

Sustentabilidade na cadeia de valor



2010



BUNGE

VISÃO, VALORES E COMPROMISSOS

VISÃO

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

COMPROMISSOS

A Bunge adota em todas as suas áreas de negócios compromissos públicos que apoiam a sua Política de Sustentabilidade.

Alguns exemplos:

- A Bunge é signatária da Moratória da Soja na Amazônia.
- É signatária do Pacto para a Erradicação do Trabalho Análogo ao Escravo no Brasil.
- É signatária do Pacto Social do Governo Federal pela Melhor Condição de Trabalho em Cana-de-Açúcar.
- Não adquire produção agrícola

originada de áreas embargadas pelo Ibama.

- Procura contribuir ativamente para atingir os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.
- Atua na disseminação, na capacitação, na verificação e no reconhecimento das práticas de sustentabilidade adotadas por seus fornecedores na cadeia produtiva.

VALORES



Integridade



Abertura e confiança



Trabalho em equipe



Empreendedorismo



Cidadania



FOTO: PRODUTOR RURAL LUIZ MOESCH

Sumário

4	Apresentação		
5	Mensagem do presidente A força da integração		
6	Perfil Evolução constante		
7	As áreas de negócio da Bunge no Brasil 7 Agronegócio 8 Alimentos & Ingredientes 9 Açúcar & Bioenergia 10 Fertilizantes 10 Bunge América Latina & Caribe		
11	Governança e Política de Sustentabilidade 11 Crescente integração 12 Atuação equilibrada		
13	Relacionamento com nossos públicos Diálogos para a sustentabilidade		
		Sustentabilidade na cadeia de valor	15
		Efeitos Climáticos	16
		Agricultura Sustentável	18
		Dietas Saudáveis	23
		Redução de Resíduos	27
		Investimento Social Privado Em busca de uma sociedade sustentável	30
		Indicadores complementares	33
		Declaração de Garantia	35
		Índice remissivo GRI	37
		Informações corporativas	39

Sobre este relatório

Reconhecida por seu empenho na gestão da sustentabilidade e pela forma com que busca inseri-la na cadeia de valor do agronegócio, a Bunge publica mais uma edição de seu *Relatório de Sustentabilidade*, instrumento que mostra a evolução do tema na companhia e em suas atividades. Esta edição abrange o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2009, além de fatos relevantes registrados até o fechamento deste relatório. A Bunge, mais uma vez, responde a todos os indicadores essenciais da última versão (G3) do padrão GRI (Global Reporting Initiative), entidade reconhecida internacionalmente pela eficiente metodologia que possibilita a comparabilidade e a evolução da gestão em sustentabilidade.

A comunicação da sustentabilidade tem o objetivo de proporcionar aos *stakeholders* o entendimento dos esforços feitos pela Bunge no Brasil dentro de sua Plataforma de Sustentabilidade, um movimento global do grupo para que seu desempenho seja acompanhado em quatro frentes principais, avaliadas como relevantes por seus *stakeholders*: Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Redução de Resíduos.

O reconhecimento do mercado, clientes, instituições de ensino e pesquisa e organizações internacionais é, para a Bunge, uma prova de que a metodologia adotada está no caminho certo. Um exemplo é o convite recebido da ONU para que a empresa participasse do

Seminário Regional sobre Investimento Mundial, cujo objetivo foi debater a atuação das empresas no que diz respeito à sustentabilidade nos países em desenvolvimento, uma oportunidade única de discutir e refletir sobre os impactos ambientais e sociais e seus reflexos na cadeia global e na economia local. Como resultado desse esforço, foi lançado em Genebra (Suíça), em outubro de 2009, o relatório *World Investment Report*.

O diálogo para a sustentabilidade, na Bunge, possui outros instrumentos além do relatório, publicado anualmente desde 2003. O Painel de Stakeholders, realizado todos os anos, é uma possibilidade de diálogo face a face em que a gestão da companhia e a maneira de expressar os esforços são aprimoradas continuamente. Outras ferramentas, como os canais de relacionamento com clientes e as visitas periódicas realizadas por equipes de campo aos produtores rurais, também incrementam o processo.

Na composição dos indicadores, a Bunge reporta apenas as operações sobre as quais tem controle total. Não são consideradas as operações não controladas integralmente, excluindo-se, portanto, quaisquer *joint ventures*.

A Bunge considera que o relatório atinge o nível de aplicação A da estrutura de relatórios da GRI. A publicação também passa por uma avaliação externa (*assurance*) da BSD Consulting. Comentários e sugestões serão sempre bem recebidos, pelo e-mail sustentabilidade@bunge.com.

Indicadores para o setor de alimentos

A partir de 2011, o *Relatório de Sustentabilidade* da Bunge contemplará também indicadores específicos do suplemento Food Processor da GRI, desenvolvido especialmente para o setor de produção de alimentos. O documento, a ser lançado em 2010, é o resultado de um trabalho *multistakeholder* de dois anos para a definição dos requisitos necessários para o setor atingir o mais

elevado grau de governança, transparência e gestão em sustentabilidade. A Bunge Brasil, que sediou a primeira reunião de trabalho, em 2008, é a única empresa da América Latina a fazer parte do grupo de estudos.



Algumas fotos que retratam a sustentabilidade no campo foram tiradas por produtores rurais parceiros da Bunge.

A força da integração



Em todos os momentos, devemos buscar oportunidades de melhoria. Esse é um dos desafios para a Bunge no Brasil, que nos últimos meses iniciou um processo de reestruturação de sua gestão para integrar ainda mais suas

operações no País. O objetivo é, cada vez mais, produzir os melhores e mais eficientes serviços para nossos clientes e consumidores, consolidando a posição de liderança da empresa no País.

Na nova configuração, pretendemos otimizar as sinergias entre o que havia de estrutura da Bunge Alimentos e da Bunge Fertilizantes, mudando o foco da gestão de empresas para a gestão por áreas de negócios – Fertilizantes, Agronegócio, Alimentos & Ingredientes, Açúcar & Bioenergia, Bunge América Latina & Caribe. Todas as áreas ficam agora sob o guarda-chuva único da Bunge Brasil. A medida permite uma redução de custos e, sobretudo, fortalece a empresa, ao proporcionar maior agilidade nas respostas às demandas dos clientes e de todos os nossos principais públicos de relacionamento.

Ao atuar de forma integrada, com objetivos e planos estratégicos coesos, a Bunge quer continuar avançando como uma das corporações mais importantes do agronegócio brasileiro. Assim, sua opção estratégica de valorizar não apenas a *performance* financeira, como também a preservação dos recursos naturais e o desenvolvimento social, ganha ainda mais força, ampliando as possibilidades de interagir com *stakeholders* em sua cadeia de valor.

Como parte de sua estratégia de crescimento sustentado, a Bunge firmou, em janeiro de 2010, um acordo para a venda de seus ativos relacionados à produção de fertilizantes para a Vale S.A. Sob os termos do acordo, a Vale adquire a participação que a Bunge detinha na Fosfertil, bem como as minas de fosfato no Brasil, sendo o valor total da transação de R\$ 3,8 bilhões. A Bunge mantém seu negócio de varejo em fer-

tilizantes. O capital obtido permitirá à Bunge aumentar a escala de seus negócios de ingredientes, alimentos e agronegócio em âmbito global, além de ampliar a participação em cadeias de valor complementares, como a de açúcar e bioenergia.

Neste último setor, em particular, o Brasil consolida-se como uma referência mundial na produção de energia a partir de fontes renováveis, graças a seu papel de destaque no desenvolvimento do etanol, menos poluente do que os combustíveis fósseis. Em janeiro de 2010 a companhia adquiriu 100% do controle de cinco usinas do Grupo Moema. Ao investir na aquisição de usinas e em áreas para cultivo de cana-de-açúcar, a Bunge privilegia o respeito ao meio ambiente e às condições dignas de trabalho e dá mais um passo decisivo para o desenvolvimento de negócios dentro dos conceitos de sua Plataforma de Sustentabilidade.

A Bunge é reconhecida pelo mercado e pela sociedade como uma das empresas mais atuantes na questão da sustentabilidade. Prova disso é que, em 2009, a Bunge foi a única em seu setor a ser escolhida como uma das 20 empresas-modelo pelo *Guia Exame de Sustentabilidade*. Esse reconhecimento mostra que, ao olharmos para o planeta e para as pessoas, estamos também cuidando da perenidade de nosso próprio negócio. Queremos também promover a união de esforços em busca de uma produção mais justa e com menos impacto no ambiente externo. Isso já é parte da nossa história centenária no País e evolui em um ritmo cada vez maior, por meio de políticas, parcerias e investimentos próprios. É possível, claro, fazer muito mais. Ainda não alcançamos plenamente nossos objetivos. Embora os primeiros resultados do processo de integração nos deixem bastante satisfeitos, será preciso muito mais dedicação e trabalho para obtermos o êxito desejado. Por ora, a única certeza que temos é de que a opção por ser uma empresa sustentável, aberta ao diálogo e consciente de sua responsabilidade não vai mudar. Ao contrário, a partir de agora, está alçada a um novo patamar.

Pedro Parente

Presidente e CEO da Bunge Brasil



FOTO: PRODUTORA RURAL GERUSA AMARAL CATELAN

Evolução constante

Empresa muda estrutura organizacional e amplia a integração e a cooperação entre suas unidades de negócio no Brasil

Inovação e gestão compartilhada são elementos-chave para qualquer empresa alcançar o sucesso na busca pela sustentabilidade. Para a Bunge, inovar não significa apenas lançar novos produtos e serviços. É também refletir sobre suas operações e, quando necessário, modificar a organização dos negócios para garantir o crescimento sustentado e a perenidade da companhia. Em 2009, enquanto se preparava para inaugurar novas unidades industriais e expandir as já existentes, o grupo deu início a um processo de identificação das sinergias entre a Bunge Alimentos e a Bunge Fertilizantes, com o objetivo de aperfeiçoar suas práticas e sua gestão.

Nesse contexto, um dos fatos mais importantes foi a escolha do ex-ministro Pedro Parente como presidente e CEO da Bunge no

Brasil, reportando-se diretamente a Alberto Weisser, *chairman* e CEO da Bunge Limited. A nomeação de Parente visa, sobretudo, ampliar a integração e a cooperação entre as empresas Bunge no País. A expectativa, em curto prazo, é que essa mudança tenha reflexos no aumento da eficiência na gestão dos negócios, na utilização dos recursos ambientais e no investimento social.

A nova estrutura da organização passa a contar com cinco unidades de negócio, descritas a seguir, e quatro áreas de suporte.

Presente no Brasil desde 1905, a Bunge é a maior empresa de agrogócio do País, segundo levantamento do *Anuário Exame do Agrogócio*. A Bunge conta, em 2010, com mais de 17 mil colaboradores diretos (considerando-se a expansão do negócio Açúcar & Bioenergia) e teve faturamento de R\$ 27,2

\$\$\$\$

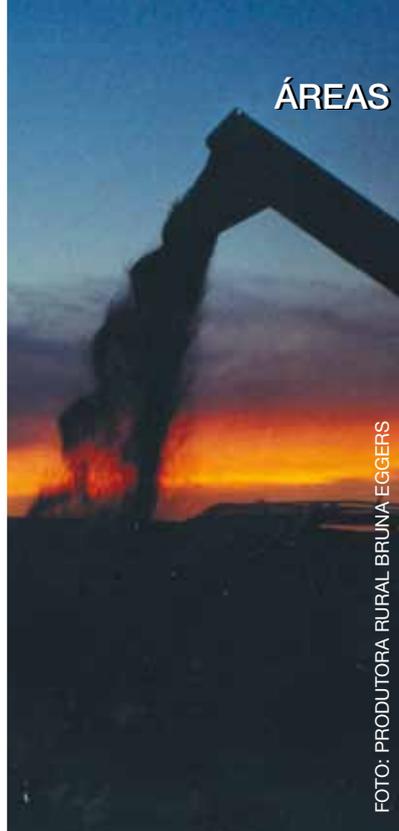
Faturamento

2009 – R\$ 27,2 bilhões
 2008 – R\$ 31,9 bilhões
 2007 – R\$ 22,8 bilhões

Exportações

2009 – R\$ 9,2 bilhões
 2008 – R\$ 14,9 bilhões
 2007 – R\$ 7,2 bilhões

bilhões ao término de 2009. Os produtos da Bunge são comercializados em todo o Brasil e exportados para mais de 30 países da Europa, Ásia, Américas do Sul e do Norte e África. Em 2009, as exportações do grupo atingiram R\$ 9,2 bilhões.



ÁREAS DE NEGÓCIO

FOTO: PRODUTORA RURAL BRUNA EGGERS

As áreas de negócio da Bunge no Brasil

Atuação tem foco nos segmentos de Agronegócio, Alimentos & Ingredientes, Açúcar & Bioenergia, Fertilizantes e América Latina & Caribe

A Bunge é reconhecida no mercado por sua atuação integrada na cadeia produtiva. Em 2009, cerca de 80 mil produtores rurais se relacionaram com a companhia, que se preocupa em incentivar uma produção agrícola que respeite o meio ambiente e os direitos trabalhistas, além de promover o desenvolvimento social nas regiões em que atua.

Em 2009, suas práticas e estratégias tornaram a Bunge a única empresa do agronegócio a fazer parte da relação das 20 empresas escolhidas como modelo pelo *Guia Exame de Sustentabilidade*, uma das principais publicações sobre gestão sustentável. A companhia também foi premiada pela Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial), por desenvolver o melhor trabalho de Comunicação e Relacionamento com Fornecedores, com o estudo *Sustentabilidade na Cadeia de Valor*. No exterior, outra premiação inédita relativa à gestão em sustentabilidade: o Excellence Sourcing Award, no Congresso Mundial de Supply Chain realizado em Dusseldorf, Alemanha, mostrando que o modelo aplicado no

Brasil é valorizado em um dos mercados mais exigentes do mundo, o europeu.

