

Plataforma para a **Sustentabilidade**





SUMÁRIO

- 4 | APRESENTAÇÃO
- 6 | MENSAGEM DOS PRESIDENTES
- 9 | PERFIL
- 14 | GOVERNANÇA E COMPROMISSOS
- 16 | RELACIONAMENTO COM NOSSOS PÚBLICOS
- 20 | PLATAFORMA PARA A SUSTENTABILIDADE BUNGE
- 22 | AGRICULTURA SUSTENTÁVEL
- 30 | EFEITOS CLIMÁTICOS
- 36 | DIETAS SAUDÁVEIS
- 42 | DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS
- 46 | INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO
- 52 | INDICADORES COMPLEMENTARES DE DESEMPENHO
- 52 | DESEMPENHO ECONÔMICO
- 54 | DESEMPENHO SOCIAL
- 58 | DESEMPENHO AMBIENTAL
- 60 | DECLARAÇÃO DE GARANTIA
- 62 | ÍNDICE REMISSIVO DA GRI
- 66 | INFORMAÇÕES CORPORATIVAS
- 67 | CONTATOS





APRESENTAÇÃO

A gestão da sustentabilidade exige um processo de constante aperfeiçoamento. Tem sido assim com a Bunge, em todo o mundo, num rico aprendizado, que visa chegar a um equilíbrio satisfatório entre seus desempenhos social, econômico e ambiental. No Brasil, a empresa publica, desde 2003, relatórios anuais para prestar contas de suas ações na área da sustentabilidade, cuja evolução tem sido significativa. Em parceria com os *stakeholders* – clientes, colaboradores, fornecedores, instituições financeiras e governamentais, associações da sociedade civil –, o grupo tem conseguido aprimorar a sua principal ferramenta de comunicação.

Prova disso é que o último relatório de sustentabilidade, publicado em 2008, foi classificado como um dos dez melhores do País, de acordo com pesquisa realizada pela consultoria inglesa SustainAbility, em parceria com a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) – a Bunge é a única empresa do setor de alimentos, agronegócio e mineração a figurar nesse *ranking*.

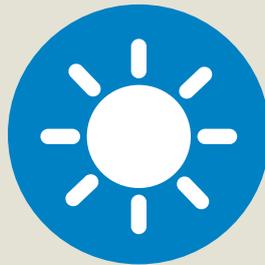
A edição deste ano, que cobre o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2008, mais uma vez, responde a todos os indicadores da GRI (Global Reporting Initiative), entidade reconhecida internacionalmente pela eficiente metodologia promotora da comparação entre as empresas do mesmo setor. **Além disso, numa iniciativa inédita, abre espaço para a abordagem de alguns assuntos que serão contemplados pelo suplemento setorial de alimentos – novidade que deve ser lançada em 2010, pela GRI, como forma de aprimorar o relato das companhias que atuam no segmento. A Bunge, junto de representantes dos cinco continentes, participa do desenvolvimento desse novo conjunto de indicadores específicos.**

Esta edição também tem o objetivo de levar aos diferentes públicos o entendimento das diversas ações desenvolvidas pelas empresas, no Brasil, com base na nova **Plataforma para a sustentabilidade Bunge**, um esforço global do grupo para que seu desempenho seja aprimorado em quatro frentes principais:

OS QUATRO PILARES DA PLATAFORMA PARA A SUSTENTABILIDADE BUNGE



**AGRICULTURA
SUSTENTÁVEL**



**EFEITOS
CLIMÁTICOS**



**DIETAS
SAUDÁVEIS**



**DISPOSIÇÃO DE
RESÍDUOS**

Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Disposição de Resíduos. Por meio de pesquisas, realizadas com o auxílio de consultorias especializadas e do diálogo com a sociedade, o grupo Bunge entendeu que colocar o foco de suas ações de sustentabilidade e controlar as externalidades nessas áreas constituem uma importante estratégia para aumentar a eficiência das variadas práticas de responsabilidade social, educação ambiental e preservação do meio ambiente, existentes há décadas.

Dentre as preocupações da Bunge, destacam-se o desenvolvimento de mecanismos para redução das emissões de gases causadores do efeito estufa (GEE), o consumo de água e energia e a geração de resíduos. Também estão no foco do grupo expandir o portfólio de produtos benéficos à saúde e o aprimoramento das ferramentas de educação e comunicação para que fornecedores, produtores rurais e outros parceiros possam ter um desempenho cada vez mais equilibrado. O relatório de sustentabilidade está estruturado de modo a mostrar os resultados das ações, tomadas e os compromissos futuros que a companhia terá de assumir para seguir esse caminho.

Para chegar a esse conjunto de ações, que procuram tornar mais eficiente sua comunicação da sustentabilidade, a Bunge promoveu, em 2008,

mais um Painel de Stakeholders para ouvir as opiniões de seus diversos públicos. O encontro permitiu que a empresa se preparasse para atender a algumas das principais demandas, como a necessidade de ser mais clara na divulgação dos compromissos e metas e de tratar com maior profundidade questões sobre a preservação dos biomas brasileiros, o aquecimento global e o desmatamento, entre outros assuntos. Embora reconheça sua influência social, a Bunge considera que este relatório não é o instrumento para análises setoriais e perspectivas da conjuntura do mercado brasileiro, marginais ao objetivo de reportar os principais resultados obtidos no desenvolvimento sustentável de suas operações no último período.

Na composição dos indicadores, a Bunge reporta apenas as operações da Bunge Alimentos, da Bunge Fertilizantes e da Fertimport. Não são consideradas as operações não controladas integralmente, excluindo-se, portanto, quaisquer *joint ventures*.

A Bunge considera que o relatório de sustentabilidade atinge o nível de aplicação A da Estrutura de Relatórios da GRI. A publicação também passa por uma avaliação externa da BSD Consulting, apresentada na página 60, no processo designado como *assurance* do relatório. Comentários e sugestões, sempre bem-vindos, serão recebidos pelo e-mail bunge.comunicacao@bunge.com.

DIÁLOGO PARA A SUSTENTABILIDADE

O desafio de modernizar a gestão para acompanhar as mudanças globais

Com 190 anos de história no mundo e 104 no Brasil, a Bunge tem evoluído bastante ao longo dos anos. Não poderia ser diferente, pois os mercados vivem de mudanças e as empresas precisam acompanhar as tendências, reciclar processos e modernizar sua gestão. É o que o grupo tem feito intensamente, e com sucesso, nos últimos anos. Teria sido impossível alcançar bons resultados e o reconhecimento do mercado sem ouvir clientes, produtores agrícolas, parceiros, colaboradores e todos os outros públicos relacionados ao setor de produção de alimentos e do agronegócio.

Abriu as portas da empresa para a realização de dois painéis de stakeholders consecutivos – que servem para que a Bunge possa ouvir e compreender as demandas e as percepções conectadas ao seu negócio – constitui um exemplo importante das práticas de governança que a empresa adotou para poder acompanhar a evolução e atuar de maneira mais sustentável. Contudo, esse processo começou ainda mais cedo, quando o grupo iniciou a construção da Plataforma para a Sustentabilidade Bunge, responsável por garantir o alinhamento de todas as empresas ao compromisso global de gerar riquezas com respeito ao meio ambiente e a promoção do desenvolvimento social.

A construção dessa plataforma se deu, em todo o período, com base em pesquisas e análises para entender os temas mais importantes sobre os quais a Bunge poderia atuar para tornar o agronegócio mais sustentável. Foi assim que a empresa identificou quatro grandes frentes prioritárias de atuação: Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Disposição de Resíduos. São esses os pilares sobre os quais a estratégia de sustentabilidade da companhia se apoia e onde se concentram os esforços de inovação e aperfeiçoamento futuros. Para avaliar o desempenho do grupo no cenário global e as perspectivas para a atuação das empresas que comandam,

sob o prisma da sustentabilidade, ouvimos Mario Barbosa, CEO da Bunge Fertilizantes, e Sérgio Waldrich, CEO da Bunge Alimentos. A seguir, os principais trechos da entrevista.

Como a visão de sustentabilidade da Bunge evoluiu nos últimos anos?

MARIO BARBOSA – Em mais de um século de história no País, o que sempre fizemos foi procurar cuidar das áreas social e ambiental, aliado ao desenvolvimento econômico. A Bunge começou a valorizar iniciativas de responsabilidade social, no Brasil, já em 1955, quando foi criada a Fundação Bunge, atuando na promoção da cidadania por meio da educação e do



MARIO BARBOSA | CEO da Bunge Fertilizantes

conhecimento. Quando olhamos para a história de nossa empresa, vemos a evolução de uma série de programas voltados para o homem do campo, para a gestão agrícola responsável, preservação dos recursos naturais, de reconhecimento e premiação às melhores práticas. Temos centros de educação ambiental com quase 20 anos. A partir de 2003, o que aconteceu é que os programas sociais e ambientais passaram a ser mais bem reportados à sociedade. Nos últimos anos, estruturamos a gestão em sustentabilidade, reunimos as expectativas de diferentes grupos e definimos um planejamento estratégico no tema, discutido intensamente pelas empresas Bunge no Brasil e pela

matriz, até chegarmos à Plataforma de Sustentabilidade Bunge.

Como os stakeholders foram envolvidos no processo de construção da Plataforma de Sustentabilidade Bunge?

MARIO BARBOSA – A Plataforma foi definida em âmbito global e está estruturada em quatro pilares: Agricultura Sustentável, onde atuamos fortemente na promoção da tecnologia e melhores práticas; Efeitos Climáticos, por causa da preocupação com as emissões e com os impactos diretos e indiretos de nossas operações; Dietas Saudáveis, pois trabalhamos para alimentar o mundo; e a correta Disposição de Resíduos, que diz respeito à responsabilidade corporativa sobre a geração direta e indireta de resíduos. Contratamos consultorias especializadas em sustentabilidade e realizamos pesquisas com diversos grupos – sociedade civil, clientes, fornecedores, produtores e autoridades – para procurar conhecer qual a percepção dos stakeholders sobre a nossa atuação e do agronegócio como um todo. Sempre buscamos ouvir e trabalhar junto com as comunidades nos locais em que atuamos. Os painéis de stakeholders são um método que formaliza o processo de ouvir e responder às demandas de grupos com diferentes áreas de conhecimento e atuação. Ano a ano, fomos organizando e estruturando a estratégia do programa de sustentabilidade. Adotamos o padrão GRI de reportar as iniciativas e prestar contas aos nossos públicos de relacionamento. A inclusão do Relatório 2008 da Bunge entre os dez melhores do Brasil, na pesquisa realizada pela consultoria inglesa SustainAbility e pela Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS), nos dá a certeza de que temos acertado e estamos no rumo correto, mas é preciso continuar a aprimorar nossas ferramentas de diálogo.

Qual o nível de desenvolvimento de cada pilar da Plataforma de Sustentabilidade na gestão das empresas no Brasil?

SÉRGIO WALDRICH – A implantação da Plataforma de Sustentabilidade consiste num processo contínuo, em que as iniciativas e ações são desenvolvidas de acordo com as estratégias internas e demandas externas. Em decorrência das próprias características do negócio da Bunge, o pilar Agricultura Sustentável concentra o maior nível de desenvolvimento, com projetos de educação, capacitação, reconhecimento e sanções já bem estruturados e trabalhados por áreas distintas.

A questão dos efeitos climáticos é um tema de grande relevância. Desenvolvemos um grupo de trabalho global, com representantes das empresas em todo o mundo, e identificamos as principais metodologias para aferir as emissões. Já identificamos que metodologia será utilizada e, agora, as empresas estão avaliando suas medições. Uma amostra de melhoria contínua na gestão em decorrência do relatório foi a adoção global de indicadores em linha com a GRI. O próximo estágio será estabelecer metas para redução em âmbitos diferentes, mesmo que sejam nas unidades. Trata-se de uma das questões mais complexas, mas com o foco de grande prioridade.

Na área de controle de resíduos existem várias iniciativas, e dentre elas se destacam a alta taxa de reaproveitamento da água utilizada nos processos industriais (mais de 70%) e o reaproveitamento, a reciclagem e o reúso de resíduos industriais, além de iniciativas de reciclagem na etapa pós-consumo, promovidas em parceria com ONGs.

Com relação às dietas saudáveis, além de garantirmos plantas mais bem nutridas e, conseqüentemente, mais resistentes a pragas, doenças e com melhor teor nutricional, trabalhamos ativamente no desenvolvimento de produtos finais para dietas que tragam benefícios aos consumidores. Nossa parceria com a GRI afim de estabelecer diretrizes específicas para o nosso setor está formulando

indicadores que valorizarão as empresas compromissadas com essa causa, além de incentivar a crítica e a inovação do tema.

Quais foram os principais destaques no negócio da Bunge no ano de 2008 e quais os desafios futuros?

SÉRGIO WALDRICH – Por conta da crise global nos últimos meses de 2008, o ano foi bastante atípico e houve impactos diretos nos resultados da companhia. No geral, o Brasil contribuiu de forma muito positiva para os resultados globais. São grandes as perspectivas de crescimento e recuperação, principalmente em setores estratégicos do agronegócio. A disposição do grupo em investir na produção de açúcar e álcool etílico (etanol) será mantida, com a ampliação dos esforços já realizados no período.



SÉRGIO WALDRICH | CEO da Bunge Alimentos

Isso está inserido no *core business* da Bunge, porque estamos focados no agronegócio expandido. A confiança em nossa gestão para exportação tem sido renovada pelas missões dos principais mercados compradores que nos visitam, indicando que nossa governança está no caminho certo. Também em consumo e *food products*, lançamentos estão fortalecendo nossa posição com produtos mais adequados à necessidade dos clientes e com maior relação com a questão sustentável, como a exclusividade de embalagem biodegradável sendo lançada em 2009.

MARIO BARBOSA – Avaliamos também as oportunidades no mercado de carbono porque os

temas ligados à sustentabilidade têm rentabilidade tangível e direta. Temos uma importante parceria com a Embrapa, na qual estamos investindo R\$ 2,3 milhões, por um período de três anos, na difusão do Programa de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta, uma importante base para a sustentabilidade do produtor rural. Anunciamos ainda investimentos de R\$ 3,2 bilhões para o aumento da exploração de jazidas fosfáticas, a fim de possibilitarmos maior disponibilidade do nutriente ao produtor brasileiro, acrescentando 3,5 milhões de toneladas de rocha fosfática ao mercado nacional. Cada vez mais aperfeiçoamos nossa gestão e o foco no cliente, e estamos certos de que a sustentabilidade associada aos objetivos de todos os negócios é a melhor forma de manter investimentos, inovar e criar oportunidades que reforçam o nosso posicionamento no cenário nacional.

Como a Bunge se posiciona em relação à expansão da fronteira agrícola e à utilização de organismos transgênicos?

SÉRGIO WALDRICH – Faz parte da visão de sustentabilidade e do planejamento estratégico da Bunge dar total atenção a decisões de caráter técnico e científico, sempre respeitando a legislação aplicável em cada país onde está presente. Organismos transgênicos são trabalhados há mais de 30 anos, e os estudos catalogados na Organização Mundial da Saúde, a OMS, são favoráveis. A Bunge comercializa produtos de biotecnologia, seguindo rigorosamente o “princípio da precaução”, a autonomia legislativa dos países e o que cada cliente deseja. Como parte de sua política de dar suporte à agricultura sustentável, a Bunge também apoia e financia o desenvolvimento de programas de preservação dos biomas brasileiros. Dentre essas iniciativas podemos destacar a adesão à Moratória da Soja, cujos resultados têm sido positivos, e o incentivo a projetos para a proteção do Cerrado e da Mata Atlântica, com iniciativas de educação e conscientização, envolvendo produtores rurais, comunidades e colaboradores.

*Planta industrial
de Araxá*



LIDERANÇA RESPONSÁVEL

Com atuação em 16 estados, a Bunge mantém-se líder de mercado e está atenta aos impactos socioambientais em suas operações integradas na cadeia produtiva de alimentos

Presente no Brasil desde 1905, a Bunge é uma das maiores empresas dos setores de agronegócios, fertilizantes e alimentos. Possui uma das marcas mais valiosas do Brasil, um ativo intangível avaliado em mais de R\$ 3 bilhões pela consultoria inglesa BrandFinance. No País, onde atua como sociedade anônima de capital fechado, está presente em 16 estados com mais de 300 unidades, entre fábricas, silos, armazéns, terminais portuários e centros de distribuição.

No final de 2008, a Bunge Alimentos, a Bunge Fertilizantes e a Fertimport possuíam 8.963 colaboradores diretos e acumulavam vendas

líquidas de R\$ 31,4 bilhões – resultado 62% acima do obtido em 2007.

Além do mercado interno, os produtos das empresas Bunge no Brasil são comercializados para mais de 30 países da Europa, da Ásia e das Américas do Sul e do Norte. Em 2008, a Bunge exportou o equivalente a R\$ 14,9 bilhões, consolidando-se como uma das maiores exportadoras do País, a primeira do agronegócio.

O crescimento econômico das empresas está associado à responsabilidade ambiental e social em suas operações. A gestão cada vez mais abrangente dessas questões colocou a estrutura do grupo no Brasil em posição de destaque no tema, o

que favoreceu a sua contribuição para o *Bunge Global Overview*, o primeiro relatório global da companhia.

Novas aquisições

Líder no fornecimento de farinhas e pré-misturas para panificação, a Bunge adquiriu, em agosto de 2008, o negócio de moagem de trigo e de comercialização de farinhas e pré-misturas para biscoitos, massas e panificações da Cargill. Entre os ativos incorporados está um dos moinhos mais modernos do País, localizado em Tatuí, cidade do noroeste do Estado de São Paulo. Cerca de 100 novos colaboradores foram incorporados às áreas administrativa e operacional.

Com parcerias estratégicas,
a Bunge decidiu aumentar
sua presença no mercado
sucroalcooleiro



Energia renovável

A Bunge decidiu aumentar sua presença no segmento sucroalcooleiro, combinando a produção de açúcar e álcool etílico (etanol), um produto que tem conquistado cada vez mais espaço no mercado, favorecido pelo aumento da demanda, entre os combustíveis limpos e renováveis. Como forma de aumentar os investimentos em novos projetos, o grupo definiu um plano de crescimento bastante arrojado para os próximos anos, que inclui parcerias estratégicas.

Um exemplo é a parceria estabelecida, em 2008, com a Itochu, uma das maiores *tradings* do Japão, para se dedicar à produção de açúcar e álcool. Por meio de uma *joint venture*, a Itochu adquiriu 20% de participação na Usina Santa Juliana, que havia sido comprada em 2007 pela Bunge. O acordo deverá elevar a capacidade de produção anual de 1,6 milhão de toneladas para 4,2 milhões de toneladas. As empresas também

desenvolverão um projeto *greenfield* em açúcar e álcool. Juntos, os dois projetos receberão investimentos da ordem de US\$ 800 milhões – e a expectativa é atingir resultados plenos em quatro anos.

Outra parceria foi anunciada em setembro de 2008, quando a Bunge confirmou a compra de 60% do capital da usina Monteverde Agroenergética S.A., que produz açúcar e álcool (etanol), no município de Ponta Porã (MS). A escolha da unidade teve um motivo estratégico, uma vez que está localizada próximo dos mercados do Sul e do Sudeste – as principais regiões consumidoras de biocombustível do País. Em dezembro, a empresa recebeu autorização dos órgãos competentes para iniciar as operações e construir uma usina em Pedro Afonso, no Estado de Tocantins, também destinada à produção de açúcar, álcool e energia elétrica. Essa etapa será desenvolvida em parceria com a japonesa Itochu.

