

Relatório de *Sustentabilidade*  
Edição 2011  
Brasil

*Alimento é vida.  
Energia é vida.*

**BUNGE**





# Sumário

- 2 APRESENTAÇÃO**
- 5 MENSAGEM DO PRESIDENTE**
- 8 MAPA DA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE**
- 10 PERFIL**
  - Presença. E liderança reforçada
  - Melhorias constantes
  - Visão, Missão e Valores
  - Reconhecimentos
- 15 ÁREAS DE NEGÓCIO**
  - Reestruturação estabelece novo ciclo de excelência
  - Agronegócio & Logística
  - Alimentos & Ingredientes
  - Fertilizantes
  - Açúcar & Bioenergia
- 22 GOVERNANÇA E A POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE**
  - Sustentabilidade reforçada
  - Estratégia alinhada às metas de sustentabilidade
- 27 COMO É CONDUZIDA A GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE**
  - Política de Sustentabilidade Bunge
  - Ferramentas monitoram desempenho sustentável
  - Indicadores setoriais ampliam transparência
- 31 IMPACTOS NA GESTÃO DO CONHECIMENTO**
  - Impacto positivo na cadeia de Açúcar & Bioenergia
  - Iniciativas na gestão do conhecimento
- 37 RELACIONAMENTO COM NOSSOS PÚBLICOS**
  - Aperfeiçoamento constante
  - Conquista de metas gera valor para stakeholders
- 42 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR**
  - Foco nas ações de sustentabilidade
  - Entenda a Plataforma de Sustentabilidade
  - Efeitos Climáticos
  - Agricultura Sustentável
  - Dietas Saudáveis
  - Redução de Resíduos
- 62 INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO**
- 66 INDICADORES COMPLEMENTARES**
- 71 DECLARAÇÃO DE GARANTIA**
- 76 ÍNDICE REMISSIVO GRI**
- 84 INFORMAÇÕES CORPORATIVAS**

Apresentação



# Gestão Sustentável

Relatório de 2011 apresenta diferenciais como a inclusão de índices setoriais nas áreas de Alimentos e de Açúcar & Bioenergia

**A** Bunge apresenta mais uma edição de seu Relatório de Sustentabilidade, publicado anualmente desde 2003, que revela o comprometimento da companhia com a gestão sustentável dos negócios e aponta a evolução obtida ao longo do ano na aplicação desses conceitos em sua cadeia de valor. O documento foi elaborado com base nas diretrizes internacionais da Global Reporting Initiative (GRI), em sua versão mais atual, a G3, que permite a comparação de dados disponíveis e o acompanhamento das iniciativas mais importantes no desenvolvimento das atividades da Bunge no Brasil.

Este relatório responde a todos os indicadores essenciais da G3 e engloba dados e informações relativas ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2010, mais os desdobramentos relevantes até a divulgação deste documento, identificados quando for o caso. Foram incluídos, nesta edição, os indicadores específicos do suplemento Food Processor da GRI, conjunto de protocolos para o setor de produção de alimentos que contempla os requisitos indispensáveis, segundo a avaliação dos stakeholders, para que esse segmento apresente níveis elevados de governança, transparência e gestão em sustentabilidade. Lançados em 2010, os novos indicadores foram desenvolvidos com a colaboração de representantes de empresas dos cinco continentes, entre eles, a Bunge.

Em todas as etapas de produção, os esforços se concentraram na apresentação das informações anuais de maneira clara,

objetiva e concisa, coerente com os princípios da transparência e da boa governança corporativa. Essa empreitada tem o objetivo de propiciar aos stakeholders uma ampla visão das iniciativas implantadas pela Bunge no País ao longo do ano e do impacto das decisões corporativas em sua Plataforma de Sustentabilidade, diretriz global adotada pelo grupo. Para a definição de conteúdo, elaboração de indicadores e organização das informações, foram consultados diferentes stakeholders, incluindo profissionais das áreas administrativas da Bunge e das unidades de negócio.

Ciente da importância de manter um diálogo em prol da sustentabilidade, a Bunge também utiliza diferentes canais de comunicação com seus stakeholders, sempre em busca de estreitar a comunicação com os diversos públicos, bem como de demonstrar os princípios e as diretrizes que orientam as iniciativas da companhia. A empresa está aberta para o aperfeiçoamento contínuo de ferramentas e estratégias de sustentabilidade, capturando sugestões e críticas que permitam melhorias em sua gestão.

É importante salientar que, na composição de seus indicadores, a Bunge contempla apenas as operações diretas de suas áreas de negócio. Não foram considerados os negócios de empresas não controladas integralmente, condição que exclui quaisquer joint ventures.

O presente Relatório tem duas versões: a versão completa, na internet, em website específico e aberto a todos os públicos, com todos os indicadores e dados relevantes apontados pela GRI-3; e a versão reduzida, impressa, com os principais destaques do ano, estratégias e questões com maior enfoque econômico conforme apontado pelos stakeholders nos últimos anos. A versão impressa será enviada individualmente aos participantes dos últimos painéis de stakeholders e a outros clientes, ONGs, fornecedores, governos e demais públicos.

A elaboração deste relatório foi baseada, também, em estudo desenvolvido pela FBDS (Fundação Brasileira para Desenvolvimento Sustentável) sobre a edição 2010 do Relatório de Sustentabilidade Bunge. Tal estudo aplicou a metodologia desenvolvida pela consultoria inglesa SustainAbility para o programa Global Reporters e, como resultado, trouxe recomendações de aprimoramento

ao relatório em quesitos de Governança e Estratégia, Gestão, Apresentação de Desempenho e Acessibilidade e Verificação. Assim, a edição 2011 do relatório foi construída tendo como benchmark as melhores experiências nacionais e globais para o reporte em Sustentabilidade.

Apesar desses esforços, a Bunge encontrou dificuldades na obtenção de indicadores que permitissem níveis confiáveis de comparabilidade, por conta do escasso volume de informações disponíveis nas áreas de atuação da companhia no mercado interno. Em razão disso, por diversas vezes a companhia buscou referências internacionais e adaptou sua apresentação para atender aos indicadores da GRI.

A Bunge avalia que este Relatório de Sustentabilidade atende ao nível de aplicação A da Estrutura de Relatórios da GRI versão 3. A publicação é submetida, também, a uma avaliação externa da BSD Consulting, conforme apresentado no capítulo “Declaração de garantia”, em um processo designado como assurance do relatório. Comentários e sugestões, sempre bem-vindos, serão recebidos pelo e-mail [sustentabilidade@bunge.com](mailto:sustentabilidade@bunge.com).

#### **Adalgiso Telles**

Diretor de Assuntos Corporativos &  
Sustentabilidade da Bunge Brasil



*Mensagem*  
*do Presidente*

Reestruturação  
consolidada <sup>1.1</sup>

Reorganização da estrutura corporativa  
potencializa, amplia e agiliza o  
aperfeiçoamento de práticas sustentáveis

 **BUNGE**

O ano de 2010 ficará marcado como um período de grandes desafios, mudanças e avanços, tanto para a organização como no relacionamento com clientes e demais stakeholders. Internamente, foi um ano de consolidação da reestruturação do modelo de negócios da Bunge no Brasil. Em poucos meses, a reorganização corporativa apresentou resultados práticos – como maior eficiência operacional e redução de custos – e estratégicos, ao fortalecer e ampliar a sintonia entre os objetivos de longo prazo e a Plataforma de Sustentabilidade, assegurando índices cada vez maiores de crescimento sustentável, com impacto positivo para a companhia, o meio ambiente e stakeholders.

No novo desenho organizacional, a Bunge Brasil incorporou duas empresas (a Bunge Alimentos e a Bunge Fertilizantes) com modelos de gestão distintos e objetivos específicos, mas alinhadas à estratégia mundial da companhia. A reestruturação trouxe mudanças conceituais e permitiu agregar experiências e conhecimentos diversos para oferecer melhores produtos

e serviços a clientes e consumidores, sem perda de autonomia, porém com ganhos de sinergia. A mudança também não provocou alteração substancial na estratégia corporativa; ao contrário, possibilitou a criação de uma estrutura mais aderente ao planejamento estratégico dos próximos anos, que busca a integração e a sinergia com foco sustentável no longo prazo.

As modificações aperfeiçoaram também a governança corporativa da companhia com a criação de um Comitê Executivo para decisões colegiadas, o que permite uma visão mais abrangente dos negócios, mais agilidade nas respostas às demandas do mercado e de stakeholders e maior consistência na definição de objetivos futuros. A integração das empresas no Brasil ainda unificou a sede da nova companhia – a Bunge Brasil – na capital paulista, que em breve estará instalada em um novo edifício, com certificação Green Building.

Para minimizar o impacto das transformações ocorridas com o redesenho do perfil das equipes, houve uma comunicação rápida e transparente de todas as decisões e de cada etapa da integração para o público interno – e, em paralelo, para o público externo –, o que potencializou o empenho de profissionais das diversas unidades de negócio. E foi com essa dedicação que a Bunge encerrou o ano com resultados crescentes e sustentáveis, que agregam valor para todos os públicos de relacionamento da companhia.

Todas as unidades de negócio registraram expansão tanto no aspecto econômico como nas iniciativas para atender às metas de sustentabilidade. Evoluímos no controle dos resíduos, nas ações para minimizar os impactos ambientais de nossas atividades



– como a sensível redução na emissão de gases do efeito estufa (GEEs) –, fortalecemos nossas parcerias no campo e reforçamos nossos controles para assegurar que só façam parte de nossa cadeia de produtos as commodities livres de problemas de embargo do Ibama, que respeitem a moratória da soja e de fazendas que não constem na lista de maus empregadores.

Em 2010, essas exigências foram mais perceptíveis – e radicalmente seguidas – na área de Açúcar & Bioenergia. Após a aquisição do controle do Grupo Moema, em janeiro de 2010, todas as oito usinas da companhia passaram por uma cuidadosa avaliação e foi implantado um plano de ação de acordo com as necessidades de cada unidade, com base na Plataforma de Sustentabilidade da Bunge e em benchmarking setorial, que impuseram desde novas regras de respeito ao meio ambiente até condições mais dignas de trabalho, capacitação de profissionais, implementação de medidas para melhoria da qualidade de vida, disseminação dos conceitos de agricultura sustentável para os produtores da região e reavaliação dos contratos com fornecedores locais, para verificação do nível de comprometimento com as melhores práticas.

Por mais um ano, os esforços da Bunge para assegurar um crescimento equilibrado e responsável foram reconhecidos pelo mercado: a companhia foi relacionada, pelo segundo ano consecutivo, no seletor grupo das 20 empresas-modelo do *Guia Exame de Sustentabilidade* – que premia as empresas com as melhores práticas sustentáveis – e classificada como uma das dez empresas Líderes em Políticas Climáticas pela revista *Época*, considerando seu desempenho, controle e políticas para reduzir suas emissões.

Mais ainda, coroando os esforços da

## Seguidos avanços na Plataforma de Sustentabilidade

Bunge para promover o desenvolvimento sustentável em todos os seus negócios e produtos, a embalagem biodegradável da Margarina Cyclus foi eleita a mais sustentável do mundo no WorldStar Sustainable Packaging e conquistou o Prêmio Global Food Award (categoria Packaging), concedido pela Sociedade Brasileira de Ciências e Tecnologia de Alimentos, por ser 100% biodegradável e de fonte renovável.

A busca constante para aperfeiçoar nossas práticas sustentáveis englobou também o relato por meio da GRI.

A partir desta edição, somos pioneiros na apresentação de índices setoriais nas áreas de Alimentos & Ingredientes e de Açúcar & Bioenergia. Pretendemos, com essa iniciativa, assegurar maior transparência e comparabilidade aos nossos negócios e estimular nossos pares a ampliar e aprimorar sua prestação de contas à sociedade, o que trará maior credibilidade e fortalecerá todo o setor, com impacto positivo para a Bunge, para o meio ambiente e para as pessoas.

Demos um grande passo em 2010, mas sabemos que ainda há muito por fazer.

E com fôlego redobrado, após as conquistas do último ano, estamos preparados para superar os novos desafios e atingir o objetivo de colaborar com a melhoria da vida das pessoas e aprimorar a cadeia global de alimentos e do agronegócio.

**Pedro Parente**

Presidente e CEO da Bunge Brasil

## Bunge: Sustentabilidade

O total de investimento ambiental da empresa atingiu R\$ 9,6 milhões e o investimento social privado direto foi de R\$ 4,67 milhões no Brasil. Considerando escritórios, fábricas, usinas,

distribuição e atendimento direto da empresa a seus clientes nos diversos setores em que atua, a Bunge está entre as empresas mais presentes na economia local, em diferentes regiões do

### Antes da interação com os produtores rurais...

No início da cadeia de valor da Bunge está a produção de fertilizantes.



Em 2010, mais de 3,5 milhões de toneladas de matéria-prima foram processadas.

77% da matéria-prima é importada.

Além de vender fertilizantes agrícolas aos produtores e produtos para nutrição animal à indústria, a interação com agricultores atingiu 35 mil pessoas, em 227 eventos e vistas técnicas.

Na capacitação do público rural, a Bunge atuou também em parceria com a Embrapa, Instituto Ambiental do Paraná e Canal Rural.



No início de 2011, 2.009 produtores do cadastro da empresa estavam automaticamente bloqueados por não cumprimento de critérios socioambientais (Listas do Ibama e Trabalho Escravo; descumprimento Moratória Soja).

A Bunge elaborou e distribuiu, para 20 mil produtores, uma nova cartilha ambiental com recomendações técnicas e ambientais.

Um novo programa de gestão ambiental está em implementação, o que inclui a questão de certificação aos padrões mais rigorosos do mercado.

Um comitê específico de sustentabilidade antecipase às necessidades do negócio, permitindo ajuste mais rápido na gestão.

Uma nova proposta de interação com o poder público do Tocantins está sendo conduzida pela Fundação Bunge.

Com 8 usinas, a capacidade de produção da Bunge é de 21 milhões de toneladas de cana por ano.

A Matriz energética para a esta produção é de 93% de fontes renováveis.



As emissões desta fase foram de 5,6% menores que em 2009.

Foi lançada a linha de óleos Salada Amazônia, castanha-do-pará, um novo marco de valorização aos povos da região e opção ao consumidor final.

A embalagem biodegradável do creme vegetal Cyclus é premiada como a mais sustentável do mundo.

**...e as atividades relacionadas ao pós-consumo.**

Em 2010 e 2012, a Bunge está investindo US\$ 2,8 bilhões em suas operações no Brasil.

Brasil: são mais de 4.630 municípios atendidos, 83% dos 5.565 municípios existentes no País em 2010. Mais de 20 mil colaboradores distribuem-se nas seguintes áreas de negócio: Fertilizantes,

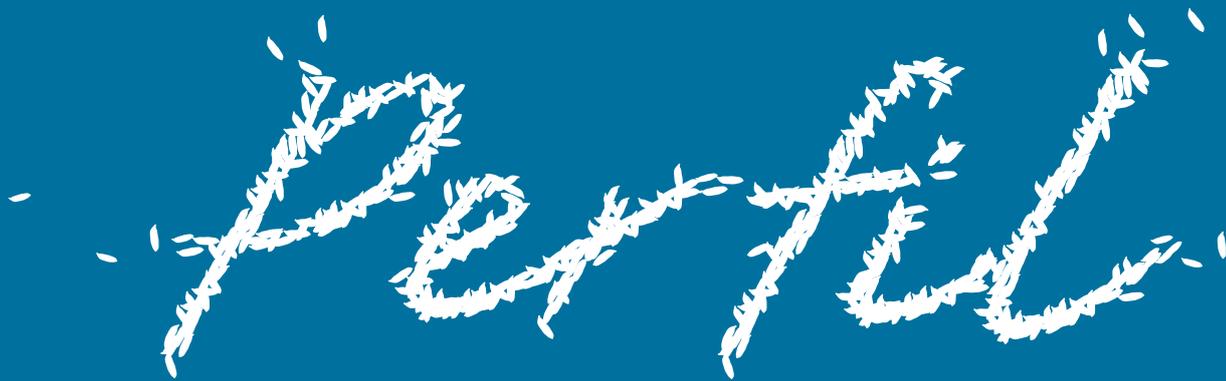
Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes e Açúcar & Bioenergia. Acompanhe os destaques da cadeia de valor da Bunge:

**...Atividades diretas com a produção agropecuária.**

<p>Dos resíduos gerados, 58% são reutilizados ou reciclados.</p>	<p>O consumo de energia representou apenas 36% do consumo de 2009, devido a venda das minas.</p>	<p>As emissões desta fase da cadeia foram 82% menores, basicamente devido à diminuição dos ativos de minas.</p>	
<p>Foram comercializados 21,6 milhões de toneladas de produtos agrícolas.</p>	<p>A empresa está desenvolvendo uma Política Global para Biodiversidade e Uso da Terra, a ser lançada em 2011. Uma ação de vanguarda setorial que trará maior foco e aprimoramento da gestão em sustentabilidade da empresa.</p>	<p>A expansão dos negócios para o setor de Açúcar &amp; Bioenergia foi incrementada com série de inovações ao segmento.</p>	<p>A empresa fez profunda adequação às condições de trabalho dos rurícolas, incluindo distribuição de lucros e conforto das áreas comuns.</p>
<p><b>A integração da cadeia produtiva...</b></p>	<p>Dos resíduos industriais gerados na produção de alimentos e ingredientes para a indústria, 12% puderam ser reutilizados ou reciclados.</p>	<p>Dos 20 estados com presença da Bunge, 14 tiveram mais de 80% das compras realizadas localmente.</p>	<p>O consumo de energia na produção de alimentos foi 12% superior a 2009, devido ao uso de 26% mais matéria-prima que em 2009.</p>
<p>A empresa distribuiu um Guia de dietas saudáveis aos consumidores finais.</p>	<p>Por meio de parcerias, realizou oficinas em supermercados e elaborou outra cartilha, para estimular o consumo consciente de alimentos em linha com o orçamento doméstico.</p>	<p>No pós consumo, 950 postos de reciclagem são mantidos por meio de parcerias. A coleta de óleo reciclado chega a 260 mil quilos.</p>	

Ainda, a empresa envolveu-se em projetos de Mecanismos e Desenvolvimento Limpo que

permitem o sequestro de carbono equivalente a 77% das emissões totais da empresa em 2010.



# Renovação constante

Mudanças consolidam posição de liderança da companhia, uma das maiores empresas na área de agronegócio do País



## DESAFIO

Renovar e reinventar o perfil da Bunge no País, para ampliar os níveis de sustentabilidade e buscar contínua modernização da gestão, para consolidar a posição de liderança da companhia no Brasil.

## AÇÃO

O grupo iniciou um processo de identificação de sinergias entre a área de Alimentos e a de Fertilizantes e promoveu uma reestruturação da gestão corporativa. A empresa agora conta com quatro áreas de negócio e gestão unificada por uma administração central: a Bunge Brasil.

## RESULTADO

A decisão gerou resultados positivos já no primeiro ano. A unificação de áreas de suporte gerou sinergias nos negócios e novas oportunidades de captura imediata de ganhos operacionais. As economias foram na ordem de R\$ 129 milhões.