Agronegócio

A Bunge é líder no setor do agronegócio no País. Em 2009, comercializou 21 milhões de toneladas de soja, trigo, milho, caroço de algodão, sorgo, girassol e açúcar, 10,5% a mais do que no ano anterior.

A Bunge ampliou sua atuação no setor ao inaugurar, em junho de 2009, uma fábrica de processamento de soja no município de Nova Mutum, a 264 km de Cuiabá (Mato Grosso). Com um investimento de R\$ 150 milhões, a nova planta tem capacidade para esmagar 1,3 milhão de toneladas de soja por ano. É a segunda maior unidade de industrialização de soja da Bunge no Brasil (a maior delas se localiza também no estado, em Rondonópolis). A construção da fábrica de Nova Mutum durou 14 meses e seguiu rígidos padrões de sustentabilidade, como a criação de um sistema para recuperar e tratar todo o efluente dentro

ÁREAS DE NEGÓCIO

da própria planta. Também será criada uma reserva ambiental, em uma área de 70 hectares, a exemplo do que a empresa já faz no município de Gaspar, em Santa Catarina.

Também em 2009, a Bunge inaugurou o Moinho Suape, localizado no complexo industrial portuário de mesmo nome, no litoral de Pernambuco. Resultado de um investimento de R\$ 165 milhões, trata-se do mais moderno moinho da América do Sul. Tem uma capacidade de moagem de 1.950 toneladas de trigo por dia e, graças a sua localização, a nova unidade permite um atendimento mais ágil aos clientes, ao mesmo tempo em que reduz os custos e as emissões decorrentes do transporte marítimo.

Alimentos & Ingredientes

A Bunge mantém a liderança nos mercados de margarinas, óleos envasados, farinha e pré-misturas para panificação. Em seu portfólio destacam-se, também, maioneses e azeites para atender consumidores finais e ingredientes para nutrição animal. Entre as principais marcas de consumo estão Soya, Cyclus, Delícia, Primor, Salada, Cocinero, Andorinha e Bunge Pro.



Operação logística

Uma parte importante da atuação da Bunge no setor de agronegócio depende das operações logísticas realizadas por meio da Fertimport, estrutura da área de Agronegócios Bunge, estando presente nos principais portos do Brasil e da

Argentina. Ela oferece apoio na comercialização de produtos para o exterior, realizando serviços como agenciamento marítimo, operação portuária, desembaraço aduaneiro e gerenciamento de processos de importação e exportação.

R\$ 150 milhões

foi o valor do investimento na fábrica de processamento de soja em Nova Mutum (MT), a segunda maior da Bunge no País



Luiz Inácio Lula da Silva, presidente da República, Eduardo Campos, governador de Pernambuco, e Alberto Weisser, CEO mundial da Bunge

R\$ 165 milhões

foram investidos na construção do Moinho Suape (PE), o mais moderno da América do Sul



Açúcar & Bioenergia

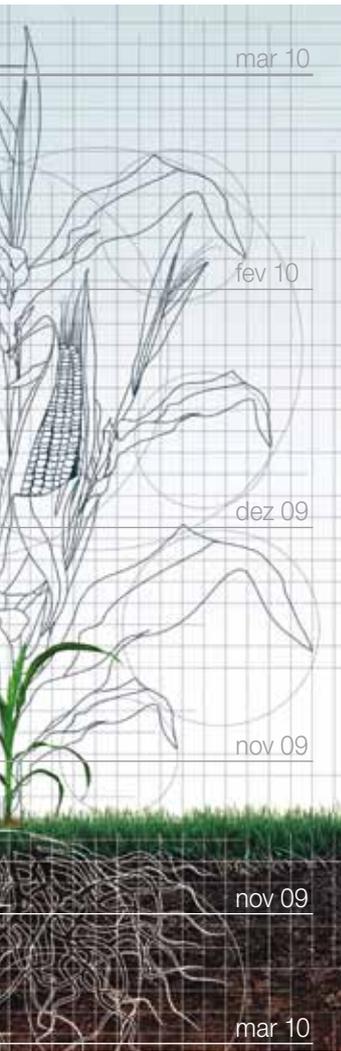
Um dos setores em que a Bunge vem mais ampliando sua atuação é o de produção de açúcar e etanol. A empresa possui oito usinas de cana-de-açúcar. Somadas, as unidades têm capacidade de processar aproximadamente 21 milhões de toneladas de cana por ano. A usina de Pedro Afonso teve sua construção iniciada em 2009, e o empreendimento terá, em quatro anos, capacidade para produzir 4,4 milhões de toneladas por ano e oferecerá até 1.400 empregos diretos nas atividades agrícolas e industriais. Já em Santa Juliana, usina adquirida pela Bunge em 2007, o plano é aumentar a capacidade produtiva para 4,2 milhões de toneladas anuais. Nas duas instalações, a Bunge mantém uma parceria com a japonesa Itochu, uma das maiores *tradings* do mundo. Juntas, a Bunge e a Itochu estão investindo cerca de US\$ 800 milhões para o desenvolvimento dos dois negócios.

A Usina Monte Verde, localizada em Ponta Porã, foi inaugurada em 2009, e produzirá inicialmente apenas etanol. A partir de 2012, deverá produzir, também, açúcar. A Bunge adquiriu 60% do capital da usina durante sua fase de construção.

Os investimentos da Bunge no setor de energia e açúcar vão além da preocupação com a atividade econômica e atingem também o plano social e ambiental. O bagaço e a palha da cana são aproveitados

para gerar energia elétrica – uma fonte de energia limpa e renovável. Parte da energia é consumida nas usinas, para a produção de etanol e açúcar. O excedente de energia é distribuído para os municípios. Em Pedro Afonso, a Bunge firmou parceria com a Faculdade Rio do Sono para a implantação do curso de Tecnólogo em Gestão Agroindustrial, que vai preparar moradores da região para ingressarem como colaboradores da indústria.

HRI Em dezembro de 2009, a Bunge tornou-se controladora de 100% da Usina Moema Participações S.A., a Moema Par, *holding* que possuía uma usina de cana-de-açúcar e participação em outras cinco, no Brasil. A Bunge consolidou a aquisição de cinco usinas do Grupo Moema, com uma capacidade total de moagem de cana-de-açúcar de 13,7 milhões de toneladas. Toda a expansão dos negócios da Bunge no setor de Açúcar & Bioenergia é alinhada com as necessidades de desenvolvimento sustentável aplicadas à empresa no Brasil. Cronogramas de implantação de projetos de sustentabilidade, avaliação de impactos e aprimoramento do tema na unidade de negócio estavam em rápida evolução durante os primeiros meses de 2010. A proposta da Bunge é levar, ao setor de Açúcar & Bioenergia, o mesmo padrão em sustentabilidade que a faz referência na produção de alimentos e no relacionamento com o produtor rural.



Fertilizantes

Líder no setor, a Bunge atua na comercialização de fertilizantes para agricultura, pecuária e floresta, com distribuição em todo o Brasil. Suas marcas, IAP, Manah, Serrana e Ouro Verde, estão entre as mais reconhecidas do público rural e atendem diferentes segmentos. Além de usinas, cooperativas e outros clientes empresariais, as equipes técnicas e comerciais capacitadas têm forte interação com os produtores rurais na questão de melhores práticas e suporte na gestão da propriedade para fertilidade do solo. Em 2009, foram produzidos 5,9 milhões de toneladas de fertilizantes destinados ao produtor rural, volume 2% superior ao exercício de 2008.

Em janeiro de 2010, a Bunge firmou um acordo para que a Vale S.A. assumisse os ativos relacionados à produção de fertilizantes no Brasil. Minas de fosfato e instalações produtivas em Araxá (MG) e Cajati (SP), bem como a participação de 42,3%

na Fosfertil, passam para o controle da Vale. Em função dessa venda, a publicação dos indicadores de sustentabilidade relativos à mineração será descontinuada, não mais fazendo parte das operações da Bunge no Brasil. A atuação no varejo de fertilizantes com as tradicionais marcas é mantida. Essa reestruturação permitirá manter os altos padrões de qualidade, segurança e competitividade que têm pautado a atuação da Bunge, além de manter o forte relacionamento com o público rural.

Bunge América Latina & Caribe

Uma janela aberta para oportunidades de negócios. Assim pode ser definida a operação da Bunge na América Latina, que, desde 2000, concentra a presença de representantes de diferentes partes do mundo em Miami, nos Estados Unidos. Vendas antes feitas isoladamente pelas áreas de Exportação da Bunge para os países da América Latina passaram a ser coordenadas, de forma sinérgica, criando valor para a companhia na região. Trata-se de uma plataforma flexível, que tem como função principal prover os clientes da América Latina com a melhor solução para suas demandas de produtos alimentícios e, com isso, ganhar espaço para as exportações da Bunge, envolvendo os segmentos de Agronegócio, Alimentos & Ingredientes, Açúcar & Bioenergia e Fertilizantes.

Reconhecimento

No ano de 2009, reconhecimentos importantes foram concedidos à Bunge por seu histórico e sua gestão. Como destaque, citamos:

- **Empresa-modelo do Guia Exame de Sustentabilidade:** uma das mais importantes publicações especializadas no cenário nacional, o *Guia Exame* incluiu a Bunge entre as 20 empresas líderes em sustentabilidade, tendo sido a única empresa do seu setor de atuação a constar no guia.
- **TOP 10 em Gestão de Sustentabilidade:** o estudo da renomada consultoria britânica SustainAbility (Global Reporters), em parceria com a FBDS (Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável), posicionou a Bunge entre as dez melhores empresas que reportam a sustentabilidade. Um reconhecimento importante e, também, exclusividade setorial. O prêmio foi concedido em 2009, para o relatório da edição 2008.

- **Melhores Empresas para Você Trabalhar:** as revistas *Exame* e *Você S/A* listaram a Bunge entre as empresas-referência para o mercado de trabalho brasileiro. Além de condições de trabalho, o orgulho e a satisfação dos funcionários colaboraram para esses reconhecimentos.
- **Sourcing Excellence Award:** o exigente mercado europeu premiou os critérios de relacionamento da Bunge com seus fornecedores primários, durante congresso anual de *supply chain*, na Alemanha. Esse reconhecimento é um importante indicador de que a gestão da empresa está propiciando segurança e qualidade aos mercados consumidores de seus produtos.
- **Empresa do Ano – Prêmio Abre** (Associação Brasileira de Embalagens): pelo lançamento da embalagem biodegradável Cyclus e outras ações em sustentabilidade relacionadas à embalagem. Acompanhe a lista completa das 24 premiações recebidas pela Bunge, em 2009, no relatório *online*.



Crescente integração

As iniciativas para aprimorar a troca de informações e o relacionamento com os principais públicos estratégicos

Com o empreendedorismo entre seus valores centrais, a Bunge, presente no Brasil desde 1905, não poderia tornar-se a maior empresa do agronegócio do País sem constante inovação. As modificações em sua estrutura de governança ocorridas em 2010 são mais um passo importante para assegurar a manutenção dessa posição, além dos padrões de qualidade e do respeito à sociedade e ao meio ambiente, seguidos há mais de um século.

A Bunge Brasil passou a ser presidida, em 11 de janeiro de 2010, por Pedro Parente, que já foi ministro-chefe da Casa Civil, ministro do Planejamento e secretário-executivo do Ministério da Fazenda durante o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso. Parente foi também consultor do Fundo Monetário Internacional (FMI), trabalhou no Banco Central do Brasil e no Banco do Brasil e foi presidente dos Conselhos

de Administração da Petrobras e do Banco do Brasil. Formado em Engenharia Elétrica pela Universidade de Brasília, é membro do Centro de Estudos Latino-Americanos da George Washington University.

O CEO da Bunge Brasil reporta-se diretamente a Alberto Weisser, *chairman* e CEO da Bunge Limited.

O Conselho Consultivo, o mais alto órgão de governança da Bunge, continua composto por Alberto Weisser, Alysson Paulinelli, Eliezer Batista da Silva, Mário Alves Barbosa Neto, Oscar de Paula Bernardes Neto, Roberto Teixeira da Costa e Sérgio Roberto Waldrich, reconhecidos por sua capacidade administrativa em diferentes áreas (saiba mais sobre os membros do Conselho no relatório *online*).

O modelo de gestão global da Bunge favorece as decisões locais, privilegiando as características de cada região, de modo a facilitar a tomada de deci-

GOVERNANÇA

sões que sejam benéficas dos pontos de vista econômico, ambiental e social. Para atingir resultados positivos, existem ferramentas de comunicação e reuniões de intercâmbio para divulgar experiências e aperfeiçoar os processos locais.

As metas de sustentabilidade da Bunge integram-se aos objetivos estratégicos da empresa e têm re-

lação 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.

FOTO: PRODUTOR RURAL RAFAEL MARCON



Atuação equilibrada

A Política de Sustentabilidade da Bunge tem o compromisso de promover o desenvolvimento com equilíbrio entre crescimento econômico, responsabilidade social e ambiental. Seu item de maior impacto é a diretriz de que a sustentabilidade esteja atrelada a todos os negócios da empresa. Isso gera reflexões e alinhamento com todas as áreas de atuação. A base da política no Brasil é:

- Associar os objetivos de negócios às questões da responsabilidade socioambiental.
- Procurar ir além do cumprimento

da legislação ambiental.