[VISÃO]

Melhorar a vida, aprimorando a cadeia global de alimentos e agronegócio

[VALORES]



INTEGRIDADE: honestidade e justiça direcionam todas as nossas ações.



ABERTURA E CONFIANÇA: somos abertos a ideias e opiniões diferentes e confiamos em nossos colegas.



TRABALHO EM EQUIPE: valorizamos a excelência individual e o trabalho em equipe para benefício da Bunge e das partes envolvidas.



EMPREENDEDORISMO: prezamos pela iniciativa individual de encontrar oportunidades e gerar resultados.



CIDADANIA: contribuímos para o desenvolvimento das pessoas e da estrutura social e econômica das comunidades em que operamos, e cuidamos com responsabilidade do meio ambiente.

Saiba mais sobre cada política no portal www.bunge.com.br, onde se pode acessar o *hotsite* Sustentabilidade 2009. Ali, conheça também as diretrizes de Desenvolvimento Sustentável Bunge.



Política de Sustentabilidade da Bunge Brasil

Os compromissos estabelecidos são os seguintes:

- Associar os objetivos de negócios às questões da responsabilidade socioambiental.
- Procurar ir além do cumprimento da legislação ambiental local e de outros requisitos aplicáveis a seus processos, produtos e serviços.
- Promover a melhoria contínua do ambiente e o desenvolvimento sustentável, aplicando os princípios de gerenciamento, os indicadores de desempenho e as avaliações de risco ambiental.
- Investir na formação de parceiros, que devem entender os conceitos empregados e apresentar sua visão do processo.
- Manter uma postura ética e transparente em todas as atividades e nos relacionamentos de negócio.
- Gerar valor, empregos, renda e riquezas para as comunidades e para o país onde opera.
- Demonstrar responsabilidade social, procurando atender às expectativas das comunidades onde atua, e promover o uso responsável dos recursos naturais.
- Contribuir para o desenvolvimento da cidadania por meio de ações de valorização da educação e do conhecimento.

[COMPROMISSOS]

O compromisso da Bunge com o desenvolvimento sustentável, no Brasil e no mundo, está explícito em suas políticas construídas para promover, ao mesmo tempo, prosperidade econômica, justiça social e respeito ao meio ambiente.

Os compromissos que norteiam o protagonismo da companhia são:

- Política de Sustentabilidade da Bunge Brasil
- Política Ambiental Mundial
- Política Mundial de Sustentabilidade

AS EMPRESAS DA BUNGE NO BRASIL

Bunge Alimentos

SEDE: Gaspar, Santa Catarina – Rodovia Jorge Lacerda, km 20

Considerada a maior empresa do agronegócio e de alimentos do Brasil, de acordo com o *Anuário Exame do Agronegócio – 2007/2008*, a Bunge Alimentos emprega diretamente 5.388 pessoas (além de 2.119 empregados terceiros) e se relaciona com mais de 20 mil produtores rurais. Em 2008, a empresa comercializou, ao todo, 19 milhões de toneladas de soja, trigo, milho, caroço de algodão, sorgo, girassol e açúcar. A companhia produz margarinas, óleos vegetais, maioneses e azeites para atender consumidores finais e indústrias, além dos setores de *food service*, panificação e nutrição animal.

PRINCIPAIS MARCAS: Soya, Cyclus, Delícia, Primor, Cocinero, Salada, Andorinha e Bunge Pró.



Saiba mais sobre as empresas Bunge em:
www.bungealimentos.com.br
www.bungefertilizantes.com.br
www.fertimport.com.br



Bunge Fertilizantes

SEDE: São Paulo – Av. Maria Coelho Aguiar, 215 | Bloco D | 3º andar

Líder na venda de fertilizantes e nutrientes minerais para nutrição animal, a empresa emprega 3.365 colaboradores diretos e outros 3.602 terceiros. Opera dois complexos mineradores em Araxá (MG) e Cajati (SP), de onde extrai a rocha fosfática e o calcário necessários para a fabricação de seus produtos, e também possui unidades para processamento, com distribuição em todo o Brasil.

PRINCIPAIS MARCAS: IAP, Manah, Serrana e Ouro Verde.



Fertimport

SEDE: Santos, São Paulo – Rua Frei Gaspar, 22 | 8º andar

Criada em 1947 como braço logístico da Bunge, a Fertimport possui 15 unidades, localizadas nos principais portos do Brasil e da Argentina, que oferecem apoio na comercialização de produtos para o exterior. A empresa conta com 210 funcionários, e sua matriz em Santos e escritório comercial em São Paulo são certificados pela norma ISO 9001.

PRINCIPAIS SERVIÇOS:

Agenciamento Marítimo,
Operação Portuária,
Terminais Portuários,
Representações Externas,
Laytime, Desembarço
Aduaneiro, Gerenciamento
de Processos de Importação
e Exportação (GPI/GPE)
e *e-Services*.



O VALOR DE PRESERVAR PARA EVOLUIR

Em toda a cadeia produtiva, a Bunge atua com o propósito de gerar valor e proporcionar meios para o desenvolvimento da sociedade e a preservação do meio ambiente

Mineração, produção de fertilizantes e nutrientes para alimentação animal

- A Bunge opera dois complexos mineradores, em Araxá (MG) e Cajati (SP)
- 1,6 milhão de toneladas de rocha fosfática foram produzidas nas minas de Araxá e Cajati, em 2008, o que permitiu a produção de 1 milhão de toneladas de fertilizantes e de 576 mil toneladas de nutrientes para ração animal
- O Centro de Educação Ambiental montado na

cidade de Araxá completou 18 anos em 2008, com mais de 75 mil pessoas atendidas

-  **R\$ 3,2 bilhões serão investidos pela Bunge Fertilizantes na produção de fósforo para aumentar a oferta aos produtores rurais**
-  **9,4 milhões de euros foi a receita gerada com a venda de créditos de carbono da Fosfértil, empresa parceira no ramo da mineração**

Relacionamento com produtores rurais

- Um universo de 60 mil produtores rurais se relaciona com a Bunge
- Em 2008, 20 mil produtores venderam sua produção à empresa, movimentando 19 milhões de toneladas de produtos agrícolas
-  **Foram realizados 991 eventos para capacitação, treinamento e reconhecimento das boas práticas dos produtores. Ao todo, participaram 58.667 produtores rurais e clientes**
-  **A Cartilha educativa *Responsabilidade Ambiental na Produção Agrícola*, lançada em 2007, foi distribuída a 20 mil produtores em parceria com o Ministério do Meio Ambiente, divulgando**

informações úteis para a realização de boas práticas no campo

- 300 toneladas de fertilizante e R\$ 2,3 milhões foram doados para um projeto desenvolvido em parceria com a Embrapa, para capacitar e conscientizar os produtores a explorarem o solo no sistema misto (lavoura, pecuária e floresta), de forma mais produtiva e sustentável
-  **A Bunge bloqueou a compra de grãos cultivados em 12 áreas (1.385 hectares) embargadas pela Moratória da Soja, pacto firmado entre as empresas do setor e o governo, em 2006, para auxiliar na contenção do avanço do desmatamento no Bioma Amazônico**

Exportação

- Em 2008, a Bunge exportou o equivalente a R\$ 14,9 bilhões, consolidando-se como uma das maiores exportadoras do País, a primeira do agronegócio
- A logística é garantida por uma estrutura de 150 silos e armazéns, que permitem a exportação para mais de 30 países

- A Bunge respeita as necessidades e se empenha para atender às demandas de diferentes mercados. Também recebe avaliação anual da Comunidade Europeia em questões importantes, como a segregação de transgênicos

Produção de alimentos

- A Bunge é líder na produção de óleos e gorduras no Brasil e nos Estados Unidos e líder brasileira na produção de farinhas de trigo e pré-misturas para panificação e a indústria alimentícia
-  **Em 2008, quatro produtos da marca *Ouro Verde* foram certificados como orgânicos pelo Instituto Biodinâmico (IBD) – um dos nichos de atuação da empresa**
- A Bunge faturou, em 2008, um total de R\$ 22,3 bilhões com a venda de produtos alimentícios para estabelecimentos comerciais de todo o Brasil
- Preocupada com a evolução da governança setorial, a

- Bunge é parceira da GRI para a definição de indicadores específicos do setor em que atua, o que permitirá a maior transparência na gestão e o acompanhamento da evolução das empresas
- Para não atuar isoladamente, a Bunge participa da IPAS – Iniciativa Pró-Alimento Sustentável, integrada por empresas e entidades que atuam conjuntamente em cinco frentes, do relacionamento técnico com os produtores rurais até ações de informação e educação do consumidor final de alimentos, o que promove maior engajamento com as necessidades de toda a cadeia produtiva

Destinação de resíduos

- R\$ 24,4 milhões foi o total de investimentos e gastos ambientais da Bunge, em 2008
- Todos os resíduos gerados nos processos produtivos das empresas Bunge são tratados e destinados adequadamente, de acordo com a legislação vigente
- 2,3 milhões de toneladas (97,6%) de resíduos não perigosos gerados diretamente pela empresa, em 2008, foram reciclados ou reutilizados

-  **A Bunge trabalha na reciclagem de resíduos de alimentos e de fertilizantes, com projetos e programas para minimizar quaisquer impactos das embalagens. Para resíduo de óleos, a parceria com a ONG Instituto Triângulo colaborou para reaproveitamento de 100 mil litros do produto, atuando em milhares de lares**

A META É ALCANÇAR A CLASSE MUNDIAL

Revisados em 2008, os valores fundamentais que consolidam a cultura interna das empresas Bunge se apoiam em quatro pilares estratégicos de sustentação

A gestão das empresas Bunge no Brasil é pautada pela transparência dos procedimentos e das políticas internas. O Conselho Consultivo, o mais alto órgão de governança, é composto por três CEOs da companhia e cinco membros externos, reconhecidos por sua capacidade administrativa em diferentes áreas (*saiba mais sobre os membros do Conselho no Relatório on-line*). O Comitê Executivo, integrado por diretores das empresas Bunge, responde pela execução das diretrizes traçadas pelo Conselho Consultivo de acordo com as análises dos mercados interno e externo e pelas metas de desempenho ambiental e social esperadas.

Além das políticas e das metas, a governança corporativa da Bunge segue os valores fundamentais que definem e caracterizam a cultura interna da organização. Em 2008, os valores foram revitalizados para fortalecer a estratégia de crescimento apoiada em quatro pilares de sustentação: agricultura sustentável, efeitos climáticos, dietas saudáveis e disposição de resíduos.

5.630 NOVAS SUGESTÕES FORAM APRESENTADAS PELOS EMPREGADOS DA BUNGE, EM 2008, POR MEIO DO BANCO DE IDEIAS E DO “ALÔ BUNGE”

Por meio do *site* corporativo, da intranet, do Banco de Ideias e do “Alô Bunge”, todos os colaboradores podem fazer sugestões aos gestores da empresa. Encontros regulares entre as diretorias e as lideranças locais também contribuem para a comunicação interna e a evolução dos processos.

No balanço de 2008, o conjunto de empregados da Bunge Alimentos encaminhou 5.256 sugestões ao Banco de Ideias. Desse total, 4.929 foram avaliadas e respondidas pelos comitês de inovação – ou seja, 93,8% encaminhadas ou pré-avaliadas –, sendo que 214 já foram implementadas. As ideias são divulgadas regularmente no portal “Inova Bunge” para que todas as unidades compartilhem as inovações e as melhorias de processos. A economia de receitas decorrentes dos projetos participantes no prêmio Inovação 2008 aproximou-se de R\$ 13 milhões.

Por meio do “Alô Bunge”, a Bunge Fertilizantes obteve 374 novas ideias, visando à melhoria contínua de processos produtivos e à redução de custos em suas e unidades e fábricas. Desse total, cerca de 90 sugestões já foram implantadas ou se encontram em fase de implantação. Criado em 2007, o serviço “Alô Bunge” permite o encaminhamento de ideias, com o uso de formulários depositados em urnas nas unidades industriais.

As metas de sustentabilidade da Bunge integram-se aos objetivos estratégicos da empresa e têm relação direta com a remuneração de todos os colaboradores, incluindo os membros do Comitê Executivo. Auditorias internas e externas, realizadas nas unidades industriais e nos escritórios nacionais e regionais, asseguram a confiabilidade das informações de todo o grupo relativas aos desempenhos econômico, ambiental e social.

Contribuição partidária

SO
6

Em 2008, a Bunge contribuiu com doações a partidos políticos que participaram das eleições para prefeitos e vereadores nos municípios brasileiros. Ao todo, foram repassados R\$ 3,8 milhões, distribuídos entre vários partidos, campanhas, coligações e diretórios. As doações estão devidamente registradas nos Tribunais Regionais Eleitorais competentes.

Contribuições da Bunge para os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio



Produção de ingredientes nutricionais e alimentos saudáveis, com ênfase na base da pirâmide alimentar.



Programas sociais voltados para o fortalecimento do ensino fundamental do setor público.



Por meio da política de não discriminação, que abre oportunidades iguais para profissionais dos sexos masculino e feminino.



Por meio de parcerias locais, a Bunge fez investimentos em infraestrutura que incluíram modernização de hospitais.



A Bunge Fertilizantes desenvolve o projeto “Acompanhamento à Gestante”, que oferece suporte psicoemocional para colaboradoras e dependentes durante o período da gestação.



A Bunge possui programas de aconselhamento e prevenção de doenças graves dirigidos aos colaboradores diretos, indiretos e às comunidades dos entornos.



A aplicação da Política Ambiental Mundial e da Política de Sustentabilidade assegura o respeito ao meio ambiente nos seus processos produtivos e o controle das externalidades.



Por meio do apoio a compromissos que visam ao desenvolvimento sustentável e com o estabelecimento de articulações e parcerias com ONGs e outras empresas dos segmentos nos quais atuamos.

Rumo à Classe Mundial

Uma das metas de gestão da Bunge consiste em tornar a empresa Classe Mundial. Isso significa que a organização passará a ser reconhecida como líder e servirá como referência para as demais companhias que atuam no setor. Para tanto, é preciso atingir a excelência em gestão nas áreas de produtividade, qualidade, segurança, meio ambiente, cultura organizacional e inovação. No período de agosto a novembro de 2008, 11 unidades passaram pela avaliação de *benchmarking* industrial do Instituto Euvaldo Lodi (IEL).

Integração descentralizada

O modelo de gestão global da Bunge favorece as decisões locais, privilegiando as características de cada região, de modo a facilitar a tomada de decisões que sejam benéficas do ponto de vista econômico, ambiental e social. Com base em valores compartilhados e objetivos claros, as empresas Bunge no Brasil buscam o máximo de eficiência nas operações sem perder as sinergias e os resultados alcançados com um grupo plenamente integrado. Para atingir esse resultado, existem ferramentas de comunicação e reuniões de intercâmbio para divulgar experiências e aperfeiçoar os processos locais.



Encontro com
stakeholders:
engajamento
necessário

DIÁLOGO TRANSPARENTE DIRECIONA AS AÇÕES

A Bunge tem aprimorado as práticas de relacionamento para ampliar o diálogo com seus públicos de interesse e incorporar a sustentabilidade em suas ações no mercado

Assim como os fertilizantes são indispensáveis para promover o crescimento das lavouras, o diálogo transparente é fundamental para o crescimento da sustentabilidade, tornando-a presente e incentivando sua incorporação nas operações de uma empresa. Ao ouvir as opiniões dos públicos interessados em suas atividades, a Bunge direciona-se para uma produção mais equilibrada, socialmente justa e com o máximo de eficiência na utilização dos recursos disponíveis.

As práticas de relacionamento, contudo, têm

se aprimorado a cada ano. Em 13 de outubro de 2008, por exemplo, a Bunge realizou o segundo Painel de *Stakeholders*, um encontro no qual convidou colaboradores, especialistas internos, clientes, fornecedores e representantes de ONGs e instituições financeiras para avaliar formalmente o seu Relatório de Sustentabilidade e discutir os temas que eles consideram mais relevantes nos setores de agronegócios e alimentos. A reunião ajudou o grupo a levantar subsídios para esta nova etapa, com sugestões importantes para melhorar a gestão da companhia.

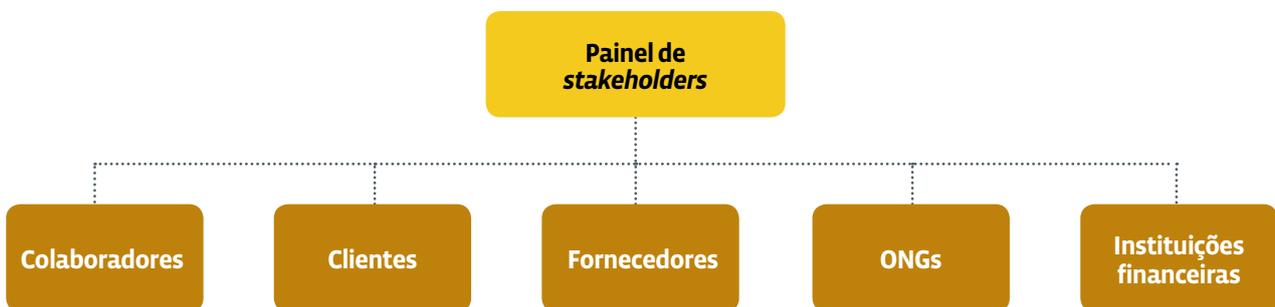
Bunge Fertilizantes comemora 70 anos: Raízes no Brasil

Em comemoração aos seus 70 anos no Brasil, completados em 2008, a Bunge Fertilizantes promoveu, em São Paulo, o fórum “Cenários para o Agronegócio Brasileiro”, com o objetivo de estimular a discussão sobre tendências mundiais diante do aumento dos custos de produção e a reflexão sobre os cenários futuros. O encontro tornou-se uma ferramenta importante para que a empresa pudesse atender a uma das principais demandas de seus *stakeholders* – a análise de diversos aspectos da atual conjuntura – de uma maneira séria, equilibrada e participativa.

Os convidados assistiram a palestras de interlocutores de renome, como Alvin Toffler, John Naisbitt, Michel Prudh’homme, Roberto Rodrigues e Rubens Ricupero. As apresentações estimularam discussões sobre o aumento dos custos de matérias-



-primas e alimentos e, ao final, os palestrantes responderam a perguntas da plateia. A questão central colocada para o debate foi a projeção do cenário para o agronegócio em 10, 20 e 30 anos.



Contudo, sustentabilidade não se constrói apenas com uma reunião anual. Por isso, a Bunge investe continuamente na comunicação com os diversos atores da cadeia de valor, em várias oportunidades.

Treinadas internamente e municiadas por ferramentas como cartilhas explicativas e vídeos educacionais, as equipes de campo da Bunge constituem um canal importante para conscientizar os produtores agrícolas e os fornecedores sobre a importância da busca pela melhor gestão no campo, além de concentrarem críticas e sugestões endereçadas à empresa.

Por meio de canais exclusivos, como o sistema de Call Center e o “Fale Conosco”, os clientes recebem respostas rápidas e diretas sobre suas dúvidas e as políticas da empresa. A política

Foco no Cliente, implantada em 2006, também leva a empresa a desenvolver pesquisas para entender as necessidades dos consumidores e desenvolver produtos mais saudáveis, que atendam a essas demandas.