## PRESENÇA. E LIDERANÇA REFORÇADA.

1.2, 2.2, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8

A Bunge Brasil é uma das maiores empresas de agronegócio do País. Atua nas áreas de Alimentos & Ingredientes, Açúcar & Bioenergia e Fertilizantes, mantendo ainda uma plataforma logística para atender clientes em diferentes partes do globo. Presente no Brasil desde 1905, responde atualmente por **45% dos ativos da Bunge Limited**, holding com sede nos Estados Unidos e subsidiárias em mais de 30 países.

Por ser uma das maiores exportadoras de grãos do Brasil, de acordo com estatísticas de 2010 disponíveis no site do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), a Bunge contribui de maneira significativa para a expansão das exportações brasileiras. Em 2010, suas **vendas para o exterior movimentaram US\$ 6,9 bilhões** e seguiram para países da Europa, Ásia e Américas do Sul e do Norte. Ao mesmo tempo, ajuda a impulsionar o crescimento sustentável nos 16 estados em que atua, fruto da política direcionada para o equilíbrio adequado entre os desempenhos econômico, social e ambiental, posicionamento mantido há décadas. Prova

disso foi a criação da Fundação Bunge no Brasil para promover a cidadania por meio da educação e do conhecimento. Isso aconteceu em 1955, período no qual a responsabilidade social corporativa não representava uma questão relevante para as empresas.

A presença da Bunge nos municípios brasileiros é um fato relevante. Considerando escritórios, fábricas, distribuição e atendimento direto da empresa a seus clientes nos diversos setores em que atua, a Bunge está entre as empresas mais presentes na economia local, em diferentes regiões: são mais de **4.630 municípios atendidos**, 83% dos 5.565 municípios existentes no País em 2010. Como referência, esse total supera, inclusive, o número de agências de bancos públicos (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Banco do Nordeste do Brasil) nos municípios brasileiros – são 2.968 pontos de atendimento bancário, segundo os primeiros levantamentos do Censo 2010 do IBGE.

Mais do que adotar boas práticas, a sustentabilidade é o foco das ações da Bunge em todas as atividades e é compartilhada por mais de **20 mil colaboradores diretos**, alocados em mais de **150 unidades** – entre elas, oito usinas sucroalcooleiras, sete moinhos de trigo, oito fábricas de processamento de soja, sete refinarias, uma unidade de maionese e três unidades de produção de margarina, 17 plantas de fertilizantes e sete refinarias, além de silos, centros de distribuição, escritórios e instalações portuárias.

### MELHORIAS CONSTANTES

Para manter uma gestão efetivamente sustentável, a Bunge sabe da importância de

Gestão unificada  
reúne quatro áreas  
de negócio





estar atento às oportunidades de melhoria para evoluir constantemente e disseminar essa cultura entre seus stakeholders, como forma de compartilhar e alimentar a cadeia de valor. Para tanto, o grupo desenvolveu uma Plataforma de Sustentabilidade, apoiada em quatro bases – Agricultura Sustentável, Dietas Saudáveis, Efeitos Climáticos e Redução de Resíduos –, para potencializar o foco nas ações de sustentabilidade, controlar melhor as externalidades e tornar mais eficientes as práticas de responsabilidade social, educação ambiental e conservação do meio ambiente.

A busca de aprimoramento inclui a contínua modernização da gestão para consolidar a posição de liderança da Bunge no País, ampliar os níveis de sustentabilidade e garantir a perenidade dos negócios. Com base nessa percepção, o grupo iniciou, em 2009, um processo de identificação de sinergias entre a Bunge Alimentos e a Bunge Fertilizantes e promoveu, em 2010, uma reestruturação da gestão corporativa. Desde o início do ano, a empresa passou a contar com quatro áreas de negócio e gestão unificada por uma administração central, a Bunge Brasil.

A decisão gerou resultados positivos durante o período, com a instituição de metodologia de Organização Base Zero e Orçamento Matricial. A unificação de áreas de suporte (principalmente financeiras, RH e Tecnologia da Informação) promoveu sinergias nos negócios e oportunidades de captura imediata de economias operacionais com fornecedores de serviços. A área de logística também se consolidou, gerando sinergias. **As economias foram na ordem de R\$ 129 milhões.** Em 2010, o **faturamento bruto da Bunge alcançou R\$ 24,8 bilhões**, 3% abaixo do atingido no período anterior.

1.2, 2.2, 2.5, 2.6, 2.7

## VISÃO, VALORES E COMPROMISSOS 4.8

A partir de 2010, a Bunge Brasil deu um novo e importante passo, que foi a integração das empresas em quatro áreas de negócio – Fertilizantes, Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes, Açúcar & Bioenergia.

Hoje, a empresa se encontra em um momento marcado por grandes mudanças e novos desafios, para o qual está se valendo da força de sua Cultura Organizacional, com seu arrojado Modelo de Negócio e seu conjunto de Valores.

Assim, a Bunge Brasil realizou uma jornada de autoconhecimento. Foram meses de trabalho, que incluíram pesquisas, workshops, grupos focais e entrevistas com colaboradores de todas as unidades, funções e níveis hierárquicos. O objetivo desse esforço foi traçar um diagnóstico da cultura atual da empresa, bem como apontar a cultura desejada. Em paralelo, foram definidas a Visão e a Missão da Bunge Brasil.



### VISÃO

Alimento é Vida.

Energia é Vida.

O mundo vai precisar de muito mais alimento e energia, e os recursos naturais são cada vez mais escassos.

### MISSÃO

Melhorar a vida, contribuindo para o aumento sustentável da oferta de alimentos e bioenergia, aprimorando a cadeia global de alimentos e do agronegócio.

### VALORES BUNGE



Integridade



Abertura e Confiança



Trabalho em Equipe



Empreendedorismo



Cidadania

## RECONHECIMENTOS

2.10

Com marcas consagradas no mercado interno e no exterior, a Bunge se destaca pelo foco na segurança, inovação e sustentabilidade em suas operações. E, em 2010, foi novamente reconhecida por suas iniciativas: pelo segundo ano consecutivo, foi incluída na lista das 20 empresas-modelo do **Guia Exame de Sustentabilidade** – que premia as companhias com as melhores práticas de sustentabilidade no País – sendo a única empresa do setor a figurar no guia. O grande destaque dessa edição foi a embalagem da Margarina Cyclus, 100% biodegradável e de fonte renovável – é produzida com resina gerada a partir da fermentação do milho, e com decomposição em até 180 dias. Entre os reconhecimentos obtidos no ano também merecem destaque:

### ▪ Prêmio Época de Mudanças Climáticas

No prêmio, promovido pela revista *Época* em parceria com a PricewaterhouseCoopers, a Bunge foi classificada como uma das dez empresas Líderes em Políticas Climáticas, por seu desempenho, controle e políticas adotadas para reduzir as emissões de gases do efeito estufa, iniciativa que faz parte de sua Plataforma de Sustentabilidade.

### ▪ Cyclus: a embalagem mais sustentável do mundo

A embalagem da Cyclus Nutrycell, primeira embalagem totalmente biodegradável de margarina, foi reconhecida como a mais sustentável do mundo pela World Packaging Organization, organização mundial do setor que promove o prêmio WorldStar Sustainable Packaging. Na edição 2010, a Bunge recebeu

# Embalagem da Cyclus é reconhecida como a mais sustentável do mundo

dois troféus: o WordStar, na categoria Alimentos, e o prêmio ouro WorldStar Sustainability Award, como a melhor embalagem do mundo, conquista que coroa os esforços da companhia para promover o desenvolvimento sustentável em todos os seus negócios e com todos os públicos.

### ▪ Prêmio Global Food Award

O Prêmio Global Food Award, na categoria Packaging, concedido pela Sociedade Brasileira de Ciências e Tecnologia de Alimentos, entidade da qual a Bunge é associada, foi mais um reconhecimento para a embalagem biodegradável da Margarina Cyclus. O prêmio foi entregue na África do Sul, pelo IUFoST (The International Union of Food Science and Technology).

### ▪ Folha Top of Mind

O produto margarina Primor recebeu, pelo segundo ano consecutivo, o prêmio Folha Top of Mind, do jornal *Folha de S.Paulo*, por ser a marca mais lembrada pelos consumidores da região Nordeste do País. A pesquisa (por tipo de produto), conduzida pelo DataFolha, se baseou exclusivamente em respostas espontâneas, sem sugerir uma relação de marcas.



# Áreas de Negócio

1.2

## DESAFIO

Capturar sinergias, integrar os negócios e otimizar o uso de recursos ambientais e investimentos sociais.

## AÇÃO

Foram criadas quatro unidades de negócio: Fertilizantes, Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes e Açúcar & Bioenergia, além de quatro áreas de suporte (Financeiro, Recursos Humanos, Assuntos Corporativos & Sustentabilidade e Gestão & Inovação), todas alocadas em uma única companhia: a Bunge Brasil.

## RESULTADO

A gestão integrada permite diminuir custos, aprimorar métodos e processos, ter mais agilidade, reforçar a presença da Bunge no mercado e criar as bases para um novo ciclo de excelência em seu processo de desenvolvimento sustentável.

## A nova Bunge Brasil

Integração estabelece as bases para um novo ciclo de expansão e otimiza a utilização dos recursos ambientais e dos investimentos sociais



## REESTRUTURAÇÃO ESTABELECE NOVO CICLO DE EXCELÊNCIA

A reestruturação da Bunge no Brasil, levada a cabo em 2010, objetivou capturar sinergias entre as duas empresas do grupo no País (a Bunge Alimentos e a Bunge Fertilizantes), promover a integração de negócios, incorporar as melhores práticas de cada linha de negócio e otimizar a utilização dos recursos ambientais e dos investimentos sociais. O novo modelo está organizado em quatro unidades de negócio – Fertilizantes, Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes e Açúcar & Bioenergia – e quatro áreas de suporte, alocadas em uma única companhia: a Bunge Brasil.

A gestão integrada possibilitou reduzir custos, aperfeiçoar metodologias e processos, ganhar agilidade, reforçar a presença da Bunge nos mercados em que atua, concentrar esforços em áreas estratégicas dentro da política de sustentabilidade e estabelecer as bases para um novo ciclo de excelência da Bunge no Brasil. O processo de integração, que exigiu criterioso trabalho de ajustes, workshops e reuniões, entre outros recursos, garantiu a adequada integração, sem impacto para os stakeholders ou mudanças nos programas e investimentos ligados às áreas social e ambiental.

Reconhecida pela atuação integrada do campo à mesa, a Bunge pretende reforçar sua presença no mercado e concentrar esforços em questões estratégicas dentro da política de sustentabilidade, como o relacionamento com mais de 60 mil

### QUALIDADE COMPARTILHADA

Para atender ao processo de reestruturação e integração das empresas no País, foi criado, em junho de 2010, um Centro de Serviços Compartilhados (CSC) terceirizado e estruturado para processar as operações de finanças e de contabilidade. O CSC responde também pela administração das operações de Recursos Humanos para as áreas de Alimentos & Ingredientes e Agronegócios & Logística e atende, ainda, a unidade de negócio Fertilizantes.

A centralização permitiu maior controle das operações, padronizou normas, processos e procedimentos, e tornou mais fácil detectar oportunidades de melhoria.

produtores rurais. A empresa, que tem como prática promover o desenvolvimento social nas regiões em que atua e incentivar a produção agrícola com respeito ao meio ambiente e aos direitos trabalhistas, é líder na aquisição e comercialização de grãos no País, no processamento de soja e trigo e na fabricação de óleos comestíveis.

### AGRONEGÓCIO & LOGÍSTICA

Líder no setor, a área de Agronegócio atua na originação (aquisição) de soja, trigo, milho, carçoço, algodão, sorgo e girassol, no processamento e exportação desses grãos, e na fabricação de produtos para



nutrição animal. Em 2010, o Agronegócio comercializou **21,6 milhões de toneladas de grãos e açúcar**, volume ligeiramente superior (+3%) ao negociado em 2009. Para os próximos períodos, a empresa trabalha em um cenário de expansão de negócios, com pleno funcionamento de ativos importantes, como a fábrica de processamento de soja do município de Nova Mutum, a 264 km de Cuiabá (MT), e o Moinho Suape, localizado no complexo industrial portuário de mesmo nome, na região metropolitana do Recife (PE).

Com o objetivo de expandir ainda mais sua produção e reforçar sua participação de mercado, a Bunge Brasil reativou, no início de fevereiro de 2011, as operações de industrialização de soja localizada em Ponta Grossa (PR), uma das plantas industriais mais tradicionais da cidade (polo agrícola do estado). Desativada em 2009, a unidade recebeu investimentos para readequação e revitalização, para que possa operar dentro dos padrões de sustentabilidade. Com a reativação, a Bunge passou a ter presença em todos os estados produtores de soja do País.

## LOGÍSTICA CADA VEZ MAIS COMPETITIVA

Para uma empresa como a Bunge Brasil, que leva seus produtos do campo à mesa, tem forte atuação nas exportações de grãos e comercializa fertilizantes para agricultores de todo o País, o segmento de logística é estratégico. O transporte de produtos e cargas, em todos os modais, responde por uma parcela significativa dos custos de produção e, em decorrência, interfere diretamente na competitividade. Para assegurar melhor aproveitamento das sinergias entre as recém-criadas áreas de negócio, a Bunge criou a Diretoria Corporativa de Logística e integrou os departamentos.

O objetivo dessa mudança, parte da reestruturação da gestão corporativa, é permitir uma visão mais abrangente das necessidades da Bunge na área de logística, identificar e implantar as melhores práticas, capturar sinergias entre as áreas de negócios que são naturalmente complementares, aproveitar melhor

os ativos, reduzir custos e tornar as operações mais eficientes, tanto pela utilização de novas metodologias e processos quanto pela possibilidade de aproveitar melhor os talentos da área, oferecendo maior visibilidade e oportunidades de crescimento para esses profissionais. A expectativa é otimista no curto prazo, mas há desafios – entre eles, reduzir o prazo de ativos parados, perdas durante o transporte e despesas com frete. Esta área de logística integrada tem forte foco nos modais de exportação e está presente nos principais portos do Brasil (Santos, Itaguaí, Paranaguá, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Rio Grande, São Francisco do Sul, São Luís e Vitória) e Argentina (Buenos Aires, Bahía Blanca, San Lorenzo e San Nicolás).



## ALIMENTOS & INGREDIENTES 2.2

A área de Alimentos & Ingredientes responde pela fabricação de diversas linhas de produtos para o consumidor final e o setor de alimentos, como restaurantes, padarias, confeitarias e indústrias. Líder nos mercados de margarinas, óleos envasados, farinhas e pré-misturas para panificação, a área acrescentou quatro novos produtos ao seu portfólio em 2010, voltados para os mercados profissional e doméstico, entre eles a linha Amazônia do Óleo Salada. Para 2011, a área deverá incluir outras novidades em sua



carteira de produtos e extrair benefícios das iniciativas de excelência implantadas em 2010, que promoveram melhorias nas áreas de vendas, distribuição e operação.

Reconhecida pela qualidade, a área de Alimentos & Ingredientes dispõe de produtos tradicionais de mercado. Para o consumo final, detém as marcas Delícia, Primor Cyclus, Soya, Salada, Andorinha, Cocinero e Soleada, para margarinas, maionese, óleo vegetal, óleo especial, azeites e arroz. No setor de confeitaria, padaria e refeição, comercializa também farinhas, pré-misturas, gordura vegetal, chocolate e cobertura, com as marcas Gardina, Ricca, Suprema, Cukin, Primor e Soya. E, destinadas à indústria especializada, estão as marcas Probisc, Promac, Prospecial, Promult e Profry, entre outras.

### ÓLEO SALADA COM CASTANHA-DO-PARÁ - LINHA AMAZÔNIA

Em outubro de 2010, a Bunge lançou a linha Amazônia, em edição limitada, com o novo óleo composto Salada Girassol + Castanha-do-Pará, produto desenvolvido de forma inovadora e parte de um amplo projeto de sustentabilidade da companhia, valorizando as riquezas da região Amazônica e das populações locais. Alinhada à Plataforma de Sustentabilidade da Bunge e em adesão ao contexto de sustentabilidade dos produtos, a linha Amazônia contribui com o desenvolvimento econômico e social de pequenos produtores da região Amazônica, dissemina boas práticas, respeita a cultura local e atende a elevados critérios de sustentabilidade da cadeia produtiva, como a rastreabilidade da coleta.



A castanha só é coletada depois que o ouriço (fruto da castanheira) cai da árvore, condição que preserva e contribui para a manutenção das florestas. O trabalho de controle de qualidade e suporte às melhores práticas esteve a cargo da empresa Ouro Verde Amazônia, parceira da Bunge por suas referências nacionais e internacionais de atividades diferenciadas junto às comunidades.

A coleta da castanha envolve centenas de moradores das regiões do Jari (Pará) e indígenas de Alta Floresta (norte do Mato Grosso). Todos os trabalhadores recebem apoio, formação e capacitação, o que colabora para a expansão econômica e social das regiões envolvidas. Com o objetivo de ampliar esse ciclo, a Bunge também mantém parcerias para a coleta do óleo de cozinha usado, que é transformado em sabão ecológico e biodiesel, combustível renovável com reduzido poder de emissões.

## FERTILIZANTES 2.2

A área de Fertilizantes é referência nacional em adubação para a agricultura, pecuária e floresta, e dispõe de marcas reconhecidas pelo público, como **IAP**, **Manah**, **Serrana** e **Ouro Verde**. Com distribuição em todo o território nacional, a área de Fertilizantes conta com unidades de processamento e centros de distribuição localizados em pontos estratégicos do País para atender seu mercado, que engloba usinas, cooperativas, clientes empresariais e agricultores.

Para proporcionar atendimento diferenciado e voltado para a sustentabilidade, a área de Fertilizantes possui equipes técnicas e comerciais altamente capacitadas, que estabelecem relacionamentos de confiança e parceria, oferecendo suporte em relação às melhores práticas e à gestão da propriedade para a fertilidade do solo, um grande diferencial da Bunge no relacionamento com seu público.

Como mencionado no Relatório de Sustentabilidade de 2010, a Bunge firmou acordo com a Vale S.A. para a venda dos ativos referentes à produção de matéria-

prima de fertilizantes, em janeiro de 2010. Por esse documento, a Vale se tornou o novo controlador das minas de fosfato e das instalações operacionais das cidades de Araxá (MG) e Cajati (SP), e passou a deter a participação de 42,3% na Fosfertil. Em decorrência da venda de ativos, foi descontinuada a publicação dos indicadores de sustentabilidade da área de mineração por não fazer mais parte das operações da empresa.

A decisão está em sintonia com o planejamento estratégico da Bunge, que pretende concentrar suas operações na comercialização de varejo de tradicionais marcas de fertilizantes. A mudança permitirá à companhia manter a competitividade e o estreito relacionamento com o público rural. Para aperfeiçoar o contato com esse público e atuar como parceira de todas as outras áreas de negócio da Bunge Brasil, a Central de Relacionamento de Fertilizantes foi renovada em 2010. A mudança incluiu uma nova metodologia de atendimento, com processos redefinidos, equipes maiores e mais capacitadas e postura pró-ativa.