- Promover a melhoria contínua, com os indicadores de desempenho.
- Investir na formação de parceiros.
- Manter uma postura ética e transparente.
- Gerar valor, empregos, renda e riquezas para as comunidades onde opera.
- Demonstrar responsabilidade social e promover o uso responsável dos recursos naturais.
- Contribuir para o desenvolvimento da cidadania.

A fim de dar maior foco aos principais temas relativos à sua atuação, a Bunge aplica sua Plata-

forma de Sustentabilidade, baseada em quatro pilares essenciais, o que permite melhor controle sobre externalidades e maior dedicação aos assuntos apontados pelas análises de materialidade, elaborada a partir da consulta a seus principais *stakeholders* (veja mais no próximo capítulo).

Conheça a Política Global de Sustentabilidade, a Política de Meio Ambiente e os desdobramentos da Política de Sustentabilidade no Brasil na versão online: www.bunge.com.br/sustentabilidade





Diálogos para a sustentabilidade

Por meio de iniciativas como os Painéis de Stakeholders, a Bunge abre espaço para a troca de informações e experiências com seus diversos públicos

A gestão da sustentabilidade é um processo multilateral e contínuo, e, para a Bunge, deve ser construída progressivamente a partir dos objetivos da companhia e dos interesses da sociedade e dos diversos públicos com os quais ela se relaciona. Uma ferramenta fundamental para a concretização desse objetivo são os Painéis de Stakeholders, realizados mais uma vez pelo grupo, em 2009, em encontros com colaboradores, clientes, instituições financeiras, ONGs, fornecedores e outros parceiros. Nessas reuniões é possível avaliar os mecanismos de gestão da sustentabilidade implantados e a maneira com que essa comunicação e essa estratégia têm sido feitas, a fim de identificar as possibilidades de aprimoramento.

Os temas de interesse e relevância apontados pelos grupos anualmente são analisados pela empresa com o propósito de atualizar a matriz de materialidade, que gera os assuntos reportados no *Relatório de Sustentabilidade* e é objeto de maior atenção na gestão.

Além de abrir espaço para a discussão do tema, a Bunge possui iniciativas de comunicação e relacionamento constantes que possibilitam a troca de informações, experiências e resultados com seus principais públicos. Um exemplo é o Fórum de Sustentabilidade, realizado no dia da entrega do Prêmio Destaque Bunge Agricultor Brasileiro e que reuniu representantes da companhia, do governo e da sociedade civil em torno de um debate sobre produção agrícola responsável e consumo responsável de alimentos.

METAS

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL:

META: aumentar controle sobre áreas relacionadas como utilizadoras de trabalho forçado e não tê-las na cadeia de suprimentos Bunge

Status: foram bloqueados eletronicamente 22 produtores rurais com cadastro de fornecimento na empresa. Meta: manter 100% de controle

META: aumentar controle sobre embargos do Ibama, mantendo a empresa isenta de qualquer produção sobre áreas embargadas

Status: foi implementado controle eletrônico, tal qual já era feito para as questões sociais da produção, com bloqueio de 673 produtores rurais. Meta: manter 100% de controle

META: incrementar ferramentas para sensibilizar produtores sobre questões ambientais

Status: foi lançada cartilha ambiental, em parceria com o Instituto Ambiental do Paraná, pois havia carência nessa importante região produtora, reforçando parceria anterior com o Ministério do Meio Ambiente. Meta: criar nova ferramenta para áreas de expansão agrícola

DIETAS SAUDÁVEIS:

META: estabelecer maior comunicação sobre alimentação saudável para público consumidor

Status: a Bunge lançou um novo Guia de Dietas Saudáveis, com importantes endossos da academia e de especialistas, distribuído ao público geral. Meta: lançar materiais em parceria para continuar difusão dos conceitos

CLIMA:

META: redução das emissões em 1%, com base nos levantamentos de 2008, até 2010

Status: a Bunge Brasil reduziu em 12% suas emissões já até 2009, em razão de melhorias e de queda de produção na área de Alimentos.

META: atingir autossuficiência, até 2012, em madeira de florestas plantadas para uso de matriz energética

Status: ao fim de 2009, esse valor já atingiu 91%, e a perspectiva é de 100% ainda em 2010

META: redução no uso de água em 1%, com base nos levantamentos de 2008, até 2010

Status: a Bunge Brasil reduziu seu consumo de água em 7,7%, já em 2009, em função de melhorias e da queda de produção na área de Alimentos. Oportunidades de redução continuam sendo avaliadas

RESÍDUOS:

META: aumentar, significativamente, a reciclagem de óleo de cozinha usado

Status: a reciclagem aumentou em 80%, com aumento de parcerias e expansão de projetos anteriores. A meta é criar um modelo autossustentável, que permita atingir um patamar de larga escala

META: reduzir, em 5%, os resíduos industriais destinados a aterro, entre 2008 e 2010

Status: o volume de resíduos enviados para aterro teve redução de 44% no Brasil, já em 2009.

Diálogo contínuo

As principais sugestões apresentadas durante o Painel de Stakeholders de 2009 e o encaminhamento dado pela Bunge

Aprimorar a contextualização da sustentabilidade como estratégia de negócios

Logo na carta do presidente, a empresa já demonstra a maior integração da nova estrutura com seus *stakeholders* e o fortalecimento que será possível para as questões sociais e ambientais. A estratégia de negócio passa a ser mais focada em sustentabilidade, e os novos negócios, como explicado nas páginas 20 e 21, têm uma remodelação estratégica focada no tema. A plataforma de sustentabilidade foi retratada, também, com suas devidas interações com a cadeia de valor e a estratégia da empresa.

Cadeia de valor: apontar os gargalos e as inovações

Os capítulos destinados à cadeia de valor ganharam quadro com resumos dos impactos diretos.

Evitar foco na eficiência das operações

Além da abordagem maior às externalidades, o relatório está totalmente enquadrado nos assuntos mais materiais apontados pelos diferentes públicos, o que permitiu redução do volume de páginas no material impresso.

Deve trazer mais externalidades e informar mais sobre atividades além da lei

O formato do relatório foi modificado a fim de que fossem valorizadas as explicações em cada ciclo da cadeia produtiva, com destaque – logo no início – para compromissos voluntários da Bunge.

Trazer mais informações sobre ciclo de vida dos produtos e a questão de transgênicos

A empresa reporta, com ênfase, sua cadeia de valor. Dessa forma, ficam mais claras todas as fases de produção e destinação final de produtos acabados. A questão do posicionamento da empresa sobre transgênicos também ganhou destaque.

Desenvolvimento regional onde a empresa atua

Além dos indicadores sociais completos, bem como parcerias com fornecedores locais e mão de obra regional, a empresa enfatizou os estudos para desenvolvimento regional das novas operações de Açúcar & Bioenergia.

O investimento privado deve demonstrar a estratégia da empresa para reduzir os impactos de suas atividades

Além de a aplicação dos investimentos ter sido ajustada a regiões de expansão das atividades, a Fundação Bunge trabalha sob uma nova proposta, mais alinhada às expectativas dos *stakeholders*.

As demais questões apontadas colaboraram para o formato geral do relatório e, de forma especial, para a melhoria dos processos internos e externos da empresa, aprimorando a gestão e o foco na sustentabilidade.

Do campo até a mesa

Ações promovem o desenvolvimento sustentável em todos os elos da cadeia de valor, da produção agrícola ao consumo de alimentos pela população

Fabricante de fertilizantes, alimentos e etanol, a Bunge entende que a sustentabilidade deve estar presente em todos os elos da cadeia de valor, que começa com a produção agrícola em todas as regiões do País e vai até o consumo de alimentos pela população.

A Plataforma de Sustentabilidade da Bunge permite que a empresa leve esse conceito para a prática,

com ações concretas para conscientizar fornecedores e clientes, investir em inovação e pesquisas, oferecer produtos seguros e saudáveis, reduzir as emissões de gases causadores de efeito estufa e concentrar esforços para que o crescimento econômico se mantenha equilibrado, com o respeito ao meio ambiente e à justiça social.

Entenda a Plataforma de Sustentabilidade

A Plataforma de Sustentabilidade da Bunge é um esforço global do grupo para que seu desempenho seja aprimorado em quatro frentes principais: Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Redução de Resíduos. Construída com o auxílio de consultorias especializadas

e do diálogo com a sociedade, ela permite à empresa ter melhor controle sobre externalidades e maior dedicação aos assuntos apontados pelas análises de materialidade, elaboradas a partir da consulta e da identificação das demandas de seus principais *stakeholders*.



Na agricultura, uma das atividades humanas de maior interação ambiental, a Bunge deve sensibilizar os produtores rurais e auxiliá-los em sua capacitação para que produzam de modo a diminuir os impactos ambientais e maximizar o desempenho no uso de recursos naturais.



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, dentro do conceito de dietas saudáveis.

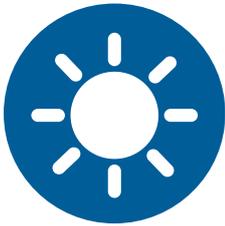


As mudanças climáticas e o risco do aquecimento global podem trazer impactos significativos para a produção de alimentos em todo o mundo e, por isso, a Bunge considera esse um fator-chave para suas análises em sustentabilidade.



A empresa, além disso, tem desenvolvido mecanismos para reduzir os resíduos gerados nos processos industriais e ampliar o uso racional de água e de outros recursos não renováveis no gerenciamento de sua eficiência operacional.

Efeitos Climáticos



A área total disponível para cultivo de alimentos no planeta é pequena e, por isso, a utilização de fertilizantes para aumentar a produtividade é fundamental. A Bunge inicia sua atuação por meio da

produção segura de fertilizantes, seguindo padrões rígidos de qualidade e buscando a maior eficiência no consumo de energia e água e no controle das emissões. O pilar de Efeitos Climáticos da Plataforma de Sustentabilidade permite à Bunge maior agilidade no aprimoramento de sua gestão.

AÇÕES DA BUNGE

- Investimento na geração de energia a partir de fontes renováveis.

- Cerca de **90%** da biomassa utilizada provém de fontes renováveis. Isso antecipa o cumprimento da meta, estabelecida para 2012, de **100%** de autossuficiência em biomassa renovável para uso na empresa.

- Aperfeiçoamento dos processos industriais para redução do consumo de energia nas unidades.

EC2

Não existem comprovações científicas que permitam totalmente afirmar que o recente aumento das chuvas nas regiões Sul e Sudeste do Brasil seja uma consequência do aquecimento global. Contudo, com base nos estudos apresentados até agora, é possível presumir que o aumento dos gases causadores de efeito estufa na atmosfera pode causar alterações climáticas significativas, como estações mais chuvosas.

IMPACTOS NA CADEIA DE VALOR

- **10,9 milhões** de GJoules produzidos a partir de biomassa renovável, gerando energia mais limpa.
- Redução de **12%** de emissão de gases de efeito estufa.
- A Bunge promove, ativamente, projetos relacionados a MDL – Mecanismos de Desenvolvimento Limpo e redução de emissões de gases de efeito estufa na cadeia produtiva e de outros parceiros. Vários projetos fomentados continuarão ativos além da vigência atual do Protocolo de Kyoto e, em 2009, tais projetos propiciaram a **redução de 250 mil toneladas de carbono** no ambiente. Esse valor representa **73%** do valor das emissões da Bunge no Brasil.

Com foco em biomassa renovável, madeiras de desmatamentos, ainda que totalmente legais, não mais serão usadas pela Bunge.

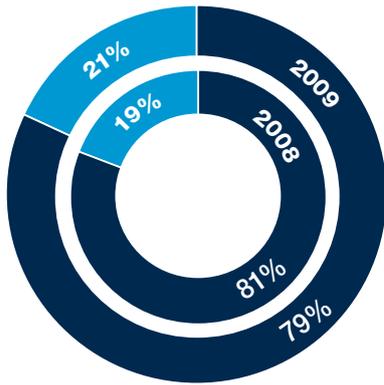
- **1.301.669,61** de GJoules de energia economizada.

A Bunge entende que esse fenômeno pode trazer fortes modificações, no longo prazo, para o agronegócio e para toda a sociedade, o que pode mudar o desempenho das culturas agrícolas no território brasileiro. Um estudo recente da Embrapa aponta para a possível mudança de aptidão agrícola de algumas regiões e, assim, um dos focos de atuação da empresa está voltado para a compreensão e a conscientização dos efeitos climáticos.

Investimentos na unidade Rio Grande

Os investimentos realizados pela Bunge na unidade produtora de fertilizantes de Rio Grande (RS) são um exemplo da aplicação da Política de Sustentabilidade. Foi implantado um novo sistema de recirculação e reúso do efluente líquido, o que melhorou a qualidade dos corpos hídricos da região. O combustível utilizado passou a ser o cavaco de lenha, uma fonte renovável cuja contribuição para emissões de gases de efeito estufa é **significativamente** menor do que a dos combustíveis fósseis utilizados anteriormente. Além disso, a planta agora conta um novo sistema lavador de gases, que diminui a emissão de material particulado e melhora a condição atmosférica.

EN3 Consumo de energia direta



■ Energia renovável ■ Energia não renovável

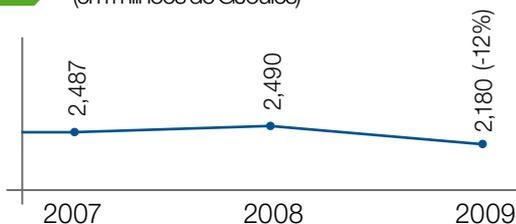
Total 2008 15,5 milhões de GJoules

Total 2009 13,9 milhões de GJoules

A queda de produção na área de Alimentos, a que mais consome energia renovável, influenciou na variação da participação desse tipo de energia no período.