O grupo mantém relacionamento com universidades e instituições de pesquisa nacionais e internacionais, como forma de colaborar para o desenvolvimento de novas tecnologias e processos que contribuam para o crescimento sustentável. Em 2008, grupos de estudantes da Erasmus University (Roterdã, na Holanda) e de MBA da Thunderbird School of Business (Arizona, nos EUA) incluíram a Bunge Brasil em seus estudos sobre a sustentabilidade no cenário brasileiro, além de estudantes do Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA) e FMU/SP, UFPR, UFMG, UFSM e

RELACIONAMENTO COM NOSSOS PÚBLICOS

Unifra/RS. Por sua vez, a USP elaborou um estudo de caso sobre sustentabilidade no âmbito de uma parceria estabelecida com a Bunge. O material tem sido utilizado para apresentações e divulgação em congresso. Já com a PUC de Campinas a parceria busca o desenvolvimento de soluções ambientais para os resíduos derivados dos processos produtivos, em especial da Bunge Alimentos.

Os colaboradores da Bunge são outro público estratégico, e a empresa abre canais de comunicação diretos e informativos, com a publicação das revistas *Nosso Campo* e *Planeta Bunge*, a TV Bunge, intranet e murais.

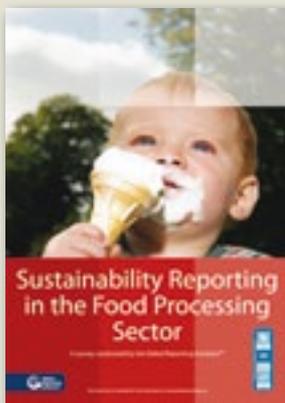
Etiqueta da sustentabilidade

Com o apoio da Bunge, o movimento Planeta Sustentável lançou, em 2008, o *Manual de etiqueta – 33 dicas de como enfrentar o aquecimento global e outros desafios da atualidade*. Voltada para o público em geral, a cartilha contribui para disseminar o conhecimento sobre sustentabilidade e a conscientização da comunidade. O movimento Planeta Sustentável consiste numa iniciativa de diversas empresas para divulgar projetos e ideias inovadoras na construção de uma sociedade melhor.



Indicadores setoriais

Para que a sustentabilidade seja efetivamente construída, é fundamental que as ações de responsabilidade ambiental e social, assim como os impactos das atividades produtivas, tenham seus resultados avaliados com coerência e o máximo de precisão, considerando as peculiaridades setoriais. Para isso, uma das iniciativas mais importantes adotadas atualmente pela Bunge é o desenvolvimento de um suplemento de indicadores GRI voltado para o setor de produção de alimentos (o *Sector Supplement on Food Processing*), em conjunto com outros atores importantes do setor, que representam os cinco continentes, além de *stakeholders* mundiais da cadeia produtiva.



São 20 *stakeholders* (50% setoriais e 50% não setoriais) que trabalham na produção de indicadores que reflitam sobre legislações, experiências e regiões geográficas. Assim, será mais fácil trabalhar com dietas saudáveis, valorização do desenvolvimento dos produtos, questões socioambientais na origem da matéria-prima e das operações diretas, entre outros assuntos específicos em estudo.

A Bunge, que sediou a primeira reunião de trabalho, é uma das empresas envolvidas no grupo de estudos, encarregado de elaborar os novos indicadores, cuja divulgação deverá ocorrer a partir de 2010.

Principais pontos do Painel de *Stakeholders* e os encaminhamentos dados pela Bunge

1) Melhorar a explicação dos impactos da empresa na cadeia de valor

A explicação da cadeia de valor foi reestruturada, com abordagem focada nos impactos principais **(ver mais na pág. 13)**

2) Estabelecimento de metas claras

Os capítulos trazem, em sua abertura, as principais metas abordadas

3) Comparabilidade com o setor

Existe falta de relatórios no setor. Contudo, a Bunge atua em parceria com a GRI e outros atores na promoção dos indicadores e na criação de indicadores setoriais específicos

4) Valor para a sociedade

A explicação da cadeia de valor foi reestruturada **(ver mais nas págs. 9, 10, 13 e 18)**

5) Consumo consciente, educação alimentar

A empresa adotou um capítulo especial para essa demanda **(ver mais na pág. 36)**

6) Envolver os funcionários nos temas

Essa necessidade de aprimoramento da gestão está sendo conduzida no decorrer de 2009, aproximando o tema mais fortemente à estratégia de negócios

7) Transgênicos

O posicionamento da empresa sobre o tema foi abordado pela Mensagem do Presidente **(ver mais na pág. 7)**

8) Maior profundidade para temas sensíveis

Os temas sensíveis estão trazendo informações mais diretas e existem destaques em todos

os capítulos **(ver mais nas págs. 4, 16, 19, 25, 26, 28 e 32)**

9) Indicadores de impacto direto no ambiente

A análise continua e está aprimorada, com os temas mais materiais

10) Gestão de risco

A forma como a Bunge concilia a estratégia de desenvolvimento **(ver mais nas págs. 4 e 6)**

11) Integrar mais BAL e BFE nas explicações

O relatório foi integralmente elaborado de forma a respeitar os posicionamentos específicos das unidades de negócio, mas com foco total na integração da comunicação das empresas

12) Alternativas para comunicar o conteúdo do relatório

Além de apresentações especiais, estão sendo utilizadas mais ferramentas eletrônicas, e dirigidas a públicos especiais **(ver mais nas págs. 11, 12, 49 e 57)**

13) Relações com o Governo

As interações são todas explicadas nos indicadores pertinentes

14) Dados sobre Diversidade

as informações estão claramente apresentadas nos indicadores sociais **(ver mais na pág. 52)**

15) Publicação de tendências

A empresa definiu que o relatório de sustentabilidade não seria o veículo adequado para tal análise, apenas os efeitos do desenvolvimento sustentável **(ver mais na pág. 20)**

SUSTENTABILIDADE, O VETOR NA CONDUÇÃO DOS NEGÓCIOS

A ANÁLISE DAS EXPECTATIVAS DOS STAKEHOLDERS E SEU ALINHAMENTO COM A VISÃO ESTRATÉGICA DO GRUPO BUNGE DERAM ORIGEM ÀS DIRETRIZES DA PLATAFORMA PARA A SUSTENTABILIDADE BUNGE

A maior conscientização da sociedade, com a evolução do debate sobre os temas relacionados à sustentabilidade, acaba propiciando um clima de discussões mais aprofundadas sobre as necessidades de mudança no modo de gestão das empresas.

A análise das expectativas dos nossos principais públicos de relacionamento e o cruzamento com os objetivos estratégicos da empresa permitiram o desenvolvimento da Plataforma para a sustentabilidade Bunge, apoiada em quatro pilares – sobre os quais hoje estão focadas as ações de sustentabilidade do grupo.

As quatro frentes de atuação do Programa são Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Disposição de Resíduos. Para cada uma delas existem projetos em níveis diferentes de maturidade e com efeitos benéficos para toda a sociedade.

A agricultura constitui uma das atividades humanas de maior interação ambiental. Por isso, é fundamental que a Bunge sensibilize os produtores rurais e os auxilie na sua capacitação para que produzam não apenas de acordo com as legislações ambientais e trabalhistas vigentes, mas também apliquem a agricultura conservacionista, de modo a diminuir os impactos ambientais e maximizar o desempenho no uso de recursos naturais.

Outro aspecto relevante consiste na criação de barreiras que possam minimizar a ação de produtores em desacordo com legislações e práticas não aceitas dentro de um ambiente sustentável. Assim, a Bunge atua como um vetor de disseminação da sustentabilidade entre os produtores rurais.

As mudanças climáticas e o risco do aquecimento global podem trazer impactos significativos para a produção de alimentos em todo o mundo e, por isso, a Bunge também desenvolve políticas e programas nessa área. A preocupação da empresa consiste em diminuir as emissões de gases causadores do efeito estufa (GEE), desenvolver tecnologias para melhorar a eficiência energética nas operações e criar mecanismos que contribuam para o aprimoramento de ferramentas, como a venda de créditos de carbono.

Outra importante frente de atuação é a oferta de produtos alimentícios seguros e benéficos à saúde dos consumidores. A Bunge trabalha para identificar as necessidades de seus clientes e disponibilizar alimentos cada vez melhores no mercado.

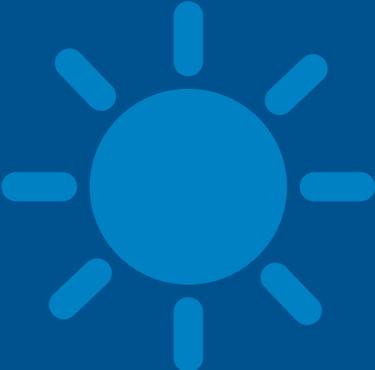
A empresa tem desenvolvido ainda mecanismos para reduzir a geração de resíduos nos processos industriais, aprimorando o uso racional de água e de outros recursos não renováveis no gerenciamento de sua eficiência operacional. Dessa forma, a Bunge estabelece suas principais metas de sustentabilidade.



AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

Ações integradas visam manter o equilíbrio do meio ambiente no campo

LEIA MAIS A PARTIR DA PÁGINA 22



EFEITOS CLIMÁTICOS

Inventário de emissões apoiará iniciativas para enfrentar as mudanças globais

LEIA MAIS A PARTIR DA PÁGINA 30



DIETAS SAUDÁVEIS

Produtos diferenciados trazem benefícios à saúde de consumidores exigentes

LEIA MAIS A PARTIR DA PÁGINA 36



DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS

Novas diretrizes buscam conscientizar os consumidores e reduzir os impactos ambientais

LEIA MAIS A PARTIR DA PÁGINA 42

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL



R\$3,2 BILHÕES

serão investidos pela Bunge Fertilizantes na produção de fósforo para aumentar a oferta do nutriente a diversas culturas.



RESUMO SETORIAL

Com o desafio de tornar a produção agrícola sustentável, a Bunge estabelece acordos prévios com fornecedores em respeito à legislação ambiental e trabalhista. Assim, como fornecedora de outros agentes da cadeia produtiva, atuando do campo à mesa, assegura a adoção de boas práticas.

A BUNGE É:

Uma das maiores empresas dos setores de agronegócios, fertilizantes e alimentos.

DESAFIOS

Por meio da conscientização de fornecedores, da capacitação e do reconhecimento de agricultores com conduta exemplar, além da suspensão de contratos dos infratores, a Bunge busca manter o equilíbrio do meio ambiente no campo.

METAS E OBJETIVOS

Um dos objetivos da Bunge, signatária da Moratória da Soja, é tornar a produção da oleaginosa ambientalmente correta e socialmente justa. A companhia também procura manter sua origem de matéria-prima livre de fornecedores que constem nas listas públicas de irregularidades sociais e ambientais.

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL



*Na produção
agrícola, o desafio do
equilíbrio ambiental*

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA

Conscientização de fornecedores, capacitação e premiação de produtores rurais, além da suspensão de contratos dos infratores, buscam o equilíbrio do meio ambiente no campo

Uma das principais estratégias da Bunge consiste em tornar a produção no campo mais sustentável. Praticar agricultura sustentável significa também suprir a cadeia de alimentos com matérias-primas de qualidade, em condições e prazos combinados, com o máximo de eficiência no uso dos recursos naturais e de geração de valores para todo o sistema produtivo. Por isso, ao adquirir a produção agrícola, a Bunge estabelece acordos prévios em

respeito às legislações ambiental e trabalhista. Dessa forma, atuando do campo à mesa e como fornecedora para outros agentes da cadeia produtiva, a Bunge assegura que os produtos finais tenham o controle e a adoção de boas práticas desde suas origens.

Mais informações sobre os contratos da Bunge no relatório on-line.



A BUNGE DESENVOLVE UMA ABORDAGEM EM QUATRO ETAPAS PARA GARANTIR UMA PRODUÇÃO MAIS RESPONSÁVEL NO CAMPO:

- Conscientização e sensibilização dos produtores, por meio de diversos programas, palestras, publicações e parcerias, que geram o conhecimento da legislação, das boas práticas trabalhistas e da agricultura conservacionista;
- Capacitação para obter aumento da produtividade, sem degradação do meio ambiente, de modo a evitar a abertura de novas áreas e buscar o melhor uso de

insumos e recursos não renováveis;

- Reconhecimento a desempenhos exemplares por meio de premiações e diferenciação em relacionamentos cliente-empresa, de maneira a estimular os fornecedores a adotar as boas práticas em seu dia a dia;
- Sanções (especificadas previamente) para os produtores que descumprirem a legislação

e os acordos voluntários pró-sustentabilidade, como a suspensão dos contratos de compra e a contenção do fornecimento de fertilizantes.

Além disso, a Bunge também investe na recuperação dos biomas brasileiros para assegurar o equilíbrio entre as áreas de produção agrícola e as de ambientes naturais. Ao longo de 2008, diversos projetos se voltaram para a proteção do Cerrado, do Bioma Amazônico e da Mata Atlântica.

Parceria produtiva

A Bunge e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) firmaram parceria, em 2008, para disseminar o sistema de integração e exploração mista, com lavoura, pecuária e floresta. A Bunge faz doações anuais de 300 toneladas de fertilizantes, por três anos, e mais um aporte de R\$ 2,3 milhões para que a Embrapa possa distribuir e capacitar os produtores rurais. Os sistemas mistos de produção permitem a exploração do solo de forma mais produtiva e com maior retorno econômico.

Produção monitorada de soja na Amazônia

A Moratória da Soja, um compromisso assumido pela indústria e por exportadores para suspender a compra da produção de áreas desflorestadas do Bioma Amazônico a partir de julho de 2006, foi prorrogada por mais um ano – até julho de 2009. O plano inicial era que o embargo funcionasse por dois anos, e os resultados foram positivos. Os dados mais recentes do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), comparados com os obtidos em pesquisa de campo e por meio de sobrevoos à região, realizados entre dezembro de 2008 e março de 2009, revelam a existência de 12 áreas cultivadas com soja – o equivalente a 1.385

hectares, na safra 2008/2009. Ao todo, foram monitorados 630 polígonos, em 46 municípios do Bioma Amazônico – nos estados do Pará, Mato Grosso e Rondônia, os principais produtores da região –, somando 157.896 hectares.

A Bunge tem como uma de suas principais preocupações garantir a produção sustentável dessa matéria-prima da indústria de óleos vegetais, e está satisfeita com os resultados obtidos até agora. A Moratória da Soja Amazônica constitui um compromisso setorial, estabelecido pela Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (Abiove) e pela Associação Nacional dos

Exportadores de Cereais (Anec). Em 2008, o governo federal formalizou seu apoio à iniciativa.

A Bunge também é uma das empresas que contribuem para o desenvolvimento da Round Table on Responsible Soy (RTRS), fórum internacional cujo objetivo é discutir e definir critérios para a produção da soja que gerem riquezas e sejam ambientalmente corretos e socialmente justos. Além das empresas que atuam no agronegócio, a RTRS envolve entidades governamentais, ONGs e especialistas na produção de um dos grãos mais importantes para a economia mundial.

Agricultores premiados

Em sua quinta edição, o prêmio “Destaque Bunge Agricultor Brasileiro” reconheceu a atuação diferenciada de 15 agricultores no Distrito Federal e nos estados da Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Piauí, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo. Os produtores foram premiados em seis categorias: Sustentabilidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Inovação, Parceria e Produtividade (nas culturas de soja, milho, trigo, algodão, café e cana-de-açúcar).



Premiação reconhece o valor dos parceiros no campo

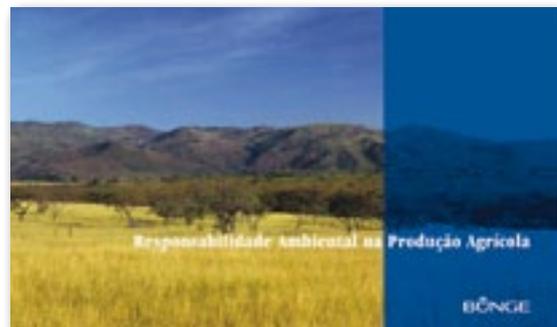


Bunge Fertilizantes programou novos investimentos para aumentar a oferta de fósforo aos agricultores do Sul e do Sudeste

Novos investimentos

A Bunge Fertilizantes anunciou em 2008 investimentos da ordem de R\$ 3,2 bilhões para expandir a produção de fósforo e beneficiar os agricultores das regiões Sul e Sudeste. Ao todo serão quatro grandes projetos que permitirão atender a 30% da demanda atual por fósforo.

Um dos principais destaques é o investimento de R\$ 2 bilhões na mina da Serra do Salitre, em Patrocínio (MG). Serão investidos, ainda, R\$ 300 milhões na expansão do complexo industrial da Fosfértil de Uberaba (MG) e das minas de Tapira e Catalão. Uma nova mina será aberta em Araxá (MG), com capacidade de produção anual de 600 mil toneladas e investimento de R\$ 320 milhões. Outros recursos da ordem de R\$ 520 milhões serão destinados à abertura da exploração de uma jazida de fosfato em Anitápolis (SC). Nessa área, já existia há 20 anos um complexo industrial destinado à fabricação de fertilizantes, que agora, finalmente, terá viabilidade operacional.



Cartilha educativa

A cartilha *Responsabilidade Ambiental na Produção Agrícola*, lançada em dezembro de 2007, em parceria com o Ministério do Meio Ambiente, foi distribuída a 20 mil produtores rurais com informações úteis para assegurar uma produção sustentável. Entre os assuntos abordados estão a divisão territorial dos biomas, as boas práticas agrícolas, a regularização das atividades produtivas, as medidas de legalização etc. O material foi entregue pelas equipes de campo mantidas pela Bunge, que serviram como uma importante ferramenta de sensibilização e capacitação dos produtores, além de facilitar a regularização de suas operações perante os órgãos competentes. O Ibama e o Ministério do Meio Ambiente também distribuíram a publicação, disponível para *download* em www.bunge.com.br/sustentabilidade.

Conservação do Cerrado: programa busca conciliar a produção agrícola com a preservação ambiental



Recuperação do Cerrado

Um dos principais biomas do Brasil, onde se localizam nascentes de todas as grandes bacias brasileiras e aproximadamente 5 mil espécies endêmicas, o Cerrado concentra grande parte das operações da Bunge.

O Programa de Conservação do Cerrado, que visa conciliar a produção agrícola com a preservação ambiental, tem atualmente 954 propriedades mapeadas e conta com a participação direta de 81 propriedades rurais, abrangendo uma área de 294.284 hectares naquele bioma. O programa é desenvolvido nas regiões

Centro-Oeste e Nordeste: no entorno do Parque Nacional das Emas, entre Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, região de desenvolvimento agrícola bem estabelecido, e no Sul do Estado do Piauí, onde a expansão agrícola é mais recente.

No entorno do Parque Nacional das Emas, o projeto, iniciado em 2004, possui 614 propriedades mapeadas, das quais 71 estão envolvidas diretamente nas atividades de regularização e redução do passivo ambiental, representando uma extensão de mais de 147 mil hectares. A área de restauração e recomposição do projeto soma 1.850 hectares.

No Piauí, o projeto, iniciado em 2006, já conta com 345 propriedades mapeadas, sendo que a Bunge trabalha, de forma mais intensa, em dez propriedades, que representam uma área de mais de 130 mil hectares. Essas propriedades apresentam menor passivo ambiental, e os trabalhos se concentram na adequação das reservas legais para formar os corredores de vegetação nativa que garantem a sobrevivência da biodiversidade regional.