Atendimento  
a produtores é  
voltado para a  
sustentabilidade



## PROJETOS COM VISÃO AMBIENTAL

A Bunge Brasil está desenvolvendo dois projetos no terminal de Fertilizantes de Rio Grande (Teferg), no estado do Rio Grande do Sul: a construção de um armazém, com capacidade para **120 mil toneladas de fertilizantes**, que exigirá investimentos de **US\$ 29 milhões**, e de um píer, orçado em **US\$ 90 milhões**, para o escoamento de **850 mil toneladas de fertilizantes/ano**, o que representa 30% do mercado da Região Sul. Com o píer, a Bunge pretende eliminar a necessidade da utilização de terminais de terceiros para receber importação de fertilizantes, o que reduz o custo operacional e o risco

de interrupções de fornecimento de matéria-prima, com reflexo direto na cadeia logística – por ter acesso ao mar, será possível transportar mercadorias diretamente dos navios para barcas ou trens por hidrovia ou ferrovia.

O projeto também engloba iniciativas ambientais e sociais. Entre as iniciativas já definidas, estão o patrocínio de um livro sobre estudos ecológicos da Lagoa dos Patos (RS), o plantio de vegetação nativa na beira do Lago e projetos de sensibilização ambiental para as comunidades vizinhas, além da geração de **150 empregos diretos** e aproximadamente **300 indiretos**.

## AÇÚCAR & BIOENERGIA 2.2

A área de Açúcar & Bioenergia se dedica ao processamento de cana-de-açúcar para a produção de açúcar, etanol e cogeração de energia. Atualmente, esse segmento conta com oito usinas e capacidade para processar cerca de 21 milhões de toneladas/ano. **Até 2012**, serão investidos US\$ 2,8 bilhões, com o objetivo de ampliar a produção para **20 milhões de toneladas** por safra de etanol e igual quantidade de açúcar, o que corresponde à **terceira posição** no ranking dos **maiores grupos em operação no País**.

Dos recursos destinados à área de Açúcar & Bioenergia, parte foi direcionado para a compra das cinco usinas do Grupo Moema, e o restante está sendo aplicado em obras de expansão e modernização das outras três unidades da Bunge Brasil. A Bunge também iniciou, em 2009, a construção de uma usina na cidade de Pedro Afonso (TO), que irá processar cerca de 4,4 milhões de toneladas de cana-de-açúcar por ano a partir de 2013, gerando até 1.400 empregos diretos nas atividades agrícolas e industriais.



# Modernização potencializa resultados socioambientais

A proposta de crescimento busca fortalecer a posição da Bunge Limited de líder global na cadeia do açúcar – uma das prioridades na estratégia do grupo – e atender sua política de desenvolvimento sustentável, o que supera a estratégia econômica e atinge o plano social e ambiental. A intenção é gerar energia elétrica a partir do bagaço e da palha da cana, uma fonte de energia limpa e renovável. Parte da energia é consumida na produção de etanol e açúcar das próprias usinas, e o excedente é distribuído para os municípios do entorno. Para tanto, a Bunge Brasil firmou parceria com a Faculdade Rio do Sono, localizada em Pedro Afonso, para a implantação do curso de Tecnólogo em Gestão Agroindustrial. A meta é de que o curso prepare moradores da região para ingressar como colaboradores da indústria.

## A FAVOR DA NATUREZA

Adquiridas em 2010, as usinas do Grupo Moema já adotam diversas práticas de conservação e preservação do meio ambiente, alinhadas com a Plataforma de Sustentabilidade da Bunge. Em 2010, uma dessas iniciativas foi a assinatura de um acordo com o Governo do Estado de São Paulo, junto com outras empresas sucroalcooleiras, para auxiliar no combate a incêndios nos parques estaduais de Aguapeí, Morro do Diabo, Rio do Peixe, Edmundo Navarro de Andrade e nas estações ecológicas de Ribeirão Preto e de Jataí. A iniciativa, coerente com a política de atuar em parceria com órgãos públicos em prol da natureza, inclui suporte logístico, equipamentos e equipes especializadas para proteger as áreas contra o fogo provocado por causas naturais ou criminosas.



# Governança: e a política de sustentabilidade

## Modelo de Excelência

Novo modelo organizacional adota a política de manter um colegiado para buscar consenso em todas as decisões que tenham impacto direto nos negócios

### **DESAFIO**

Reforçar as práticas de governança corporativa com a reestruturação organizacional, mantendo um modelo de excelência coerente com padrões internacionais, com o objetivo de expandir ainda mais a visão sustentável e de longo prazo da companhia.

### **AÇÃO**

Com decisões criteriosamente estudadas e ponderadas, a reorganização foi estruturada em iniciativas como o Projeto One Brasil, que permitiu a revisão de processos de informação e unificação de plataformas; o Orçamento Matricial, que confere maior transparência e eficiência à distribuição e utilização dos recursos; e a adoção de métodos para ampliar a sinergia operacional e os recursos de logística.

### **RESULTADO**

O novo modelo permitiu implantar o projeto Organização Base Zero. O programa redesenhou a plataforma de negócios, alinhou as novas unidades com os objetivos estratégicos e criou o sistema de colegiado para as decisões corporativas. Também foi instituída a vice-presidência de Gestão e Inovação de Processos, para potencializar os esforços de renovação periódica.

## SUSTENTABILIDADE

### REFORÇADA 2.3, 2.4, 4.1 ONLINE

A Bunge tem o empreendedorismo em seu DNA. Está presente no Brasil há mais de um século, sempre reconhecida por seu perfil dinâmico e por fazer a diferença em todas as regiões onde atua. Isso é fruto de seu poder de constante renovação e da busca incansável pelo aperfeiçoamento e pelo crescimento equilibrado em todas as áreas.

Fiel a esse perfil, a Bunge se reinventou novamente em 2010: realinou sua estrutura organizacional com a unificação de suas atividades no País e, em decorrência, readequou e aprimorou seu modelo de gestão, para alinhar a estratégia corporativa e manter um modelo de excelência segundo padrões internacionais de governança. As mudanças, criteriosamente estudadas e ponderadas, têm como principal objetivo expandir ainda mais a visão sustentável e de longo prazo da companhia, iniciativa batizada

## Nova gestão de custos confere maior transparência

de ‘sustentabilidade expandida’, além de aumentar a integração e a sinergia entre as empresas da Bunge no País e propiciar maior eficiência na gestão corporativa em um curto espaço de tempo.

A reorganização foi estruturada em quatro pilares: o **Projeto One Brazil**, que se concentra na revisão de processos de informação e na unificação das plataformas ERP e SAP; no **OM (Orçamento Matricial)**, método de gestão de custos que privilegia as melhores práticas e confere maior transparência e eficiência na distribuição e utilização dos recursos; em novos métodos para ampliar a **sinergia operacional** e os recursos de logística; e no projeto **OBZ (Organização Base Zero)**, que redesenhou a plataforma de negócios, alinhou as novas áreas às estratégias, conceitos e processo, e – mais importante – criou um colegiado para a tomada de decisões corporativas.



Comitê Executivo da Bunge Brasil, da esq. para a dir.:  
Martus Tavares, Adalgiso Telles, Afonso Barbosa,  
Murilo Sant’Anna, Ricardo Santos, Pedro Parente,  
Daniel Maldonado, Marisa Thurler, Gilberto  
Tomazoni e Vitor Fabiano

**NOVO MODELO PRIORIZA****DECISÕES COLEGIADAS** 4.1, 4.2

Reunido uma vez por semana, esse colegiado responde pela aprovação consensual de todas as iniciativas com impacto direto nos negócios – com desempate pelo voto de Minerva, se necessário, do principal executivo da companhia, o ex-ministro Pedro Parente. Em 20 de janeiro de 2010, Pedro Parente assumiu os cargos de presidente e CEO da Bunge no Brasil – reportando-se diretamente a Alberto Weisser, chairman e CEO da Bunge Limited – e passou a capitanear todo o processo de aperfeiçoamento da gestão e integração das novas unidades de negócio, assim como a aplicação da política de sustentabilidade da Bunge Brasil.

Foi instituída, ainda, a vice-presidência de Gestão e Inovação de Processos, que potencializa os esforços de renovação periódica, não só em produtos, como de processos e práticas, com o objetivo de agregar valor concreto aos negócios, em sintonia com a plataforma de sustentabilidade.

As decisões de reorganização das empresas do grupo no Brasil tiveram como base as melhores práticas de governança corporativa e a política de sustentabilidade, que harmoniza

Reestruturação  
corporativa  
valoriza as  
decisões locais



os objetivos estratégicos da empresa e os interesses da sociedade e dos demais stakeholders. Coerente com os princípios da transparência, da ética e do tratamento equânime para todos os públicos, as medidas para a reestruturação foram comunicadas e justificadas para os cerca de 20 mil colaboradores da Bunge e ao público externo.

A reestruturação corporativa contou com o aval do modelo de gestão global da Bunge, que privilegia as decisões locais, segundo as características de cada região, como forma de agilizar a tomada de decisões estruturadas nas vertentes econômica, social e ambiental. Para o acompanhamento dessa gestão, a Bunge dispõe de ferramentas de comunicação eficientes e promove constantemente reuniões de intercâmbio entre os executivos brasileiros e estrangeiros da Bunge internacional, para a troca de experiências e conhecimentos que beneficiem os processos locais.

## ESTRATÉGIA ALINHADA ÀS METAS DE SUSTENTABILIDADE

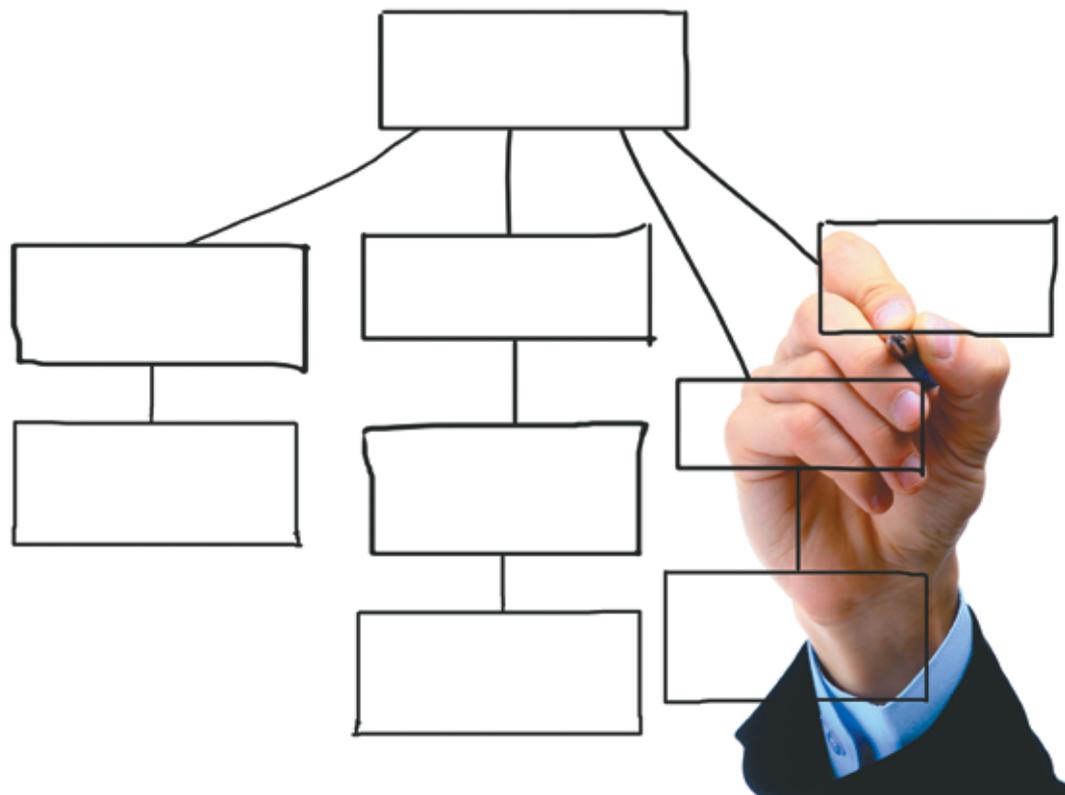
4.3, 4.5, 4.7 ONLINE

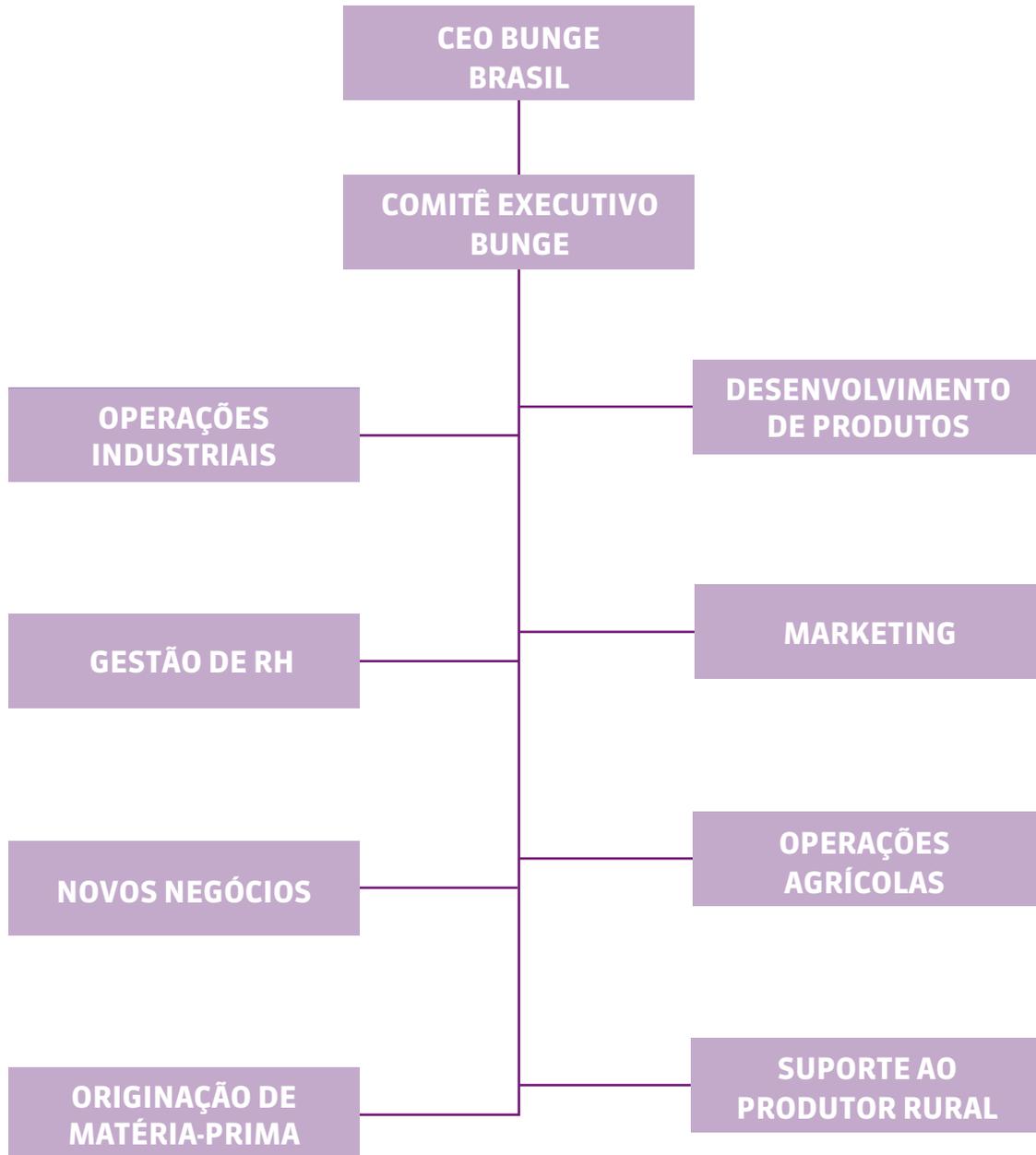
O Conselho Consultivo, o mais alto órgão de governança da Bunge, manteve no quadro de membros efetivos os executivos Alberto Weisser, Alysson Paulinelli, Eliezer Batista da Silva, Mário Alves Barbosa Neto, Oscar de Paula Bernardes Neto, Pedro Malan e Sérgio Roberto Waldrich – personalidades reconhecidas no mercado por sua competência administrativa nas mais diferentes áreas.

Os objetivos estratégicos da Bunge estão alinhados às metas de sustentabilidade e, entre outros pontos, estabelecem os critérios de remuneração para os colaboradores, inclusive membros do Comitê Executivo. Essas orientações também determinam a realização de auditorias internas e externas anualmente, tanto nas unidades industriais como nos escritórios nacionais e regionais, para assegurar a confiabilidade das informações em relação aos desempenhos econômico, ambiental e social.

## Sustentabilidade é compartilhada com todas as áreas

A gestão em sustentabilidade é liderada pela Diretoria de Assuntos Corporativos & Sustentabilidade, que participa do Comitê Executivo da Bunge (a composição da Diretoria Executiva da Bunge se encontra no final deste Relatório, em “Informações corporativas”). O tema permeia todas as áreas da empresa e tem o compromisso compartilhado de alinhar os critérios de sustentabilidade ao dia a dia das operações. Dessa forma, a gestão não se restringe a apenas uma área responsável, mas é compartilhada com diferentes níveis da empresa, conforme o esquema apresentado a seguir.



**GESTÃO EM SUSTENTABILIDADE BUNGE: DECISÕES COMPARTILHADAS NO COMITÊ EXECUTIVO E DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES PELAS DIFERENTES ÁREAS DA EMPRESA**

# Como é conduzida a Gestão de Sustentabilidade:

## DESAFIO

Garantir que o crescimento da Bunge seja sustentável, com equilíbrio entre os aspectos econômico, ambiental e de responsabilidade social, gerando oportunidades para a companhia e diminuindo riscos e externalidades negativas nas operações da empresa.

## AÇÃO

A empresa aprimora constantemente as ferramentas para monitorar seu desenvolvimento sustentável e valida essas ações por meio de auditorias externas. Além disso, adotou os novos indicadores setoriais de relato da GRI para a área de produção de alimentos; promoveu a implementação de um sistema de governança e de indicadores GRI para o negócio de Açúcar & Bioenergia; gerou novos materiais para os diversos públicos; e treinou profissionais na área de gestão de riscos, capacitando esses colaboradores para que utilizem critérios de sustentabilidade nas negociações com parceiros e fornecedores.

## RESULTADO

A adoção de indicadores setoriais propiciará maior comparabilidade, transparência e interação com os stakeholders setoriais. O formato de relato permite uma análise de gap (avaliação do atual estágio de maturidade dos processos) para as áreas de negócio, de forma que a gestão em sustentabilidade promova a integração geral com os negócios, além de projetos setoriais específicos.