EN4 Consumo de energia indireta

(em milhões de GJoules)



EN10 Água reciclada e reutilizada

Consumo total de água

2008 - **90,2 milhões de m³**

2009 - **83,2 milhões de m³**

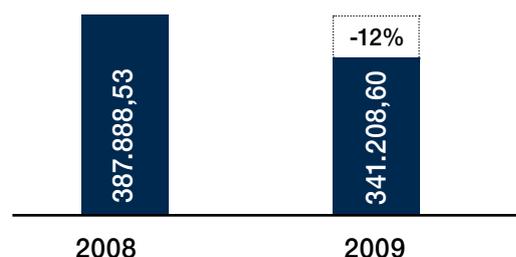
Porcentagem de água reciclada/reutilizada

2008 - **50,2%**

2009 - **54,6%**

EN16 Emissões de gases de efeito estufa

Emissões diretas e indiretas (Escopos I e II)



O cálculo do volume de emissões de gases foi feito com base na ferramenta GHG Protocol, desenvolvida pelo WRI World Resources Institute e pelo WBCSD World Business Council for Sustainable Development (www.ghgprotocol.org). A redução de emissões ocorreu em razão de melhorias e também pela queda de produção na área de Alimentos.

29,5%

da energia consumida pela Bunge em 2009 foi de geração própria*

* Total de energia gerada por vapor do ácido sulfúrico sobre o total de energia elétrica comprada. **A partir de 2013, com produção de energia pelas usinas de açúcar e etanol, estima-se que a geração irá superar a necessidade de energia elétrica para todas as operações no Brasil**

EN8 Captação de água



A redução do consumo de água ocorreu principalmente em função da queda de produção na área de Alimentos.

EN5 Energia economizada por melhorias em conservação e eficiência

Total (GJoules) - 1.301.669,61

A economia obtida é resultado da otimização do uso de energia para geração de calor e vapor, bem como do uso mais eficiente de maquinários e equipamentos elétricos.

EN6 Em 2009, cerca de **91%** da energia consumida nas unidades de produção de alimentos proveio da biomassa (resíduos de madeira, bagaço de cana-de-açúcar e palha de arroz, entre outros itens). Em relação ao ano anterior, houve queda de dois pontos percentuais na participação da energia gerada por biomassa, em função da redução da produção industrial. Em Fertilizantes, não houve redução significativa na participação da energia proveniente de biomassa.

A quantidade de energia economizada em 2009 representa

10%

do consumo total da companhia

Semente da sustentabilidade

AÇÕES DA BUNGE

- Incentivo à pesquisa de melhores práticas no cultivo.
- Em 2009, foram realizados **430 eventos** de educação e capacitação – fóruns, palestras, *workshops* e visitas técnicas, entre outros.

- Participação no Steering Committee e *benchmarking* da Natural Value Initiative, iniciativa da Unep/ONY com a ONG Fauna & Flora International na criação de ferramenta para avaliação dos impactos da cadeia produtiva sobre a biodiversidade.

- Checklist de Sustentabilidade, aplicado a todos os fornecedores que recebem financiamento.
- Reconhecimento das boas práticas sustentáveis no campo por meio de prêmios.

- A empresa avalia as informações em sustentabilidade de fornecedores primários e não adquire produção originada em áreas de desmatamento irregular (Ibama), tampouco de fazendas listadas pelo uso de trabalho análogo ao escravo, e conta com sistemas de bloqueios automáticos que impedem a realização de negócios com tais fornecedores.
- Exigência, por meio de cláusulas contratuais, do cumprimento da legislação ambiental e trabalhista por parte dos fornecedores.

- Combate ao desmatamento e incentivo às melhores práticas.

IMPACTOS NA CADEIA DE VALOR

- Capacitação e aperfeiçoamento dos produtores agrícolas.
- *Workshop* com consultores agrícolas: profissionais liberais que discutem, criticam e aplicam os conceitos de sustentabilidade difundidos pela Bunge a um grande número de produtores rurais, multiplicando os esforços no tema.
- Foram beneficiados **80 mil produtores**.

- Criação de ferramenta para investidores avaliarem a gestão sobre biodiversidade, as oportunidades e os riscos de serviços ambientais em empresas com cadeia de suprimento agrícola.

- Premiação de **15 produtores** brasileiros em diferentes categorias do Prêmio Destaque Bunge Agricultor Brasileiro.
- Divulgação e incentivo para que outros produtores adotem as boas práticas premiadas.
- Mais de **13 mil** produtores agrícolas venderam suas produções à Bunge.

- **700** fornecedores tornaram-se inativos por descredenciamento em decorrência de questões ambientais e trabalhistas em suas propriedades.
- Nos casos de financiamento, a Bunge pode acompanhar a evolução em sustentabilidade de seus fornecedores por pontuação no *checklist* de sustentabilidade, gerando melhor conhecimento das necessidades de aprimoramento, de forma individual.

- Participação ativa na Moratória da Soja, que inibe o plantio em áreas desmatadas do bioma Amazônico, após julho de 2006.
- Parceria com a Embrapa no programa Integração Agricultura-Pecuária-Floresta, permitindo que sejam avaliados os melhores sistemas de geração de renda, produtividade e diversificação da propriedade rural sem a necessidade de abertura de novas áreas. Para os anos de 2008, 2009 e 2010, a Bunge tem contrato de **R\$ 2,5 milhões** de investimentos na Embrapa com esses fins.



Com o pilar Agricultura Sustentável, a Bunge coloca o foco no produtor rural, promovendo sua sensibilização e capacitação para as melhores práticas agrícolas e exercendo rígido controle para fortalecer esse

que é o primeiro e mais sensível elo da cadeia de valor.

Para garantir uma produção mais responsável no campo, a Bunge desenvolve uma abordagem em quatro etapas, já consolidada e reconhecida no mercado por meio de premiação e estudo de casos por entidades acadêmicas:

1) **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.

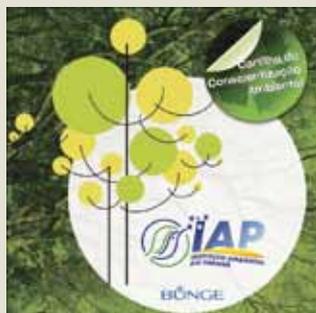
Uma das maneiras de a Bunge contribuir para o aperfeiçoamento da agricultura é o patrocínio ao programa **Lavouras do Brasil**, um *reality show* exibido pela emissora de TV a cabo **Canal Rural** que monitora, 24 horas por dia, quatro lavouras, em diferentes regiões do Brasil. O trabalho, desenvolvido em parceria com a **Embrapa**, resultará em análises semanais do desenvolvimento da safra, divulgação das melhores práticas e dicas de especialistas.

2) **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.

Em 2009, foram realizados **430 eventos**, com diversas finalidades técnicas, para os produtores, permitindo que os conceitos da agricultura sustentável fossem diretamente abordados e levados ao uso nas propriedades.

A Bunge elaborou, em parceria com o **Instituto Ambiental do Paraná**, uma cartilha para conscientização e capacitação dos produtores daquele estado a respeito de legislação, particularidades ambientais locais e melhores práticas.

A parceria permitirá, no decorrer de 2010, que um grande universo de produtores locais entenda as necessidades de um dos principais estados produtores do Brasil, promovendo maior adesão



à legislação ambiental, qualidade da produção e preservação da natureza. Trata-se de uma ação importante, que deve atingir **20.000 produtores** de diversos níveis tecnológicos, com eventos de lançamento e distribuição conjunta no decorrer de 2010.

3) **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.

Para incentivar produtores agrícolas a adotarem práticas sustentáveis na produção, a Bunge promove o **Prêmio Destaque Bunge Agricultor Brasileiro**. Ao todo, **15 profissionais**, dos estados do Ceará, Bahia, Maranhão, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo foram premiados, em seis categorias: Sustentabilidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Parceria, Inovação e Produtividade. Conheça os vencedores do prêmio no relatório *online*.



4) **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 interrupção do fornecimento de fertilizantes. Os últimos levantamentos dos sistemas de bloqueio indicam que **673 fornecedores** Bunge estão suspensos, por irregularidades ambientais perante o Ibama, e que **22 fornecedores** agrícolas não podem mais fazer negócios com a Bunge, por desrespeito ao pacto voluntário contra condições de trabalho degradante nas propriedades. Assim, a Bunge garante que a produção agrícola de áreas com sérias não conformidades ambientais ou trabalhistas não entre em nossa cadeia produtiva.

Promovendo a sustentabilidade no setor sucroalcooleiro

Aperfeiçoar a produção agrícola é o primeiro passo para a construção de uma cadeia de alimentos sustentável. A expansão da companhia na área de Açúcar & Bioenergia, com a operação de usinas em São Paulo, Minas Gerais, Tocantins e Mato Grosso do Sul, levou a Bunge a aumentar sua preocupação em disseminar conceitos e práticas da sustentabilidade para o setor, bem como entender melhor suas particularidades.

No início de 2009, representantes de dez usinas estiveram reunidos em um *workshop*, promovido pela Bunge na cidade de Ribeirão Preto (SP), para debater os desafios setoriais e a necessidade de agregar valor à produção. Especialistas da Universidade de São Paulo (USP) abordaram temas como a importância da sustentabilidade para o mercado de etanol, apresentando indicadores e os desafios existentes. Já os representantes da certificadora internacional SGS trataram das principais tendências internacionais de certificação, dos riscos de barreiras não tarifárias e dos diferenciais do mercado brasileiro.

A Bunge também aderiu ao compromisso proposto pelo Governo Federal para aperfeiçoar as condições de trabalho no setor canavieiro. As principais diretrizes dizem respeito a medidas para garantir a saúde e a segurança dos trabalhadores, assim como para a contratação direta dos profissionais, premissas que já faziam parte da política do grupo (saiba mais sobre o acordo no relatório *online*).



Para avaliar diretamente os desafios do setor, a empresa participou de painéis de *stakeholders* de outras usinas, colaborando na gestão setorial e aproveitando o conhecimento gerado para avaliar suas próprias atividades emergentes. Além de aplicar a política de sustentabilidade em seus negócios de Açúcar & Bioenergia, aumentando o padrão de governança no setor, a Bunge promove um **desdobramento especial de sua política**, aplicada especificamente nesse negócio. Durante o ano de 2010, estão em andamento no negócio todos os acompanhamentos e critérios aplicados pela empresa às suas operações, incrementando o que já vinha sendo feito até então pelas empresas operantes e recentemente adquiridas. A Bunge criou, também, um **Comitê de Sustentabili-**

Política de Sustentabilidade aplicada ao negócio de Açúcar & Bioenergia

- Adequação das operações próprias e de fornecedores ao código florestal vigente.
- Uso das mais modernas tecnologias operacionais.
- Análise de impacto socioambiental das operações.
- Respeito, para toda a cadeia de fornecimento e operações próprias, ao zoneamento agrícola oficial.
- Valorização de mão de obra local e repúdio a práticas de trabalho inseguro ou penoso, exploração de mão de obra infantil e situações análogas ao trabalho escravo na cadeia de fornecimento.
- Implantação de comitê de segurança e gestão de crise para as operações.
- Estimular a capacitação dos funcionários.
- Buscar promover centros de educação ambiental.
- Maximização da utilização de fontes alternativas de energia, derivadas da biomassa do bagaço, da palha e da cogeração de energia elétrica.
- Promoção da rastreabilidade da produção.
- Contratos com fornecedores devem ter cláusulas de respeito ambiental e social.
- Incentivo ao protagonismo social, pela prática da cidadania corporativa.



dade específico para o negócio de Açúcar & Bioenergia. O comitê busca não apenas a excelência nas operações internas, mas também no relacionamento com fornecedores agrícolas e no manejo das plantações, a fim de que a agricultura sustentável seja um pilar mestre para o negócio. Assim, grupos de trabalho e ações dirigidas tornam possível a expansão da área sobre bases sólidas e com segurança em toda a cadeia produtiva.

Com a recente expansão dos negócios, por meio da aquisição de cinco usinas do Grupo Moema, a Bunge enfrenta o desafio de levar ao setor de Açúcar & Bioenergia a experiência na gestão em sustentabilidade acumulada em outras cadeias produtivas do agronegócio. Para tanto, a empresa implementou um profundo processo de **análise e diagnóstico de todas as fragilidades** do sistema, com o auxílio de auditoria realizada por empresa especializada. Assim, os principais temas de relevância, conforme avaliado por *benchmarking* setorial, bem como pelo estudo minucioso das práticas do segmento, puderam ser enquadrados em análise de riscos em sustentabilidade. Com isso, o mapeamento completo das necessidades de melhoria pôde ser realizado, criando planos de ação por unidade produtora em todas as oito usinas da Bunge.

Entre os principais pontos trabalhados está a **revisão dos contratos** e das relações comerciais com fornecedores, incluindo **novas cláusulas, que promovam maior respeito à legislação ambiental e aos direitos humanos**. Ainda que o setor tenha evoluído nos últimos anos, a Bunge busca incrementar as ferramentas de governança, para atingir um patamar de excelência que se diferencie perante as principais diretivas internacionais estudadas para agricultura sustentável e produção de biocombustíveis. O foco é criar um diferencial competitivo, baseado na gestão em sustentabilidade.

As lideranças das usinas também estão envolvidas no processo, por meio de treinamentos abrangentes, rodas de discussões, **estabelecimento de metas operacionais e readequação aos negócios** quando qualquer

divergência é encontrada. Além da melhor compreensão sobre as necessidades, a nova forma de atuar no setor é um reforço ao aprendizado e aprimoramento aos novos processos: a Bunge promove consultas públicas, interagindo com as comunidades e outros públicos de interesse em suas operações, a fim de identificar ações necessárias para gerar riqueza compartilhada nos locais onde atua. Dessa forma, a empresa evita o assistencialismo e investe em parcerias e projetos sustentáveis. A realização do **Workshop de Sustentabilidade**, com participação de vários setores (academia, investidores, certificadores, associações e representantes da sociedade civil), foi outro marco para o **aprimoramento da gestão e o alinhamento estratégico** para os negócios.