O Programa de Conservação do Cerrado é desenvolvido em parceria com as ONGs Conservação Internacional e Oréades.



Mata Atlântica: preservação nas áreas ocupadas pelas empresas da Bunge ou próximas a elas

Iniciativas preservam áreas da Mata Atlântica

Ecossistema mais modificado do Brasil, a Mata Atlântica recebe investimentos regulares da Bunge para a sua preservação e recuperação. Por meio do Programa Bunge Natureza, a Bunge Alimentos mantém dois Centros de Educação Ambiental e Lazer (CDAL), que sediam projetos de educação ambiental para membros das comunidades vizinhas, estudantes, colaboradores e familiares. Na sede da empresa, em Gaspar, Santa Catarina, além do pilar educacional, o programa contempla a restauração de áreas degradadas, pelo qual recuperou a mata ciliar do entorno, às margens do rio Itajaí-Açú.

A atividade se complementa com a manutenção de um viveiro de mudas, além de sete unidades de pesquisa avançada na região,

que desenvolvem estudos sobre a melhor adaptação de mudas, de acordo com os tipos de solo. Em 2008, cerca de 150 mil m² foram recuperados e aproximadamente 4.500 pessoas passaram por atividades de educação ambiental. No Jaguaré, bairro na zona oeste da cidade de São Paulo, o Programa promove o cultivo de hortas comunitárias e hidroponia.

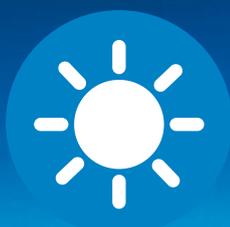
Na cidade catarinense, a administração da área é realizada em parceria com o Departamento de Turismo da Universidade Regional de Blumenau (FURB), oferecendo aos estudantes a oportunidade de adquirirem experiência durante o período de formação. Outras unidades similares estão em estudo nos estados do Mato Grosso e da Bahia.

Mantida pela empresa como exemplo de preservação, a reserva

Figueira Branca se estende por 3 milhões de metros quadrados, possui espécies nativas de Mata Atlântica – algumas ameaçadas de extinção – e está aberta à visitação pública. O local já recebeu mais de mil visitantes.

Por sua vez, na cidade mineira de Araxá, a Bunge Fertilizantes investe na recuperação de uma Reserva Legal de 119 hectares, degradada por conta de atividades de mineração. A região também abriga o Centro de Educação Ambiental, que completou 18 anos em 2008 e atendeu mais de 75 mil pessoas. O projeto, pioneiro, estimula a consciência ecológica e desenvolve atividades educativas com colaboradores e a comunidade local. A empresa mantém preservada ainda uma área de 3.500 hectares, na cidade de Cajati (SP).

EFEITOS CLIMÁTICOS



Projeto para a redução de emissões de N_2O (óxido nitroso), em parceria com a Fosfértil, deve gerar

750 MIL

toneladas de créditos de carbono



RESUMO SETORIAL

Diante da nova realidade imposta pelas mudanças climáticas no planeta, a Bunge identificou no clima uma das frentes de atuação da sua Plataforma de Sustentabilidade.

A BUNGE É:

uma das únicas empresas que atuam no agronegócio a desenvolver um inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para apoiar suas ações no mercado.

DESAFIOS

A produção de alimentos e fertilizantes com níveis reduzidos de emissão de GEE representa um dos principais desafios para a Bunge. Um passo importante será a conclusão, até o primeiro semestre de 2010, de um inventário corporativo de emissões.

METAS E OBJETIVOS

A Bunge Alimentos deve utilizar 100% de fonte renovável, até 2012, em sua matriz energética. A Bunge Fertilizantes aumentará sua cogeração de eletricidade devido aos seus processos industriais em 2009, evitando, assim, emissões relacionadas (veja página 35).

Inventário de emissões também deverá nortear a atuação da Bunge no mercado global

ALTERAÇÕES DO CLIMA EXIGEM NOVOS HÁBITOS

Uma das ações mais desafiadoras para a Bunge será a realização do inventário de emissões, que deverá estar concluído até o primeiro semestre de 2010

Diante dos estudos divulgados por cientistas de todo o mundo, nos últimos anos, e dos dados revelados pela ONU, é incontestável que o mundo atravessa um período de mudanças climáticas, com efeitos provocados pela concentração de gases de efeito estufa (GEE) na atmosfera. A mudança do regime de chuvas e as alterações na temperatura do planeta, com consequente impacto sobre as áreas agricultáveis e a adaptabilidade dos cultivos, tornaram-se alvo de estudos que tratam de analisar os riscos acarretados pelos fenômenos climáticos ao desempenho da produção mundial de alimentos.

Devido à inter-relação das mudanças climáticas e seus efeitos potenciais, bem como a esforços propostos para a mitigação dessa situação sobre a produção agrícola, processos industriais e transporte, a Bunge identificou o clima como um dos pilares para a plataforma global da companhia em seus esforços relativos à sustentabilidade.

Para a Bunge, produzir alimentos e fertilizantes e prestar serviços com níveis de emissões cada vez menores representam dois de seus principais desafios. Um dos passos mais importantes será a conclusão de um inventário corporativo completo das emissões de gases causadores do efeito estufa (GEE), que já entrou em fase final de elaboração, depois de um longo trabalho para a

definição de metodologias e de procedimentos no âmbito do projeto. A expectativa é que o inventário seja concluído até o primeiro semestre de 2010.

Historicamente, as condições do clima têm causado volatilidade ao comportamento das *commodities* agrícolas e, conseqüentemente, aos resultados de nossas operações, por acarretarem perdas ou mesmo interferências significativas nas colheitas que nos abastecem. Isso também pode afetar o suprimento ao mercado e a cotação das *commodities*, bem como a saúde financeira de nossos parceiros rurais.

Controle de emissões

EN 18 A Bunge manteve, em 2008, as ações de conservação de energia nos processos de produção de alimentos e de fertilizantes, avançando na adoção de uma matriz de energia renovável, com o uso de biomassas em uma série de processos fabris e de armazenagem de grãos. Tais iniciativas também contribuem para reduzir a emissão atmosférica de gases de efeito estufa (GEE) e de outros poluentes derivados da atividade industrial. Apesar das diversas iniciativas para conservação de energia e mudanças na matriz energética, o grupo registrou aumento de 25% nas emissões em 2008, devido ao aumento significativo

na produção. A meta é obter uma matriz energética totalmente renovável até 2012.

EN 19 As emissões de substâncias nocivas à camada de ozônio produzidas pela Bunge resultam somente da utilização dos gases R22 e R134A, ou MP-39, empregados em aparelhos de ar-condicionado, refrigeradores, bebedouros e câmaras frigoríficas. No caso do gás R22, o uso ocorre nas unidades da Bunge Fertilizantes de Cubatão, Araxá e Cajati, onde também existem aparelhos de ar-condicionado que ainda

utilizam CFC como gás refrigerante. Em 2008, o total de emissões provocadas por esses gases somou 1,1 tonelada, bem menos que as 5,4 toneladas de 2007. A razão da diminuição se deve a uma menor necessidade de manutenção nos equipamentos existentes.

A Bunge Alimentos não registra emissões significativas desse tipo associadas diretamente aos seus processos produtivos. Por sua vez, a Fertimport tampouco gera emissões atmosféricas relevantes, dada sua atividade de prestadora de serviços.

EN 16 **Emissões diretas de gases de efeito estufa, em tonelada de CO₂ equivalente***

Unidades e empresas	2007	2008**	variação %
Bunge Fertilizantes	128.927,00	147.446,37 ↑	14,36%
Bunge Alimentos	180.823,41	240.442,16 ↑	33%
Total***	309.750,41	387.888,53 ↑	25%

(*) As emissões do Relatório anterior (2007) foram calculadas com base na metodologia IPC/2006, nível 1. Em 2008, os cálculos foram realizados por meio de ferramenta baseada na GHG Protocol Initiative (WBCSD/WRI), adotada pela Bunge em todo o mundo. Por esse motivo, os dados de 2007 foram recalculados com base nas mesmas ferramenta e metodologia, a fim de permitir a comparação e a sua divulgação.

(**) O aumento das emissões no período se deve ao incremento da produção, nas unidades da Bunge Fertilizantes, e à maior necessidade de secagem da produção de grãos, nas fábricas da Bunge Alimentos, cujas atividades também se intensificaram na última safra.

(***) A Fertimport não possui emissões significativas de GEE.

Novos projetos de desenvolvimento limpo

O intenso desenvolvimento de projetos de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL), da ONU, é considerado oportuno pela Bunge, uma vez que traz benefícios na esfera econômica e no desenvolvimento de ferramentas de mitigação do aquecimento global. O grupo tem identificado possibilidades de participar desses mercados, com a análise de projetos de mitigação de carbono e investimento por meio de fundos e da compra antecipada dos créditos de carbono. Em 2008, uma nova estrutura interna foi criada para acompanhar o desenvolvimento de novos negócios com projetos que se enquadrem nas premissas de MDL. A nova área substitui a atuação da Ecoinvest, *joint venture* estabelecida com a Bunge, cujas atividades foram incorporadas mundialmente pela empresa.

Um dos primeiros e mais importantes projetos em andamento trata da redução das emissões de óxido nítrico (N₂O) pela Fosfértil, empresa parceira no ramo da mineração e produção de matérias-primas para a indústria de fertilizantes. O N₂O é um subproduto da fabricação de ácido nítrico a partir da amônia, no processo de fabricação de fertilizantes químicos. Trata-se de um produto sem valor econômico ou efeito tóxico, quando emitido dentro das especificações técnicas legais. Contudo, é considerado um gás de efeito estufa e, assim, tornou-se alvo de estudos da empresa para reduzir suas emissões, ainda que indiretamente às suas operações, mas dentro de sua cadeia de suprimentos.

O projeto foi registrado na ONU e vai gerar cerca de 750 mil toneladas

de créditos de carbono, durante o período de vigência do Protocolo de Kyoto (até 2012). O carbono já negociado propiciou uma receita de cerca de 9,4 milhões de euros. Em 2008, o projeto promoveu efetivamente a redução de quase 60 mil toneladas de CO₂ equivalente.

Outro projeto criado no âmbito das normas do MDL vem sendo desenvolvido pela Bunge Fertilizantes, em Guará (SP). Com a reconfiguração de sua matriz energética para biomassa, a iniciativa gera uma economia aproximada de R\$ 6 milhões por ano das despesas com combustível. Até 2012, estima-se que 14 mil toneladas por ano de carbono equivalente, decorrentes das emissões, terão sido sequestradas.

EN 20 Outras emissões atmosféricas significativas, em toneladas*

Item	2007	2008
NO _x	77,70	128,55 ↑
SO _x	1.288,23	1.420,49 ↑
Material particulado	515,91	546,03 ↑
F	n/i	28,35
Amônia	n/i	16,47

(*) Inclui emissões das unidades Cajati, Araxá, Ponta Grossa, Cambé, Cascavel, Rio Grande e Uberaba, todas da Bunge Fertilizantes. A Bunge Alimentos não possui um sistema para gerar essa informação. A Fertimport não responde por emissões significativas de GEE.

Energia

EN 5 Nos últimos anos, a Bunge tem conseguido aumentar a participação de fontes energéticas renováveis em seus processos produtivos e logísticos e, ao mesmo tempo, obter ganhos na conservação de energia. Atualmente, uma parcela significativa da matriz energética da Bunge Alimentos e da Bunge Fertilizantes é constituída por biomassa, utilizada principalmente em fornos para gerar energia térmica, alternativa que contribui para reduzir a dependência da energia elétrica adquirida da rede pública. As duas empresas também consomem certos tipos de combustíveis fósseis e carvão vegetal.

EN 26 Na Bunge Alimentos, as ações para a conservação de energia visam à melhoria contínua de processos, com a substituição e a manutenção de equipamentos ineficientes, a redução do consumo em horários de maior demanda e o desligamento de equipamentos.

A exemplo das plantas de Araxá e Cajati, na unidade industrial da Bunge Fertilizantes de Cubatão (SP) está prevista para 2009 a instalação de um turbogerador de energia que permitirá fazer o reaproveitamento do vapor d’água (calor) da planta de ácido sulfúrico para gerar energia elétrica (11,5 MW/h). Mas já houve uma iniciativa bem-sucedida: a eliminação de uma pá carregadeira, que permitiu economia anual de 42 mil litros de óleo diesel, o equivalente a 1.567,59 GJ (Gigajoules), além da consequente redução do volume de emissões de CO₂. Na planta de Araxá (MG), a eliminação de dois compressores com potência combinada de 151 KW na usina permitiu economizar 1.304.640 kW/h por ano, ou 4.696,704 GJ.

Já na planta de Cajati (SP), a empresa tem realizado adequações logísticas para reduzir o volume de movimentações internas. Dentre as medidas, destacam-se: substituição de transporte rodoviário

por tapetes na movimentação do foscálcio; uso de um turbogerador de energia para o reaproveitamento de vapor d’água da área de ácido sulfúrico na geração de energia elétrica; utilização de biomassa nos processos de secagem de foscálcio e calcário – o equivalente a 54% da demanda energética total.

EN 6 A Bunge Alimentos tem conseguido aumentar o uso de fontes renováveis de energia em suas operações industriais. Cerca de 93% da fonte de energia consumida em suas unidades provém da biomassa (resíduos de madeira, bagaço de cana-de-açúcar e palha de arroz, entre outros itens). A energia renovável tem sido largamente utilizada nos processos produtivos de secagem de grãos e de geração de vapor, em suas diversas plantas industriais no País. A iniciativa também faz parte da estratégia de expansão da área de florestas plantadas, como forma de atingir a meta estabelecida para 2012.

Por sua vez, a Bunge Fertilizantes consome madeira de eucalipto e, em menor escala, madeira nativa fornecida por terceiros, com certificação de origem e licença do órgão ambiental. Além dos benefícios ambientais, o uso da biomassa possibilita a geração de créditos de carbono, que futuramente podem ser comercializados pelo grupo.

EN 4 Energia Secundária (em GJoules)

Energia elétrica adquirida	2007	2008
Bunge Fertilizantes	1.012.309,08	1.109.982,57 ↑
Bunge Alimentos	1.472.277,50	1.379.669,24 ↓
Fertimport	2.530,78	2.208,11 ↓
Total	2.487.117,36	2.489.651,81 ↑

Enchentes em Santa Catarina

Uma grande catástrofe climática atingiu, em novembro, o Estado de Santa Catarina, inclusive a cidade de Gaspar, onde se localiza a sede da Bunge Alimentos. A empresa esteve inacessível por alguns dias, no período mais crítico das cheias, mas a maior preocupação eram as famílias que estavam ilhadas e as que haviam perdido suas casas, vítimas de desmoronamentos. Os colaboradores da Bunge se uniram e ativaram o comitê de crise, ajudando na coleta de alimentos e roupas para doar às vítimas e na busca por informações de pessoas que haviam desaparecido.

Por conta da catástrofe provocada pelas chuvas que atingiram as cidades catarinenses, os voluntários do programa Comunidade Educativa realizaram

atividades nos abrigos instalados em Gaspar. Os colaboradores participaram de mutirões para separar os materiais e realizar visitas aos abrigos. A malha logística do grupo Bunge foi colocada à disposição da população, para realizar o transporte de doações, e o ginásio da empresa serviu como base para armazenar o material recebido.

A Bunge também doou mais de R\$ 100 mil em produtos para a Defesa Civil e Prefeituras das cidades de Gaspar, Blumenau, Itajaí, Ilhota e Luis Alves. O valor para a contratação da banda na confraternização de final de ano (R\$ 25 mil) foi revertido em doações para os colaboradores atingidos pelas enchentes. Um grupo de 45 colaboradores atingido pela tragédia foi beneficiado com



adiantamento salarial e doações de produtos de cama, mesa e banho.

Além disso, a Bunge ajudou na arrecadação de R\$ 1,7 milhão, via Fundação Frei Godofredo, para a reconstrução do Hospital Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e da Escola Municipal Angélica Souza Costa, ambos localizados em Gaspar.

Metas

Em sua gestão interna, a Bunge tem buscado algumas alternativas para mitigar o efeito de suas emissões. Dentre os principais projetos, destacam-se:

CAJATI

Aumento da cogeração de eletricidade em 20% durante o exercício de 2009. A cogeração aproveita o uso do vapor liberado e diminui o uso de energia elétrica da rede, o que reduz as emissões decorrentes e o impacto climático de usinas. Existe, ainda, fornecimento de energia elétrica suplementar à rede, permitindo ganhos sociais a outras áreas.

CUBATÃO (2009/2010)

Início da cogeração de eletricidade (10 MW), levando à autossuficiência

da planta de fertilizantes. A cogeração aproveita o uso do vapor liberado e diminui o consumo de energia elétrica da rede, o que contribui para reduzir as emissões decorrentes e os impactos climáticos das usinas. Há ainda o fornecimento de energia elétrica suplementar à rede, permitindo ganhos para outras áreas.

PONTA GROSSA (2009)

Nova adequação nos processos reduzirá em 20% as emissões em relação ao atual patamar. Essa redução representa diminuição de 9% do equivalente CO₂ emitido em 2008.

RIO GRANDE

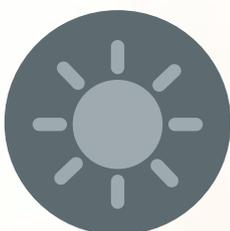
Substituição no uso de combustível de BPF, nas caldeiras, por biomassa em 2009. A substituição do

combustível fóssil já diminuiu o impacto das emissões em 2008, e o uso de biomassa traz as emissões para nível zero, por emissão de carbono neutro.

BUNGE ALIMENTOS

A meta da empresa é trabalhar com 100% da biomassa utilizada, a partir de fontes renováveis, até 2012 – em 2008, esse potencial já estava em 79% (medido em quilogramas). Ao longo de 2009, o desafio será alcançar um número próximo de 83%, considerando as substituições da matriz energética em torno de 4% a 6% ao ano, nos próximos quatro anos. A empresa trabalha ainda com a meta de reduzir o consumo de energia elétrica em 10%, no período 2008/2011.

DIETAS SAUDÁVEIS



Em 2008, **QUATRO** novos produtos da marca Ouro Verde foram certificados como orgânicos pelo Instituto Biodinâmico (IBD)





RESUMO SETORIAL

Como forma de atender às necessidades dos clientes, a Bunge desenvolve linhas de produtos seguros e saudáveis, cuidadosamente produzidos sob os preceitos definidos em suas políticas de sustentabilidade.

A BUNGE FOI:

a primeira empresa a lançar uma embalagem biodegradável para uma linha de margarinas (no caso a Cyclus), o que se tornou um marco mundial.

DESAFIOS

Além de garantir uma fabricação de qualidade e oferecer produtos seguros e saudáveis, a Bunge também participa de iniciativas para aprimorar a cadeia global de alimentos e do agronegócio, como as dos projetos da IPAS – Iniciativa Pró-Alimento Sustentável.

METAS E OBJETIVOS

A Bunge continuará a desenvolver iniciativas que promovam o bem-estar, a saúde e a preservação do meio ambiente, aliando saudabilidade com responsabilidade ambiental.