## Compromisso compartilhado

O objetivo é fomentar o desenvolvimento equilibrado dos negócios





## POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE BUNGE

4.6, 4.9, 4.10, 4.11

A política de sustentabilidade da Bunge foi elaborada com o compromisso de fomentar o desenvolvimento equilibrado entre crescimento econômico, responsabilidade social e ambiental. Suas diretrizes estão orientadas para a excelência operacional e o controle das externalidades dos setores em que atua. Vinculada aos negócios, a política de sustentabilidade permite alinhar todas as áreas de atuação, ao estabelecer seus compromissos compartilhados. A seguir, a política e alguns desdobramentos ocorridos em 2010:

- **Associar os objetivos de negócios às questões da responsabilidade socioambiental.**

Em 2010, a Empresa lançou uma linha de óleos especiais com ingredientes amazônicos, o que permitiu a exploração sustentável de um novo nicho de mercado em saudabilidade, com total respeito às populações tradicionais e manutenção da floresta em pé. (Veja mais no capítulo “Agricultura Sustentável”.)

- **Procurar ir além do cumprimento da legislação ambiental local e de outros requisitos aplicáveis a seus processos, produtos e serviços.**

A Bunge continuou a consolidação de compromissos voluntários importantes, tais como a Moratória da Soja, que evita a comercialização de soja produzida em áreas de novos desmatamentos do Bioma Amazônico. (O capítulo “Agricultura Sustentável” traz mais detalhes sobre o tema.)

- **Promover a melhoria contínua do ambiente e o desenvolvimento sustentável, aplicando princípios de gerenciamento, indicadores de desempenho e avaliações de risco ambiental.**

A partir desse relatório, a Bunge passa a utilizar o novo suplemento da GRI, com indicadores específicos relacionados ao setor.

- **Investir na formação de parceiros, que devem entender os conceitos empregados e apresentar sua visão do processo.**

Entre suas parcerias, a Bunge participa ativamente da Iniciativa Planeta Sustentável, onde cada um dos parceiros incorpora a sustentabilidade em sua gestão e promove ampla comunicação, com posicionamentos claros.

- **Manter uma postura ética e transparente em todas as atividades e nos relacionamentos de negócio.**

A Bunge atendeu a 100% das demandas recebidas pela imprensa e mantém ativos seus canais de relacionamento com os diferentes públicos.

- **Gerar valor, empregos, renda e riquezas para as comunidades e para o país onde opera.**

Com a ampliação do quadro de funcionários devido às aquisições do setor de açúcar e álcool, a Bunge está expandindo sua governança corporativa para um número ainda maior de regiões do Brasil.

- **Demonstrar responsabilidade social, procurando atender às expectativas das comunidades onde atua e promover o uso responsável dos recursos naturais.**

O Programa Bunge Natureza tem levado o tema do uso responsável dos recursos naturais a várias comunidades, além de promover a preservação ambiental em biomas sensíveis, como a reserva Figueira Branca, na região de Mata Atlântica do estado de Santa Catarina.

- **Contribuir para o desenvolvimento da cidadania por meio de ações de valorização da educação e do conhecimento.**

A Fundação Bunge é bastante dinâmica e tem forte atuação ligada à responsabilidade social da Bunge no Brasil. A entidade tem promovido discussões importantes desde o protagonismo social até mudanças climáticas, com temas de interesse para toda a sociedade.

Com foco específico em biodiversidade e uso da terra, a empresa estuda, mundialmente, a melhor forma de governança para trabalhar o assunto. A Bunge Brasil está dedicada no desenvolvimento de uma política global para o tema, interagindo com as demais empresas do grupo. Além da avaliação dos principais pontos, interação com stakeholders e definição de planos de ação, a elaboração da Política Global de Biodiversidade e Uso da Terra, em realização no ano de 2011, auxiliará a condução dos negócios e interações com a cadeia de suprimentos da empresa, valorizando os temas e facilitando a gestão sobre tais questões.

## Análises de materialidade norteiam iniciativas da Bunge



## FERRAMENTAS MONITORAM DESEMPENHO SUSTENTÁVEL

Com o objetivo de estabelecer e formalizar os valores e compromissos da Bunge para Qualidade e Segurança do Produto e Meio Ambiente, em 2005 a empresa iniciou o processo de implantação do Sistema de Gestão Integrado. Foi necessário um ano para que fossem desenvolvidos e implementados os programas, diretrizes e instruções operacionais, orientados para o estabelecimento dos modelos de gestão e de atuação para a sustentação das políticas comuns às diferentes operações, unidades industriais e negócios. Em 2006, os sistemas foram verificados e certificados pela BVQI. Atualmente, fazem parte do Sistema de Gestão Bunge os padrões ABNT NBR ISO 14001, ABNT NBR ISO 9001, GMP+B2 e GMP+B3. Para os fornecedores, a Bunge conta com sistemas automáticos de monitoramento e/ou auditoria específica de controle.

A GRI, por meio do Relatório de Sustentabilidade, também promove a agenda de sustentabilidade dentro da Bunge, por proporcionar suporte à definição de metas, métricas e apontamento de gaps de melhoria. O relatório ainda é fonte para pesquisas internas e externas, avaliação de desempenho de áreas, criação de materiais de suporte, posicionamentos junto à mídia e geração de compromisso público. A empresa também trabalha globalmente com um programa denominado PQSE (Programa de Qualidade, Segurança e Meio Ambiente da Bunge), que permite alinhar estratégias e indicadores globais de desempenho.

Além da sintonia dos aspectos da sustentabilidade em suas atividades, a Bunge dispõe de critérios para nortear a conduta de seus profissionais. Todos os colaboradores da Bunge Brasil passam



por treinamento de integração no ato de sua admissão e recebem material impresso com o Código de Ética e Conduta definido pela empresa. Todas as denúncias são investigadas. Nos casos comprovados de corrupção ou não atendimento ao Código, são tomadas as medidas legais cabíveis, como desligamento do colaborador e acionamento das autoridades competentes. **S03, S04**

## INDICADORES SETORIAIS AMPLIAM TRANSPARÊNCIA

No primeiro semestre de 2011, a Bunge está lançando no Brasil, em parceria com a GRI, o quadro conciso de indicadores setoriais para relato. O objetivo é estimular outras empresas do segmento a adotar a metodologia, o que irá propiciar maior transparência, comparabilidade e interação com os stakeholders setoriais. Assim, desde questões de originação de matéria-prima até informações sobre o descarte de resíduos poderão ser mais bem endereçadas à sociedade.

Para a área de Açúcar & Bioenergia, por ser um segmento criado recentemente dentro da Bunge, foi realizada uma adequação na coleta de dados e definição de metas sustentáveis. Visando acelerar a obtenção de informações, a área estruturou um processo, em 2010, para iniciar a coleta com prioridade para as atividades industriais, o que assegura dados confiáveis e sistemáticos. As informações sobre atividades agrícolas serão trabalhadas a partir de 2011, em razão das características particulares dessa atividade.

*Saiba mais sobre a Política Global de Sustentabilidade, a Política de Meio Ambiente e outras ramificações da política de Sustentabilidade no Brasil na versão online, disponível em [www.bunge.com.br/sustentabilidade](http://www.bunge.com.br/sustentabilidade)*

# Impactos

## na gestão do conhecimento

### DESAFIO

Aprimorar sempre as melhores práticas, disseminar esse conhecimento e promover impactos positivos nas comunidades onde atua, gerando valor para os públicos com os quais se relaciona.

### AÇÃO

Em um exemplo evidente desse posicionamento, a Bunge vem realizando amplas e profundas mudanças na gestão de suas usinas de açúcar e bioenergia, para adequar essas unidades às práticas socioambientais e política de relacionamento conforme o padrão mundial da companhia. Também estão sendo feitos pesados investimentos em todas as áreas – treinamento, modernizações, equipamentos e condições de trabalho.

### RESULTADO

Foi implantado o programa de Agricultura Sustentável, o que inclui ações como: difusão das melhores práticas, metas para adoção de novas tecnologias, restrições contratuais para os casos de não regularização ou não adequação dos fornecedores ao modelo de práticas trabalhistas; cumprimento à risca da legislação trabalhista; melhores condições na infraestrutura, transporte, segurança e qualidade de vida; emprego de melhores técnicas de eficiência energética e operacional; e implantação de um programa de capacitação durante a entressafra, para possibilitar oportunidades efetivas de crescimento, com reflexos diretos nas comunidades e, em breve, possivelmente em todo o setor.

## Melhores práticas

Bunge busca evoluir constantemente e disseminar seu conhecimento





## IMPACTO POSITIVO NA CADEIA DE AÇÚCAR & BIOENERGIA 1.2

Para a Bunge, é vital buscar sempre as melhores práticas, implementando e disseminando métodos de gestão que conduzam ao desenvolvimento sustentável em todos os setores trabalhados.

Nos locais em que atua ou onde passa a atuar, a Bunge defende que não basta apenas adquirir e administrar um novo negócio. É fundamental entender as particularidades, os desafios, as pessoas, a comunidade e suas necessidades. Um exemplo claro da gestão alinhada à sustentabilidade é o efeito que a Bunge traz à área de Açúcar & Bioenergia. Desde que começou a atuar nesse segmento, a companhia vem realizando um amplo e profundo processo de estudos e mudanças para adequar suas práticas socioambientais e sua política de relacionamento com os diversos públicos, da usina ao padrão global da Bunge.

Após a aquisição das usinas, teve início uma fase de diagnósticos, para apurar a situação das operações nas novas unidades e em sua rede de fornecedores. Os levantamentos evidenciaram diversas autuações, o que desencadeou a introdução de um sistema de choque de gestão a fim de adequar os processos dentro das boas práticas implementadas nos outros negócios da empresa. Em vista disso, os esforços se intensificaram e, em 2010, foi implantado o programa de Agricultura Sustentável, que inclui restrições contratuais aos fornecedores para os casos de não adequação ao modelo proposto ou regularização de situação irregular.

Como signatária do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Análogo ao Escravo, a Bunge tem o compromisso de aperfeiçoar as condições de trabalho do setor de Açúcar & Bioenergia, garantindo saúde e segurança no campo e zelando

pelas melhores práticas trabalhistas e ambientais. O pacto federal abrange, ainda, toda a cadeia de fornecedores e exige de todos o cumprimento à risca da legislação trabalhista, com o objetivo de impedir práticas de trabalho forçado ou análogo ao escravo na cadeia do agronegócio, ou mesmo de trabalho infantil. **HR1, HR2 ONLINE**

*O cliente João Dornellas, vice-presidente de Recursos Humanos e Comunicação Corporativa da Nestlé, lança a pergunta: “Um tema que acho importante para a Bunge é o trabalho de menores de idade no campo. Quais são as práticas para combatê-lo?”.*

Em pouco tempo e com investimentos exclusivos para cumprir essas metas, foram revistas as condições de trabalho na recém-adquirida Usina Moema e oferecidas melhores condições de infraestrutura, segurança e qualidade de vida. A frota de ônibus foi padronizada e os veículos foram adaptados com toldos, assentos e gavetões para acomodar facões usados como instrumentos de trabalho no corte da cana.

Essa revisão é reflexo da auditoria socioambiental realizada em 2010 e conduzida pela Ernst&Young, com a finalidade de avaliar as práticas em sustentabilidade das cinco usinas adquiridas através da holding Moema Par. As oportunidades de melhoria identificadas estão contidas em planos de ação, executados conforme cronograma acompanhado pela área de Auditoria.



## Novo modelo harmoniza produção com desenvolvimento sustentável

É importante destacar, ainda, que todos os fornecedores da Bunge Brasil são avaliados em relação ao cumprimento de práticas de respeito a direitos humanos e 100% dos contratos de investimento significativos possuem cláusulas de respeito a direitos humanos.

Atualmente, os trabalhadores possuem equipamentos de proteção individual (EPIs), avaliados periodicamente por técnicos em segurança para as necessárias reposições, e estão capacitados para as funções que exercem. Todos receberam treinamento em Segurança e Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho Rural. Os líderes de produção estão aptos a realizar atendimento de primeiros socorros, têm fácil acesso a kits de emergência e contam com o suporte de enfermeiros especializados em medicina do trabalho.

A Bunge assegura folgas de acordo com a legislação, concede pausas de 15 minutos no campo para ginástica laboral e fornece isotônicos para os trabalhadores. Além disso,



## Mudanças no setor sucroalcooleiro devem trazer aumento de renda, crescimento econômico e cidadania

investe constantemente na capacitação dos trabalhadores, oferecendo oportunidade de crescimento na carreira dentro da empresa. A empresa está implementando, também, ações de valorização da diversidade, tornando as operações das usinas mais aptas à recepção de pessoas portadoras de necessidades especiais. Iniciou-se, também, um inédito programa de divisão de lucros que atinge, inclusive, os rurícolas, trabalhadores rurais do campo, antes enquadrados apenas como “boias-frias”. A Bunge também formou um Comitê de Gestão de Riscos em Sustentabilidade, antecipando-se na busca de soluções de quaisquer problemas operacionais e/ou de relacionamento com fornecedores.

As mudanças, como sempre, começam com o público interno e provocam impactos primeiramente econômicos, pelo aumento da renda e melhor percepção de suas responsabilidades e direitos; depois sociais, porque as informações se disseminam, ampliando a sensação de cidadania e atraindo novos profissionais; e, por fim, ambientais, graças aos cursos de capacitação, treinamentos e estímulos, que levam à compreensão de que o ciclo só será completo com respeito ao meio ambiente.

### ▪ Expansão da sustentabilidade

A Bunge está expandindo sua visão de sustentabilidade para o setor de Açúcar & Bioenergia e empregando as melhores técnicas de eficiência energética, além das melhores práticas socioambientais. Entre elas, o uso das mais modernas tecnologias operacionais, o que inclui o uso primordial



## TREINAMENTO DE PROFISSIONAIS DE AÇÚCAR & BIOENERGIA

	Total de horas trabalhadas	Média de horas treinadas
Diretor	38.0	19.0
Gerente	3.071	68.2
Coordenador	7.670	54.0
Adm./Operação	198.091	17.0
Estagiário	1.154	1154.0
Menor Aprendiz	0	0.0
<b>Total</b>	<b>210.024</b>	<b>1312.2</b>

de colheita mecanizada de cana crua, as melhores práticas agrícolas vigentes e a gestão ambiental integrada.

Todas as iniciativas da Bunge são guiadas pelo Código de Ética e pela Política Global de Sustentabilidade, documentos que expressam a proibição a atos de discriminação e incentivam o respeito ao ser humano.

### ▪ Capacitação durante a entressafra

A Bunge utiliza o período de entressafra na produção de açúcar, álcool e bioenergia para oferecer cursos de qualificação e capacitação a seus trabalhadores, com o objetivo de manter seus colaboradores atualizados em relação às melhores práticas e proporcionar desenvolvimento profissional, ampliando sua integração ao negócio. Somente durante a entressafra do ciclo 2010-2011, foram treinados mais de 4 mil profissionais das áreas agrícola, industrial e administrativa, para níveis operacionais e de liderança.

Os cursos oferecidos, além do Programa de Formação de Operadores Agrícolas, têm foco na requalificação de profissionais agrícolas e em treinamentos obrigatórios de Normas Regulamentadoras (NRs) –

destinados a cerca de 2.500 colaboradores das áreas industrial e agrícola. A Bunge preparou, ainda, cursos de requalificação profissional para operações agrícolas. Realizados internamente em parceria com o Senai, os cursos atenderam cerca de 1.250 profissionais dos cargos de operador de colhedora, tratorista e mecânico automotivo.

Todos esses esforços demonstram o impacto que a Bunge está trazendo para a região onde passou a atuar e para o setor sucroalcooleiro, iniciativa que, ao longo do tempo, deve provocar mudanças profundas no setor e estabelecer uma nova etapa de crescimento sustentável para esse segmento.

## INICIATIVAS NA GESTÃO DO CONHECIMENTO

Além dos seminários patrocinados pela Fundação Bunge, a empresa, numa iniciativa pioneira, realizou workshops em 2010, juntamente com os parceiros da Ipas (Iniciativa Pró-Alimento Sustentável),

para capacitar profissionais das áreas de Suprimentos e Comercial a utilizar critérios de sustentabilidade nas negociações com fornecedores e cadeia de valor.

Realizado em duas edições – para líderes e para compradores e negociadores das empresas participantes –, o treinamento reuniu os responsáveis pela definição de políticas e os profissionais que executam as diretrizes estratégicas de suprimentos das companhias.

O evento alinhou o conhecimento dos participantes em relação a questões de sustentabilidade intrínsecas à cadeia de alimentos – como padrões, legislações e regras – e buscou desenvolver a sustentabilidade como uma competência a ser utilizada no relacionamento com fornecedores, conscientizar os compradores sobre o impacto de suas negociações e oferecer ferramentas e soluções para fortalecer a

sustentabilidade em suas atividades.

Para 2011, a empresa implementará, atingindo todos os funcionários, o programa Colaborador Sustentável, que trará o tema da sustentabilidade em uma abordagem positiva para a melhoria da qualidade de vida de seu público interno, ao mesmo tempo que irá associar as boas práticas pessoais com a adequação de metas corporativas de sustentabilidade. Assim, os colaboradores não apenas poderão reavaliar seus hábitos na vida pessoal, como também terão clara associação e engajamento com as metas, políticas e práticas em sustentabilidade da empresa. Espera-se, com isso, aumentar o conhecimento do público interno sobre o real sentido da sustentabilidade, aplicando tais conceitos também no dia a dia de trabalho para a busca da melhoria contínua.

## BUNGE INOVA

O crescimento de forma sustentável requer inovação constante. Produtos, serviços, modelo de trabalho e formas de se relacionar com clientes, fornecedores e demais públicos precisam ser reinventados e aperfeiçoados sistematicamente, para assegurar a continuidade do ciclo de expansão e manter a empresa na liderança dos setores de Alimentos e Agronegócios no Brasil.

O aprimoramento, no entanto, não é um processo isolado; ao contrário, só obtém êxito com o compartilhamento de ideias. Ciente disso, a Bunge investe no desenvolvimento de ferramentas e processos que incentivem seus colaboradores a desenvolver novas ideias e soluções, a pensar de forma diferente no seu dia a dia e a buscar alternativas para tornar o seu trabalho mais rápido, fácil e de melhor qualidade para o cliente. Uma dessas ferramentas é o programa Inova

Bunge, que abriga o Banco de Ideias, espaço destinado a receber sugestões de melhoria em produtos, serviços e processos de todos os profissionais da companhia. Além de agregar valor para o cliente, a proposta possibilita aumentar a rentabilidade e a produtividade da empresa. No final de 2010, o Banco acumulava mais de 14 mil ideias desde a sua concepção. Desse total, 1.668 ideias foram implantadas e geraram economia/receita de R\$ 60 milhões.

Juntamente com o Banco de Ideias está o Escritório de Projetos, que define o processo de transformação das ideias em conceitos e, na sequência, em projetos. O escritório proporciona estrutura e governança dedicadas a garantir que as ideias selecionadas se transformem em projetos exequíveis e, por fim, em produtos e serviços que atendam às necessidades de clientes e consumidores. **PRI**

# Relacionamentos com nossos públicos

## DESAFIO

Aprimorar constantemente o relacionamento com os diversos públicos e assegurar o melhor equilíbrio possível entre os objetivos corporativos da Bunge, os interesses da sociedade e as demandas dos stakeholders.