Desde que optou por participar ativamente do setor sucroalcooleiro, a empresa empenha-se na **disseminação de boas práticas em suas novas operações, parceiros e fornecedores**, ainda que isso represente uma ruptura com o modelo anterior vigente no segmento: atenção especial tem sido dada à questão de Reserva Ambiental Legal, Áreas de Proteção Ambiental Permanente, Condições de Trabalho Degradante, Desmatamentos Indiretos e questões de demarcação de terras indígenas.

Como destaque, podemos citar:

- a participação no **Plano de Desenvolvimento do Tocantins**, com ênfase em Pedro Afonso, em parceria com o governo local e com suporte da Fundação Dom Cabral, no qual comunidade e empresa alinham os papéis e deveres de cada um;
- **aquisição de 30.000 hectares para preservação ambiental** naquele estado, somando quantidade maior que a necessidade de reservas legais, a fim de criar um legado de biodiversidade às gerações futuras;
- **rompimento de contrato com fornecedores** em descumprimento à legislação trabalhista nos estados de São Paulo e Minas Gerais;
- estudo, no Ministério Público, de **soluções para necessidades indígenas** sob influência direta ou indireta de operações no Mato Grosso do Sul, a fim de fortalecer o desenvolvimento sustentável a todas as etnias e populações.

Considerando a GRI como importante ferramenta de gestão, a Bunge está implementando tais indicadores também no segmento de Açúcar & Bioenergia, o que promove melhor governança, avaliação de riscos e alinhamento com as demais unidades de negócio da empresa no Brasil. Assim, a sustentabilidade se fortalece, na prática, como forma de gerir o negócio e suas externalidades, trazendo retornos financeiros e responsabilidade socioambiental.

Moratória da Soja

A Moratória da Soja, acordo pelo qual os signatários se comprometeram a não adquirir grãos de soja produzidos em áreas desmatadas após a assinatura do termo, foi firmado em 2006 e já renovado por duas vezes. Está renovado até 2011, já tendo recebido endosso do Ministério do Meio Ambiente, sendo um compromisso que vai além do que prevê a legislação vigente.

O mais recente levantamento, finalizado em 2010, mostrou soja presente em apenas 0,25% das novas áreas desmatadas no triênio 2007/2008/2009. Essa quantidade de soja representa 0,027% da produção nacional, e a Bunge trabalhou, juntamente com as outras empresas compromissadas com a moratória, para impedir que tal produção entre em sua cadeia produtiva. Cinco produtores rurais foram bloqueados nos cadastros da Bunge por conta do descumprimento da Moratória da Soja. O monitoramento das áreas torna-se, contudo, muito complexo e extenso, sendo que o grupo de trabalho, composto por ONGs, associações e empresas, está identificando uma nova forma de condução dos estudos, a fim de torná-los mais práticos.

Além disso, como a moratória não tem caráter permanente, a Bunge defende o estabelecimento de critérios nacionais que permitam um sistema de verificação voluntária, cujos resultados poderão ir além dos já obtidos pelo acordo.



Informações sobre a cultura da soja, dicas e esclarecimentos podem ser acessadas no site: www.canalrural.com.br/lavourasdobrasil



PR9

A produção de fertilizantes pagou, em 2009, um total de R\$ 702.474,00 em multas ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), devido a divergências nos teores de nutrientes encontrados em amostragens realizadas. Foi pago também

o total de R\$ 66.672,00 ao Inmetro, referentes a não conformidades em embalagens. Os processos industriais foram prontamente aprimorados para identificação desses casos isolados, e o controle foi incrementado para não mais permitir tal situação.

80 mil

produtores rurais envolvidos no relacionamento com a empresa



PR5/PR6

Para os consumidores de fertilizantes, é realizada pesquisa verificando o nível de satisfação dos clientes por meio da metodologia Net Promoter Score (NPS), que calcula o balanço entre clientes promotores (que promovem os produtos/serviços da empresa) e detratores (que não recomendam os produtos/serviços da empresa). A pesquisa referente a 2009 mostra que, em todas as marcas de fertilizantes comercializadas pela Bun-

ge, o número de clientes promotores é superior ao de clientes detratores, por índices que variam de 16 a 47 pontos percentuais.

Existe também uma sistemática interna para o registro de todas as manifestações. As reclamações são tratadas por meio de ações corretivas no Sistema de Gestão da Qualidade da empresa.

A Bunge é membro do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).

PRI

Na produção de fertilizantes, todas as matérias-primas e todos os produtos expedidos são analisados para monitoramento do nível de contaminantes, além de rígidos critérios de qualidade que garantam boas condições aos produtos. Em 2009, como no ano

anterior, quatro produtos da marca Ouro Verde receberam o selo do Instituto Biodinâmico (IBD) de produtos orgânicos: Fosfato Natural Reativo – BG 4, Fosfato Natural Reativo – Arad, Sulfato de Potássio e Sulfato de Magnésio – Kieserita.



Pesquisa e inovação para uma vida saudável



Oferecer alimentos seguros e saudáveis para o consumo é um ponto estratégico de atuação da Bunge na cadeia produtiva. Em 2009, a empresa passou a integrar a Rede de Inovação de Biscoitos,

iniciativa que reúne fabricantes do Brasil, o Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital) e a Associação Nacional das Indústrias de Biscoitos. Nesse segmento, a Bunge atua como fornecedora de farinhas, gorduras e outros insumos usados na fabricação. Entre os temas discutidos na rede estão saudabilidade, sustentabilidade,

AÇÕES DA BUNGE

- Apoio a organizações e formação de parcerias para disseminar o conhecimento sobre sustentabilidade, como consumo consciente e hábitos saudáveis.
- Realização de pesquisas contínuas para identificar necessidades dos clientes e oportunidades de melhoria.

- Lançamento do **Guia Bunge de Dietas Saudáveis**.

- Atuação no **Ipas** (Iniciativa Pró-Alimento Saudável) como estratégia de sensibilização e educação dos consumidores e da cadeia produtiva.

- Controle e identificação nos rótulos de alimentos com origem direta de grãos que possam conter transgênia.

IMPACTOS NA CADEIA DE VALOR

- Patrocínio à pesquisa do Instituto Akatu abordando os “**Estilos Sustentáveis de Vida**” e gerando informação para desenvolver produtos e serviços voltados ao público jovem.

- Incentivo à adoção de hábitos e atitudes saudáveis por parte dos consumidores.

- Envolvimento de outros atores da cadeia e união de esforços na busca pelo crescimento sustentável.

- Acesso dos consumidores a informações sobre a origem dos produtos e a gestão da Bunge.

novos processos de fabricação e novas tecnologias.

Durante a feira Health Ingredients South America Summit 2009, realizada em junho, em São Paulo, a Bunge lançou sua nova linha de produtos com a identificação “Low Trans Low Sat”, com teor reduzido de gorduras trans e saturadas, para atender a indústria de alimentos. Indicados principalmente para a produção industrial de massas para biscoito, sorvetes e massas instantâneas, os novos produtos permitem satisfazer as exigências de consumi-

dores finais que buscam alimentos mais saudáveis, bem como colocam a empresa na vanguarda de mudanças que devem ocorrer no marco regulatório.

A nova linha é resultado de pesquisas que começaram a ser realizadas em 2008, com o auxílio de universidades, que abasteceram os profissionais da Bunge com informações técnicas e científicas. Todos os produtos desse segmento são identificados pelo selo “Gorduras Low Trans Low Sat Bunge – Uma escolha mais saudável”.

PRI/PR2

A Bunge se baseia nas normas legais aplicáveis e nas melhores práticas para adotar procedimentos relativos à verificação da conformidade de cada matéria-prima e insumo (ingrediente, aditivo, embalagem etc.). A segurança e a saúde do consumidor são aspectos considerados na concepção e no desenvolvimento do produto, que deve ser da melhor qualidade e adequado para as aplicações indicadas.

Em 2009, não houve casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos na saúde e na segurança causados por produtos durante seu ciclo de vida.

PR3

Todos os produtos fabricados pela Bunge seguem as regulamentações estabelecidas, principalmente, pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), pelo Ministério da Justiça e pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro). Essas normas disciplinam as informações obrigatórias que devem constar nos rótulos dos produtos, como composição, informações nutricionais, condições de conservação, prazo de validade, modo de preparo e consumo e materiais que compõem a embalagem.

PR9

No que se refere a não conformidades relativas ao fornecimento e uso de produtos e serviços, a área de Alimentos recebeu 55 autuações do Inmetro, que geraram multas no total de R\$ 201.000,00. Houve 23 multas, totalizando R\$ 145.000,00 referentes a não conformidades relativas a requisitos de classificação de produtos. Essas situações promoveram uma reanálise nos processos, a fim de que tais ocorrências não se repitam.



Informação para o consumidor

Com foco no interesse do consumidor final, a Bunge elaborou, em 2009, o *Guia Bunge de Dietas Saudáveis*. O material, avaliado pela Sociedade Brasileira de Cardiologia, pela Associação Brasileira de Nutrologia, pelo Serviço de Informação da Carne e por diversos profissionais renomados em nutrição, traz informações importantes sobre como se alimentar corretamente, a função dos diferentes nutrientes, proteínas, gorduras e outros. O guia auxilia o consumidor a procurar equilíbrio na alimentação e a compreender as informações de rótulos e as tendências dos mercados, além de ajudar no entendimento de casos de alimentação especial e fora de casa. Além disso, receitas práticas e fáceis colaboram para que toda a teoria apresentada seja executada no dia a dia. A Bunge iniciou a distribuição do material durante o ano de 2010, pela área de *marketing* de consumo.

Alimentos transgênicos

A preocupação legítima da sociedade com a produção e o consumo de alimentos transgênicos é um dos pontos focais de atuação do pilar Dietas Saudáveis da Plataforma de Sustentabilidade da Bunge. A empresa é uma referência nacional no relacionamento com produtores de transgênicos, com processos e critérios rigorosos de segregação, quando contratada para tal, e estrito cumprimento das legislações locais.

Em junho de 2009, a unidade de Luís Eduardo Magalhães, na Bahia, foi novamente indicada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para receber a visita de representantes da Comunidade Europeia interessados em conhecer a procedência e os padrões de segurança dos produtos que abastecem aquele continente, uma demonstração clara de que os padrões adotados pela Bunge não apenas são importantes para a imagem do País, mas também relevantes e

validados por um dos mercados mais exigentes do mundo.

A Bunge também possui equipes para acompanhar o desenvolvimento de pesquisas sobre a utilização de transgênicos. Nos estudos, realizados há pelo menos duas décadas, não existem evidências de que esse tipo de alimento, já disponível no mercado, ofereça algum risco para a saúde humana.

A legislação brasileira autoriza a comercialização de produtos com componente transgênico e estabelece que a embalagem deve trazer essa informação quando a quantidade de componentes transgênicos na formulação do produto for superior a 1%. Apesar de as linhas de óleos de soja produzidas pela Bunge não conterem componentes transgênicos ou estarem abaixo desse limite, a empresa traz, por liberalidade, a informação sobre transgenia em seus rótulos, por se tratar de produtos produzidos diretamente de soja.

Mais perto das padarias

As panificadoras e confeitarias de todo o Brasil representam um público importante para a Bunge, que desenvolve ações de relacionamento e aproximação com esses clientes. Iniciativas como o **site Padaria Bunge** (www.padariabunge.com.br) e a revista **Bunge com Você** são canais de comunicação que contribuem para aperfeiçoar a gestão, ampliar o conhecimento sobre o mercado e disseminar o conhecimento sobre o tema da sustentabilidade.

Outra ação de relacionamento importante é a **Copa Bunge de Panificação**, realizada em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip). A terceira edição, cujos vencedores foram premiados em julho de 2009, bateu o recorde de inscrições, com **mais de 6 mil receitas de pães e doces** enviadas para a **categoria Talentos**. A **categoria Graduados**, destinada a estudantes, recebeu cerca de **200 inscrições**.

Satisfação do cliente

Entender a demanda de seus clientes e responder a elas com agilidade é uma das condições para o êxito dos negócios da Bunge. Essa capacidade envolve ferramentas adequadas de pesquisa e gestão, comprometimento das equipes internas, treinamento e investimentos em novos produtos e serviços. As iniciativas adotadas pela companhia visam também conscientizar os consumidores sobre a importância de inserir e praticar a sustentabilidade no cotidiano.





Foco no cliente, na prática

Uma equipe de profissionais de vendas, *marketing* e comercial da área de Ingredientes da Bunge passou por um treinamento de três dias em lojas da rede de lanchonetes McDonald's, nas cidades de Camboriú (SC) e São Paulo. O objetivo foi entender o sistema operacional do cliente e suas necessidades, para que a empresa possa oferecer propostas de produtos e serviços melhores.

PR5 A NPS (Net Promoter Score) é a principal ferramenta para medir o grau de satisfação dos clientes da Bunge, que utiliza os resultados como um guia para adotar as melhorias necessárias. As informações geradas no atendimento aos consumidores (especialmente por meio do **SAC**) e aos clientes (pelo **Sabe, o Serviço de Atendimento Bunge Especialistas**) geram relatórios sobre as principais dificuldades e insatisfações. Os resultados indicam, de modo geral, que os clientes da Bunge estão satisfeitos em termos da qualidade, dos prazos de entrega e dos preços praticados.