PRODUTOS QUE FAZEM A DIFERENÇA

Com inovação e criatividade, a Bunge desenvolve uma nova linha de produtos seguros e saudáveis, produzidos com base nas diretrizes de suas políticas de sustentabilidade

Os óleos vegetais, as margarinas, as maioneses, as farinhas e todos os outros produtos da Bunge Alimentos são reconhecidos pelos clientes por sua qualidade e seus benefícios para a saúde. O foco no cliente constitui um dos pilares estratégicos da atuação da Bunge, e o desenvolvimento de linhas de produtos cada vez melhores, produzidos de acordo com as políticas de sustentabilidade, desde o momento que os agricultores estão plantando até o produto final chegar à mesa do consumidor, exige um trabalho de constante aprimoramento dentro do grupo.

O reconhecimento obtido por meio de premiações e verificado em pesquisas de mercado tornou-se motivo de orgulho para o grupo, mas também impulsiona o trabalho de aprimoramento dos produtos para os

mais diferentes públicos. Prova disso é a boa aceitação conquistada pela nova farinha de trigo especial para pizzas, lançada em 2008, com a marca Bunge Pró. O produto ajuda os pizzaiolos a obterem uma massa mais uniforme e dourada, depois de ir ao forno, contribuindo para melhorar a qualidade dos alimentos em um setor no qual as pequenas empresas são as grandes protagonistas e geradoras de empregos.

A Bunge também se preocupa com a segurança dos alimentos que produz e o tipo de informação que leva ao consumidor. O interesse pelo tema transgênicos tem crescido em diversos segmentos da sociedade, o que estimula a empresa a atuar de maneira pró-ativa no acompanhamento dos avanços e dos estudos desenvolvidos nessa área.

Alimentação saudável

Além de garantir uma fabricação de qualidade e oferecer produtos seguros e saudáveis, a Bunge também participa de iniciativas para aprimorar a cadeia global de alimentos e do agronegócio. A empresa já deu andamento a projetos ligados à IPAS – Iniciativa Pró-Alimento Sustentável, criada em 2007 para promover a sustentabilidade nos sistemas agroindustriais brasileiros e no consumo de alimentos. O grupo de membros fundadores é integrado por Bunge, Carrefour, Nestlé, Sadia, Klabin, Escola de Marketing Industrial, Organics Brasil, Pensa USP, Sociedade Rural Brasileira

e The Natures Conservancy.

Cinco linhas de projetos estão sendo desenvolvidas conjuntamente com esse programa e seus efeitos irão desde o aumento da sinergia nas ações diretas com os produtores rurais até a sensibilização dos consumidores para a valorização de produtos relacionados à sustentabilidade. A iniciativa abrange ainda a educação para o problema da disposição de resíduos, o combate ao desperdício e o estabelecimento de critérios de diferenciação para fornecedores da cadeia.



Copa de Panificação

Em julho de 2008, no Dia do Panificador, a Bunge lançou a terceira edição da Copa Bunge de Panificação. Inspirado no tema “Brasildade”, o prêmio incluiu, pela primeira vez, a categoria Confeitaria. Ao longo do ano, foram realizados sete eventos regionais, e a grande final nacional ocorreu em janeiro de 2009. O objetivo da Copa consiste em valorizar o profissional que atua nas áreas de panificação e confeitaria, premiando as melhores receitas de pães em todo o Brasil.



Incentivo à boa saúde

A Linha Cyclus Nutrycell (margarinas, óleos e maioneses), além de trazer benefícios para a saúde dos consumidores por ajudar na renovação das células do corpo, também desenvolve uma série de iniciativas que visam à promoção do bem-estar, cuidados com a saúde e o meio ambiente. Uma dessas iniciativas foi a realização do 1º Fórum Biocyclus de Saúde e Qualidade de Vida, realizado em Florianópolis, capital de Santa Catarina, entre os dias 28 e 30 de maio. A atividade teve como objetivo incentivar os participantes a adquirir hábitos alimentares mais saudáveis e adotar um estilo de vida mais harmonioso em casa e no trabalho. A Linha Cyclus também patrocinou o Circuito Renovação Cyclus e o Circuito Cyclus de Tênis, duas ações que



A Bunge tem como desafio e estratégia desenvolver produtos com qualidade, seguros e saudáveis

ajudaram a fortalecer a marca e a difundir informações para melhorar a qualidade de vida dos consumidores. No início de 2009, foi lançada a linha Cyclus de margarinas com embalagem biodegradável, iniciativa pioneira, no mercado mundial. O percentual de embalagens biodegradáveis representa 10%, com distribuição concentrada ainda no estado de Santa Catarina, mas já demonstra o compromisso do produto com a sustentabilidade. A matéria-prima para a embalagem biodegradável tem sua origem no

milho. Trata-se de um marco na associação da saudabilidade com responsabilidade ambiental.

Nas demais linhas, a Bunge também concentra esforços para oferecer ao mercado alimentos com o mais alto grau de segurança e respeito ao consumidor, reforçando o compromisso com as dietas saudáveis. As embalagens trazem expressas informações, quando é o caso, da presença de gordura *trans* e organismos geneticamente modificados, por exemplo, ainda que não ofereçam nenhum tipo de risco ao consumo humano.

RESPONSABILIDADE SOBRE OS PRODUTOS

PR 1 Em toda a cadeia de desenvolvimento, produção e comercialização, a Bunge Alimentos adota sistemas para garantir a segurança e a qualidade de todas as matérias-primas e insumos (ingredientes, aditivos, embalagens etc.) utilizados na fabricação de seus produtos finais. Nesse procedimento são verificados o atendimento e a conformidade dos produtos em relação às normas legais aplicáveis, especialmente aquelas relativas à sanidade e à qualidade de todos os itens intermediários e finais.

Na compra de matérias-primas, todos os aspectos legais de segurança do produto são exigidos dos fornecedores. A composição dos alimentos segue normas legais e da vigilância sanitária. Os ingredientes utilizados respeitam integralmente as diretrizes do Ministério da Agricultura. A Bunge desenvolve programas para minimizar os impactos ambientais de suas embalagens, bem como valoriza as práticas de reciclagem.

Durante as fases de desenvolvimento do conceito de produtos e de pesquisa e desenvolvimento de fertilizantes, sempre se considera a segurança e os possíveis impactos à saúde dos consumidores. Na escolha de matérias-primas e na produção de fertilizantes são observados rígidos critérios de qualidade que garantam boas condições ao manuseio e à aplicação dos produtos. Há uma busca constante por matérias-primas renováveis, que possam ser recicladas, além de biodegradáveis e não tóxicas. Em 2008, quatro produtos da marca Ouro Verde foram certificados como orgânicos pelo Instituto Biodinâmico (IBD): Fosfato Natural Reativo – BG4, Fosfato Natural Reativo – Arad,

Sulfato de Potássio e Sulfato de Magnésio – Kieserita.

Periodicamente também são publicados boletins informativos aos clientes com informações sobre tecnologias de uso eficiente de fertilizantes, além da recomendação e do acompanhamento pelos agrônomos da equipe técnica colocada à disposição dos usuários.

Avaliação dos clientes

PR 5 Para verificar o nível de satisfação dos clientes, a cada trimestre, a Bunge Alimentos realiza pesquisas sobre as suas atividades de originação (origem de insumos e matérias-primas) e, no caso de outras operações, uma vez por semestre. A empresa utiliza a metodologia Net Promoter Score (NPS), que efetua o cálculo do nível de satisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos, de acordo com percentuais de uma escala de pontuação. Assim, do percentual de consumidores “Promotores”, que atribuem boas pontuações à empresa, é subtraído o percentual de “Detratores”, que, ao contrário, se revelam insatisfeitos.

A Fertimport avalia o grau de satisfação de seus clientes por meio de pesquisas anuais de satisfação e de um sistema interno para o registro de manifestações, como elogios ou reclamações. Em 2008, a empresa também utilizou a metodologia Net Promoter Score (NPS) para avaliar todos os serviços oferecidos. Os resultados obtidos foram analisados e encaminhados para as devidas providências, enquanto as reclamações foram tratadas por meio de ações corretivas no âmbito Sistema de Gestão da Qualidade da empresa. A Fertimport tem ainda como

Rotulagem de transgênicos

PR 3 Os Organismos Geneticamente Modificados (OGM), ou apenas transgênicos, são aqueles que passaram por modificação genética para obtenção de características desejáveis não intrínsecas àquela espécie. No caso da soja, por exemplo, o benefício pode ser a resistência a um determinado herbicida durante os tratamentos agrícolas, característica que a planta não tinha originalmente e que foi introduzida artificialmente. Nos estudos realizados há pelo menos duas décadas não existe comprovação de que organismos transgênicos disponíveis no mercado ofereçam algum risco iminente para a saúde humana.

A legislação brasileira permite a comercialização de produtos com componente transgênico, mas estabelece que a embalagem deve trazer essa informação explicitamente – quando a quantidade de componentes transgênicos na composição do produto for superior a 1%. Apesar de as linhas de óleos de soja produzidas pela Bunge estarem abaixo desse limite, a empresa decidiu incluir a informação de transgênicos em seus rótulos ao consumidor. É importante destacar, contudo, que os componentes geneticamente modificados se concentram quase todos no farelo da soja – ficando separados, portanto, do óleo.

prática contatar os clientes para comprovar a eficácia de determinada ação ou iniciativa que tenha tomado.

Rotulagem

PR 3 Todos os produtos fabricados pela Bunge Alimentos estão sujeitos a regras de rotulagem e informações ao consumidor. No início de 2009, por exemplo, foi lançada no mercado a embalagem biodegradável por meio da linha de margarinas Cyclus. Os principais critérios seguidos pela empresa, em sua atuação no mercado doméstico, são determinados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o principal órgão regulador na área de alimentos de consumo humano no País, além dos padrões estabelecidos pelo Ministério da Agricultura e pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) para alimentação humana.

PR 6 As empresas Bunge têm como um de seus princípios a prestação de informações com transparência e de modo preciso ao consumidor. Nesse sentido, seguem os regulamentos do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), no que diz respeito às comunicações de *marketing* e publicitárias de seus produtos ao mercado. No caso de promoções, quando necessário, a Bunge obtém as devidas autorizações e registros fornecidos pelos órgãos competentes.

PR 7 A Bunge Fertilizantes não registrou nenhuma não conformidade de rotulagem e de ações de propaganda e marketing. A comunicação de marcas, produtos e serviços é realizada de forma dirigida

ao público-alvo – produtores rurais, pecuaristas, agrônomos, técnicos agrícolas e instituições de pesquisa e ensino. Não há registro de nenhum problema relevante quanto à comunicação de marketing adotada pela empresa, tanto nos eventos técnicos (dias de campo, palestras técnicas, visitas à fábrica, feiras, exposições e patrocínios), quanto na comunicação em veículos de massa (jornal, revista e rádio) e na propaganda realizada nos diversos pontos de venda. Do mesmo modo, a Fertimport também não teve, em 2008, nenhuma ocorrência jurídica devido a irregularidades no fornecimento e uso de produtos e serviços.

PR 8 Em 2008, a Bunge Alimentos não apresentou nenhuma não conformidade relacionada à publicidade de seus produtos ou ao uso de suas marcas. A exemplo da Bunge Fertilizantes e da Fertimport, também não registrou casos de não conformidade quanto à comunicação de seus produtos e serviços, tampouco reclamações sobre a violação de privacidade de seus clientes.

Não conformidades

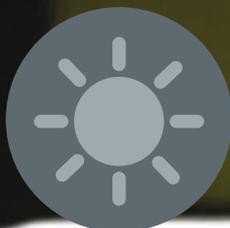
PR 2 Em 2008, a Bunge Alimentos também não registrou não conformidade quanto à rotulagem de seus produtos ou ao uso de suas diversas marcas, como atesta a fiscalização dos requisitos legais efetuada pelos órgãos reguladores competentes.

Contudo, no mesmo exercício, a empresa contabilizou um total de 120 multas aplicadas pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO), referentes ao peso inadequado de alguns produtos comercializados, e outras três multas do Ministério da Agricultura relativas às características técnicas dos óleos vegetais que comercializa no mercado. Algumas delas se referem a infrações ocorridas no decorrer de 2008, mas a maior parte está relacionada a processos iniciados em anos anteriores e encerrados no último exercício. Somadas, as ocorrências alcançaram o valor de R\$ 655 mil.



As empresas Bunge seguem com rigor a legislação e as normas vigentes na fabricação de seus produtos

DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS



R\$ 15,2 MILHÕES

foram gastos, em 2008, no tratamento e na disposição de resíduos e emissões



RESUMO SETORIAL

A Bunge elegeu a gestão de resíduos como uma de suas prioridades. As medidas abrangem desde o reúso de água e dos resíduos derivados das operações nas unidades até cuidados na destinação de embalagens.

A BUNGE:

- Incentiva programas de reciclagem e de coleta seletiva
- Adota medidas de controle no descarte de lâmpadas
- Patrocina a reciclagem de óleo comestível, em parceria com a ONG Instituto Triângulo
- Apoia o Programa Sacola Permanente, que recomenda o uso de sacolas fabricadas com tecido ou fibras de papel – em vez de plástico, que pode levar até 400 anos para se decompor

DESAFIOS

Praticar uma gestão inovadora e adotar iniciativas concretas para conscientizar o consumidor, como forma de reduzir os impactos ao meio ambiente.

METAS E OBJETIVOS

Adotar normas e desenvolver indicadores de controle de disposição de resíduos, que continuarão a ser aplicados rigorosamente em todas as unidades operacionais da Bunge no Brasil, com metas de redução e eficiência sempre crescentes.

DESCARTE ADEQUADO REDUZ OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Considerada uma de suas prioridades, a gestão de resíduos nas empresas Bunge abrange o reúso de água, resíduos diretos de suas operações e cuidados na destinação de embalagens

A responsabilidade da Bunge não termina no momento em que o consumidor leva o produto para casa. Depois de ouvir as expectativas de seus públicos de interesse (os *stakeholders*) e analisar de que forma poderia atuar na cadeia de consumo, incluindo as etapas pós-consumo, a empresa elegeu a gestão dos resíduos como uma de suas prioridades.

Isso significa que normas e indicadores de controle de disposição de resíduos são aplicados rigorosamente em todas as unidades operacionais da Bunge no Brasil, com metas de redução e eficiência sempre crescentes. A empresa desenvolve programas de tratamento e reúso da água e de controle no descarte de lâmpadas, além de incentivo à coleta seletiva, já implantada em todas as suas unidades no País. Os resultados têm se revelado satisfatórios: ao encerrar 2008, a Bunge havia conseguido **reutilizar e/ou reciclar 97,25% do total de resíduos** (não perigosos) gerados em virtude de suas operações e atividades realizadas ao longo do ano.

Ao mesmo tempo, a Bunge estabelece parcerias e investe na conscientização do consumidor para que os

resíduos sólidos e líquidos gerados a partir do consumo de alimentos, fertilizantes e outros insumos sejam descartados corretamente, como forma de minimizar os impactos ambientais. Esse é um trabalho cujos resultados são difíceis de mensurar, devido à sua vasta capilaridade e à diversificada educação do próprio consumidor. Mesmo assim, os projetos nessa área serão cada vez mais incrementados.

EN 1 O consumo de matérias-primas pelas empresas Bunge é bastante diversificado no Brasil, uma vez que elas têm atividades abrangentes e bastante distintas. Mas há um aspecto comum entre as atividades desenvolvidas: a contínua busca pela eficiência operacional com o propósito de diminuir a incidência do impacto ambiental no dia a dia.

EN 2 Com essa preocupação, as iniciativas de reciclagem e reaproveitamento dos materiais consumidos ganham mais importância e espaço. Na produção de fertilizantes existe ainda o reprocessamento das chamadas

**EN
21**

Descarte de água em 2008, por qualidade e destinação (m³)

Empresa	Quantidade	Tratamento	Qualidade	Destinação
Bunge Alimentos*	1.944.927	Biológico e físico-químico (aeração e lodos ativados)	Segue os parâmetros da Resolução Conama nº 357/05	Rios adjacentes, irrigação de áreas paisagísticas da unidade e recirculação em processos de fabricação
Bunge Fertilizantes	22.680.000	Neutralização, seguida de barramento para contenção de sólidos	Efluente final: pH = 6,12 P ₂ O ₅ = 204,91 Fluoreto = 6,6	Rio Jacupiranguinha

* Os dados consideram as áreas de Agribusiness e FoodProducts, excluindo-se as áreas de trigos e portos.

a) A água consumida pela Fertimport não tem volume significativo e é descartada, em sua totalidade, na rede pública de esgoto.

b) As unidades de mistura de fertilizantes não têm efluentes líquidos significativos (processo seco).

c) As unidades industriais que utilizam processos com maior consumo de água são as de mineração:

- Araxá: reúso de 88,58% de água, sendo a maior parte do descarte os excessos devido a chuvas intensas;

- Cubatão: grande parte da água que entra é agregada ao produto, perdida no processo ou em forma de vapor.

Houve reúso de 20% de água e descartes dos excessos devido a chuvas. Os valores apresentados referem-se à unidade de Cajati (SP), única unidade da Bunge Fertilizantes que realiza descarte de água.

EN
1

Consumo de materiais, em 2008

Item	Bunge Alimentos	Bunge Fertilizantes
Matérias-primas e insumos (ton) ¹	32.602.382,24	26.653.000
Embalagens (ton) ²	15.684,57	8.292,00

¹ Os dados consideram as áreas de Agribusiness e FoodProducts, excluindo-se as áreas de trigos e portos.

² Exclui tampas, potes plásticos, sacos, rafia, fita de poliéster, *pallets*, vidros, caixas de papelão, papéis, rótulos e etiquetas, pois são contabilizados por unidade e não por peso.

varreduras, ou seja, as perdas de material ocorridas ao longo da linha de produção, transporte interno, limpeza de máquinas e equipamentos e armazenagem do produto. Em 2008, 1,5% da matéria-prima das unidades misturadoras da Bunge Fertilizantes foram provenientes de varreduras e reprocessadas. Por sua vez, devido às normas específicas para produtos alimentícios, a Bunge Alimentos não utiliza resíduos de outros processos na fabricação de sua extensa gama de produtos.

Veja os principais itens consumidos pela Bunge Alimentos e Bunge Fertilizantes em tabelas apresentadas na versão *on-line*

Destinação de resíduos

Os processos produtivos das empresas Bunge (Alimentos e Fertilizantes) dão origem a diferentes tipos de resíduos, perigosos e não perigosos, cuja destinação segue rigorosamente as normas e as regulamentações previstas pela legislação (*ver quadro*).

EN
22

Total de resíduos gerados, por tipo e método de disposição – 2007/2008 (toneladas)*

		2007	2008
Resíduos não perigosos	Compostagem	5.642,20	6.322,00 ↑
	Aterro	8.794,48	10.888,15 ↑
	Reutilização	2.056.201,16	2.287.633,12 ↑
	Reciclagem	89.836,59	11.327,73 ↓
	Recuperação	42,90	714,00 ↑
	Incineração	6.267,70	8.130,00 ↑
	Armazenamento no local	17.737,16	29.502,60 ↑
	Outros	190,40	9.569,00 ↑
	Subtotal	2.184.712,59	2.364.086,60 ↑
Resíduos perigosos	Reutilização	8.989,82	868,24 ↓
	Reciclagem	27,51	648,51 ↑
	Aterro	267,04	867,31 ↑
	Processamento em fornos de cimento	156,00	18,62 ↓
	Armazenamento no local	0,00	58,35 ↑
	Subtotal	9.440,37	2.461,03
	Total	2.194.152,96	2.366.547,63 ↑
Processo de mineração	Resíduo de mineração (rocha)	20.050.153,00	26.459.422,00 ↑
	Resíduos de processo de mineração (<i>tailings</i>)	7.854.858,00	7.801.582,00 ↓
	Armazenagem no local	27.905.011,00	34.261.004,00 ↑

* inclui informações da Bunge Alimentos e da Bunge Fertilizantes. A representatividade da Fertimport nesse indicador é insignificante e todos os resíduos gerados são coletados pelo serviço público.

