has no involvement	( ) supports	(X) organizes and encourages	( ) has no involvement	( ) supports	(X) organizes and encourages
<b>TOTAL ADDED VALUE FOR DISTRIBUTION (IN THOUSAND R\$):</b>		<b>IN 2007: 1,843,711</b>		<b>IN 2006: R\$ 1,515,326</b>		
Distribution of Added Value:		49% government 19% outsourced 0% shareholders -8% withheld		47% government 26% outsourced 0% shareholders -17% withheld		
<b>7 - Other Information</b>						
Note 1 - Along with the Cargill's consolidated companies presented in the Financial Statements below, data was included in this Social Balance Sheet from Cargill Animal Nutrition, which was not audited.						
Note 2 - In External Social Indicators, the items Education and Prevention against hunger and food safety are data from Cargill Foundation.						
Note 3 - The numbers also include the companies TEAG - Terminal de Açúcar do Guarujá Ltda, Cevasa - Central Energética do Vale do Sapucaí Ltda, and Usina Itapagipe Açúcar e Alcool Ltda, presented in their proportional investment in Cargill Agrícola S.A						
Note 4 - A change was made for refining the 2007 investment appropriation criteria in relation to the previous year in the External Education Social Indicators and prevention against hunger and food safety, which negatively affected the comparative base with the previous year.						
Note 5 - The Private Pension Fund includes all the employees except those in the Meat Business Unit that have a salary equal to or less than R\$ 2,500.00.						
Note 6 - In Taxes and Food & Health Safety the values of 2006 were recalculated to consider the same data calculation method for 2007.						



# Premiações e reconhecimentos

## Awards and acknowledgements

**AS MELHORES EMPRESAS PARA VOCÊ TRABALHAR** – A Cargill figurou, pelo sétimo ano consecutivo, entre os 150 primeiros colocados no ranking das revistas *Exame* e *Você S.A.*

**VALOR 1000** – Integrou o anuário do jornal *Valor Econômico*, como a maior empresa do setor de alimentos, de acordo com o critério receita líquida. No ranking geral, ficou na 15ª posição.

**PRÊMIO BRAMEX** – Foi vencedora, com o caso sobre as atividades relacionadas à preservação ambiental nas unidades de Três Lagoas (MS), Rio Verde (GO), Barreiras (BA), Ilhéus (BA), Mairinque (SP), Ponta Grossa (PR), Guarujá (SP), Uberlândia (MG) e Itumbiara (GO), no Prêmio Ambiental Brasil-México. É concedido pela Câmara de Comércio, Indústria e Turismo Brasil-México a empresas que introduziram e criaram mecanismos de desenvolvimento limpo.

**TOP LIST** – A Unidade de Negócio Nutrição Animal – Purina foi reconhecida como a marca mais lembrada pelos produtores rurais no prêmio concedido pela *Revista Rural*, com 51% dos votos.

**AGROREVENDA** – A Unidade de Negócio Nutrição Animal – Purina foi vencedora nas categorias *Top of Mind* e *Líder de Vendas em Nutrição Animal de Equinos e Gado de Leite*, no prêmio concedido pela revista *AgroRevenda*.

**MEAD JOHNSON** – A empresa, divisão nutricional do grupo farmacêutico Bristol-Myers, elegeu a Unidade de Negócio Cacau & Chocolate do Brasil como o melhor fornecedor de matérias-primas agrícolas de 2006.

**REVISTA CONJUNTURA ECONÔMICA** – O Banco Cargill recebeu prêmio na categoria Instituições que mais cresceram em operações de crédito, concedido pela revista *Conjuntura Econômica*, em parceria com o Instituto Brasileiro de Economia e Fundação Getúlio Vargas.

**SELO SOCIAL** – A unidade da Cargill em Ponta Grossa (PR) recebeu, pelo quinto ano consecutivo, o Selo Social, conferido pela prefeitura municipal às empresas que desenvolvem projetos sociais em benefício da comunidade local, bem como ações internas aos seus funcionários.

**SELO SOCIAL** – A unidade de Negócio de Carnes em Itajaí (SC) recebeu, pela primeira vez o Selo Social, conferido pela prefeitura, em parceria com a Associação Empresarial (ACII), Câmara de Responsabilidade Social (CRS) e Comissão de Organizações Não-Governamentais, com o objetivo de valorizar as empresas socialmente responsáveis, em reconhecimento aos seus investimentos internos e externos.

**FORNECEDOR MAIS LEMBRADO 2007** – A empresa recebeu o prêmio, concedido pela primeira vez pela editora *Segmento*, responsável pela edição da revista *Indústria da Alimentação* e pelo *Anuário Brasileiro das Indústrias da Alimentação*.

**SESI DE QUALIDADE DO TRABALHO** – A fábrica de Três Lagoas, da Unidade de Negócio Complexo Soja recebeu o prêmio em virtude das práticas adotadas de gestão e valorização dos funcionários.

**TOP OF MIND** – O azeite Gallo foi novamente o mais lembrado entre os consumidores brasileiros na pesquisa realizada pelo DataFolha e publicada pela *Folha de S. Paulo*.

**TOP FIVE** – Pelo quinto ano consecutivo, a Empresa recebeu o prêmio da revista *Supermercado Moderno* nas categorias Azeites e Óleos Especiais. Ficou em primeiro lugar nas duas categorias, em eleição feita com 1.447 supermercadistas, com 34% e 35% de preferência, respectivamente.

**MAIS ADMIRADAS** – Cargill foi considerada a oitava empresa mais admirada no Brasil no ramo alimentício no ano de 2007, segundo a revista *Carta Capital*.