70.154

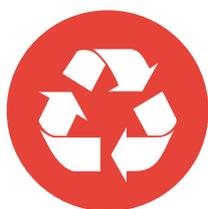
consumidores e clientes atendidos por meio dos canais de comunicação

EN28

Em 2009, a área de Alimentos não recebeu multas, nem em processos administrativos nem em judiciais, envolvendo questões ambientais que impusessem o pagamento de qualquer valor.



O elo final da cadeia



Para reduzir os impactos ambientais decorrentes da utilização de seus produtos, o último elo da cadeia de valor, a Bunge se apoia no pilar Redução de Resíduos, desenvolvido em sua Plataforma

de Sustentabilidade. Dessa maneira, a companhia busca assegurar que seus resíduos industriais tenham o encaminhamento correto, investe no aperfeiçoamento das embalagens e promove a conscientização dos consumidores finais para o descarte adequado das embalagens.

AÇÕES DA BUNGE

- Formação de parcerias com organizações para coleta de resíduos, como o programa Soya Recicla.

- Investimento em campanhas educativas para os consumidores.

- Rígido controle do descarte de resíduos decorrentes dos processos industriais.

- Desenvolvimento de embalagens com menor quantidade de matéria-prima e com material biodegradável.

IMPACTOS NA CADEIA DE VALOR

- **185** mil litros de óleo coletado e incentivo para o envolvimento de outros atores da cadeia (supermercados, padarias, ONGs etc.).

- Disseminação do tema da sustentabilidade e educação dos consumidores finais.

- Dos resíduos perigosos decorrentes da atividade de produção em 2009, **59%** foram reciclados e **38%** foram reutilizados. Dos resíduos não perigosos, **99,2%** foram reutilizados e **0,7%** foi reciclado.

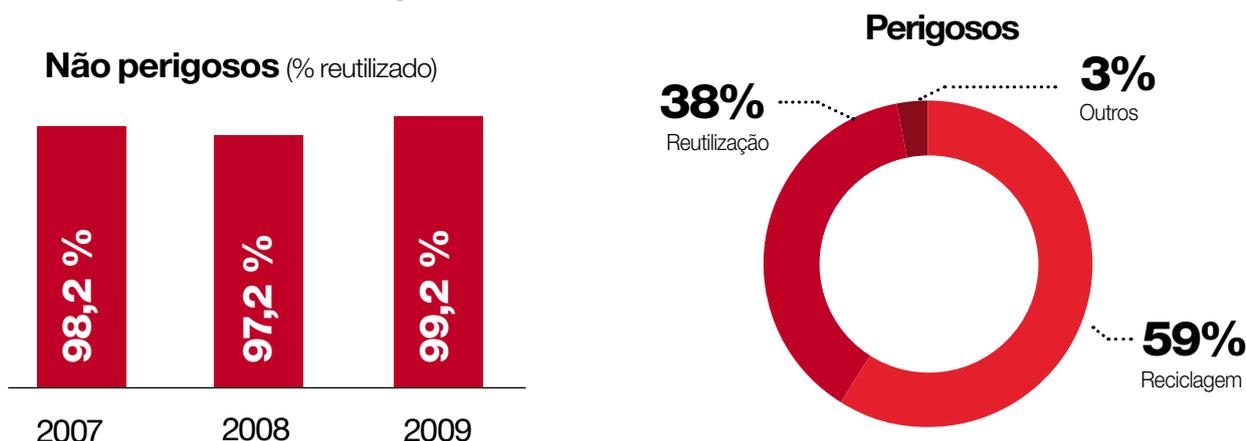
- Uso de **25 toneladas** de material biodegradável para embalagens.
- Redução de **14%** no consumo de PET para fabricação de embalagens.

O destino correto de resíduos de insumos e embalagens do produto representa o ponto final de uma atuação sustentável na cadeia de valor. A Bunge atua nessa área com os mais rígidos controles internos de sua produção e a adequação para evitar danos ambientais.

Um dos grandes desafios para a sustentabilidade, porém, está na conscientização dos consumidores finais no

que diz respeito à destinação correta de embalagens e demais resíduos originados após a utilização dos produtos. Por isso, a Bunge atua em diversos programas de educação e reciclagem, em parceria com organizações não governamentais. Além disso, investe no aperfeiçoamento de suas embalagens com materiais biodegradáveis, que reduzem o impacto no meio ambiente após o descarte.

Métodos de disposição dos resíduos



EN22 Peso dos resíduos (em toneladas)

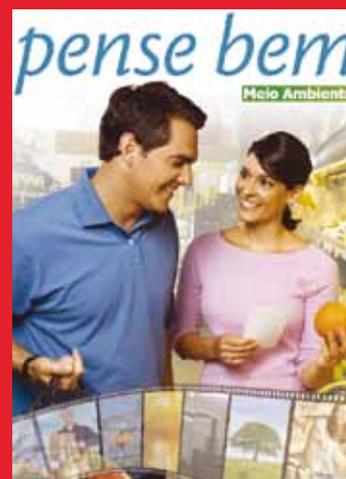
	2007	2008	2009
Resíduos não perigosos	2.184.712,59	2.364.086,60	2.530.244,79
Resíduos perigosos	9.440,37	2.461,03	21.577,16
Total	2.194.152,96	2.366.547,63	2.551.821,95

Educação para o consumidor

A Bunge é um dos membros fundadores da Iniciativa Pró-Alimento Saudável, Ipas, ação que busca inovar e produzir impactos relevantes a favor da sustentabilidade na cadeia do agronegócio. Em 2009, o grupo de trabalho responsável pelos esforços voltados para o consumidor produziu uma cartilha que aborda a correta destinação de resíduos, como fazer uma horta, como evitar o desperdício de plásticos, água e energia e o conceito de 5 Rs (reduzir, repensar, reciclar, reutilizar e reaproveitar). A cartilha foi lançada em oficinas práticas da rede de supermercados Carrefour.

O Ipas nasceu em 2007 e, além da Bunge, são membros fundadores Organics Brasil, Sadia, Carrefour, Escola de Marketing Industrial, Klabin, Pensa/USP, Sociedade Rural Brasileira, The Nature Conservancy e Nestlé.

Além da linha de atuação voltada para o consumidor, o Ipas desenvolve ações em outras quatro frentes: desperdício de alimentos, fornecedores, atividade de campo e integração da cadeia.



EN30 Investimentos em proteção ambiental (em R\$)

	2008	2009
Tratamento e redução de resíduos, tratamento de emissões, despesas com compra e uso de certificados de emissão	15.196.453,26	4.968.503,85
Educação e treinamento, serviços externos de gestão ambiental, certificação externa de sistemas de gestão, pessoal para atividades gerais de gestão ambiental, pesquisa e desenvolvimento	9.173.447,83	5.254.309,93
Total	24.369.901,09	10.222.813,78

EN28

A unidade de Cubatão de produção de fertilizantes recebeu multa em razão de efluentes líquidos da caixa de passagem do reservatório central no corpo d'água. A multa atingiu o valor de R\$ 38.040,00. Os controles foram aprimorados para que não mais existam problemas nessa linha.

EN26

Cyclus com embalagem biodegradável

A Bunge é a primeira fabricante de alimentos do País a produzir embalagem biodegradável, de fonte renovável, para creme vegetal. Trata-se da embalagem dos cremes da linha Cyclus Nutrycell. Ao ser depositada em ambientes com condições adequadas, como aterros sanitários, ela se decompõe em 180 dias.

A embalagem é feita com resina obtida a partir da fermentação do milho, uma tecnologia desenvolvida nos Estados Unidos e que exigiu dois anos de pesquisas por parte dos profissionais da Bunge. O produto segue todas as normas estabelecidas pelas legislações brasileira, da União Europeia e norte-americana. Além disso, possui o selo internacional do Instituto de Produto Biodegradável. O material de que é feito o pote do creme vegetal já era aplicado no rótulo do óleo Cyclus.

A empresa recebeu duas premiações pela inovação: Prêmio de Embalagens Brasileiras (Embranews), nas categorias Matéria-Prima e Otimização, Reciclagem e Resíduos, e Empresa do Ano em Design & Embalagem (Associação Brasileira de Embalagem). A embalagem biodegradável de Cyclus foi, também, anunciada como Medalha de Ouro – Embalagem Mais Sustentável do Mundo em 2009, no prêmio WorldStar Sustainability Award, da WPO (World Packaging Organization). Um reconhecimento único no mundo, a ser concedido em cerimônia a realizar-se em junho de 2010.

EN27 **Reciclagem de óleo**

Em 2009, a Bunge ampliou o alcance do **Projeto Soya Recicla**, que estimula os consumidores a levarem o óleo vegetal utilizado para postos de coleta. Em parceria com o Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de São Paulo, a empresa criou pontos de coleta em mais de **60 padarias**, onde também são distribuídos folhetos explicativos e todo o material necessário para a armazenagem do óleo.

Outro parceiro da Bunge nesse projeto é o Instituto Triângulo, que desenvolve ações sociais com dezenas de milhares de famílias da Grande São Paulo. A instituição transforma em sabão o óleo recolhido em postos instalados em supermercados. Na unidade da Bunge em Jaguaré (SP), o óleo coletado das famílias que vivem no entorno é encaminhado para a prefeitura, que produz biodiesel. Para 2010, a grande inovação são os projetos autossustentáveis, que permitirão rápida expansão a outras cidades, aumentando a captação e os benefícios ambientais a partir do óleo usado.



185 mil

**litros de óleo usado foram
reciclados por meio de parcerias,
em 2009, um aumento de 85%
em relação ao ano anterior**



Em busca de uma sociedade sustentável

Por meio da Fundação Bunge, premiada em 2009 por sua atuação social pela Brazil Foundation (EUA), e com ações diretas nas comunidades, a Bunge alinha seu investimento social aos seus objetivos estratégicos

Nascida em 1955, a Fundação Bunge, entidade social das empresas Bunge no Brasil, adaptou-se às necessidades do século 21 e tornou-se uma organização focada e comprometida com o desenvolvimento sustentável. É dessa maneira que o investimento social do grupo alinha-se a seus objetivos estratégicos e permite uma atuação mais completa na busca pelo crescimento equilibrado dentro da cadeia de valor.

Missão: Contribuir para o desenvolvimento sustentável por meio de ações que valorizem o avanço da ciência, a educação e a conservação dos recursos naturais.

Visão: Valorizar a pessoa como agente de transformação para a construção de uma sociedade sustentável.

A educação, antes o foco principal dos programas e das ações de desenvolvimento da Fundação, não perdeu sua relevância. É, agora, vista como um instrumento para a geração de ideias inovadoras e a transformação de cada pessoa em agente promotor do desenvolvimento sustentável.

A Fundação Bunge possui três linhas de atuação, com programas específicos em cada uma delas. Conheça mais detalhes de cada ação no relatório *online*.

Socioambiental

Refere-se aos programas que visam estreitar a relação entre o homem e seu ambiente natural, social, econômico e cultural, por meio de uma educação sustentável e formação profissional voltada à sustentabilidade.

Ações: Comunidade Educativa e Comunidade Criativa

Preservação da memória

O Centro de Memória Bunge, criado em 1994 com o objetivo de reunir, tratar e disponibilizar o patrimônio histórico das empresas Bunge no Brasil, é um dos mais ricos acervos de memória empresarial do País.

Ações: Jornadas Culturais e Exposições Temáticas
Saiba mais no *site* www.fundacaobunge.org.br

Incentivo à excelência e ao conhecimento sustentável

Abrange prêmios e projetos de estímulo a novos agentes de transformação, a partir da troca de conhecimentos e experiências.

Ações: Prêmio Fundação Bunge, Prêmio Professores do Brasil e Apoio a Estudos e Pesquisas

Recuperação em Santa Catarina

Lançado em maio de 2009, o projeto Conhecer para Sustentar: Vale do Itajaí é resultado da parceria entre a Bunge, a Fundação Bunge e a Prefeitura de Gaspar. Idealizado após a tragédia causada pelas chuvas no estado de Santa Catarina no final de 2008, o projeto propõe o desenvolvimento de ações urbanísticas para um novo bairro no município. Uma delas é a construção ecoeficiente da Escola Angélica Costa, local onde os voluntários da Fundação Bunge desenvolviam os trabalhos do Programa Comunidade. O investimento no projeto é de aproximadamente R\$ 4 milhões. No final de 2009, a Bunge também entregou à prefeitura um projeto para a construção de um novo bairro, que poderá atender as famílias desabrigadas e em situação de risco.



Outro ponto de atuação desse projeto é a disseminação do conhecimento gerado, por meio de seminários, livro, debate e documentário. Em novembro, o **CDAL (Centro de Divulgação Ambiental e Lazer)** de Gaspar sediou a gravação de um debate com especialistas para discutir as causas e as consequências das chuvas ocorridas na região, bem como soluções para minimizar os seus impactos sociais, econômicos e ambientais. O evento foi realizado pela Fundação Bunge, pelo Canal Futura e pela FURB TV.

Em São Paulo, a Bunge promoveu o seminário nacional **Eventos Extremos no Brasil: Causas e Impactos**. Diversos estudiosos estiveram reunidos para analisar os acontecimentos registrados em várias regiões do Brasil e chamaram atenção para os desafios da sustentabilidade. No mesmo evento foram lançados o livro e o documentário **Conhecer para Sustentar – Um Novo Olhar sobre o Vale do Itajaí**.