45

Reciclagem de óleos comestíveis

EN
27

Por meio da tradicional marca Soya, a Bunge firmou, há três anos, patrocínio ao Instituto Triângulo, organização não governamental (ONG) que promove práticas ecológicas urbanas, como a coleta de óleo vegetal usado, pilhas e baterias. O óleo de cozinha passa por um processo de reciclagem e é transformado em sabão ecológico, sendo posteriormente vendido para escolas, empresas e parceiros da entidade. Em 2008, a iniciativa promoveu a reciclagem de 100 mil litros de óleo, atingindo quase 40 mil pessoas. Esse volume corresponde a 0,011% do total vendido e engloba óleos de outros fabricantes.

Sacolas reutilizáveis

Uma iniciativa que pode ajudar a reduzir o problema da disposição de resíduos no Brasil é a substituição de sacolas plásticas por outras feitas de tecido ou fibras de papel, com maior durabilidade. Assim, as fibras plásticas, que podem durar até 400 anos para se decompor, deixariam de contribuir para a saturação dos aterros sanitários. A Bunge apoia o Programa Sacola Permanente, que tem projetos voltados para panificadoras. Em 2008, o programa recebeu um grande incentivo dos sindicatos das indústrias de panificação.



CONHECIMENTO COMPARTILHADO

Com investimentos sistemáticos em projetos sociais, as empresas Bunge contribuem para melhorar o nível de educação e a qualidade de vida nas comunidades onde atuam

A preocupação em fazer com que o crescimento da Bunge no Brasil fosse acompanhado pelo desenvolvimento da sociedade sempre esteve presente nos valores da companhia. Desde quando a Fundação Bunge foi criada, há mais de 50 anos, os investimentos sociais do grupo são direcionados, de modo sistemático e coordenado, ao desenvolvimento de projetos que contribuam para compartilhar conhecimento e melhorar a qualidade de vida das comunidades onde existem unidades instaladas. No que tange à sociedade, as ações também

procuraram disseminar conhecimento e promover o debate sobre a sustentabilidade.

Em 2008, o orçamento da Fundação Bunge somou cerca de R\$ 5 milhões, quase R\$ 1 milhão a mais do que no ano anterior. A partir de 2009, as ações da Fundação Bunge serão desenvolvidas sob três focos: socioambiental, incentivo à excelência e ao conhecimento sustentável e preservação da memória. A intenção é manter o investimento educacional, ampliando as ações, mas com foco na sustentabilidade e no desenvolvimento local das comunidades onde as empresas atuam.

► Doações realizadas pelas mantenedoras - 2007/2008 (R\$ milhões)

	2007	2008
Bunge Alimentos	1.805.729,97	2.170.202,00 ↑
Bunge Fertilizantes	1.673.748,92	1.986.215,00 ↑
Fertimport	483.000	673.107,00 ↑
Total	3.962.478,89	4.829.524,00 ↑

► Investimentos da Fundação Bunge realizados no período 2007/2008 (R\$ milhões)

Projetos	2007	2008
Comunidade Educativa	1.415.095,93	2.180.370,12 ↑
Prêmio Fundação Bunge	747.389,27	842.500,98 ↑
Prêmio Professores do Brasil	198.722,01	236.036,74 ↑
ReciCriar: A Pedagogia do Possível	132.997,85	143.877,45 ↑
Centro de Memória Bunge	510.662,40	592.182,25 ↑
Conservação Internacional	497.478,89	-*
Despesas administrativas, financeiras e de comunicação	1.349.091,31	1.507.900,06 ↑
Total	4.851.437,66	5.502.867,60 ↑

Obs.: Não considerado o valor lançado como depreciação.
 (*) Não houve repasse de recursos para a Conservação Internacional no período.



Centro de Memória Bunge mantém um acervo valioso sobre a história do agronegócio no País

Memória preservada

Criado em 1994, o Centro de Memória Bunge (CMB) reúne um dos mais ricos e completos acervos sobre a história da indústria brasileira, da arquitetura, do design, do marketing, da propaganda, do agronegócio e das empresas Bunge. Em 2008, todas as ações realizadas pelo Centro de Memória resultaram no atendimento direto a 17.767 pessoas; outras 940 mil foram atendidas indiretamente.

► Ações desenvolvidas pelo Centro de Memória Bunge em 2008

Jornadas culturais	425 participantes (seis eventos)
Pesquisas	339 atendimentos
Integração, visitas e oficina	32 colaboradores
Benchmarking	11 visitas técnicas
Exposição itinerante no metrô	940 mil visitantes (quatro estações)
Site Fundação Bunge – área Centro de Memória	10.820 acessos
Intranet – áreas Centro de Memória (inauguradas em agosto)	6.108 acessos



Voluntariado

Comunidade Educativa é como foi batizado o programa de ação voluntária dos colaboradores das empresas Bunge, que atuam em escolas públicas de todo o Brasil. Em 2008, o programa foi lançado em seis novas cidades: Rondonópolis (MT), Guará (SP), Santa Juliana (MG), Candeias e

Luis Eduardo Magalhães (BA) e Paranaguá (PR). Com a expansão, ele passou a ser realizado em 18 cidades, de nove estados brasileiros – São Paulo, Bahia, Minas Gerais, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Pernambuco e Piauí.

► Expansão do programa Comunidade Educativa

	2006	2007	2008
Voluntários	508	445 ↓	817 ↑
Escolas	16	69 ↑	81 ↑
Estudantes	7.000	9.255 ↑	14.372 ↑
Professores	320	489 ↑	729 ↑

Para saber mais detalhes sobre os projetos e as iniciativas apresentadas neste capítulo, acesse o site www.fundacaobunge.org.br

49

Relatório de Sustentabilidade | 2009



Capacitação de professores, a estratégia pedagógica para multiplicar o conhecimento

ReciCriar capacita mais professores

Criado em 2003, sobre o pilar da Formação de Educadores, o projeto ReciCriar – A Pedagogia do Possível já capacitou 15 mil educadores. A iniciativa tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento de professores da rede pública de ensino, por meio de palestras e oficinas gratuitas que

divulgam experiências pedagógicas bem-sucedidas. Em 2008, as atividades foram realizadas em cinco regiões (Rio Grande – RS, Uruçuí – PI, Vale do Ribeira – SP, Gaspar – SC e Ponta Grossa – PR) e reuniram 2.414 educadores das redes municipal e estadual de ensino, abrangendo 30 cidades.

Comunicação eficiente

Uma das principais metas da Fundação Bunge consiste em difundir o conhecimento sobre investimentos sociais, promover o debate acerca da sustentabilidade e incentivar outras instituições a adotarem práticas de promoção da justiça social.

Com essa missão, o *Jornal Cidadania*, há seis anos uma de suas principais ferramentas para comunicar ações de sustentabilidade, ganhou nova identidade gráfica e editorial. Outra ferramenta eficiente de comunicação: o próprio site da Fundação Bunge (www.fundacaobunge.org.br), por meio do qual foi realizado, em 2008, um total de 11 *chats* com especialistas convidados para debater diversos temas relacionados à responsabilidade socioambiental.



Prêmios da Fundação Bunge reconhecem o talento e a excelência de profissionais

Educadores premiados

Voltada para a iniciativa de Incentivo à Excelência, a Fundação Bunge promove e apoia duas premiações que visam ao reconhecimento de profissionais e personalidades que estimulem o desenvolvimento intelectual da sociedade brasileira. A primeira é o prêmio Fundação Bunge, criado em 1955 para incentivar o desenvolvimento de ideias inovadoras. Os premiados não são inscritos, mas indicados pelas principais universidades e entidades científicas do País. Em 2008, na sua 53ª edição, o prêmio foi concedido a profissionais da Literatura (Paulo Bomfim e Mariana Ianelli) e da agrometeorologia (Nilson Villa Nova e Genei Dalmago).

A segunda é o prêmio Professores do Brasil, realizado em parceria com diversas outras instituições privadas e governamentais. O propósito consiste em valorizar as experiências desenvolvidas pelos professores nas salas de aula e, assim, contribuir para o aprimoramento do ensino brasileiro. Em 2008, foram agraciados 31 professores; 10 deles com o prêmio de R\$ 5 mil oferecido pela Fundação Bunge e os demais, pelas outras entidades participantes, além de diploma e um troféu criado especialmente para a ocasião pela artista plástica Maria Bonomi. Outro destaque: a escola do professor premiado também foi contemplada com R\$ 2 mil em equipamentos audiovisuais e de multimídia.

Outros projetos socioambientais apoiados pela Bunge

Projeto	Local	Público-alvo	Data	Investimento
Atendimento à criança	Araxá (MG)	Crianças de 2 a 12 anos de Araxá e região	Obra concluída em 20/06/2008	R\$ 790 mil
Menores aprendizes	Candeias (BA), Uberaba (MG) e Cubatão (SP)	Menores carentes, estudantes e jovens aprendizes	Desde 2005, em Candeias, desde 1994, em Uberaba, e desde 2000, em Cubatão	R\$ 230 mil (nas três comunidades)
Programa Semeando	Araxá (MG)	Alunos, professores e comunidades escolares das redes públicas de ensino municipal e estadual do Ensino Fundamental de MG	Criado em 2001	R\$ 25 mil. A Bunge é uma das parceiras que patrocinam o Programa
Seja jornalista por um dia	Santa Catarina	22.300 estudantes de 186 escolas, matriculados entre o 1º e o 8º anos do Ensino Fundamental	Desde 1997, nos meses de julho a outubro	R\$ 40 mil
Jornada do envelhecimento	Santa Catarina	Estudantes de medicina da Universidade Federal de Santa Catarina	1º a 4 de setembro	R\$ 5 mil
Garotada Bunge e Vôlei feminino	Jaguaré – São Paulo	Adolescentes de favela e entorno da Unidade Jaguaré/SP	Desde 2000	R\$ 33,15 mil
Balé Cidade de Santos – Fertimport	Santos (SP)	<ul style="list-style-type: none"> • 49 alunos da escola Braz Cubas • Corpo Infante-Juvenil do Balé da Cidade de Santos • Balé da Cidade de Santos 	Desde 2005	R\$ 30 mil, via Lei Rouanet, mais R\$ 34 mil com recursos próprios
Reciclagem de óleo – parceria com Instituto Triângulo	São Paulo	Funcionários e comunidade dos municípios de Santo André, São Caetano do Sul, São Bernardo do Campo, Diadema e Mauá, na região do ABC, Grande São Paulo	Desde 2007	R\$ 300 mil por ano
Programa Caminhos da Natureza	Santa Catarina	250 mil pessoas (audiência) de Santa Catarina	Desde maio/2008	R\$ 111.864,00/ano

EC
8

Investimentos em infraestrutura pública

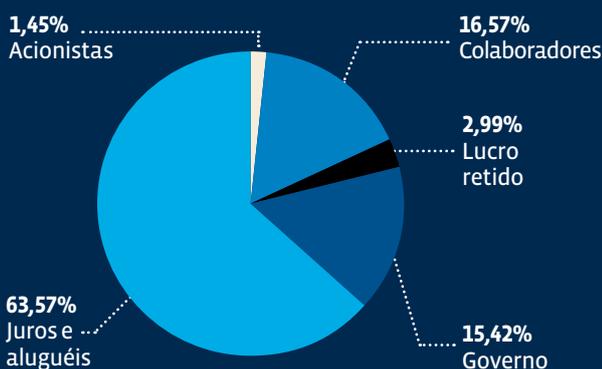
Item	Unidade	Valor
Revitalização viária da cidade	Araxá (MG)	R\$ 800.000,00
Reforma do prédio da Prefeitura Municipal	Rio Grande (RS)	R\$ 10.000,00
Reconstrução do hospital + Escola (via Fundação Frei Godofredo)	Gaspar (SC)	R\$ 1.700.000,00
Revitalização da Santa Casa de Misericórdia	Guará (SP)	R\$ 100.000,00
Construção de 60 unidades habitacionais para famílias de baixa renda	Araxá (MG)	R\$ 800.000,00
Infraestrutura Jardim São Marcos	Cubatão (SP)	R\$ 67.200,00
Total	Grupo Bunge	R\$ 3.477.200,00

Desempenho Econômico



O desempenho econômico da Bunge está alinhado com as metas de se tornar um grupo de Classe Mundial, o que significa se firmar na liderança do mercado e ser reconhecido como referência pelas demais companhias que atuam no setor. Dessa forma, além de atuar pela conquista de excelentes resultados financeiros, a companhia busca contribuir para o desenvolvimento econômico das regiões onde atua, seja por meio da geração de empregos, do fortalecimento dos fornecedores locais ou da melhoria da qualidade de vida da população das comunidades com as quais se relaciona. A empresa está consciente da importância do seu impacto econômico indireto e atua com vigor na promoção da prosperidade econômica, da justiça social e da preservação do meio ambiente.

EC 1 Demonstração do valor adicionado – 2008



Impactos climáticos

EC 2 Por conta da inter-relação das mudanças climáticas e seus efeitos potenciais, bem como das iniciativas para mitigar os impactos globais provocados por esse fenômeno sobre a produção agrícola, os processos industriais e os meios de transporte, a Bunge identificou no clima um dos pilares de sua plataforma global de atuação, como parte dos esforços concentrados na busca da sustentabilidade. A produção de alimentos e de fertilizantes com níveis

reduzidos de emissão de gases de efeito estufa (GEE) representa um dos principais desafios que se colocam no horizonte da companhia. Nesse sentido, um passo importante será a conclusão, até o primeiro semestre de 2010, do primeiro inventário corporativo de emissões.

Plano de previdência

EC 3 O plano de previdência privada complementar oferecido pela Bunge abrange todos os colaboradores diretos das três empresas,

Bunge Alimentos, Bunge Fertilizantes e Fertimport, além da Fundação Bunge, e está estruturado com base na contribuição variável. Cada uma delas tem seu plano de benefício diferenciado, sendo que o percentual de desconto sobre o salário de contribuição varia até 6% e a contribuição de cada uma delas, de 9 a 12%. A adesão é automática, no caso dos funcionários com rendimento de até 10 unidades de referência – a partir desse patamar, a contribuição é voluntária na Bunge Fertilizantes e na Fertimport.

Resultado anual

Diante da primeira crise econômica depois de o Brasil ter conquistado o “grau de investimento” pela agência internacional de classificação de risco Standard and Poor’s (S&P) e perante a baixa rentabilidade dos índices de renda variável, a Bungeprev encerrou 2008 com variação positiva de

2,67%, ou 21,59% do CDI. O resultado positivo do controle de gerenciamento dos investimentos e das obrigações (ativos e passivos) reforça os desafios para 2009, na busca de melhores técnicas e profissionais que preservem o capital investido, que pertence a cada participante da Bunge no Brasil.

Apoio governamental

EC 4 De maneira indireta – com incentivos fiscais, contratação de financiamentos em condições especiais e doação de terrenos –, a Bunge tem contado com o apoio financeiro de governos municipais e estaduais, na instalação e também em projetos de ampliação de empreendimentos industriais ou agroindustriais, que tragam benefícios diretos para a economia local ou regional. Os impactos

positivos podem ser medidos, por exemplo, por meio da geração de renda, do nível de emprego e do volume de matérias-primas e insumos produzidos localmente, estimulando a abertura de novas micro e pequenas empresas.

Proporção salarial

EC 5 A menor remuneração praticada na Bunge, equivalente ao salário mínimo em vigor no Brasil (R\$ 415,00, em 31 de dezembro de 2008), está restrita a colaboradores aprendizes e estagiários.

Em 2008, o menor salário equivalia a 119% do piso nacional, enquanto na Bunge Fertilizantes o percentual era de 129% e, na Fertimport, de 122%.

Incentivos locais

EC 6 O processo de compras da Bunge tem como **EC 7** objetivo priorizar o desenvolvimento das economias local e regional. No processo de seleção de sua extensa gama de fornecedores, apesar de não possuir um documento que formalize tal iniciativa, o grupo sempre procura favorecer

a aquisição de bens e a contratação de serviços na mesma localidade em que mantém suas operações, desde que as condições comerciais sejam compatíveis com as praticadas em outras regiões. A Bunge considera fornecedores locais as empresas localizadas nas regiões geográficas onde o grupo possui unidades.

O mesmo procedimento também é adotado na contratação de mão de obra para o preenchimento de vagas nas áreas de gestão, de administração e de nível

operacional. Trata-se de uma medida estratégica na gestão de pessoal, que procura contribuir para o desenvolvimento nas diversas localidades em que o grupo está presente.

Na Bunge Fertilizantes, os cargos de alta gerência ocupados pela mão de obra local representam cerca de 60% do total, nessa categoria. Na Bunge Alimentos e na Fertimport, não é possível obter essa informação de maneira precisa, devido ao elevado número de transferências no quadro de pessoal de suas unidades, dentro e fora do País.

EC 5 Proporção do salário mais baixo comparado com o salário mínimo local (%)*

	2007	2008
Bunge Alimentos	105	119 ↑
Bunge Fertilizantes	128	129 ↑
Fertimport	182	122 ↓

(*) A proporção considera o salário mínimo em 31/12/2008, de R\$ 415,00.

EC 6-7 Proporção de gastos com fornecedores locais (em %)

	2007	2008
Bunge Alimentos	93	98 ↑
Bunge Fertilizantes*	35	26 ↓
Fertimport	95	96,5 ↑

(*) O percentual significativamente menor se explica pela necessidade de a Bunge Fertilizantes importar grande parte das matérias-primas e dos insumos utilizados na fabricação de fertilizantes, não disponíveis no mercado interno. Do total de fornecedores, 86% são contratados diretamente nas regiões onde a empresa mantém suas operações. O percentual da BFE (26%) já contabiliza compras fechadas em 2008, ou seja, pagamentos ainda realizados em 2009.

Resultados financeiros em 2006, 2007 e 2008 (em R\$)

BUNGE ALIMENTOS			
	2006	2007	2008
Lucro líquido	(84,1) mi	(34,3) mi ↑	2,2 mi ↑
Vendas líquidas	9,7 bi	12,6 bi ↑	22,3 bi ↑

BUNGE FERTILIZANTES			
	2006	2007	2008
Lucro líquido	39,4 mi	68,3 mi ↑	188,9 mi ↑
Vendas líquidas	3,9 bi	5,9 bi ↑	8,2 bi ↑

FERTIMPORT			
	2006	2007	2008
Lucro líquido	16,5 mi	18,7 mi ↑	28 mi ↑
Vendas líquidas	93,2 mi	81,6 mi ↑	89 mi ↑

Desempenho Social

O capital humano constitui um elo vital na cadeia produtiva da Bunge. Seja na geração de emprego e renda, na participação em projetos sociais ou na construção de obras de infraestrutura que contribuam para melhorar a qualidade de vida da população nas comunidades onde atuamos, temos feito mais do que comercializar produtos e serviços.