## AÇÃO

A Bunge manteve contatos frequentes com seus diferentes públicos para captar expectativas, avaliar o retorno de sua comunicação sobre sustentabilidade, analisar a percepção dos stakeholders em relação às iniciativas da companhia e determinar possibilidades de melhoria.

## RESULTADO

As informações obtidas nos diversos canais de comunicação foram cuidadosamente analisadas, atualizaram a matriz de materialidade e geraram ações e metas para alinhar as estratégias e iniciativas sustentáveis às demandas dos diversos públicos. A maioria dessas metas foram atingidas ou superadas ao longo do ano, como: reduzir emissões e resíduos industriais, aumentar o controle sobre os embargos do Ibama e impedir o avanço do desmatamento devido ao cultivo da soja.

## Diálogo franco

Proximidade  
permite identificar  
oportunidades  
de inovação e  
aprimoramento





## APERFEIÇOAMENTO CONSTANTE

Optar pela gestão sustentável dos negócios requer constante atenção e incessante aperfeiçoamento das práticas adotadas, para assegurar o máximo de equilíbrio entre os objetivos e necessidades da companhia, os interesses da sociedade e as demandas dos públicos com os quais a Bunge se relaciona. O diálogo franco e transparente foi o caminho escolhido para medir o alcance de suas ações e a troca de experiências, a fórmula para identificar as oportunidades de inovação e aprimoramento.

Em 2010, a Bunge manteve contato constante com seus diferentes públicos (colaboradores, clientes, fornecedores, instituições financeiras, entre outros). O objetivo é sempre o de buscar oportunidades para captar as expectativas desses stakeholders, analisar a forma como

## Eventos estimulam troca de informações e experiências

a comunicação da sustentabilidade e as estratégias adotadas pela Bunge estão sendo percebidas, avaliar os instrumentos de gestão da sustentabilidade e, principalmente, determinar possibilidades de melhoria.

As principais demandas dos stakeholders geram aplicabilidades, posicionamentos e ajustes na forma de atuação da companhia, além de sinalizar oportunidades de melhoria na comunicação dessas ações para as

### MATRIZ DE MATERIALIDADE BASEADA NAS INTERAÇÕES DESDE 2008

+ Maiores interesses dos stakeholders				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evolução da performance dos indicadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melhorar explicação dos impactos da empresa na cadeia de valor.</li> <li>▪ Contextualizar a sustentabilidade enquanto estratégia de negócios.</li> <li>▪ Apontar gargalos das operações e extremidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estabelecimento de metas claras.</li> <li>▪ Como a empresa trabalha as melhores práticas ambientais e trabalhista em sua cadeia de suprimento.</li> </ul>
		Emissões de cadeia de suprimentos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alternativas para comunicar conteúdo do relatório.</li> <li>▪ Evitar tom filantrópico, mostrando que o investimento social privado está alinhado com a estratégia.</li> <li>▪ Relação com o governo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criação de valor para a sociedade.</li> <li>▪ Consumo consciente, educação alimentar.</li> <li>▪ O papel do fornecedor na plataforma de sustentabilidade Bunge.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Como é a evolução do tema junto ao público interno.</li> <li>▪ Ciclo de vida dos produtos.</li> <li>▪ Comparabilidade setorial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mais profundidade para temas sensíveis.</li> <li>▪ Indicadores de impacto direto no ambiente.</li> <li>▪ Resíduos pós-consumo.</li> </ul>
	Publicação de tendências.	Dados sobre diversidade.			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Envolver funcionários nos temas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestão de risco: a forma como a Bunge concilia a estratégia de desenvolvimento.</li> </ul>

Maiores impactos sobre a Gestão Bunge



partes interessadas. A firme disposição da companhia em aperfeiçoar seus processos constantemente fica clara em iniciativas como o projeto Inova Bunge (descrito no capítulo “Indicadores Complementares”), que estimula o público interno a sugerir mudanças em processos, procedimentos e metodologias.

Para assegurar o diálogo constante, além dos eventos presenciais, a companhia mantém diversos canais de comunicação e ações para ampliar o relacionamento e estimular a troca de informações e experiências. Alguns desses contatos estão apresentados ao longo deste relatório, dentro dos temas apontados por esses stakeholders.

O saldo desse diálogo revela os temas de interesse para esses stakeholders e iniciativas. As informações, que são cuidadosamente analisadas pela Bunge todos os anos, atualizam a matriz de materialidade – documento que indica os pontos a serem abordados nos relatórios de sustentabilidade.

Paralelamente, a Bunge Brasil busca estabelecer relacionamentos com seus públicos fundamentados nas melhores práticas e dispõe de programas para incentivar esses stakeholders a adotar iniciativas sustentáveis. Essas iniciativas, descritas ao longo deste relatório, estão contidas no programa Bunge Natureza, no trabalho da Fundação Bunge na cidade de Pedro Afonso e na Iniciativa Pró-Alimento Sustentável (Ipas), entre outras ações.

## CONQUISTA DE METAS GERA VALOR PARA STAKEHOLDERS

As metas a seguir foram definidas pelas áreas de negócios e gestão em sustentabilidade, e estão distribuídas dentro dos temas que compõem a Plataforma de Sustentabilidade:



### EFEITOS CLIMÁTICOS

**Meta:** Reduzir as emissões em 1%, com base nos levantamentos de 2008, até 2010.

**Status:** Meta superada.

**Ação:** A Bunge Brasil reduziu em mais de 38,8% suas emissões por tonelada de produto até o final de 2010. Em 2009, conforme o relatório anterior, as reduções somaram 12%. Esses resultados comprovam que a meta foi amplamente superada nos dois anos.

**Meta:** Atingir a autossuficiência, até 2012, em madeira de florestas plantadas para uso de matriz energética.

**Status:** Meta ainda não atingida.

**Ação:** Ao fim de 2010, esse valor já atingiu 95%, devido ao aumento no volume de produção. A perspectiva é de 100% para 2012.

**Meta:** Reduzir o uso de água em 1%, com base nos levantamentos de 2008, até 2010.

**Status:** Meta superada.

**Ação:** Em 2009, a redução já era de 7,7%. Em 2010, a venda dos ativos de minas reduziu significativamente o uso de água nas operações, o que leva os números desse indicador a patamares muito reduzidos. As atividades de origem de matéria-prima para a produção de alimentos e energia não são dependentes de irrigação artificial. Oportunidades de redução continuam sendo avaliadas na produção industrial.





## AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

**Meta:** Aumentar controle sobre áreas de risco de uso de trabalho penoso, análogo ao escravo.

**Status: Meta atingida.**

**Ação:** Em 2009, 22 produtores foram bloqueados eletronicamente do cadastro de fornecedores da Bunge e, em 2010, esse número subiu para 64 produtores bloqueados, o que mostra que a governança está ativa e conseguindo gerar controles rígidos. Meta: manter 100% do atual controle.

**Meta:** Aumentar controle sobre embargos do Ibama, mantendo a empresa isenta de qualquer produção originada sobre áreas embargadas.

**Status: Meta atingida.**

**Ação:** Desde 2009, a Bunge dispõe de um controle eletrônico que bloqueia esses produtores. Desde a implantação, 673 produtores rurais foram bloqueados. Em 2010, também houve um número expressivo de bloqueios, que elevou para 1.873 o número de produtores bloqueados. Essa mudança é reflexo da divulgação pouco precisa, no website do Ibama, em relação ao que seria apontamento sobre área embargada e quais se referem a outros embargos gerais. Por essa razão, a Bunge bloqueia os produtores listados como medida preventiva e, a cada negociação, analisa se o bloqueio realizado foi além dos parâmetros pré-estabelecidos. Meta: manter 100% do atual controle.

**Meta:** Incrementar ferramentas para sensibilizar produtores sobre questões da agricultura sustentável.

**Status: Meta atingida.**

**Ação:** No início de 2010, foi lançada uma cartilha ambiental desenvolvida em parceria

com o Instituto Ambiental do Paraná (IAP). A edição teve tiragem de 20 mil exemplares e distribuição pela equipe local da Bunge e técnicos do IAP, e objetivou levar mais informações aos produtores dessa importante região produtora de grãos – apenas 6% de sua cobertura vegetal está intacta. A parceria da Bunge com a Embrapa, na promoção do sistema iLPF (Integração Lavoura-Pecuária-Floresta), atingiu importantes marcas, consolidando a técnica como um caso de sucesso nos sistemas agropecuários (leia mais sobre a iLPF no capítulo “Agricultura Sustentável”).

**As questões relacionadas à política de controle e verificação de conformidade dos fornecedores também é uma demanda da imprensa. A revista Época entrou em contato com a assessoria de imprensa da Bunge para saber: “(1) A empresa possui políticas de controle e verificação de legalidade de seus fornecedores? Quais? É signatária de algum termo? (2) Tem, ou já teve, os referidos produtores entre seus fornecedores? (3) No caso de irregularidades como estas, tomou ou pode tomar alguma providência?”.**

**Meta:** Impedir a originação de soja cultivada sobre desmatamentos ocorridos após julho de 2006, por meio da Moratória da Soja.

**Status: Meta atingida.**

**Ação:** Foram bloqueados cinco fornecedores da Bunge na safra de 2010, por descumprimento à Moratória. Setorialmente, foi definido que um dos critérios básicos para a reinserção de produtores na cadeia é a revegetação da área desmatada. Estão sendo estudadas todas as adaptações necessárias para que a Moratória da Soja continue

como ferramenta eficaz de controle de desmatamento na região Amazônica.

Em 2011, um total de 72 produtores já foram bloqueados nos sistemas de compra de soja da Bunge, por desrespeito à Moratória (leia mais no destaque do capítulo “Agricultura Sustentável”).



### DIETAS SAUDÁVEIS

**Meta:** Estabelecer maior comunicação sobre alimentação saudável para o público consumidor.

**Status: Meta atingida.**

**Ação:** Durante 2010, a Bunge implementou diversas ações para ampliar a comunicação com os consumidores:

- Distribuiu o Guia de Dietas Saudáveis, publicação que recebeu o endosso de importantes instituições e profissionais das áreas de saúde e alimentação. A distribuição foi realizada pelas equipes comerciais e de marketing da empresa, o que possibilitou integrar os negócios com os princípios de sustentabilidade em eventos e ações diretas nos pontos de venda.
- Lançou um novo conceito de óleos especiais, a linha Salada Amazônia, que trouxe ingredientes da floresta tropical (castanha-do-pará) em misturas ao tradicional óleo de girassol.
- Adotou os indicadores setoriais do GRI para incrementar sua gestão e reporte, com indicadores especialmente elaborados para melhorar a comunicação sobre os compromissos com a alimentação saudável.

Para 2011, a Bunge seguirá com essa estratégia e disponibilizará novos materiais eletrônicos e impressos sobre o tema.



### REDUÇÃO DE RESÍDUOS

**Meta:** Aumentar, significativamente, a reciclagem de óleo de cozinha usado.

**Status: Meta superada.**

**Ação:** A reciclagem aumentou em 80%, com o aumento de parcerias e a expansão de projetos anteriores. A meta é criar um modelo sustentável que permita atingir um patamar de larga escala em diferentes partes do País. Bons exemplos dessa iniciativa estão explicados pela parceria com o Instituto Triângulo, descrita no capítulo “Redução de Resíduos”.

**Meta:** Reduzir, em 5%, os resíduos industriais destinados a aterro, entre 2008 e 2010.

**Status: Meta superada.**

**Ação:** O volume de resíduos enviados para aterro teve redução de 44% no Brasil, já em 2009.



# Gestão da cadeia de



## DESAFIO

Manter foco nas ações de sustentabilidade com visão de longo prazo, melhorar o controle sobre as externalidades e tornar mais eficazes as práticas de responsabilidade social, educação e conservação ambiental.

## AÇÃO

Foram intensificadas diversas ações em todos os pilares da Plataforma de Sustentabilidade (Agricultura Sustentável, Efeitos Climáticos, Dietas Saudáveis e Redução de Resíduos), com base em estratégias internas, em demandas externas dos stakeholders e no suporte técnico de consultorias especializadas.

## RESULTADO

As iniciativas propiciaram maior eficiência operacional, menor impactos das atividades da empresa, lançamento de produtos que atendem às demandas dos consumidores e reconhecimento internacional da Bunge, convidada para participar de importantes fóruns mundiais ligados às questões de sustentabilidade.

## Visão de longo prazo

Plataforma de Sustentabilidade permite manter o foco no longo prazo e tornar mais eficazes ações e programas sustentáveis



## FOCO NAS AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE

A Bunge, como responsável pela fabricação de produtos que passam por todos os elos da cadeia de valor, acredita na importância de atuar em sintonia com as melhores práticas e de disseminar essa cultura entre seus interlocutores, como forma de criar, compartilhar e alimentar uma cadeia de

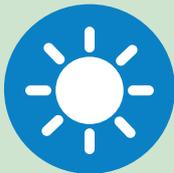
valor efetivamente sustentável.

Para que os princípios da sustentabilidade sejam colocados em prática no dia a dia, a empresa manteve a adoção de sua Plataforma de Sustentabilidade, que tem foco em estratégias internas e demandas externas.

## ENTENDA A PLATAFORMA DE SUSTENTABILIDADE



**Agricultura Sustentável** – A agricultura voltada para a sustentabilidade se tornou um dos quatro pilares da Bunge por ser uma das atividades que exigem maior interação entre o homem e o meio ambiente. Para atender a esse pilar, a empresa está empenhada em sensibilizar e capacitar produtores rurais para que produzam de modo a diminuir os impactos ambientais e maximizar o desempenho no uso de recursos naturais.



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



**Dietas Saudáveis** – Como empresa que atua na área de alimentos, a Bunge tem como foco garantir a oferta de produtos seguros e benéficos à saúde dos consumidores. Por essa razão, a Bunge busca identificar as necessidades de seus clientes e disponibilizar alimentos cada vez melhores no mercado, dentro do conceito de dietas saudáveis.



**Redução de Resíduos** – Diminuir a geração de resíduos na produção é outra preocupação constante. Para tanto, a Bunge vem desenvolvendo mecanismos e processos que reduzam os resíduos dos processos industriais e ampliem o uso racional de água e de outros recursos não renováveis, aperfeiçoando sua eficiência operacional.

## AGRICULTURA SUSTENTÁVEL



### DESAFIO

Sensibilizar o produtor rural para as questões de sustentabilidade e capacitá-lo para melhores práticas agrícolas, a fim de aprimorar o primeiro e mais frágil elo da cadeia de valor.

### AÇÃO

Foram feitas palestras, parcerias e programas, elaboradas novas publicações e eventos de capacitação, assim como mantido o rígido controle dos contratos firmados, entre outras iniciativas.

### RESULTADO

As ações na área de Agricultura Sustentável permitiram estreitar o relacionamento com produtores locais (em iniciativas como o programa Lavouras do Brasil e o evento Dias de Campo) e assegurar que seus fornecedores estejam enquadrados nas exigências socioambientais adotadas pela empresa, o que também ocasionou a elevação do número de produtores bloqueados por não conformidades.

ONLINE

## CAPACITAÇÃO PARA AS MELHORES PRÁTICAS AGRÍCOLAS

O foco do pilar Agricultura Sustentável está na sensibilização do produtor rural para a questão da sustentabilidade e na capacitação para as melhores práticas agrícolas, com o objetivo de aprimorar o primeiro e mais frágil elo da cadeia de valor, que não conta com a atuação direta da Bunge. Atualmente, em torno de **35 mil produtores rurais** se relacionam com a empresa.

A proposta de minimizar o impacto negativo das atividades rurais e incentivar a produção responsável está estruturada em quatro etapas: conscientização e sensibilização, capacitação, reconhecimento e sanções. Para cada uma das etapas, a Bunge dispõe de um conjunto de ações, que são acompanhadas de forma criteriosa, com o objetivo de promover a sustentabilidade no campo e, por consequência, em toda a cadeia produtiva.

### ▪ Conscientização e sensibilização

Para sensibilizar e conscientizar o setor agrícola, a Bunge realiza palestras, publicações, programas e parcerias que proporcionem conhecimento técnico na área de agricultura conservacionista e de legislação para incentivar boas práticas trabalhistas. Entre essas iniciativas estão a parceria com a Embrapa, para o desenvolvimento da tecnologia sobre a Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (iLPF) e a realização de programas de divulgação do conhecimento, o lançamento de cartilhas que discutam a sustentabilidade com toda a cadeia de negócios – de produtores a consumidores



finais – e o patrocínio de iniciativas como o programa Lavouras do Brasil, um reality show sobre o agronegócio, destinado a compartilhar informações e experiências com os produtores de soja, por meio do monitoramento de quatro lavouras em diferentes regiões do Brasil, 24 horas por dia.

Transmitido pela emissora de TV a cabo Canal Rural e desenvolvido em parceria com a Embrapa, o programa permitiu que os produtores acompanhassem todo o ciclo de plantio – desde o preparo do solo, em outubro de 2009, até a colheita no segundo semestre de 2010. Ao longo do programa, foi mostrado de que forma os processos, técnicas e produtos utilizados pelos técnicos, professores e universitários em cada lavoura proporcionaram aumento expressivo da produtividade.

O patrocínio também permitiu à Bunge estreitar o relacionamento com produtores locais, bem como ampliar sua percepção sobre as necessidades desse público, por meio do site criado para o programa, em fóruns e eventos realizados no lançamento e no encerramento do programa.

#### ▪ Capacitação

As iniciativas de capacitação têm como meta propiciar aumento da produtividade para o setor agrícola, sem comprometer o meio ambiente ou aumentar a área



cultivada. Os programas, eventos e publicações objetivam estimular e informar sobre a melhor forma de utilização dos insumos e dos recursos não renováveis.

Dentro desse perfil, foram realizados 227 eventos para produtores em 2010, destinados a destacar conceitos, vantagens e práticas de agricultura sustentável, que podem ser facilmente implantadas. Também foi lançada, no início de 2010, a cartilha ambiental preparada em parceria com o Instituto Ambiental do Paraná (IAP), com tiragem de 20 mil exemplares. A publicação aborda a importância do respeito à legislação ambiental, melhores práticas e particularidades locais, especificamente em uma importante região produtora de grãos. A Bunge espera, com isso, promover maior adesão à legislação, contribuir para a preservação ambiental e ampliar a qualidade da produção, para pequenos, médios e grandes produtores.

#### ▪ Reconhecimento

O incentivo à adoção de novas práticas precisa de reconhecimento, para estimular a continuidade do processo e atrair novas adesões. A Bunge também realizou, em diversas partes do País, o Dias de Campo, que reúne agricultores de várias culturas para discutir e divulgar novas tecnologias, reforçar parcerias e mostrar os resultados que podem ser obtidos com a utilização correta dos insumos. Desde o início de 2010, o programa Dias de Campo já atingiu 29 mil agricultores.