**ONE OF THE BEST COMPANIES TO WORK FOR** – For the seventh year in a row, Cargill was listed in the 150 Melhores Empresas para Trabalhar (The 150 Best Companies to Work for) ranking, by Guia Exame and Você S.A. magazines.

**VALOR 1000** – Cargill was listed in Valor Econômico newspaper as the largest company in the food sector, according to Net Revenue. It ended up in 15th place in the general ranking.

**BRAMEX AWARD** – Cargill received this Brazil-Mexico environmental award due to its activities related to environmental preservation in its units in Três Lagoas (state of Mato Grosso do Sul), Rio Verde (state of Goiás), Barreiras (state of Bahia), Ilhéus (state of Bahia), Mairinque (state of São Paulo), Ponta Grossa (state of Paraná), Guarujá (state of São Paulo), Uberlândia (state of Minas Gerais) and Itumbiara (state of Goiás). It is awarded by the Brazil-Mexico Chamber of Commerce, Industry and Tourism to companies that introduce and create clean development mechanisms.

**TOP LIST** – The Animal Nutrition-Purina Business Unit was recognized as the most remembered brand by farmers – an award given by Revista Rural magazine, with 51% of the votes.

**AGROREVENDA** – The Animal Nutrition-Purina Business Unit was the winner in categories Top of Mind and Sales Leader in Horse and Dairy Cattle Animal Nutrition in this award given by the AgroRevenda magazine.

**MEAD JOHNSON** – This company, which is the nutritional division of the Bristol-Myers pharmaceutical group, elected the Cocoa & Chocolate Business Unit in Brazil as the best supplier of agricultural raw material in 2006.

**CONJUNTURA ECONÔMICA MAGAZINE** – The Cargill Bank received an award as one of the institutions that most grew in credit operations, granted by the Conjuntura Econômica magazine in partnership with the Brazilian Institute of Economics and the Getúlio Vargas Foundation.

**SOCIAL SEAL** – The Cargill unit in Ponta Grossa (state of Paraná) received for the fifth time in a row the Social Seal, granted by the city administration to the companies that develop social projects in benefit of the local community, as well as internal actions for their employees.

**SOCIAL SEAL** – The Meats Business Unit in Itajaí (state of Santa Catarina) received the Social Seal for the first time, granted by the city administration in partnership with the Business Association, Social Responsibility Chamber and the Non-Governmental Organizations Commission for the purpose of honoring socially responsible companies in recognition for the internal and external investments.

**MOST-REMEMBERED SUPPLIER IN 2007** – The company received this award for the first time granted by the Segmento Publishing house, which is responsible for editing the magazine Indústria da Alimentação (Food Industry) and Anuário Brasileiro das Indústrias da Alimentação (Yearbook of Brazilian Food Industries).

**SESI LABOR QUALITY** – The Três Lagoas plant, part of the Soy Complex Business Unit, received the Award because of its practices adopted with managing and valuing its employees.

**TOP OF MIND** – Gallo olive oil was once again remembered by Brazilian consumers in this survey held by DataFolha and published in the newspaper Folha de São Paulo.

**TOP FIVE** – For the fifth year running, the company received this award from the magazine Supermercado Moderno (Modern Supermarket) in the categories Olive Oils and Special Oils. It took first place in both these categories in a poll taken with 1,447 supermarket chains, with 34% and 35% of preference, respectively.

**MOST ADMIRER** – Cargill was considered the eighth most admired company in Brazil in the food segment in 2007, according to the Carta Capital Magazine.

## Expediente

Realização: Assuntos Corporativos – Afonso Champi (Direção) e Lúcia Pinheiro (Coordenação editorial)

Comitê: Denise Cantarelli, Fabiana Santos, Gilson Fonseca, Juliana Maba, Luciane Reis, Renata Tutumi, Samantha Meloni e Valmir Tambelini

Consultoria, edição, redação e revisão português: Editora Contadino

Tradução e revisão inglês: Scientific Linguagem/SciCorp

Direção de arte, projeto gráfico e edição de arte: fmcom

Imagens: Ivan Sayeg, Carlos Kipnis, Ricardo Correa, Daniela Toviansky, Steve Nierdorf e Arquivo Cargill

Fotolito e impressão: Stilgraf

Agradecemos a todas as áreas que direta ou indiretamente auxiliaram na identificação, fornecimento e conformidade de conteúdo e imagens deste Relatório Anual.

Pesquisa de avaliação deste material encontra-se disponível na versão eletrônica no site [www.cargill.com.br](http://www.cargill.com.br)

## Credits

*Editorial direction and coordination – Afonso Champi (Direction) and Lucia Pinheiro (Editorial Coordination)*

*Editorial committee: Denise Cantarelli, Fabiana Santos, Gilson Fonseca, Juliana Maba, Luciane Reis, Renata Tutumi, Samantha Meloni and Valmir Tambelini*

*Consulting, copywriting, and Portuguese text revision: Editora Contadino  
Translation and English text revision: Scientific Linguagem/SciCorp*

*Art direction, graphic design and art editon: fmcom*

*Images: Ivan Sayeg, Carlos Kipnis, Ricardo Correa, Daniela Toviansky, Steve Nierdorf and Arquivo Cargill*

*Film and printing: Stilgraf*

*We thank all areas that helped in any way in the identification, supply and content and photos of this Annual Report.*

*Evaluation survey for this material is available in eletronic format at the website [www.cargill.com.br](http://www.cargill.com.br)*



Av. Morumbi, 8.234 – Brooklin  
04703-002 – São Paulo – SP – Brasil  
Telefone: 55 11 5099-3311  
[www.cargill.com.br](http://www.cargill.com.br)