O respeito ao ser humano, um dos valores fundamentais da Bunge, orienta-se pela conduta transparente no diálogo entre os colaboradores e a governança. A companhia segue as normas internacionais de boas práticas trabalhistas, assegura a liberdade de associação e estimula o crescimento profissional, valorizando a excelência individual e o trabalho em equipe. Por meio dos canais de relacionamento e da gestão de clima organizacional, procuramos sempre manter um ambiente de trabalho seguro e inclusivo.



LA 5 As convenções e os acordos coletivos de trabalho na Bunge Alimentos, na Bunge Fertilizantes e na Fertimport não estabelecem um prazo mínimo para a notificação aos empregados sobre mudanças operacionais importantes. No entanto, todas têm como prática comum a comunicação com transparência e agilidade ao quadro de pessoal sobre as alterações mais importantes. Um exemplo desse tipo de procedimento ocorreu no final de 2008, quando a Área Comercial de Food

Products passou por um processo de reestruturação que envolveu alguns colaboradores em um novo modelo de gestão.

Devido à redução da demanda provocada pela crise econômica, observada no segundo semestre de 2008, a Bunge Fertilizantes optou por interromper temporariamente as atividades em algumas unidades. Os empregados envolvidos diretamente na produção foram previamente comunicados e todo o processo de paralisação foi acompanhado por

profissionais das áreas de recursos humanos e operações para garantir a

melhor condução e apoio, bem como a interface com os sindicatos dos

LA 1 Total de colaboradores das empresas Bunge

Colaboradores	2007	2008
Diretos	8.909	8.963 ↑
Terceirizados	5.898	5.721 ↓

LA 2 Número de desligamentos e taxa de rotatividade, por faixa etária*

Empresas Faixa etária	2007	2008	Taxa de rotatividade (%)
Alimentos			
Abaixo de 30 anos	666	658 ↓	36,36
Entre 30 e 50 anos	654	771 ↑	20,68
Acima de 50 anos	68	51 ↓	13,85
Fertilizantes			
Abaixo de 30 anos	762	166 ↓	35,00
Entre 30 e 50 anos	492	65 ↓	14,00
Acima de 50 anos	48	244 ↑	51,00
Fertimport			
Abaixo de 30 anos	14	15 ↑	25,00
Entre 30 e 50 anos	19	17 ↓	14,00
Acima de 50 anos	10	4 ↓	13,00



A Bunge estimula o crescimento profissional, valorizando as competências individuais e o trabalho em equipe

(*) O elevado número de desligamentos explica-se pelo quadro rotativo de pessoal, contratado somente para o período de safra.

LA
7

Indicadores de saúde e segurança no trabalho*

Taxas	Bunge Alimentos	Bunge Fertilizantes	Fertimport
Índice de frequência**	0,13	0,13	0
Número de acidentes com afastamento**	12	5	0
Taxa de gravidade***	12,00	824,8	0
Número de dias perdidos****	894	114	0
Absenteísmo	0,8	1,61	0,339
Número de fatalidades	0	1	0

(*) Os cálculos seguem as recomendações da OIT e incluem os trabalhadores temporários.
 A Bunge Alimentos considera na resposta os profissionais terceirizados que prestam serviços por mais de 60 dias.
 (**) Incluem pequenas lesões, como as tratadas por primeiros socorros.
 (***) Para efetuar o cálculo, a Bunge Alimentos considera os dias civis, enquanto a Bunge Fertilizantes e a Fertimport consideram os dias de trabalho programado.
 (****) O fato do número de dias perdidos ser maior do que o número de dias do ano se deve por ele ser calculado com base na quantidade de dias de afastamento de cada funcionário.
 As doenças ocupacionais não são controladas de forma centralizada. Por isso, existem poucos dados disponíveis.

trabalhadores. A mesma postura é adotada quando uma planta industrial necessita ser fechada, situação especial em que todos os envolvidos são comunicados com a máxima antecedência e, sempre que possível, a mão de obra é realocada em outras unidades.

Em 2008, não ocorreu nenhuma mudança operacional que exigisse a notificação prévia aos empregados da Bunge Fertilizantes e da Fertimport.

LA
9 A segurança e a saúde no trabalho concentram as atenções nas empresas Bunge, que desenvolveram programas específicos para atender às necessidades operacionais. A Bunge Fertilizantes, por exemplo, possui um Sistema de Gestão de Saúde e Segurança no Trabalho que estabelece normas, diretrizes e procedimentos para a adoção de práticas e atitudes de prevenção. A iniciativa abrange uma gama diversificada de treinamentos que procuram estimular o comportamento adequado perante os riscos inerentes ao processo produtivo, além de orientar o

funcionário a seguir as práticas recomendadas pela empresa. O tema também está documentado em acordos formais com sindicatos, notadamente quanto ao fornecimento de equipamentos de proteção individual (EPIS) pelo empregador.

LA
8 Os programas de treinamento e assistência de doenças graves, em alguns casos extensivos aos familiares e a demais membros das comunidades, completam as ações do grupo na área da saúde. Por meio do Programa Bem-Estar Bunge, a Bunge Fertilizantes desenvolve algumas ações pontuais relacionadas a doenças crônicas e outros temas afins, com o objetivo de manter o controle de risco na gestão de pessoal, envolvendo funcionários próprios, terceiros e familiares. As iniciativas estão assim organizadas:

Educação e treinamento
 Programa Grupo de Gestantes: educação, acompanhamento pré-natal, orientação sobre aspectos de saúde relacionados ao período de gestação e pós-parto. Público-alvo: colaboradoras, esposas e filhas de colaboradores e terceiras.

Grupo de adolescentes

Educação, orientação, controle de risco de gravidez precoce, dependência química, aspectos emocionais, entre outros temas relacionados à fase da puberdade e adolescência. Público atendido: filhos de colaboradores.

Programas de Prevenção e Controle de Diabetes, Hipertensão, Obesidade

Acompanhamento e monitoramento de grupos de risco desenvolvidos pelas equipes de saúde do programa. O trabalho abrange educação, orientação e controle de risco. Público atendido: funcionários e familiares.

A Bunge Alimentos é a única das três empresas que possui programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de riscos e tratamento extensivos aos membros da comunidade. Já na Fertimport o acompanhamento de casos de doenças graves é realizado pela área de serviço social (ver quadro na página seguinte).

DESEMPENHO SOCIAL

LA 8 Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de riscos e tratamento*

Contemplados pelos programas	Educação/Treinamento			Aconselhamento			Prevenção/Controle de risco			Tratamento		
	BA	BF	FE	BA	BF	FE	BA	BF	FE	BA	BF	FE
Trabalhadores	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Famílias dos trabalhadores	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Membros da comunidade	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗

(*) Alguns dos colaboradores da Bunge Fertilizantes estão expostos a ambientes ruidosos e, por isso, exercem suas atividades com equipamentos de proteção individual (EPI).

LA 12 Total de empregados com análise de desempenho e desenvolvimento de carreira (%)*

	2007	2008
Bunge Alimentos	4,4	8,0 ↑
Bunge Fertilizantes	9,1	9,3 ↑
Fertimport	100	100

(*) A análise de desempenho, que até dezembro de 2007 abrangia somente os cargos de nível gerencial, desde então inclui os colaboradores do nível de coordenação.

HR 2 **Direitos humanos**
HR 5 Todas as práticas nas empresas Bunge são guiadas pelo Código de Ética e pela Política de Sustentabilidade – documentos que **HR 6** expressam a proibição de atos de discriminação **HR 7** e incentivam o respeito **HR 8** ao ser humano. Na Bunge Fertilizantes e na Fertimport, as equipes de assistentes sociais realizam um trabalho de monitoramento contínuo para identificar possíveis situações de conflito entre os empregados e a chefia, além de atos considerados discriminatórios.

Na condição de signatária do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo, a Bunge exige que todos os seus fornecedores cumpram à risca a legislação trabalhista, de

modo a inibir eventuais práticas de trabalho forçado ou análogo ao escravo, ou mesmo de trabalho infantil, nas atividades desenvolvidas ao longo da cadeia do agronegócio. Além disso, as diversas equipes de segurança, integradas por funcionários terceirizados, são regularmente treinadas em aspectos específicos relacionados aos direitos humanos. Dada a natureza de sua atividade, que não exige o contato direto com o público externo, e pelo fato de estar instalada em condomínios administrados por terceiros, a Fertimport não contrata (diretamente) serviços de segurança.

A liberdade de associação é uma realidade nas empresas Bunge. A cada negociação coletiva, são fixados os valores e os prazos para que os empregados exerçam o direito de eventualmente se opor aos descontos

previstos nas convenções coletivas. Já no caso da Bunge Alimentos, por exemplo, o acordo coletivo firmado em Gaspar (SC) prevê que a empresa colabore com a sindicalização dos empregados e recolha ao sindicato de trabalhadores as mensalidades e outras contribuições expressamente autorizadas.

Sociedade

SO 1 A Bunge Alimentos e a Bunge Fertilizantes avaliam os impactos de suas operações nas localidades onde já mantêm, ainda vão iniciar ou mesmo encerrar as atividades, por meio de programas que permitem gerenciar os aspectos envolvidos tanto na entrada quanto na eventual saída das comunidades. No entanto, as empresas não mantêm o registro dos impactos socioeconômicos.

No desenvolvimento de novos



projetos de instalação, as empresas também consultam autoridades e dirigentes políticos, além de representantes de associações comunitárias, com o objetivo de conhecer melhor a realidade e as necessidades locais. Por vezes, a aproximação acaba possibilitando o estabelecimento de parcerias com o Poder Público e as entidades civis na realização de obras de infraestrutura urbana, além de iniciativas que visam desenvolver e capacitar a mão de obra disponível para o trabalho. Isso não ocorre no caso da Fertimport, cujas atividades (prestação de serviços) exigem pouco contato e quase nenhuma interação com as comunidades externas.

Em 2008, a Bunge Alimentos esteve à frente de duas experiências tanto de entrada quanto de saída de comunidades. No Rio de Janeiro e em Campo Grande (MS), as unidades de trigo e soja, respectivamente, tiveram de ser fechadas. Nas duas cidades, a empresa elaborou um plano detalhado para o aproveitamento de pessoal em outras unidades próximas, com todo o planejamento

e suporte no processo de recolocação dos empregados. Do grupo de 50 empregados, foram realocados cinco colaboradores.

Em contrapartida, os projetos de instalação de novas plantas industriais em Monte Verde (MS) e Pedro Afonso (TO) consideraram as necessidades locais de desenvolvimento de um plano habitacional para suportar o crescimento da população e da economia regional, bem como de melhoria dos programas de treinamento e qualificação da mão de obra local. As novas unidades deverão estar funcionando plenamente a partir de 2010.

SO 2 **Código de Ética**
O Código de Ética e o Código de Suprimentos Corporativos constituem os dois principais instrumentos para coibir eventuais casos de suborno e corrupção na Bunge. Na Bunge Alimentos (BAL) e na Bunge Fertilizantes (BF), os

empregados assinam um termo de compreensão e comprometimento com as diretrizes da política e os procedimentos anticorrupção. Na BAL, esse tema foi objeto de treinamento de todo o seu quadro de pessoal em 2008. Já na BF, são realizadas auditorias regulares, com o objetivo de detectar eventuais condutas ilícitas dentro da organização. A orientação é clara: caso venham a ocorrer, tais práticas têm de ser combatidas com a demissão dos envolvidos, de modo a neutralizar qualquer forma de corrupção e suborno no ambiente de trabalho. Em 2008, como resultado da conduta preventiva, a Bunge não registrou nenhum caso ou denúncia de um ato dessa natureza dentro das três empresas.

SO 5 A participação da Bunge na formulação de políticas públicas ocorre apenas por meio de sua representação em associações de classe do setor, fóruns nos quais sempre discute os interesses e o ponto de vista do agronegócio de maneira ética e transparente.

Desempenho ambiental

A gestão ambiental nas empresas Bunge tem como foco estratégico aliar os objetivos dos negócios à preservação do meio ambiente – um dos preceitos da sua Política de Sustentabilidade. A diretriz maior vem da Política Ambiental Mundial, que estabelece os procedimentos para a atuação do grupo no mercado, conduzida com base na melhoria contínua dos processos e em indicadores de desempenho.

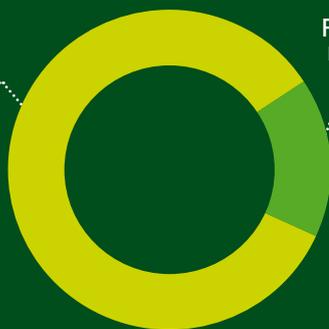


EN 3 Energia primária consumida em 2008

Fontes renováveis

81%

Inclui carvão vegetal, lenha, cavaco de madeira, casca de arroz e bagaço de cana

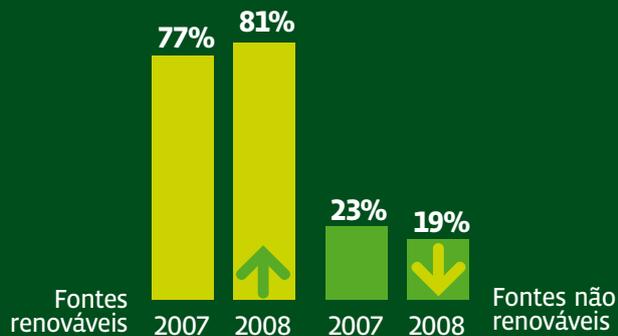


Fontes não renováveis

19%

Inclui carvão mineral, petróleo bruto, gasolina, diesel, BPF, GLP e GNL

Matriz renovável 2007/2008



Água

EN 8-10 A água sempre foi um insumo essencial para toda a cadeia produtiva da Bunge. Assim, o consumo racional e responsável tem sido enfatizado tanto no diálogo com parceiros e

fornecedores, no conjunto das propriedades agrícolas, quanto nas ações internas desenvolvidas em todas as unidades industriais. As iniciativas são orientadas por programas de educação ambiental e reforçadas pela manutenção de áreas

de preservação de matas nativas, com o objetivo de assegurar a quantidade e a qualidade da água disponível nas bacias hidrográficas (ver capítulo *Agricultura Sustentável* e o conteúdo on-line).

O aumento do consumo de água da mineração, em 2008, deve-se ao aumento de produção da unidade, que por sua característica inerente utiliza maior quantidade de água em relação às demais. Para minimizar os impactos, a utilização do volume de água reutilizada também foi ampliada no mesmo período.

EN 9 A maior parte da água consumida pelas empresas Bunge é obtida pela captação em rios, lagos e áreas úmidas, além de poços artesianos. Nesse caso, existem outorgas públicas que condicionam as formas de retirada e limitam o abastecimento para não afetar significativamente as fontes e os ecossistemas. O menor volume de água é fornecido pela rede de abastecimento público.

EN 8 Consumo total de água em 2008, por fonte (m³)

Fonte	Volume
Água de superfície*	39.517.796,00
Água subterrânea	4.720.489,90
Abastecimento público	667.165,00
Total	44.905.450,90

(*) Captada em rios, lagos e áreas úmidas. A água consumida pela Fertimport representa 0,001% do total do grupo.

Biodiversidade protegida

EN 11 As unidades industriais

EN
30

Total de investimentos e gastos ambientais em 2008*

Procedimento	Bunge Alimentos**	Bunge Fertilizantes***	Total
Tratamento e disposição de resíduos, tratamento de emissões, despesas com compra e uso de certificados de emissão	R\$ 2.771.082,26	R\$ 12.425.371,00	R\$ 15.196.453,26
Educação e treinamento, serviços externos de gestão ambiental, certificação externa de sistemas de gestão, pessoal para atividades gerais de gestão ambiental, pesquisa e desenvolvimento	R\$ 2.065.308,83	R\$ 7.108.139,00	R\$ 9.173.447,83

(*) Os dados abrangem as divisões de Agribusiness e Food Products, exceto filiais de armazenagem, moinhos e portos.

(**) No primeiro item, a diferença de valores entre 2007 (R\$ 5.029.491,33) e 2008 (R\$ 2.771.082,26) se explica pelo investimento realizado, no primeiro ano, em um sistema de filtragem de emissões da caldeira, na unidade de Rio Grande (RS), somado a outros investimentos realizados nas fábricas.

(***) O aumento dos desembolsados em 2008 sobre 2007 (total de R\$ 15.761.965,12) justifica-se pelo avanço dos processos de licenciamento ambiental de algumas unidades industriais.

(fábricas e silos) da Bunge Alimentos localizam-se em áreas previamente ocupadas ou já modificadas pela ação direta do homem. Na instalação de novas unidades, projetos de desenvolvimento e compensações têm

sido implantados em conformidade com a legislação, além da anuência e orientação dos órgãos ambientais competentes. Na unidade de Gaspar (SC), município localizado em uma região originalmente coberta

pela Mata Atlântica, a Bunge mantém há cinco anos o Programa de Recuperação Ambiental (PRA), iniciativa bem-sucedida de recuperação de matas ciliares, abrangendo ações de pesquisa científica e

educação ambiental, que já chegou a outras localidades da Bacia do Rio Itajaí-Açú, com apoio técnico-científico da parceria firmada com o Instituto de Pesquisas Ambientais da Universidade Regional de Blumenau (Furb).

OUTROS INDICADORES COMPLEMENTARES

A versão *on-line* do Relatório de Sustentabilidade traz outros indicadores complementares de desempenho ambiental e social, além de maior detalhamento de alguns indicadores. Para conhecer as informações adicionais deste relato, acesse www.bunge.com.br e confira:

DESEMPENHO AMBIENTAL

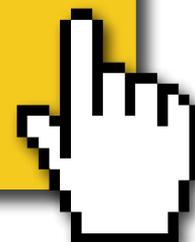


- EN10** Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada
- EN12** Impactos das atividades na biodiversidade
- EN13** Habitats protegidos ou restaurados
- EN23** Derramamentos de materiais
- EN26** Iniciativas para mitigar os impactos ambientais
- EN28** Multas e sanções significativas por não-conformidade

DESEMPENHO SOCIAL



- LA3** Benefícios a colaboradores de tempo integral e temporários
- LA10** Carga horária anual de treinamento dos colaboradores
- LA11** Programas de gestão de competências e de aprendizado
- LA13** Composição da diversidade do grupo de alta governança
- LA14** Proporção salarial entre homens e mulheres



DECLARAÇÃO DE GARANTIA

A Bunge contratou a BSD Consulting, pelo segundo ano consecutivo, para executar os trabalhos de verificação por terceira parte do processo de elaboração de seu Relatório de Sustentabilidade de 2008, elaborado de acordo com as diretrizes GRI (Global Reporting Initiative), versão G3. A BSD conduziu os trabalhos de acordo com o padrão AA1000AS 2008 (AA1000 Assurance Standard 2008). A BSD é Assurance Provider classificada no registro profissional mantido pela AccountAbility.

1. Objetivos e Processo

O objetivo do processo de verificação é proporcionar às partes interessadas da Bunge uma opinião independente sobre a qualidade do relatório, os processos de gestão de sustentabilidade subjacentes e a aderência aos princípios da AA1000AS 2008. Os objetivos complementares são assegurar a continuidade dos processos de gestão da sustentabilidade e confirmar o nível de aplicação GRI-G3.

2. Metodologia

O processo de verificação independente do relatório foi conduzido de acordo com o padrão AA1000AS 2008 (AA1000 Assurance Standard 2008), tipo 1, que abrange a avaliação da aderência aos três Princípios da AA1000AS: Inclusão, Relevância e Capacidade de Resposta.