#### ▪ Sanções

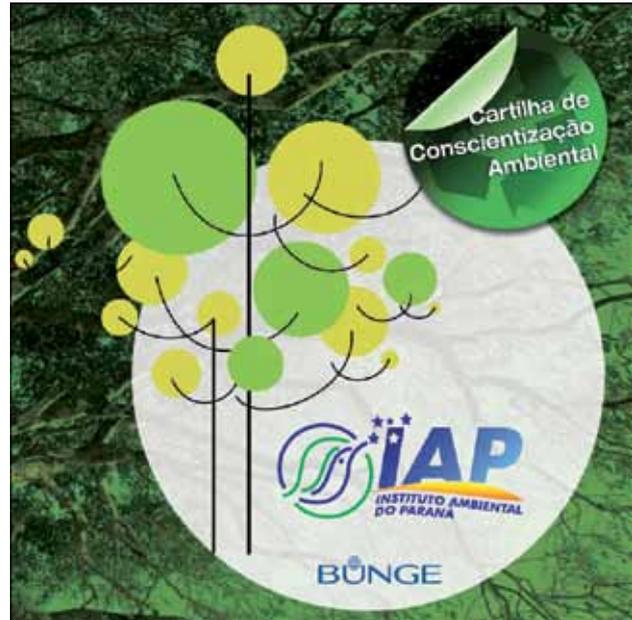
Assim como estimula, apoia, dissemina e promove iniciativas voltadas para práticas sustentáveis, a empresa também impõe rigorosos critérios nos contratos firmados com seus fornecedores, para evitar práticas

abusivas em relação à legislação trabalhista e/ou ao meio ambiente. Em 2010, o sistema de controle bloqueou: 64 agricultores por uso de trabalho penoso, análogo ao escravo; cinco fornecedores da safra 2010 por descumprimento à Moratória da Soja (e outros 72 no início de 2011), e 1.873 agricultores que figuravam no controle do Ibama, por irregularidades ambientais. Atualmente, não há operações identificadas como de risco significativos de ocorrência de trabalho infantil ou trabalho forçado análogo ao escravo. **HR6, HR7**

Dessa forma, a Bunge entende estar incentivando as boas práticas e privilegiando produtores que atuam com seriedade e responsabilidade socioambiental, em sintonia com os preceitos que a companhia defende. Graças a esses esforços, e de acordo com os critérios disponíveis, a Bunge pode afirmar que adquire produtos 100% livres de embargos do Ibama e que 100% das fazendas que originam essas commodities não constam na lista de empregadores com trabalho análogo ao escravo. **FP2**

**Carlos Alberto Scaramuzza, superintendente de conservação da ONG WWF-Brasil, considera importante o controle dos aspectos ambientais e sugere atuar, entre outros temas, “na regularização ambiental dos fornecedores da Bunge”.**

**Pedro Palatnik, diretor de Relações Institucionais do McDonald’s, é outro stakeholder que sugere o tema “Como a Bunge monitora sua cadeia de fornecedores (até a entrega dos produtos para o McDonald’s) para que não haja mão de obra escrava ou propriedades rurais com problemas de regularização ambiental”.**



## **PARTICIPAÇÃO EM FÓRUNS NACIONAIS E INTERNACIONAIS**

Por ter ações estruturadas em prol de uma agricultura sustentável, a Bunge é reconhecida no Brasil e no exterior, o que credenciou a companhia a ser uma das 17 empresas que participam da A New Vision for Agriculture. Lançada em janeiro de 2011 pelo Fórum Econômico Mundial – organização que reúne lideranças mundiais comprometidas com o desenvolvimento –, a proposta consiste em elaborar um plano de ação para ampliar a segurança alimentar, que respeite o meio ambiente e, ao mesmo tempo, promova o crescimento econômico. Fruto de 18 meses de trabalho, que envolveu mais de 350 pessoas em todo o mundo, a iniciativa tem metas claras: a cada década, elevar a produção agrícola em 20%, reduzir as emissões do setor em 20% e diminuir a pobreza rural em 20%.

A Bunge origina seus produtos em conformidade com a legislação vigente no País, considerando que não há um padrão internacional já definido para a aquisição dessas commodities. Para se manter integrada e apoiar iniciativas sustentáveis, a companhia endossa o programa SoyaPlus, em elaboração setorial para possibilitar maior capacitação dos produtores rurais brasileiros em produção sustentável, e participa da Mesa Redonda de Soja Responsável (Round Table on Responsible Soy - RTRS), embora não existam, ainda, critérios internacionalmente finalizados que permitam a comprovação dessa adequação.

S05 ONLINE

A proposta é conscientizar o produtor e capacitar para as melhores práticas

## ILPF: AGRICULTURA SUSTENTÁVEL E POLÍTICAS PÚBLICAS

Em uma iniciativa que reflete a preocupação e o empenho para incentivar os produtores rurais – a base da cadeia de alimentos – a adotar práticas sustentáveis, a Bunge e a Embrapa estabeleceram uma parceria para gerar e disponibilizar, ao setor agrícola, conhecimentos sobre a Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (iLPF). A técnica consiste em combinar árvores e lavouras (grãos, fibras e oleaginosas) com pastagens, de forma integrada, para diversificar a produção por meio do manejo integrado dos recursos naturais, com benefícios econômicos e ambientais para produtores e sociedade. A tecnologia evita impactos ambientais, sobretudo em ambientes com biodiversidade restrita, como grandes áreas de monoculturas. Ao mesmo tempo que contribui com o meio ambiente, a tecnologia permite gerar emprego e renda, melhorar

a qualidade de vida no campo e evitar a degradação, além de recuperar a capacidade produtiva do solo. Viável técnica, econômica, social e ambientalmente, a iLPF pode ser aplicada em todos os biomas brasileiros, respeitando as características de cada região. O sistema, além de produzir alimentos e energia renovável de madeira sustentável, também possibilita preservar reservas florestais e matas ciliares, reduzindo a necessidade e melhorando a eficiência dos insumos utilizados na produção, além de facilitar a certificação e rastreabilidade dos produtos agrícolas. A parceria com a Embrapa é resultado do apoio da Bunge, entre 2008 e 2010, ao Programa Agricultura de Baixo Carbono (ABC), com a doação de R\$ 2,5 milhões para as pesquisas iLPF para a recuperação de pastagens degradadas. A parceria foi prorrogada até o final de 2011. EC2

*O superintendente de conservação da ONG WWF-Brasil, Carlos Alberto Scaramuzza, também sugere que a Bunge destaque as ações para “contribuir para a conservação da biodiversidade do domínio biogeográfico do cerrado”, como demonstra o case acima.*

## MORATÓRIA DA SOJA

Em 2006, a Bunge participou, como signatária, do lançamento da Moratória da Soja, acordo que, desde julho daquele ano, tem por objetivo desestimular o desmatamento por meio da suspensão da compra da produção de grãos que venham de áreas desflorestadas no Bioma Amazônico. Renovado pela terceira vez, agora até 2011, o compromisso é assinado pelas associações que representam a indústria e os exportadores – a Associação Brasileira da Indústria de Óleos Vegetais (Abiove) e a Associação Nacional dos Exportadores de Cereais (Anec), recebendo o aval do Ministério do Meio Ambiente e com o acompanhamento de ONGs nacionais e internacionais.

Os últimos monitoramentos da safra 2010/2011 ainda não haviam sido publicados até o fechamento deste relatório. Contudo, os levantamentos feitos pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) com imagens de satélite, entre 2009 e 2010, indicam que a cultura da soja ainda está presente em 6.295 hectares desmatados após julho de 2006, o que corresponde a 0,2% do desmatamento ocorrido na Amazônia entre 2007 e 2009, nos estados do Mato Grosso, Pará e Rondônia.

Para garantir a produção sustentável dessa matéria-prima, a Bunge, em conjunto com as demais empresas signatárias do acordo, mantém rígido controle sobre sua cadeia de fornecedores, para impedir que a soja cultivada de áreas embargadas entre em sua produção. A Bunge já tem sua avaliação sobre 2010/2011: ao todo, 72 agricultores tiveram seus cadastros suspensos, por não estarem de acordo com as regras da Moratória neste último período. **S05** **ONLINE**

## EFEITOS CLIMÁTICOS



### DESAFIO

Manter rígidos padrões de qualidade dos fertilizantes, para contribuir com a qualidade da produção de alimentos, e criar mecanismos para reduzir o impacto de suas atividades.

### AÇÃO

A Bunge renovou sua participação nos projetos MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo) por mais sete anos, investiu para melhorar a eficiência operacional, aumentou a utilização de energia vinda de fontes renováveis e assumiu posição de vanguarda ao entrar no ainda incipiente mercado de créditos de carbono de origem florestal.

### RESULTADO

Os projetos MDL geraram cerca de **160 mil toneladas de carbono equivalente**, o que representaria **77% das emissões** da empresa no período, que, por sua vez, sofreram queda de **38,8%** em 2010; o consumo de água teve sensível recuo e a energia vinda da biomassa atingiu **81%** das necessidades operacionais. A empresa também passou a oferecer suporte técnico e financeiro para o projeto de créditos de carbono vindo de desmatamento evitado em áreas privadas no bioma da floresta Amazônica, que poderá gerar cerca de 16 milhões de créditos de carbono.

## QUALIDADE DE PRODUÇÃO E REDUÇÃO DE IMPACTOS

O planeta passa por mudanças climáticas perceptíveis, grande parte provocada pela emissão de gases de efeito estufa (GEEs) na atmosfera, que podem mudar os ciclos de chuvas e a temperatura, com consequências diretas na agricultura. Estudos da Embrapa mostram os riscos que essas alterações podem acarretar na produção de alimentos, como mudança em fatores climáticos, incluindo a frequência e severidade de eventos extremos, alteração da intensidade de colheita, maior ocorrência ou severidade de pragas e doenças, entre outros.

Diante da importância desse tema, a preocupação com os efeitos climáticos se tornou um dos pilares da Plataforma de Sustentabilidade da Bunge, considerando que a companhia pode sofrer os impactos dessas modificações, seja pela oscilação nos preços das commodities agrícolas ou pelo reflexo das mudanças para os produtores que negociam com a empresa – os dois principais fatores que poderiam comprometer sua capacidade de produção de alimentos e bioenergia.

Nesse cenário, a Bunge identifica dois desafios a serem vencidos: manter rígidos padrões de qualidade dos fertilizantes que comercializa, para contribuir com a qualidade da produção, e criar mecanismos para reduzir o impacto de suas atividades, o que engloba aumentar o controle de suas emissões de GEEs e buscar maior eficiência no consumo de água e energia, além de promover a utilização de melhores práticas agrícolas, minimizando os impactos das atividades rurais. As

## Energia renovável: meta é atingir autossuficiência até 2012

atividades agropecuárias são consideradas uma das maiores fontes de emissão de GEEs na economia brasileira, devido ao desmatamento e queimadas.

A Bunge não endossa tais práticas e tem trabalhado junto à sua cadeia de valor para que essas atividades sejam substituídas por práticas mais sustentáveis. Uma dessas iniciativas foi o apoio ao Programa Agricultura de Baixo Carbono (ABC) e às pesquisas da Embrapa sobre o sistema Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (iLPF), que promove a recuperação de pastagens degradadas (leia mais no capítulo “Agricultura Sustentável”).

**• Projetos MDL**

Em 2010, os projetos MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo), com participação da Bunge como financiadora ou compradora de créditos de carbono, geraram cerca de 160 mil toneladas de carbono equivalente em pequenas centrais hidrelétricas, usinas de álcool e produção de fertilizantes.

A equipe de consultoria de créditos de carbono trabalhou na renovação do projeto MDL da planta de fertilizantes de Guará, o que estendeu sua validade por mais sete anos. A Bunge também assumiu posição pioneira ao entrar no ainda incipiente mercado de créditos de carbono de origem florestal. Em 2010, a companhia assinou memorando de entendimentos com uma empresa de manejo sustentável de floresta nativa, no qual se comprometeu a cooperar com suporte técnico e financeiro para o desenvolvimento e validação de projeto de créditos de carbono proveniente de desmatamento evitado em área privada do estado do Mato Grosso, contida no bioma da floresta Amazônica. Além da preservação de espécies nativas sob risco de extinção, o projeto poderá gerar cerca de 16 milhões de créditos de carbono, que se manteriam capturados na floresta nativa graças ao desmatamento que foi evitado.

EC2 ONLINE

**REDUÇÃO DE 38,8%  
NAS EMISSÕES**

Os resultados de 2010, que consolidam as emissões no escopo 1 e 2 do Protocolo de GEE apresentaram redução de 38,8% nas emissões. A drástica redução nos níveis de emissão decorre, principalmente, da venda das minas das unidades de Fertilizantes de Araxá (MG), Cajati (SP), Cubatão Planta 1 (SP) e Guará (SP), o que diminuiu as emissões da área de 146 mil toneladas para 25 mil toneladas. Em 2010, as emissões de gases de efeito estufa (GEEs) no segmento de Fertilizantes foram calculadas com base em todas as atividades das Unidades de Mistura/Ensaque e Unidades Químicas, utilizando os fatores de emissões do IPCC, que englobam:



1) emissões diretas – provenientes da queima de combustível (diesel e/ou BPF e/ou óleo de xisto) ou biomassa (chip e cavacos) em pás carregadeiras, fornalhas e caldeiras, usadas no processo produtivo das unidades; e  
2) emissões indiretas – consumo (e não a demanda) de energia elétrica utilizada no processo produtivo das unidades.

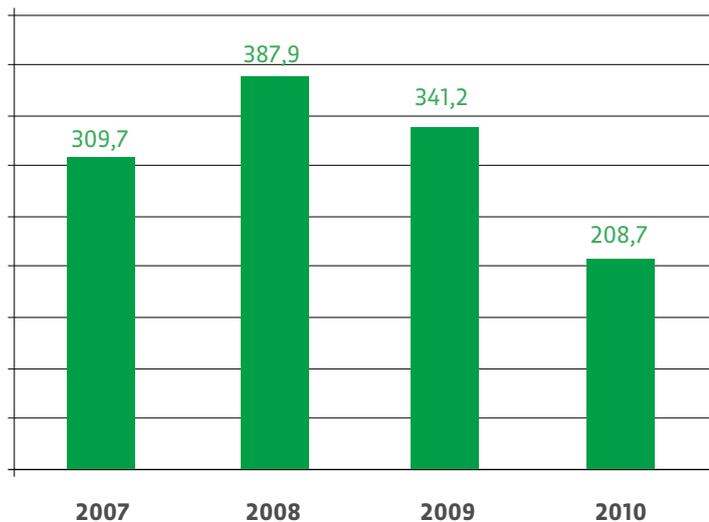
Na área de Alimentos, a redução das emissões de gases de efeito estufa reflete o uso de energéticos com maior poder calorífico e menor impacto em emissões, além do aperfeiçoamento no desempenho dos equipamentos, com o objetivo de aumentar a produtividade, sem elevar o volume de gases emitidos.

3.9, EN16 ONLINE

#### • Iniciativas da área de Alimentos para reduzir o volume de emissões

A área de Alimentos registrou melhoria de eficiência no uso de energéticos para geração de calor/vapor e seleção de materiais por potencial energético. Repetindo a política de investir na redução de emissões iniciada em 2009, a Bunge adotou diversas iniciativas para substituição de fontes energéticas, que contribuíram para a redução de emissões por tonelada produzida. Em 2010, essas reduções voluntárias somaram 5% por tonelada de produto produzida.

### Emissões de gases de efeito estufa (toneladas de CO<sub>2</sub>)



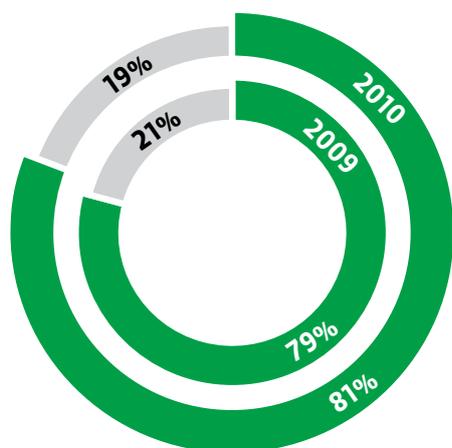
O cálculo do volume de emissões de gases foi feito com base na ferramenta GHG Protocol, desenvolvida pelo WRI World Resources Institute e pelo WBCSD World Business Council for Sustainable Development ([www.ghgprotocol.org](http://www.ghgprotocol.org)).

## BIOMASSA GERA 81,4% DA ENERGIA UTILIZADA

A Bunge investe constantemente na geração de energia a partir de fontes renováveis e tem como meta atingir **100% de autossuficiência em 2012**, com a utilização de energia vinda da biomassa, produzida basicamente a partir de lenha de floresta plantada, resíduos (cavaco) de madeira, bagaço de cana-de-açúcar e outros subprodutos agrícolas. A meta de autossuficiência estava, em dezembro de 2010, em **95,4%**.

Em 2010, foram adotados novos tipos de energéticos, o que elevou a contribuição para a base energética da empresa. Ao todo, 81,4% das fontes de energia consumidas no ano pelas unidades de negócios são derivadas de biomassa – em 2009, essa participação ficou em cerca de 79%. No ano, o consumo total de energia direta (renovável e não renovável) alcançou 11,8 milhões de gigajoules. Em 2010, na área de Fertilizantes, foram utilizadas,

## Consumo de energia direta (em milhões de GJoules)



■ Energia renovável ■ Energia não renovável

Total 2009 13,9 milhões de GJoules

Total 2010 12,0 milhões de GJoules

## Consumo de energia indireta (em milhões de GJoules)



como fonte de energia, 10.921 toneladas de cavaco de madeira, um combustível renovável. **EN3, EN6**

O consumo próprio de energia indireta somou 1,3 milhão de gigajoules ao longo do ano, com redução de 60,1% se comparado aos 2,2 milhões de gigajoules de consumo em 2009. No segmento de Açúcar & Bioenergia, a energia indireta nas usinas é apenas para consumo na entressafra de usinas que não possuem cogeração para venda, o que torna o valor de energia elétrica adquirida muito baixo – no ano, foram consumidos somente 11.276,6 gigajoules. **EN4, EN5**

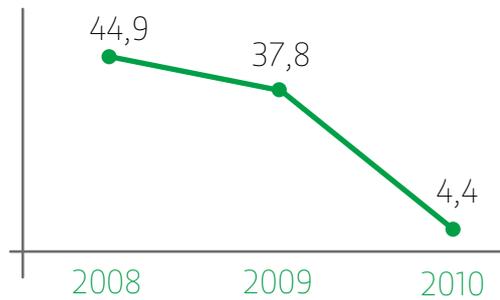
Para reduzir o consumo de energia elétrica e minimizar o reflexo do crescimento da produção, foram iniciados diversos projetos ao longo de 2010, com perspectiva de ganhos de médio e longo prazos. As propostas se concentram na substituição de motores de baixo rendimento por equipamentos de alta potência, reaproveitamento de recursos em processos fabris e otimização do uso de equipamentos elétricos. **EN7, EN18 ONLINE**

## DRÁSTICA REDUÇÃO NO CONSUMO DE ÁGUA

Em 2009, houve queda de 15,8% (principalmente devido ao recuo na produção de Alimentos) e, em 2010, a redução no consumo de água atingiu 88%. Essa expressiva queda decorre, basicamente, da venda das minas para a produção de nutrientes para fertilizantes e nutrição animal. Sem tais ativos, o consumo de água na área de Fertilizantes, em 2010, passou de 33,1 milhões de m<sup>3</sup> para 248,5 mil m<sup>3</sup>. As atividades remanescentes, porém, não permitem mais o mesmo nível de reciclagem e reutilização. Contudo, a Bunge está empenhada na busca de tecnologias que permitam melhorar constantemente seu desempenho.