Leia mais sobre o projeto em : www.conhecerparasustentar.com.br

Doações realizadas pela mantenedora (Bunge Brasil)

(R\$ milhões)

2007 3.962.478,89 2008 4.829.524,00 2009 5.479.446,65

Ações desenvolvidas pelo Centro de Memória Bunge

	2008	2009
Jornadas culturais	425 participantes (seis eventos)	311 participantes (cinco eventos)
Pesquisas	339 atendimentos	494 atendimentos
Integração, visitas e oficina	32 colaboradores	15 pessoas
<i>Benchmarking</i>	11 visitas técnicas	11 visitas técnicas
Exposição itinerante no metrô	940 mil visitantes (quatro estações)	Não houve em 2009
Site Fundação Bunge – área Centro de Memória	10.820 acessos	18.360 acessos
Intranet – áreas Centro de Memória	6.108 acessos	3.390 acessos

Fundação Bunge – www.fundacaobunge.org.br – Fone (11) 3741-2170



FOTO: PRODUTOR RURAL ANTONIO FRANCISCO FELIPPE

Ações diretas

PROTEÇÃO AOS RIOS

Em 2009, a Bunge adotou sua segunda área do **Projeto Pomar**, em São Paulo, programa do governo estadual que busca recuperar as margens do rio Pinheiros com o plantio de árvores em aproximadamente **15 quilômetros**, conciliando desenvolvimento urbano com preservação ambiental. A nova área fica junto da Ponte Estaiada, novo cartão-postal da cidade, e visa trazer preservação ambiental e bem-estar a uma das áreas de maior trânsito da cidade. O mesmo

objetivo tem o **projeto Cores da Marginal**, que preserva canteiros centrais da via Marginal do Pinheiros em seu ponto de maior estrangulamento de trânsito, o que ameniza o trajeto dos motoristas locais.

Desde 2005, a Bunge também desenvolve o PRA (Programa de Recuperação Ambiental) em Gaspar. Realizado em parceria com a Universidade Regional de Blumenau (Furb), o projeto já permitiu a **recuperação da mata ciliar do rio Itajaí-Açu em uma área de 21.140 metros quadrados**, contribuindo para o combate de

enchentes em épocas de chuvas intensas.

Parceria

A Bunge é uma das patrocinadoras do movimento **Planeta Sustentável**, projeto do Grupo Abril que veicula informações sobre sustentabilidade e a aplicação prática dos conceitos. Em 2009, o movimento lançou a segunda edição do **Manual de Etiqueta Sustentável**, com dicas práticas para preservar e consumir os recursos naturais (como a água) de maneira consciente. A Bunge promoveu uma ação interna, e todos os seus colaboradores receberam o encarte.

Educação ambiental

Na **Reserva Figueira Branca**, uma reserva ambiental de 3 milhões de metros quadrados no município de Gaspar, preservada pela Bunge, a empresa mantém o **Centro de Divulgação Ambiental e Lazer (CDAL)**, que atua na educação ambiental de alunos das escolas da região. Outro CDAL foi instalado em Jaguaré (SP), com o mesmo objetivo, e atua por meio do projeto **Fazendo Educação Ambiental através das Artes**.

Saiba mais sobre os projetos de educação ambiental da Bunge no relatório [online](#)



Expansão do programa Comunidade Educativa – Fundação Bunge

	2006	2007	2008	2009
Voluntários	508	445	817	808
Escolas	16	69	81	56
Estudantes	7.000	9.255	14.372	16.527
Professores	320	489	729	897



FOTO: PRODUTOR RURAL HUMBERTO FALCÃO

Outras informações econômicas e sociais

Uma das principais metas da Bunge no relacionamento com seus colaboradores em 2009 envolveu o treinamento e o aperfeiçoamento dos sistemas de segurança da companhia. A Bunge estipulou como meta o **Zero Acidente Sustentável**, um estágio em que a genuína cooperação entre as equipes permite um ambiente de trabalho sem acidentes com afastamentos, conduzindo programas de sensibilização, como o **Diálogo de Segurança**. A

meta de frequência atingida no ano foi de **0,06** na área de Alimentos e **0,08** na área de Fertilizantes, ambas **abaixo da estipulada para o ano (0,12)**.

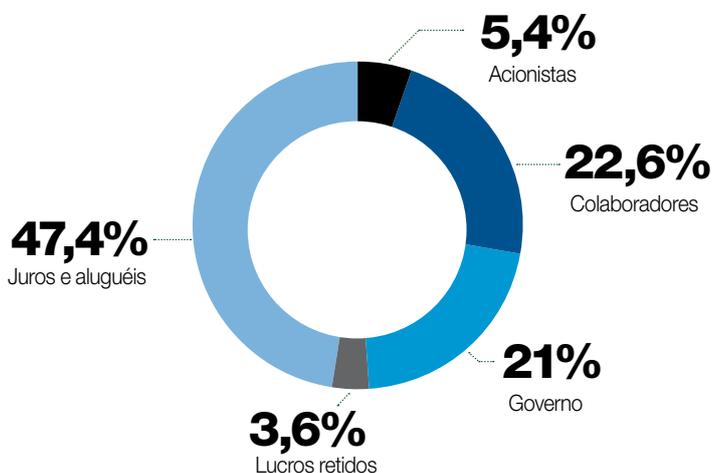
A integração da **Política de Segurança da Bunge** aos portos e terminais e a atualização para a plataforma *online* da **ferramenta Comunique**, na qual qualquer colaborador pode sugerir melhorias nas condições de segurança, também foram passos decisivos para a conscientização dos funcionários.

Inovação participativa

A Bunge, historicamente, demonstra vocação para inovar e conta com a participação de seus colaboradores para potencializar essa capacidade. O **programa Inova Bunge** – composto pelas **ferramentas Innovation Day, Banco de Ideias e Desafio Inova** – possibilita a todos que trabalham na empresa sugerir aperfeiçoamentos, tecnologias e modificações em processos e sistemas. O saldo do programa, criado há dois anos, é de **8 mil ideias sugeridas** – das quais **550 foram colocadas em prática**, gerando uma **economia em torno de R\$ 18 milhões**.

Saiba mais sobre os programas no relatório *online*

EC1 Demonstração do valor adicionado – 2009



EC4 Apoio governamental

A Bunge recebe, de forma pontual, ajuda financeira indireta de governos municipais e estaduais para a instalação ou ampliação de empreendimentos industriais ou agroindustriais considerados prioritários, que possam impactar positivamente a economia local. Esses impactos são medidos por meio de geração de renda, emprego para a mão de obra local, aquisição de matérias-primas produzidas localmente e potencial influência na criação de micro e pequenas empresas. A participação dos governos se dá por meio de incentivos fiscais, financiamentos em condições especiais e doações de terrenos. Por motivos estratégicos, a empresa não considera conveniente divulgar detalhes dessas operações.

INDICADORES COMPLEMENTARES

EC5 **Proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local (2009)**
106%

EC6 **Compras de fornecedores locais**

Em 2009, a Bunge realizou 95,1% de suas compras de fornecedores locais (nacionais). Quando se considera a área de Fertilizantes, em razão da alta demanda de matéria-prima importada, o índice de compras de fornecedores locais cai para 39,5%.

Resultados financeiros (R\$)	2007	2008	2009
Vendas líquidas	18,6 bi	31,4 bi	25,9 bi
Lucro líquido	53 mi	219,1 mi	349,4 mi

EC7 **Contratação local**

Na Bunge, em função da rotatividade e do processo seletivo em âmbito nacional, os cargos de gerência não são necessariamente preenchidos por meio de contratações locais. Nas posições de liderança, 30% delas são

ocupadas por moradores locais. Dentre os cargos abaixo da coordenação, 90% são preenchidos por colaboradores da própria região. Em Fertilizantes, a mão de obra local representa cerca de 60% dos cargos de alta gerência.

EC8 **Infraestrutura para benefício público**

Em 2009, R\$ 500 mil foram doados para o Hospital de Gaspar (SC).

SO1 Em 2009, a área de Fertilizantes paralisou temporariamente a operação de duas unidades: a planta de fertilizantes em Luiz Eduardo Magalhães (BA), onde ficou apenas um grupo mínimo de empregados, para a manutenção da planta, e uma unidade em Cubatão (SP), a planta II. O processo de paralisação contemplou o envolvimento de autorida-

des e órgãos locais, entidade sindical e comunicação aos empregados.

A área de Alimentos teve de fechar uma de suas unidades, a de Ponta Grossa (PR), em 2009. Para tanto, montou um plano detalhado, para aproveitamento do pessoal nas unidades próximas, e apoiou os ex-colaboradores na recolocação.

LAI1 **Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua**

Número de colaboradores beneficiados 4.563
Valor investido R\$ 6.452.530,23
Nº de bolsas concedidas 1.134

Os programas têm por objetivo melhorar a empregabilidade e também ajudar no gerenciamento do fim de carreira. Em 2009, 75% do *headcount* nos negócios Alimentos & Ingredientes e Agronegócio foram treinados. E 10% do *headcount* Alimentos & Ingredientes e Agronegócio receberam apoio financeiro para capacitação ou formação externa (bolsa de estudos de cursos de idiomas, graduação, pós-graduação ou MBA internacional).

SO6 **Contribuições para partidos políticos**

Em 2009, não foram realizadas contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições públicas.

SO4 Todos os empregados da Bunge cuja atividade ou atuação gere risco de vulnerabilidade ou exposição a qualquer ação de corrupção e atividade ilícita recebem o termo de orientação sobre as práticas anticorrupção, as diretrizes e a política da empresa. Em 2009, não foi identificado nenhum caso de corrupção.

SO3 Na Bunge, todos os empregados são treinados, no momento de sua admissão, sobre os procedimentos e as políticas de anticorrupção. Periodicamente, todos os colaboradores devem renovar, por meio de termo, seu compromisso com essas práticas.

LAI0 **Treinamento**

	2008	2009
Carga horária total	292.566	430.308
Total de colaboradores	12.566	12.334
Horas por colaborador	23,28	34,89

LAI **Total de colaboradores (em dezembro de 2009)**

Tipo de emprego	
Diretoria	32
Gerência	336
Chefia/coordenação	558
Técnica/supervisão	773
Administrativo	2.288
Operacional	4.150
Terceiros	4.075
Tipo de contrato	
Estagiários	142
Trainees	48
Meio período	0
Região	
Sul	2.420
Sudeste	3.384
Centro-Oeste	1.191
Nordeste	1.070
Norte	72

Declaração de Garantia

A BSD Consulting executou a verificação independente do processo de elaboração do Relatório de Sustentabilidade de 2009 da Bunge, desenvolvido de acordo com as diretrizes da GRI (Global Reporting Initiative).

OBJETIVOS E ESCOPO

O processo de verificação tem o objetivo de proporcionar às partes interessadas da Bunge uma opinião independente sobre a qualidade do relatório, os processos de gestão de sustentabilidade, a aderência aos princípios da AA1000AS 2008 e a continuidade dos processos estabelecidos. O escopo de nossos trabalhos abrange as informações contidas no Relatório de Sustentabilidade 2009 da Bunge, em sua versão impressa, do período de 01 de janeiro de 2009 a 31 de dezembro de 2009.

METODOLOGIA

A verificação independente do relatório foi conduzida de acordo com o padrão AA1000AS 2008 (AA1000 Assurance Standard 2008), tipo 1, proporcionando um nível moderado de assurance. O processo abrange a avaliação da aderência aos três Princípios da AA1000AS: Inclusão, Materialidade e Capacidade de Resposta;

Os procedimentos desenvolvidos durante os trabalhos incluem:

- Revisão do conteúdo do Relatório de Sustentabilidade;
- Entendimento do processo de geração de informações para o Relatório de Sustentabilidade;
- Análise de informações da mídia em geral, sites e bases legais;
- Entrevistas com gestores e funcionários de áreas-chave em relação à relevância das informações para o relato;
- Entrevistas com diretores da empresa;
- Quando relevante, confirmação de informações sobre o desempenho de sustentabilidade com o entendimento do corpo diretivo da empresa;
- Com base em testes amostrais, confir-

mação 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;
- Análise da relevância das informações do Relatório de Sustentabilidade do ponto de vista de públicos externos.

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. A BSD Consulting é licenciada pela AccountAbility como provedor de garantia (AA1000 Licensed Assurance Provider), sob o registro 000-33.

RESPONSABILIDADES E LIMITAÇÕES

O Relatório de Sustentabilidade é elaborado pela Bunge, responsável por todo o seu conteúdo. Os objetivos da Declaração de Garantia são de informar às partes interessadas as conclusões da BSD sobre a aderência aos três princípios da AA1000AS 2008 e sobre a credibilidade das informações publicadas no relatório impresso. O conteúdo adicional do website e a verificação de dados financeiros não foram objeto dos trabalhos da BSD Consulting. Adicionalmente, a Declaração de Garantia da BSD propicia a confirmação do nível de aplicação do modelo GRI-G3.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES SOBRE A ADERÊNCIA AOS PRINCÍPIOS AA-1000AS 2008

1. Inclusão – aborda a participação de stakeholders no desenvolvimento de um processo de gestão de sustentabilidade transparente e estratégico.
 - Pelo terceiro ano consecutivo, a Bunge realizou seu processo de engajamento com stakeholders por meio de

painel de consulta em agosto de 2009. Para o próximo período de relato, é recomendada a continuidade deste processo para reforçar o engajamento com públicos estratégicos e identificar os principais temas de sustentabilidade para a empresa. O estabelecimento de critérios claros de seleção e priorização de stakeholders, com o envolvimento de diversas áreas internas, permite a obtenção de resultados ainda mais precisos para a inclusão e identificação de assuntos de relevantes.

- De forma geral, a alta administração demonstra ter uma visão estratégica da sustentabilidade para os negócios, respaldada pela nova diretoria de Assuntos Corporativos e Sustentabilidade, que faz parte do Comitê Executivo da Bunge Brasil. Para consolidar seu papel, é importante que a diretoria amplie seu envolvimento nas questões estratégicas relacionadas aos aspectos socio-ambientais junto à alta administração através do Comitê, permeando todas as áreas de negócio.