A abordagem de verificação do processo AA1000 consistiu em:

- Revisão do conteúdo do Relatório de Sustentabilidade Bunge 2008;
- Entendimento do processo de geração de informações para o Relatório de Sustentabilidade;
- Revisão de informações da mídia em geral, sites na internet e bases legais;
- Entrevistas a executivos, gestores e funcionários de áreas-chave em relação à relevância das informações para o relato;
- Quando relevante, revisão de informações sobre o desempenho de sustentabilidade com o entendimento do corpo diretivo da empresa;
- Com base em testes amostrais, revisão de informações do Relatório de Sustentabilidade com documentação-suporte, relatórios gerenciais internos e correspondências oficiais;

- Acompanhamento do painel de consulta a stakeholders externos para validação da relevância das informações;
- Consideração da relevância das informações do Relatório de Sustentabilidade do ponto de vista de públicos externos; e
- Entrega de relatório à empresa contendo oportunidades de melhoria quanto à inclusão, relevância e capacidade de resposta do relatório de sustentabilidade.

3. Escopo e Limitações

O escopo de nossos trabalhos abrange o período coberto pelo relatório, de 1º de janeiro de 2008 a 31 de dezembro de 2008, das informações sobre Bunge Brasil contidas no Relatório de Sustentabilidade. O nível de assurance proporcionado é moderado, conforme definição de escopo e metodologia. Os dados selecionados foram objeto de nossa revisão e não de validação. Nossos trabalhos contemplaram as seguintes informações apresentadas neste relatório:

Bunge Alimentos:

- Indicadores de diversidade e remuneração;
- Indicadores de segurança ocupacional;
- Gastos com fornecedores locais e processo de compra;
- Estudos de impactos sociais;
- Acordos coletivos e cláusulas de saúde e segurança no trabalho;
- Informações sobre produtos e rotulagem;
- Análises do ciclo de vida dos produtos;
- Estratégias relacionadas às mudanças climáticas;
- Desempenho ambiental: consumo de materiais, consumo de energia, consumo de água, emissões atmosféricas e resíduos.

Bunge Fertilizantes:

- Indicadores de diversidade e remuneração;
- Indicadores de segurança ocupacional;
- Gastos com fornecedores locais e processos de compra;
- Acordos coletivos e cláusulas de saúde e segurança no trabalho;

- Informações sobre produtos e rotulagem;
- Análises do ciclo de vida dos produtos;
- Processos de contratação de pessoal;
- Desempenho ambiental: consumo de materiais, consumo de energia, consumo de água, emissões atmosféricas e resíduos.

Fundação Bunge:

- Valores dos gastos com projetos sociais;
- Valores de premiação dos Projetos Professores do Brasil;
- Valores das doações pelas mantenedoras da Fundação.

4. Independência

A BSD Consulting é uma empresa especializada em sustentabilidade. Trabalhamos de forma independente e asseguramos que nenhum integrante da BSD mantém contratos de consultoria ou outros vínculos comerciais com a Bunge. Os trabalhos foram liderados por profissional qualificado na norma AA1000AS e certificado pelo International Register of Certificated Auditors – IRCA, sob o registro nº 1189266.

5. Responsabilidades da Bunge e da BSD

O Relatório de Sustentabilidade é elaborado pela Bunge, responsável por todo o seu conteúdo. O objetivo da declaração de garantia é informar às partes interessadas as conclusões da BSD sobre a aderência aos três princípios da AA1000AS 2008. Adicionalmente, a declaração de garantia da BSD propicia a confirmação do nível de aplicação do modelo GRI-G3.

6. Principais Conclusões

Na visão da BSD, a Bunge apresenta neste relatório a sua visão de sustentabilidade. O processo de elaboração do relatório de sustentabilidade não teve alterações significativas em comparação ao ano anterior. É importante que a empresa aprimore a integração dos conceitos de sustentabilidade em seus processos de gestão e em seus sistemas de controles internos, atendendo à busca pela melhoria contínua.

a) Princípio Fundamental da Inclusão

Este princípio aborda o compromisso

da organização em possibilitar a participação de *stakeholders* na identificação de aspectos críticos e na busca por soluções viáveis no âmbito da sustentabilidade, assim como a inclusão dos impactos de sustentabilidade decorrentes do negócio da empresa.

A estratégia de gestão de sustentabilidade da empresa é clara e comunicada de forma transparente. Identificamos a necessidade de ampliar a inclusão de assuntos relacionados à sustentabilidade nas atividades de gestão rotineiras de todas as áreas da empresa. Alguns indicadores de sustentabilidade são monitorados sistematicamente, outros são coletados apenas com o objetivo específico de publicá-los no Relatório de Sustentabilidade, não havendo um monitoramento sistemático. A consolidação dos indicadores ambientais da Bunge Fertilizantes deve ser aprimorada para aumentar a confiança nos dados publicados. Ressaltamos a importância de manter um processo contínuo de monitoramento e avaliação de indicadores de sustentabilidade ao longo do ano.

Pelo segundo ano consecutivo, a Bunge promoveu em 2008 um painel de consulta a *stakeholders*. Identificamos a necessidade de incluir os assuntos relevantes para *stakeholders* na agenda estratégica de sustentabilidade, incluindo planos, ações e resultados. Para o próximo período, é importante que a empresa desenvolva ações sistemáticas para o mapeamento e a priorização de *stakeholders*. A eficiente identificação de *stakeholders* é essencial para que os assuntos relevantes sejam de fato endereçados. O processo atual de definição de *stakeholders* é conduzido exclusivamente pela área de comunicação e sustentabilidade, sem contar com a integração das demais áreas de forma transversal. Salientamos a importância de considerar as diferentes áreas de atuação da Bunge, bem como o contexto das regiões onde atua.

b) Princípio da Relevância (ou Materialidade)

O conceito de materialidade no contexto da prestação de contas de indicadores não financeiros definido pela GRI e pela AA1000AS trata da relevância que os temas de gestão têm para os impactos sociais, ambientais e econômicos (fatores internos) e para a opinião dos *stakeholders* sobre o desempenho da organização. Um aspecto relevante influencia a tomada de decisões, ações e desempenho da organização ou de suas partes interessadas.

A Bunge manteve o processo de consulta a *stakeholders*, por meio de painel, iniciado no período anterior. Os participantes do painel ressaltaram a importância de apresentar os indicadores com mais clareza, evidenciando a relevância dos assuntos publicados para o contexto específico da Bunge. O aproveitamento dos processos de consulta depende, entre outros fatores, da apropriada identificação e priorização de *stakeholders*. Dessa forma, recomendamos que esse processo seja conduzido de forma integrada e transversal no próximo período.

A avaliação da relevância das informações foi efetuada considerando o painel de *stakeholders* e a estratégia da empresa. Participantes do painel destacaram a preocupação com a questão dos transgênicos e a relação das atividades da Bunge com o aumento do desmatamento. Esses assuntos são tratados no relatório, mas não trazem respostas claras, conforme nossa análise como observadores do processo:

TRANSGÊNICOS

Stakeholders demandam informações sobre impactos ambientais no processo produtivo e impactos na saúde humana em função do consumo. A empresa apresenta sua posição, mas não discute criticamente argumentos favoráveis e contrários.

DESMATAMENTO

Stakeholders questionaram a relação entre o aumento do desmatamento na

região amazônica com as atividades desenvolvidas pela Bunge, mesmo que de forma indireta. O relatório traz informações sobre a moratória da soja e a agricultura sustentável; no entanto, não aborda as diferentes concepções acerca do tema do impacto indireto da empresa.

Recomendamos ampliar e consolidar a análise de materialidade para obter resultados consistentes tanto no contexto da sociedade (externo) como na estratégia de negócios (interno).

c) Capacidade de resposta

O princípio da capacidade de resposta trata de ações, decisões e comunicações da organização com suas partes interessadas tomadas em função de demandas específicas de *stakeholders*. O princípio aponta a existência de processos de tomada de decisão que propiciam respostas em tempo hábil e válida assim a capacidade da resposta organizacional aos desafios de sustentabilidade.

A empresa declara seu compromisso estratégico com a sustentabilidade com a definição de quatro pilares: agricultura sustentável, efeitos climáticos, dietas saudáveis e disposição de resíduos. Para consolidar esse compromisso, ressaltamos a importância de ampliar e aprimorar o processo de consulta a *stakeholders*, bem como de estabelecer uma estrutura organizada de resposta a *stakeholders*, considerando as características da empresa e a abrangência de sua atuação. É importante que o Relatório de Sustentabilidade compreenda desafios e planos futuros da empresa em relação à sustentabilidade, apresentando metas concretas e relevantes.

7. Nível de Aplicação GRI-G3

Seguindo as orientações das diretrizes GRI-G3, a BSD declara que o relatório de sustentabilidade de 2009 da Bunge é classificado como nível **A+**. O relatório oferece informações sobre todos os itens relacionados à sua estrutura e todos os indicadores essenciais.

São Paulo, 3 de junho de 2009

Beat Grüniger
Associate Sustainability Assurance
Practitioner, nº 1189266
Sócio, BSD Group

Maria Helena Meinert
Sócia, BSD Brasil



Nível de aplicação

A Bunge considera que este relatório atinge o nível de aplicação A+, classificação que reflete a abrangência da Estrutura de Relatórios da Global Reporting Initiative (GRI), cujos parâmetros são apresentados na tabela, a seguir.

Nível de aplicação do relatório – GRI		A+
Conteúdo	Todos os indicadores de perfil	Relatório checado pela BSD Consulting
	Abordagens de gestão para todas as categorias de indicador	
	Todos os indicadores de desempenho essenciais e 16 indicadores de desempenho adicionais	



ÍNDICE REMISSIVO DE INDICADORES GRI

A tabela a seguir traz o índice remissivo das informações consolidadas nesta edição do relatório e em sua versão eletrônica, disponível no site www.bunge.com.br, desenvolvidas com base nas diretrizes e nos indicadores da GRI. Para saber mais detalhes sobre o conteúdo dos protocolos de limites de cada indicador, acesse www.globalreporting.org

Item	Assunto	Página
1	ESTRATÉGIA E ANÁLISE	
1.1	Declaração do presidente	6,7
1.2	Declaração dos principais impactos, riscos e oportunidades	20
2	PERFIL ORGANIZACIONAL	
2.1	Nome da organização	9
2.2	Produtos e serviços, incluindo marcas	12
2.3	Estrutura operacional	On-line
2.4	Localização da sede da organização	12
2.5	Países e região onde a organização atua	9
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	9
2.7	Mercados atendidos	9
2.8	Porte da organização	9 e 12
2.9	Mudanças durante o período coberto pelo relatório	4,5
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	On-line
3	PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO	
3.1	Período coberto pelo relatório	4,5
3.2	Data do relatório anterior	4,5

3.3	Ciclo de emissão dos relatórios	4, 5
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo	5
3.5	Definição do conteúdo do relatório (temas, prioridades, <i>stakeholders</i>)	4, 5
3.6	Limite do relatório	5
3.7	Limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	5
3.8	Base para o relatório no que se refere a outras instalações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações	Informações observadas nos indicadores
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos	Informações observadas nos indicadores
3.10	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	4, 5
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores (escopo e/ou medições)	Informações observadas nos indicadores
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	62
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	60
4	GOVERNANÇA, COMPROMISSO E ENGAJAMENTO	
4.1	Estrutura de governança da organização	<i>On-line</i>
4.2	Presidência do grupo de governança	14 e <i>on-line</i>
4.3	Porcentagem dos conselheiros que são independentes, não executivos	<i>On-line</i>
4.4	Mecanismos para acionistas fazerem recomendações ao Conselho de Administração	14
4.5	Relação entre remuneração e o desempenho da organização	14
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança	14 e <i>on-line</i>
4.7	Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança	14 e <i>on-line</i>
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	11
4.9	Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais	14
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho (econômico, ambiental e social)	14 e <i>on-line</i>
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução	7
4.12	Princípios e/ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	14, 15
4.13	Participação em associações	13, 14 e 15
	Engajamento dos stakeholders	
4.14	Relação dos grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	16,17
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais engajar	16,17
4.16	Abordagens para o engajamento dos <i>stakeholders</i>	16-19
4.17	Preocupações levantadas por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i>	19
5	FORMA DE GESTÃO E INDICADORES DE DESEMPENHO	
	Abordagem de gestão econômica	52
	INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO	
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	52
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido a mudanças climáticas	52
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício	52
EC4	Ajuda financeira significativa recebida do governo	53

EC5	Varição da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local	53
EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	53
EC7	Contratação local	53
EC8	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	51
Abordagem de gestão ambiental		58
INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL		
EN1	Materiais usados por peso ou volume	44 e <i>on-line</i>
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	45
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	58 e <i>on-line</i>
EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária	34 e <i>on-line</i>
EN5	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência	34
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia	34
EN8	Total de água retirada por fonte	56 e <i>on-line</i>
EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	56
EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	56 e <i>on-line</i>
EN11	Localização e tamanho da área possuída	58 e <i>on-line</i>
EN12	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços	<i>On-line</i>
EN13	Habitats protegidos ou restaurados	<i>On-line</i>
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	33
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeitos estufa	A Bunge não possui um sistema adequado para gerenciar essa informação. A empresa tem como meta divulgar o inventário completo de emissões em 2010.
EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas	32
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	33
EN20	NOx, SOx, e outras emissões atmosféricas significativas	34
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação	44
EN22	Peso total de resíduos, por tipo e métodos de disposição	45 e <i>on-line</i>
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos	<i>On-line</i>
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	34
EN27	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto	45
EN28	Valor de multas e número total de sanções resultantes da não conformidade com leis	<i>On-line</i>
EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental	59
Abordagem de gestão Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente		54
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL		
LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	54 e <i>on-line</i>
LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregos, por faixa etária, gênero e região	54
LA3	Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	<i>On-line</i>
LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva	Todos os colaboradores da Bunge são representados por sindicatos e associações de classe em acordos de negociação coletiva.
LA5	Descrição de notificações (prazos e procedimentos)	54
LA7	Taxa de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos	55
LA8	Programas de educação, prevenção e controle de risco	55 e 56

LA9	Temas relativos a segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	55
LA10	Média de horas de treinamento por ano	On-line
LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	On-line
LA12	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	56
LA13	Composição da alta direção e dos conselhos, e proporção por grupos e gêneros	On-line
LA14	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional	On-line
Abordagem de gestão Direitos Humanos		52
DIREITOS HUMANOS		
HR1	Descrição de políticas, diretrizes para manejar todos os aspectos de direitos humanos	Apesar de a empresa não ter cláusulas de Direitos Humanos nos seus principais contratos de investimentos, a Bunge anexa suas Políticas de Sustentabilidade nesse processo e se compromete a adequar esses modelos de contratos em 2009, como os contratos de fornecedores.
HR2	Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos	56
HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	A exemplo de 2007, a Bunge não registrou nenhum caso de discriminação em 2008.
HR5	Política de liberdade de associação e o grau da sua aplicação	56
HR6	Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	56
HR7	Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado	56
HR8	Políticas de treinamentos relativos a aspectos de direitos humanos para seguranças	56
Abordagem de gestão Sociedade		46
SOCIEDADE		
SO1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	56
SO2	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	57
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção	57
SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	57
SO5	Posições quanto a políticas públicas	57
SO6	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	14
SO8	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias	Em 2008, a Bunge não registrou nenhuma multa ou sanção dessa natureza.
Abordagem de gestão Produto		38
RESPONSABILIDADES SOBRE O PRODUTO		
PR1	Política para preservar a saúde e segurança do consumidor durante o uso do produto	40
PR2	Não conformidades relacionados aos impactos causados por produtos e serviços	41
PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem	40 e 41
PR4	Não conformidades relacionados à rotulagem de produtos e serviços	41
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	40
PR6	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários	41
PR7	Casos de não conformidade relacionados à comunicação de produtos e serviços	41
PR8	Reclamações comprovadas sobre violação de privacidade de clientes	41
PR9	Multas por não conformidade relacionadas ao fornecimento e uso de produtos e serviços	41

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

BUNGE CORPORATIVO

Av. Maria Coelho Aguiar, 215,
bloco D, 5º andar, 05804-900,
São Paulo – SP, tel.: (55 11) 3741-4848
www.bunge.com.br

BUNGE ALIMENTOS S/A

Rodovia Jorge Lacerda, km 20,
Poço Grande, 89110-000,
Gaspar – SC, tel.: (55 47) 3331-2222
www.bungealimentos.com.br

BUNGE FERTILIZANTES S/A

Av. Maria Coelho Aguiar, 215,
bloco D, 3º andar, 05804-900,
São Paulo – SP, tel.: (55 11) 3741-5550
www.bungefertilizantes.com.br

FERTIMPORT

R. Frei Gaspar, 22, 8º andar,
11010-90, Santos – SP,
tel.: (55 13) 3201-9000
www.fertimport.com.br

FUNDAÇÃO BUNGE

Av. Maria Coelho Aguiar, 215,
bloco D, 5º andar,
05804-900, São Paulo – SP,
tel.: (55 11) 3741-2170
www.fundacaobunge.org.br

E-MAIL

bunge.comunicacao@bunge.com

EXECUTIVOS DAS EMPRESAS BUNGE

BUNGE CORPORATIVO

Adalgiso Maia Telles e Sousa
Carlo Filippo M. Lovatelli
Clóvis Camargo
Mario Alves Barbosa Neto
Morris Kalef
Sergio Luiz Paiva
Sérgio Roberto Waldrich
Paulo Diniz

BUNGE ALIMENTOS S/A

Sérgio Roberto Waldrich
Presidente

Antônio Carlos Branco
Arene Trevisan
Charles von der Heyde
Geovane Consul
Gunnar Nebelung
Haroldo Gianezi
Helio Eftting
Ivo Dreher
João Eduardo Almeida

Jorge Santos
Joanita Karoleski
Junior Justino
Leandro Sansoldo
Marcelo Lima
Martinho da Mota Silveira
Murilo Braz Sant'anna

BUNGE FERTILIZANTES S/A

Mario Alves Barbosa Neto
Presidente

Ariosto da Riva Neto
Carlos Herédia
Francisco Sens
José Mantuani
Marisa Thurler
Paulo César Matias Tinoco
Sérgio Sabino da Silva
Vicente Lobo Cruz

FERTIMPORT

Antônio Carlos Branco
Presidente
Italino Staniscia Filho

José Eduardo Lopes
Paulo César Santaella Naef
Ricardo Bruno

CONSELHO CONSULTIVO

Membros Executivos

Alberto Weisser
Presidente

Mario Alves Barbosa Neto
Sérgio Roberto Waldrich

Membros Externos

Alysson Paulinelli
Armínio Fraga Neto
Eliezer Batista da Silva
Oscar de Paula Bernardes Neto
Roberto Teixeira da Costa

CRÉDITOS

Coordenação, edição e supervisão

Diretoria
Corporativa de
Comunicação – Brasil

Coordenação editorial, apuração e texto

Report Comunicação

Planejamento e coordenação

Report Design

Projeto gráfico e direção de arte

Marcel Votre e
Marcio Penna

Edição de fotografia

Agência Fotosite

Fotos

Centro de
Memória Bunge

Revisão

Assertiva
Produções
Editoriais

Tiragem

1.700 exemplares

Impressão

Pancrom