Todas as usinas de açúcar e bioenergia possuem outorga para as captações de água

## Captação total (milhões de m<sup>3</sup>)



para atividade industrial. Alguns estados estabelecem como vazão de referência 90% da vazão da fonte superficial, outros estados, 95%. Para que essa questão seja respondida, será necessário um estudo desses limites e das vazões outorgadas.

Apesar de a área agrícola não estar no escopo, o mesmo se aplica para a área agrícola.

Metas da área de alimentos		Meta proposta	Resultado obtido
CICLO 2008-2010	Redução do consumo de água em m <sup>3</sup> /ton. produzida	1%	8%
	Redução das emissões de gases de efeito estufa em kgCO <sub>2</sub> eq.ton. produzida	1%	14%
	Redução da destinação não sustentável de resíduos sólidos em toneladas	5%	45%

Metas da área de alimentos		Meta proposta
CICLO 2011-2013	Redução do consumo de água em m <sup>3</sup> /ton. produzida	1%
	Redução das emissões de gases de efeito estufa em kgCO <sub>2</sub> eq.ton. produzida	1%
	Redução da destinação não sustentável de resíduos sólidos em toneladas	2,5%

Obs.: As metas do ciclo 2011-2013 procuram sustentar o ótimo desempenho do ciclo anterior (2008-2010).

Metas da área de fertilizantes		Meta proposta
CICLO 2011-2013	Redução de consumo de água por tonelada produzida	1%
	Redução de emissões de CO <sub>2</sub> eq. por tonelada produzida	1%
	Redução na destinação não sustentável de resíduos (toneladas)	5%

## DIETAS SAUDÁVEIS



### DESAFIO

Manter a qualidade de seus produtos e a segurança alimentar em todas as etapas de produção e estimular seus consumidores a adotar hábitos alimentares saudáveis.

### AÇÃO

A Bunge emprega padrões internacionais de qualidade, investe em pesquisas para assegurar a melhoria constante de seus produtos e impõe regras rígidas de qualidade aos seus fornecedores. Para incentivar a adoção de hábitos saudáveis, investiu em publicações e promoveu treinamentos com o público interno e oficinas gratuitas para consumidores.

### RESULTADO

A empresa manteve a política de realizar frequentes verificações de conformidade para manter total controle sobre a origem dos produtos e, atualmente, considera que 100% dos fornecedores cumprem a política de compras da empresa. Também criou e distribuiu a série de cartilhas “Pense Bem – Meu Dinheiro”, além de lançar novos produtos, tanto para consumidores finais como para o segmento de food services.



## PADRÕES INTERNACIONAIS ASSEGURAM QUALIDADE

Uma das vertentes da Plataforma de Sustentabilidade Bunge é proporcionar alimentos saudáveis e seguros para seus consumidores. Para tanto, a companhia emprega padrões internacionais de qualidade em todas as etapas da cadeia de valor em que atua e investe em pesquisas para assegurar a constante melhoria de seus produtos. Para comprovar a adoção de práticas de excelência, a companhia dispõe de unidades certificadas por terceiro independente (SGS), conforme normas de gestão da Qualidade (ISO 9001) e Ambiental (ISO 14001).

No relacionamento com seus fornecedores, como não há normas de certificação internacionalmente reconhecidas para a gestão da segurança alimentar com relação à base da cadeia produtiva, a Bunge estabelece regras rígidas de qualidade para todos os fornecedores e realiza constantes verificações de conformidade – atualmente, 100% dos fornecedores cumprem a política de compras da empresa. **PR5, FP1, FP5**

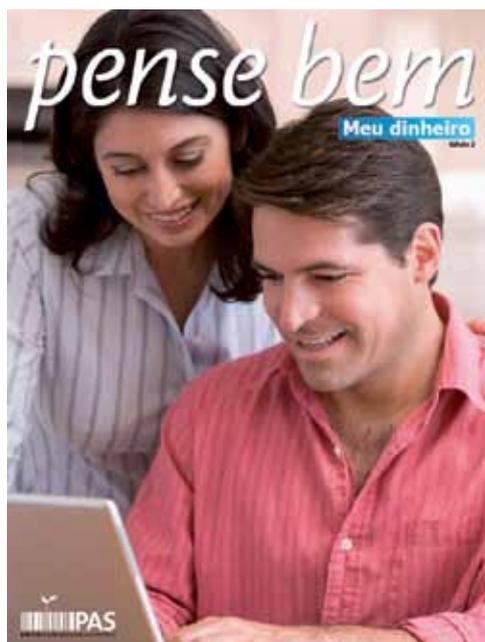
## CONTROLE DA SEGURANÇA ALIMENTAR

Em suas operações, a empresa mantém rigoroso controle em cada etapa de produção de suas unidades de Alimentos & Ingredientes e de Agronegócios, em todas as plantas, tanto no segmento de farinhas e misturas para panificação e para bolo – produzidas pela TrigoBrasil, sob orientação da Bunge Brasil – como nas unidades de armazenagem de grãos, áreas de transbordo, terminais portuários e centros de distribuição.



O planejamento da qualidade e segurança alimentar se reflete em elevados padrões de processo e inspeção, instruções operacionais e planos de calibração e manutenção preventiva de cada etapa de produção. Também são realizadas inspeções, medições, testes e/ou ensaios nos produtos para avaliar sua conformidade às especificações e requisitos de qualidade e segurança de produto. Cada unidade estabelece procedimentos operacionais para demonstrar o gerenciamento dos processos, com identificação dos riscos e perigos relacionados à segurança dos alimentos e dos aspectos e impactos significativos dentro das exigências de qualidade.

Nas situações em que não é possível praticar inspeções permanentes em razão das características da atividade, como exames microbiológicos, são realizadas inspeções de monitoramento em intervalos regulares. Para manter o nível de adequação, a Bunge ainda promove constante treinamento e cursos de reciclagem profissional. PR1



## ESTÍMULO AO CONSUMO CONSCIENTE

Em paralelo, a Bunge elabora diversas ações para estimular seus stakeholders a adotar hábitos saudáveis e disseminar os princípios do consumo consciente, por meio de capacitação de colaboradores, assim como pela participação em seminários e eventos para a conscientização de consumidores. Em uma dessas ações, a Ipas (Iniciativa Pró-Alimento Sustentável), parceria da Bunge com outras empresas e entidades da cadeia de alimentos, organizou três oficinas gratuitas, em novembro de 2010, para orientar consumidores das lojas Carrefour de São Paulo (SP) sobre educação financeira, com dicas para planejar o orçamento a fim de equilibrar as despesas sem abrir mão da qualidade na escolha e no preparo dos alimentos.

Em algumas lojas, o curso contou também com a preparação de receitas para uma ceia saudável de final de ano. A iniciativa é parte do projeto que criou a série de cartilhas “Pense Bem – Meu Dinheiro”, desenvolvida pela Ipas para incentivar o consumo consciente e utilizada como base para oficinas. A revista foi distribuída a todos os colaboradores da Bunge e ainda está disponível para download na intranet.

*O presidente do Conselho Diretor da ONG Instituto Triângulo, Eduardo Maki, destaca dois temas: “(1) Logística reversa: qual a visão estratégica da Bunge em relação a esse tema?; e (2) Consumo sustentável: como a Bunge enxerga o crescimento de consumidores que incorporam o viés da sustentabilidade no momento da compra?” A questão também está destacada no pilar “Redução de Resíduos”.*

## MELHORES PRÁTICAS NA PRODUÇÃO

1.2

A Bunge atua em sintonia com as normas legais em vigor e considera primordial adotar as melhores práticas para assegurar sua conformidade em relação a matérias-primas e insumos, como embalagens, ingredientes, aditivos, entre outros. Em virtude desse posicionamento, houve apenas uma reclamação em 2010 relacionada à qualidade de produtos (no caso, um saco de arroz comercializado no estado do Paraná), que ainda aguarda sentença. Há, ainda, procedimentos administrativos em andamento, que questionam processos de rotulagem. **PR2**

Os produtos fabricados pela área de Alimentos são regulamentados e fiscalizados basicamente por quatro órgãos: Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), Mapa (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), Ministério da Justiça e Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial).

As normatizações desses órgãos estabelecem as informações que, obrigatoriamente, deverão constar nos rótulos dos produtos, como composição, informações nutricionais, condições de conservação, prazo de validade, modo de preparo e consumo, materiais que compõem a embalagem, entre outras. Informações voluntárias, como sugestões de consumo e benefícios do produto, devem seguir igualmente os critérios definidos pela legislação e expressar adequadamente as características de cada produto, para permitir que o consumidor exerça seu direito de escolha de forma consciente.

Para atender a essas regulamentações, a Bunge mantém rotinas de procedimentos internos, com responsabilidades definidas

e ações registradas. Periodicamente, são realizados treinamentos com os profissionais que atuam no desenvolvimento dos rótulos, em especial para os colaboradores dos Departamentos de Marketing e de Pesquisa & Desenvolvimento, responsáveis pela aprovação final dos produtos em todos os seus aspectos. **PR3**

Por conta disso, a Bunge Alimentos não apresentou, em 2010, problemas de não conformidade relacionados à publicidade e comunicação de suas atividades e de seus produtos ou ao uso de suas marcas, nem de violação à privacidade de seus clientes.

**PR7, PR8**

### • Produtos diferenciados

A Bunge oferece várias opções em suas linhas de margarinas e maioneses, que atendem aos diversos perfis e necessidades de consumidores. A seguir, atendendo ao novo indicador setorial FP6, mostramos a porcentagem do volume total de vendas desses produtos de consumo por categoria com quantidade reduzida de gorduras saturadas, gorduras trans, sódio e açúcares adicionados: **FP6**

### Margarina e maionese

- Produtos com quantidade reduzida de gorduras saturadas: 53,6%.
- Produtos com quantidade reduzida de gordura trans: 57,7%.



## AZEITE ANDORINHA ORGÂNICO

Em sintonia com a política de sustentabilidade da empresa e com a proposta de buscar dietas saudáveis, a Bunge lançou, em janeiro de 2011, o Azeite Andorinha Orgânico. Elaborado a partir de olivais cultivados sem o uso de produtos químicos sintéticos, como pesticidas, o novo azeite é processado em locais certificados pela empresa portuguesa Sovena, segunda maior fabricante de azeite do mundo.

Por não ser filtrado, o azeite conserva uma cor mais opaca e um aspecto mais natural. Extraído a frio, seu processo de armazenagem e envase não é manuseado, o que proporciona menor oxidação, preserva o sabor, o aroma, a qualidade e ainda mantém as propriedades antioxidantes

naturais do azeite.

Lançado com exclusividade no Brasil pela Bunge, que distribui a marca Andorinha, a novidade comprova a relevância do mercado brasileiro – o maior da Sovena entre os mais de 40 países em que a empresa atua. De acordo com relatório de análises e tendências publicado pela consultoria Nielsen, o aumento dos produtos orgânicos no Brasil em 2010 superou as perspectivas das grandes cadeias de supermercados e deve continuar a crescer.

Na agricultura, a Bunge dispõe de fertilizantes elaborados para atender aos cultivos orgânicos. Os produtos com selo para agricultura orgânica atingiram, em 2010, a marca de 25 mil toneladas comercializadas nesse mercado.

## ALIMENTOS TRANSGÊNICOS

A Bunge considera essenciais todos os temas relacionados com os pilares Agricultura Sustentável e Dietas Saudáveis, que integram sua Plataforma de Sustentabilidade. Para se manter atualizada em questões como segurança alimentar e melhores práticas de sustentabilidade na agricultura, a companhia acompanha o que se relata sobre o desenvolvimento de pesquisas utilizando alimentos e grãos transgênicos.

Realizados há pelo menos duas décadas, os estudos revelam não existir evidências de que esses produtos, entre os disponíveis no mercado de soja, ofereçam algum risco para a saúde humana. Independentemente disso, a Bunge considera legítima e saudável a preocupação da sociedade civil com a produção e o consumo dos transgênicos. Prova desse posicionamento, embora não tenha recebido nenhum questionamento em relação a esses produtos em 2010, é que a Bunge faz questão de incluir o tema em seu Relatório de Sustentabilidade e ratificar que atua de maneira pró-ativa no acompanhamento dos avanços e dos

estudos desenvolvidos nessa área.

Da mesma forma, a empresa respeita e mantém total conformidade com a legislação brasileira, que autoriza a comercialização de produtos com componentes transgênicos e determina que a embalagem traga essa informação nos casos em que a quantidade de componentes transgênicos na formulação supere 1%. Mais que isso, mesmo não tendo componentes transgênicos ou estando abaixo do limite estabelecido pela legislação, que demanda a rotulação, a Bunge decidiu, por liberalidade, colocar informações sobre transgenia nos rótulos de suas linhas de óleos de soja. A Bunge acredita que os cultivos têm se mostrado uma boa ferramenta tecnológica para a agricultura, permitindo menor uso de defensivos e herbicidas, com consequente redução das emissões e aumento da produção. Dessa forma, a biotecnologia pode ser utilizada como forma de elevar a produtividade e reduzir a pressão por maiores territórios de plantio. A empresa atende os mercados que optam por produtos não transgênicos, havendo, para isso, uma taxa de serviço pela segregação dos grãos.



## REDUÇÃO DE RESÍDUOS

### DESAFIO

Assegurar o adequado encaminhamento dos resíduos industriais decorrentes de seus produtos – insumos e embalagens – e contribuir com a redução de seu impacto ambiental.

### AÇÃO

Em parceria com ONGs, a Bunge mantém diversos programas de educação e de conscientização de seus consumidores para o correto descarte de embalagens e demais resíduos, e investe em pesquisas para desenvolver materiais biodegradáveis.

### RESULTADO

A Bunge manteve o Programa Soya Recicla, que, só em 2010, coletou com os consumidores cerca de **260 mil quilos** de óleos vegetais usados, além de ter recolhido mais de 10 mil quilos de pilhas e baterias e mais de 25 mil peças de roupas. A margarina Cyclus segue no mercado como a única com embalagem biodegradável, iniciativa premiada no Brasil e no exterior. Para clientes na área de fertilizantes, a Bunge ofereceu serviços de recomendação de adubação e correção de solo, baseados em parâmetros científicos e uso consciente, além dos investimentos em proteção ambiental, educação e treinamentos.

## CONSCIENTIZAÇÃO E PESQUISAS

O último pilar da Plataforma de Sustentabilidade demonstra que a Bunge Brasil está comprometida em assegurar o adequado encaminhamento dos resíduos industriais decorrentes de seus produtos – como insumos e embalagens – e contribuir com a redução de seu impacto ambiental.

Para atender a essa diretriz, a Bunge tem o importante desafio de conscientizar seus consumidores finais, distribuídos em todas as regiões do País, a descartar de maneira correta as embalagens e demais resíduos. Para tanto, a empresa atua em duas frentes: mantém diversos programas de educação e de conscientização em parceria com ONGs e investe em pesquisas para desenvolver materiais biodegradáveis, que representem menor impacto para o meio ambiente, com destaque para o lançamento da embalagem biodegradável da Margarina Cyclus e o Programa Soya Recicla.



## PROGRAMA SOYA RECICLA EN26

O Programa Soya Recicla foi criado em 2006, em parceria com o Instituto Triângulo, com o objetivo de estimular os consumidores a levar óleos vegetais usados a postos de coleta, no lugar de descartá-los em encanamentos residenciais, para transformar esses resíduos em sabão ecológico e biodiesel, combustível renovável e com reduzido poder de emissão de GEEs (gases de efeito estufa).

A iniciativa, que releva o empenho da companhia em evitar impactos ambientais sobre a rede de esgoto, vem apresentando resultados crescentes. No primeiro ano, foram coletados 52,5 mil quilos de óleo e, em 2007, a extensão das ações da ONG permitiu atingir 77,4 mil quilos. Mantendo a tendência de crescimento no ano seguinte, o total coletado se aproximou dos 90 mil quilos. Em 2009, com a inclusão de projetos e programas relevantes, o total coletado pelo instituto foi 70% superior. Comprovando a eficácia das iniciativas do programa, o volume coletado voltou a registrar expressivo crescimento em 2010 e, no final do ano, alcançou a marca de **260 mil quilos**, mais de **70% acima** que o obtido no período anterior. E tudo aponta para um novo aumento em 2011: somente nos três primeiros meses, foram coletados mais de 57 mil quilos. Em cinco anos, a parceria da Bunge com o Instituto Triângulo impediu que cerca de 700 mil quilos de óleo vegetal usado degradassem o meio ambiente, criando um ciclo de sustentabilidade para o sistema. Atualmente,



existem **950 postos** ativos para coleta de óleo usado, e a perspectiva é que novas parcerias possam tornar esse número ainda maior em breve.

A parceria também responde pela coleta de mais de 10 mil quilos de pilhas e baterias, e mais de 25 mil peças de roupas, doadas para entidades assistenciais. As pilhas foram encaminhadas para empresas especializadas em reciclagem responsável dos insumos e carcaças. Para atingir essas marcas, o Instituto Triângulo levou as mobilizações a aproximadamente **1 milhão de pessoas de forma direta, em cinco anos**, utilizando como canais de contato as empresas, condomínios, escolas, shoppings, parques, feiras de rua, eventos comerciais ou ambientais e visitas a domicílios, o que gerou grande envolvimento da comunidade.

## PESO DOS RESÍDUOS (EM TONELADAS) EN22

Tipo	2007	2008	2009	2010
Resíduos não perigosos	2.184.712,59	2.364.086,60	2.530.244,79	53.933,44
Resíduos perigosos	9.440,37	2.461,03	21.577,16	526,76
TOTAL	2.194.152,96	2.366.547,63	2.551.821,95	<b>54.460,20(*)</b>

(\*) A redução no volume de resíduos é reflexo da venda das minas nas unidades de Araxá (MG), Cajati (SP), Cubatão Planta 1 (SP) e Guará (SP), pertencentes à área de Fertilizantes.

## EMBALAGEM BIODEGRADÁVEL

Coerente com a proposta de reduzir o volume de resíduos de seus produtos e focada na conservação do meio ambiente, a Bunge foi pioneira no lançamento de uma embalagem 100% biodegradável para a Margarina Cyclus. É a primeira embalagem biodegradável e compostável de fonte renovável em contato com alimento do Brasil e a primeira do mundo na categoria spread, em que estão inseridas margarinas, cremes vegetais, manteigas, geleias, patês etc. A embalagem é feita de resina PLA, material obtido com a fermentação do amido de milho,

que se degrada em até **180 dias** em condições adequadas de compostagem, sem contaminar o solo nem comprometer o crescimento de plantas, animais e micro-organismos. O produto, que utiliza **entre 20% e 50% menos combustível** que os processos de produção de embalagens convencionais, atende às normas da ABNT, assim como as exigências europeias e norte-americanas. Prova disso, a embalagem Cyclus recebeu certificação do Instituto de Produtos Biodegradáveis (BPI) nos Estados Unidos, atestando ser amiga do meio ambiente.