- Em relação à aquisição de novas usinas, foi realizado diagnóstico sobre os aspectos mais críticos do setor sucroalcooleiro. Existe um plano de implementação da política de sustentabilidade com assuntos específicos da cultura da cana-de-açúcar, que contempla o engajamento da alta administração das usinas. No próximo relatório, é importante demonstrar o compromisso assumido e apresentar os resultados alcançados.

2. Materialidade (ou Relevância) – assuntos necessários para que os stakeholders tomem conclusões sobre o desempenho econômico, social e ambiental da organização.

O relatório apresenta uma visão geral dos principais temas relevantes identificados no Painel de Stakeholders realizado no ano de 2009. No entanto, há oportunidades de aprofundar alguns temas como Moratória da Soja, desenvolvimento local e biodiversidade. Pode-se ampliar o processo de consulta para

DECLARAÇÃO DE GARANTIA

que a avaliação da materialidade tenha sempre resultados atualizados e consistentes, tanto no contexto da sociedade (externo) como na estratégia de negócios (contexto interno).

A Bunge demonstrou seu empenho para inovar e evoluir nos aspectos da Plataforma de Sustentabilidade. A seguir, salientam-se os principais fatos constatados:

- Compromisso com a ampliação do uso de fontes de energia renováveis (não fóssil) e eficiência energética, atendendo-se à origem da biomassa proveniente de madeira e buscando novas fontes renováveis, como resíduos industriais de outras empresas e agricultura.
- Contratos com fornecedores contêm cláusulas específicas sobre aspectos socioambientais, além de procedimentos de consulta à Lista Suja do Ministério Trabalho e à Lista do IBAMA, podendo implicar em bloqueios em caso de denúncias. A empresa entende que a gestão de fornecedores é um processo dinâmico, sujeito a riscos, que deve passar por revisões periódicas.
- Busca por parcerias para reduzir impactos no final de sua cadeia, por meio de dois principais projetos: embalagens biodegradáveis da Linha Cyclus e coleta e reciclagem de óleo de cozinha. Ambos tiveram evolução no último ano, no entanto, podem ser aprimorados e ampliados. Além disso, é possível investir em novos projetos de maior amplitude.
- Desenvolvimento de ações consistentes para promover dietas saudáveis. A empresa mantém informações sobre ingredientes transgênicos em seus rótulos e desenvolve atividades de engajamento junto ao setor e ao mercado para reforçar a importância da alimentação saudável. É importante ampliar a abordagem de atuação para além da informação. Isto é, promover a inovação e disponibilizar novas opções por meio de pesquisa e desenvolvimento de produtos focados em saudabilidade, com baixos teores de gorduras, sódio e açúcar, dados claros nas embalagens e rótulos.

3. Capacidade de Resposta – aborda as ações tomadas pela organização em decorrência de demandas específicas

de stakeholders.

- Alguns indicadores são coletados com o objetivo específico de publicação no Relatório, não havendo um monitoramento sistemático. É importante estabelecer um processo estruturado para os próximos anos, considerando a integração das áreas de negócio e as novas aquisições, por meio do mapeamento e análise dos indicadores relevantes.
- A Bunge demonstra uma tendência a relatar, cada vez mais, indicadores de desempenho (econômicos, ambientais e sociais) de forma consolidada para todas as áreas de negócio. Por se tratar de atividades de naturezas distintas, recomenda-se apresentar os indicadores de desempenho, especialmente ambientais e sociais, segmentados por área de negócio. A venda da parte de nutrientes da Bunge Fertilizantes e a aquisição de usinas de cana-de-açúcar são fatos que provocarão uma forte variação em diversos indicadores no relatório do ano subsequente, como o consumo de água, materiais e energia, assim como nas emissões, efluentes e resíduos. Ressalta-se que os indicadores devem expressar o desempenho da empresa no contexto em que as atividades da empresa são desenvolvidas.
- São apresentadas metas, impactos e respostas da Bunge às principais sugestões do Painel de Stakeholders. Para o próximo relatório, é recomendada a descrição de ações específicas, com prazos definidos, tomadas pela empresa para atender às demandas identificadas.
- O relatório apresenta de forma genérica a questão dos impactos da Moratória da Soja na Amazônia, sendo que o endereço eletrônico apresentado para informações adicionais não leva a uma informação direta. Para o próximo relatório, recomenda-se ampliar a apresentação de impactos na cadeia de valor com informações sobre as regiões de Cerrado; mapas e gráficos com indicação de unidades produtivas no país, assim como principais regiões das culturas de soja e cana.
- Os indicadores de biodiversidade não

mudaram do último relatório para este. Para o subsequente é necessária a revisão deste aspecto, principalmente devido à venda das minas da Bunge Fertilizantes, novas áreas de reservas criadas e aquisições, principalmente no setor de açúcar e bio-energia.

Com relação ao público interno, mesmo com as mudanças ocorridas no período, não houve paralisações dos programas de desenvolvimento de pessoas, comunicação interna e saúde e segurança. As comunicações de decisões sobre mudanças na estrutura estão sendo feitas periodicamente pelo próprio presidente. Com isso, a empresa busca minimizar expectativas negativas de funcionários.

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 de Aplicação A+. O relatório oferece resposta aos itens relacionados ao perfil da empresa e fornece descrição dos processos de gestão e abordagens da sustentabilidade. São fornecidas informações relacionadas a todas as categorias de indicadores de desempenho: econômico, ambiental, direitos humanos, práticas trabalhistas, sociedade e responsabilidade pelo produto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na visão da BSD, a Bunge deu continuidade ao processo de gestão de sustentabilidade e ao processo de elaboração do Relatório de Sustentabilidade, sendo que o mesmo permaneceu como Nível A+, tendo, no entanto ampliado a quantidade de indicadores relatados no relatório on-line, e conseqüentemente, diminuído na versão impressa.

São Paulo, 16 de julho de 2010.

BSD Consulting - Brasil



	PÁGINA
1 ESTRATÉGIA E ANÁLISE	
1.1 Declaração do presidente	5
1.2 Declaração dos principais impactos, riscos e oportunidades	5, 6, 11
2 PERFIL ORGANIZACIONAL	
2.1 Nome da organização	capa
2.2 Produtos e serviços, incluindo marcas	7-10
2.3 Estrutura operacional	11, 12
2.4 Localização da sede da organização	39
2.5 Países e região onde a organização atua	6
2.6 Tipo e natureza jurídica da propriedade	6
2.7 Mercados atendidos	6
2.8 Porte da organização	6
2.9 Mudanças durante o período coberto pelo relatório	5
2.10 Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	10
3 PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO	
3.1 Período coberto pelo relatório	2009
3.2 Data do relatório anterior	2008
3.3 Ciclo de emissão dos relatórios	anual
3.4 Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo	39
3.5 Definição do conteúdo do relatório (temas, prioridades, <i>stakeholders</i>)	4
3.6 Limite do relatório	4
3.7 Limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	4
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	4
3.9 Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos	4
3.10 Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Obs. nos indicadores
3.11 Mudanças significativas em comparação com anos anteriores (escopo e/ou medições)	4
3.12 Tabela que identifica a localização das informações no relatório	37
3.13 Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	35, 36
4 GOVERNANÇA, COMPROMISSO E ENGAJAMENTO	
4.1 Estrutura de governança da organização	6
4.2 Presidência do grupo de governança	6
4.3 Porcentagem dos conselheiros que são independentes, não executivos	6
4.4 Mecanismos para acionistas fazerem recomendações ao Conselho de Administração	Intranet e Alô Bunge, além de reuniões entre diretorias e lideranças locais
4.5 Relação entre a remuneração e o desempenho da organização	12
4.6 Processos em vigor no mais alto órgão de governança	6
4.7 Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança	6
4.8 Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	2
4.9 Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais	6
4.10 Processos para a autoavaliação do desempenho (econômico, ambiental e social)	2
4.11 Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução	2
4.12 Princípios e/ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	<i>online</i>
4.13 Participação em associações	<i>online</i>
ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS	
4.14 Relação dos grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	13
4.15 Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais engajar	<i>online</i>
4.16 Abordagens para o engajamento dos <i>stakeholders</i>	13
4.17 Preocupações levantadas por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i>	14
5 FORMA DE GESTÃO E INDICADORES DE DESEMPENHO	
Forma de gestão	6
EC1 Valor econômico direto gerado e distribuído	33
EC2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido a mudanças climáticas	16
EC3 Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício	<i>online</i>
EC4 Ajuda financeira significativa recebida do governo	33
EC5 Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local	34
EC6 Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	34
EC7 Contratação local	34
EC8 Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	34
Forma de Gestão Ambiental	12
Agricultura Sustentável	19
Moratória da Soja	21
Disposição de Resíduos	26
EN1 Materiais usados, por peso ou volume	<i>online</i>
EN2 Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	<i>online</i>
EN3 Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	17

EN4 Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária	17
EN5 Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência	17
EN6 Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia	17
EN8 Total de água retirada por fonte	17
EN9 Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	online
EN10 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	17
EN11 Localização e tamanho da área possuída	online
EN12 Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços	online
EN13 Hábitats protegidos ou restaurados	online
EN16 Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	17
EN17 Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa	Não disponível. A Bunge reviu a meta publicada no relatório anterior e considera que nas atividades da empresa o impacto dessa questão é pouco significativo
EN18 Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas	online
EN19 Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	online
EN20 NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	online
EN21 Descarte total de água, por qualidade e destinação	online
EN22 Peso total de resíduos, por tipo e métodos de disposição	28
EN23 Número e volume total de derramamentos significativos	online
EN26 Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	27
EN27 Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto	29
EN28 Valor de multas e número total de sanções resultantes da não conformidade com leis	26
EN30 Total de investimentos e gastos em proteção ambiental	28
Formas de Gestão Sociais - Setor Sucoalcooleiro	20
Clientes/Consumidores	21, 24, 25
Transgênicos (ou Saudabilidade)	24
Gestão Social	29
Relações de Trabalho	32, 33
LA1 Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	34
LA2 Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região	online
LA3 Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	online
LA4 Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva	online
LA5 Descrição de notificações (prazos e procedimentos)	online
LA7 Taxa de lesões, doenças ocupacionais e dias perdidos	online
LA8 Programas de educação, prevenção e controle de risco	online
LA9 Temas relativos a segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	online
LA10 Média de horas por treinamento, por ano	34
LA11 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	34
LA12 Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	online
LA13 Composição da alta direção e dos conselhos, e proporção por grupos e gêneros	online
LA14 Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional	online
HR1 Descrição de políticas e diretrizes para manejar todos os aspectos de direitos humanos	9
HR2 Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos	online
HR4 Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	online
HR5 Política de liberdade de associação e o grau da sua aplicação	online
HR6 Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	online
HR7 Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado	online
HR8 Políticas de treinamentos relativos a aspectos de direitos humanos para seguranças	online
SO1 Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	34
SO2 Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	online
SO3 Percentual de empregados treinados nas políticas e nos procedimentos anticorrupção	34
SO4 Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	34
SO5 Posições quanto a políticas públicas	online
SO6 Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	34
SO8 Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias	online
PR1 Política para preservar a saúde e segurança do consumidor durante o uso do produto	22/24
PR2 Não conformidades relacionadas aos impactos causados por produtos e serviços	24
PR3 Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem	24
PR4 Não conformidades relacionadas à rotulagem de produtos e serviços	online
PR5 Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	22/26
PR6 Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários	22
PR7 Casos de não conformidades relacionados à comunicação de produtos e serviços	online
PR8 Reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade de clientes	online
PR9 Multas por não conformidades relacionadas ao fornecimento de produtos e serviços	22/24

NÍVEL DE APLICAÇÃO DO RELATÓRIO – GRI		A+
Conteúdo	<p>Todos os indicadores de perfil</p> <p>Abordagens de gestão para todas as categorias de indicador</p> <p>Todos os indicadores de desempenho essenciais e 16 indicadores de desempenho adicionais</p>	Relatório checado pela BSD Consulting



BUNGE BRASIL

Av. Maria Coelho Aguiar, 215,
bloco D, 5º andar, 05804-900,

São Paulo – SP, tel.: (55 11) 3741-4848
www.bunge.com.br

E-MAIL sustentabilidade@bunge.com

EXECUTIVOS DAS EMPRESAS BUNGE

BUNGE BRASIL

COMITÊ EXECUTIVO

Pedro Parente – Presidente e CEO
Ariosto Riva
Daniel Maldonado
Gilberto Tomazoni
Martinho Mota
Martus Tavares
Murilo Braz Sant'Anna
Paulo Diniz
Adalgiso Telles
Marisa Thurler

DIRETORIA

Antonio Prado
Arene Trevisan
Carlos Herédia
Eduardo Junqueira
Francisco Pereira
Geovane Consul
Helio Effting
João Eduardo Almeida
Joanita Karoleski
Jorge Santos
Junior Justino
Morris Kalef

Ricardo Brito
Ricardo Santos
Roberto Carlos Oliveira

CONSELHO CONSULTIVO

Alberto Weisser – Presidente
Alysson Paulinelli
Eliezer Batista da Silva
Mario Alves Barbosa Neto
Oscar de Paula Bernardes Neto
Roberto Teixeira da Costa
Sérgio Roberto Waldrich

CRÉDITOS

Coordenação, edição e supervisão

Diretoria de Assuntos Corporativos &
Sustentabilidade

Coordenação editorial, apuração e texto

Report Comunicação

Auditoria

BSD Consulting

Projeto gráfico e direção de arte

Mentes Design

Revisão

Assertiva Comunicação

Tiragem

1300

Impressão

Ipsis Gráfica e Editora



www.bunge.com.br/sustentabilidade