## INICIATIVAS RESPONSÁVEIS PARA MITIGAR IMPACTOS

A Bunge Brasil adota uma série de medidas para mitigar os impactos ambientais decorrentes de seus produtos e serviços, como exigir a homologação de fornecedores de matérias-primas, solicitar análises químicas dessas matérias-primas para metais pesados e firmar parcerias com universidades e Institutos de Pesquisa e Extensão para divulgação de melhores práticas agrícolas voltadas a fertilizantes.

A companhia atua no desenvolvimento de produtos de base orgânica, em detrimento dos produtos de origem mineral e fóssil, e de aditivos para sacarídeos, que possibilitem a compostagem e a biodegradação. Para garantir a utilização correta de fertilizantes, a empresa presta serviços de agricultura de precisão, com a aplicação georreferenciada de fertilizantes em taxa variável – tecnologia que identifica a dose ideal de fertilizantes nas áreas agrícolas, diminuindo o arraste superficial e a percolação de nutrientes capazes de causar eutrofização de lagos e águas sub-superficiais.

A Bunge também disponibiliza serviços de recomendação de adubação e correção de solo baseados em parâmetros científicos, divulgados pelos institutos de pesquisa agrônômica de cada região, por meio da realização de palestras e eventos a clientes diretos, com foco na utilização racional de insumos. São usados, ainda, para reduzir ou anular a significância e a abrangência dos impactos ambientais, recursos como:

- planos de manutenção preventiva;
- monitoramentos de processos para avaliação de oportunidades de melhoria em equipamentos;
- controles de poluição atmosférica com lavadores de gases e captadores de pó;
- gerenciamento de resíduos com reúso e reciclagem de materiais;
- tratamento de efluentes líquidos industriais; e
- utilização de energias renováveis e programas de redução de consumo de energia nas unidades de produção.

## Assistência técnica em fertilizantes também promove o melhor uso dos insumos

No caso de fertilizantes, por se tratar de um insumo agrícola, não é possível recuperar produtos e não há retorno de embalagens para reciclagem. Essas embalagens são reutilizadas para diversos fins na própria propriedade rural. No segmento de Açúcar & Bioenergia, os produtos das usinas – álcool e energia – são vendidos a granel e disponibilizados na rede, respectivamente.

Nas usinas Frutal, Itapagipe e Moema, o açúcar é comercializado em bigbags de 1.250 kg. Os bigbags retornam à usina, são higienizados, reutilizados e só descartados quando apresentam desgaste por excesso de uso – o tempo de vida médio de um bigbag é de cinco anos. Em 2010, estiveram em circulação 122.851 bigbags, e não foi registrada compra para reposição. Assim, é possível entender que houve recuperação de 100%. Como já mencionado, as unidades de Agronegócio e de Alimentos & Ingredientes não utilizam materiais provenientes de reciclagem ou de outros processos na fabricação, devido à natureza do negócio.

EN27



**André Vilhena, diretor-executivo da organização sem fins lucrativos Cempre (Compromisso Empresarial para Reciclagem), considera importante o tema ecoeficiência e sugere destacar: “(1) Reciclagem de embalagens pós-consumo: as iniciativas da Bunge em direção aos 3 Rs da Agenda 21 (Reduzir, Reutilizar e Reciclar); (2) Ecoeficiência: as ações que visam produzir mais com menor impacto ambiental, por quilograma, litro etc., dos produtos comercializados”.**

# Investimento Social privado

## Foco na educação

Programas também têm como objetivo estimular a conservação dos recursos naturais

### DESAFIO DO ANO

Reforçar as ações de responsabilidade social da empresa, gerando maior alinhamento com seus objetivos de negócio.

### AÇÃO

Foram aprimoradas e expandidas diversas ações em todos os pilares de atuação da Fundação Bunge e desenvolvido um programa corporativo de ações específico para a recém-criada área de Açúcar & Bioenergia.

### RESULTADO

As iniciativas da Fundação promoveram importantes investimentos em projetos, como o Conhecer para Sustentar, e foram mapeadas necessidades específicas do negócio Açúcar & Bioenergia, além da contribuição para a manutenção de patrimônios municipais.



## FUNDAÇÃO BUNGE

A história da Bunge sempre esteve associada ao seu protagonismo social. Com a criação da Fundação Bunge, em 1955, o investimento em conhecimento e ciência foi valorizado, gerando ações de grande interação com diversos públicos da empresa.

**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.

**Valores:** Integridade, Respeito à Diversidade, Parceria e Cidadania.

**As ações da Fundação no Brasil estão estruturadas em três pilares:**

O desenvolvimento das comunidades onde atua, o incentivo à excelência e ao conhecimento sustentável e a preservação da memória. Em todas as frentes, a educação é a bandeira empunhada para a promoção das pessoas, da comunidade e do conhecimento científico. Saiba mais no relatório online.

## PROGRAMAS AMPLIAM SUA ABRANGÊNCIA

No ano de 2010, o orçamento total da Fundação somou R\$ 6.398.486,13. Esses recursos foram aplicados conforme tabela disponível na versão online deste relatório.

Um dos principais destaques da Fundação em 2010 foi o programa Conhecer para Sustentar, criado em parceria com a Bunge Brasil e a Prefeitura de Gaspar (SC). Idealizado após as chuvas ocorridas no

# Escola sustentável atendeu mais de 13 mil alunos

estado no final de 2008, o projeto busca recuperar e desenvolver ações urbanísticas para um novo bairro no município, que englobam diversas iniciativas, em um projeto que deverá receber investimentos totais de R\$ 4 milhões.

No âmbito de atuação da Fundação, outros projetos se destacam, como:

### ▪ Comunidade Educativa

O programa Comunidade Educativa – “Uma Escola Sustentável merece destaque por sua abrangência e pela importância para a educação e o meio ambiente. Desenvolvido em todas as regiões em que a Fundação atua, com o apoio das Secretarias Municipais de Educação e Gerências Estaduais de Ensino, a proposta mescla o trabalho de voluntariado corporativo com a formação continuada de educadores.

### ▪ Prêmio Bunge

Foram convidadas a participar do processo de indicações 106 instituições científicas, culturais e universidades brasileiras, o que resultou no recorde de 125 nomes indicados ao Prêmio, que teve como temas: (1) ciências florestais e (2) saúde pública e medicina preventiva. Em 2010, também foi oficializada a parceria com a Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) para a realização de seminários internacionais nos eventos de premiação.

## INVESTIMENTOS DA FUNDAÇÃO EM 2010

O investimento total da Fundação Bunge ao longo de 2010 atingiu:

- Investimento total: R\$ 6.398.486,13.

## DOAÇÕES REALIZADAS PELA MANTENEDORA BUNGE BRASIL (EM R\$ MILHÕES)

2007	2008	2009	2010
3.962.478,89	4.829.524,00	5.479.446,65	3.990.555,00

A diferença entre o orçamento da Fundação Bunge e os recursos repassados pelas empresas vem da receita própria da Fundação, principalmente do aluguel de imóveis (andares do Centro Empresarial). Por projeto, a Fundação investiu no ano:

- Comunidade Educativa: R\$ 1.570.232,56.
- Prêmio Fundação Bunge: R\$ 993.599,58.
- Centro de Memória Bunge: R\$ 438.632,98.
- Projeto Conhecer para Sustentar: R\$ 537.348,85.
- Projeto Açúcar e Bioenergia: R\$ 603.941,87.
- Despesas Administrativas / Financeiras / Comunicações: R\$ 1.807.793,34.



## INVESTIMENTOS SOCIAIS DIRETOS DA BUNGE BRASIL

O investimento social privado da Bunge Brasil totalizou R\$ 4.669 mil em 2010. Para as ações da Fundação Bunge, a Bunge Brasil repassou àquela instituição o valor total de R\$ 3.990.555,00.

Dos demais projetos que receberam recursos da Bunge Brasil no ano, é importante salientar:



## BUNGE NATUREZA

A Bunge dispõe de dois Centros de Divulgação Ambiental e Lazer (CDAL), que abrigam projetos de educação ambiental, dentro do programa Bunge Natureza. Localizados próximos a duas unidades da empresa – em Jaguaré (SP) e em Gaspar (SC) –, os projetos se concentram nas áreas de Pesquisa, Recuperação Ambiental, Preservação e Educação Ambiental, que atendem alunos de escolas públicas. Em Gaspar, o destaque do projeto é a Reserva Figueira Branca, reserva ambiental com mais de 3 milhões de metros quadrados, preservada pela Bunge, que conta com mais de 200 parceiros envolvidos e com o apoio da Universidade Regional de Blumenau (FURB), de Santa Catarina. Em 2010, ao completar cinco anos, o programa alcançou um número de visitas superior a 10 mil alunos e 980 professores, de 134 instituições diferentes.

Desde a sua criação, em 2005, o Programa Bunge Natureza já contribuiu para a recuperação de quase 483 mil metros quadrados de áreas degradadas, o que inclui mais de 21 mil metros quadrados que estão sendo replantados, dos 28.890 metros quadrados destruídos nas enchentes do Vale do Itajaí (SC). Para 2011, o programa está sendo revitalizado e passará a atuar em todas as unidades da Bunge, passando a ser uma plataforma comum de implementação de melhores práticas junto aos funcionários e controle das externalidades da empresa sobre as comunidades circunvizinhas.



## PARCERIA EM INVESTIMENTOS PÚBLICOS

Em 2010, a Bunge também contribuiu com a manutenção de patrimônios municipais que proporcionem melhor qualidade de vida às comunidades nas quais atua, como a reforma de uma creche municipal, localizada na cidade de Pedro Afonso (TO). Para que esse empreendimento pudesse oferecer melhores condições para as crianças da região, a companhia investiu R\$ 309 mil. No município de Cubatão (SP), a empresa colaborou, nos dois últimos anos, com as obras de remodelação da pavimentação da Avenida Plínio de Queiroz. Foram investidos R\$ 20 mil, em 2010, e outros R\$ 23.567,26 estão previstos para 2011, totalizando R\$ 43.567,26. EC8



# Indicadores Complementares

## Integração bem-sucedida

Sucesso no processo de  
integração foi essencial  
para consolidar a  
reestruturação corporativa

### **DESAFIO**

Promover a integração dos profissionais da Bunge Brasil em função da reestruturação organizacional.

### **AÇÃO**

Foi criado o Programa de Gestão da Diversidade para promover a inclusão de pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social, mantido o programa Bunge Vida, voltado para a qualidade de vida de seus profissionais, e implantado um projeto de ajustes e adequações de pessoal em diversas áreas, de corrente reestruturação.

### **RESULTADO**

A realocação e o reajuste do quadro de profissionais geraram maior integração, elevando os níveis de eficiência.

Também foi criado um pacote especial de benefícios para os colaboradores inseridos no programa de redução de quadro. Além dos investimentos anuais em treinamento, foram capacitados 64 líderes na área de gestão da diversidade, que atuarão como multiplicadores.

Dentro do Bunge Vida, a empresa elaborou laudos médicos, ambientais e avaliações ergonômicas para assegurar a qualidade de vida de seus profissionais.

## PROGRAMA DE GESTÃO DA DIVERSIDADE



A integração entre os profissionais da Bunge no Brasil se tornou essencial por causa do processo de reestruturação.

Com as atenções voltadas para esse tema, a empresa implantou o Programa de Gestão da Diversidade, destinado a promover a inclusão de pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social e assegurar oportunidades para que desenvolvam seus talentos e potencialidades.

Na primeira etapa, o programa mapeou o ambiente físico de trabalho, realizou workshops e sensibilizou parte das lideranças em quatro unidades-piloto: Suape (PE), Jaguaré (SP), Gaspar (SC) e Rondonópolis (MT). Outros 64 líderes participaram de capacitação e firmaram o compromisso de atuar como multiplicadores, repassando o conhecimento aos demais líderes e colaboradores de suas unidades. Em 2010, nenhum caso de discriminação foi registrado tanto em relação à diversidade como no tocante aos direitos humanos ou de violação dos Direitos dos Povos Indígenas. **LA13, HR4, HR9**

Em 2010, a empresa também realizou cursos específicos sobre direitos humanos para 272 colaboradores das usinas. No total, foram 3.936 horas de treinamento em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações da companhia. Para 2011, a meta é estender esses treinamentos para toda a empresa. **HR3**

## PÚBLICO INTERNO: REGRAS CLARAS E JUSTAS

A política da Bunge Brasil no relacionamento com seu público interno e com seus fornecedores privilegia a adoção de práticas coerentes, claras e justas em todas as suas iniciativas. Dentre essas práticas, destacam-se:

## TOTAL DE TRABALHADORES, POR TIPO DE EMPREGO, CONTRATO DE TRABALHO E REGIÃO **LA1**

Tipo de emprego	2007	2008	2009	2010
Diretoria	35	37	32	43
Gerência	299	35	336	438
Chefia/coordenação	548	600	558	568
Técnica/supervisão	771	786	773	(**)
Administrativo	2.639	2.680	2.288	3.067
Operacional	4.617	4.505	4.150	14.943
Terceiros	5.898	5.721	4.075	3.047
Total de colaboradores *	14.807	14.684	12.212	22.106

(\*) Entre 2007 e 2008, o indicador era apenas contabilizado por tipo de emprego.

(\*\*) Em 2010, o nível Técnica/Supervisão deixou de existir na empresa.

## Relacionamento com público interno privilegia diálogo aberto e franco



- 100% de paridade entre o menor salário praticado pela empresa e o salário-mínimo federal. Todos os valores respeitam o piso federal vigente no País ou o piso salarial definido em convenção ou acordo coletivo da localidade. **EC5**
- Não há engessamento da política de contratação de alta gerência. Para esses cargos, o recrutamento é realizado de forma nacional e, desde a comunicação da vaga, o candidato é informado do local a que a vaga se refere. **EC7**
- Mesmo não tendo estabelecido em convenções ou acordos coletivos um prazo mínimo para notificação sobre mudanças operacionais importantes, a Bunge adota o procedimento de comunicar internamente essas perspectivas com transparência e agilidade. **LA5**
- 100% dos trabalhadores da Bunge foram representados por sindicatos em acordos e negociações coletivas em 2010. **LA4**
- Não há diferença salarial entre homens e mulheres. A empresa trabalha com o sistema de tabela salarial, no qual os níveis são diferenciados por pontuação do cargo exercido, e o sexo do funcionário não influencia nesse fator. **LA14**

### GESTÃO DOS IMPACTOS SOCIAIS

Em todos os novos projetos, a Bunge Brasil avalia o impacto que suas atividades trarão para as comunidades de entorno, premissa que atende à política de sustentabilidade e está alinhada às determinações da legislação ambiental. Com esse objetivo, a área de Açúcar & Bioenergia elaborou um estudo de impacto ambiental na região da



Usina Guariroba e identificou a necessidade de reforço na estrutura de saúde do município de Pontes Gestal (SP).

Desde março de 2008, a empresa assumiu a contratação dos profissionais de saúde, pelo prazo de três anos, nas especialidades de Cardiologia, Pediatria, Ginecologia e Clínica Geral, Medida de Compensação Social pela instalação da usina no município, conforme Parecer Técnico da Coordenadoria de Licenciamento Ambiental e de Proteção de Recursos Naturais, da Secretaria do Estado do Meio Ambiente. Por meio desse convênio, que será extinto no vencimento (em abril de 2011), foram realizados 2.574 atendimentos médicos em 2010.

Foi desenvolvido também um novo estudo de impacto para ampliar a capacidade do empreendimento, que identificou a necessidade de reforço da estrutura educacional nas cidades paulistas de Álvares Florence, Américo de Campos, Pontes Gestal, Cardoso e Riolândia, todas em área de influência direta da usina. Em uma primeira etapa, a companhia investiu

cerca de R\$ 70 mil na compra de livros para a revitalização das bibliotecas, brinquedos pedagógicos e lúdicos para brinquedotecas e propiciou melhorias das estruturas por intermédio de parcerias público-privadas, com a doação de computadores para salas de inclusão digital e equipamentos como ar-condicionado, televisores, impressoras e aparelhos de som.

Especificamente para a região de Pedro Afonso e em parceria com entidades públicas e privadas, a Bunge realizou, em 2010, um profundo estudo sobre os impactos socioambientais gerados na sociedade local com o início de suas operações. Tal estudo possibilitou um mapeamento inicial da situação original da região e facilitará a evolução do quadro devido às operações da empresa, incorporando seus efeitos diretos e indiretos. **S01 ONLINE**

Em 2010, a Bunge realizou mais de 80% de suas compras para a área de Alimentos & Ingredientes com fornecedores brasileiros, localizados em 12 estados. No segmento de Fertilizantes, as compras locais atingiram 23% e, no segmento de Açúcar & Bioenergia, as cinco usinas de Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Tocantins acumularam 35% de índice médio de compra de fornecedores locais. **EC6**

### CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS

O sistema político brasileiro prevê o financiamento privado de campanhas políticas, segundo regras estabelecidas legalmente e controladas pelos órgãos competentes, incluindo o TSE (Tribunal Superior Eleitoral). Operando estritamente dentro do contexto legal brasileiro, a Bunge entende ser importante contribuir para que candidatos alinhados à visão de desenvolvimento sustentável do agronegócio possam apresentar suas ideias à sociedade e defender suas propostas para os eleitores, em igualdade de condições com os demais candidatos.

## Bunge realiza estudos do impacto ambiental para definir planos de ação nas comunidades

À parte questões de interesse próprio ou projetos específicos, a Bunge direciona suas contribuições com base em posturas amplas de busca permanente da promoção do desenvolvimento sustentável. Com essa visão, a Bunge direcionou, em 2010, R\$ 4.843 mil a 13 partidos: PV, PT, PC do B, PSDB, PMDB, DEM, PTB, PP, PPS, PSTU, PSB, PDT e PR. **SO6**

### DVA 2010 **EC1**

#### Em 2010, a Distribuição do Valor Adicionado (DVA) apresentou a seguinte composição:

Colaboradores	35,7%
Governo	36,8%
Juros e Aluguéis	39,4%
Investimento Social	0,2%
Acionistas	0,4%
Prejuízo	-12,3%

Declaração de  
Garantia

# Declaração de Garantia

A BSD Consulting executou a verificação independente do processo de elaboração do Relatório de Sustentabilidade Edição 2011 da Bunge, desenvolvido de acordo com as diretrizes da GRI (Global Reporting Initiative).

## INDEPENDÊNCIA

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.

## NOSSA COMPETÊNCIA

A BSD Consulting é uma empresa especializada em sustentabilidade. Os trabalhos foram conduzidos por uma equipe de profissionais experientes e capacitados em processos de verificação externa.

## 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.

## 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 Edição 2011 da Bunge, em sua versão impressa, do período de 1º de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2010.

## 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:

- entendimento do fluxo dos processos de geração das informações para o Relatório de Sustentabilidade;
- análise de informações da mídia em geral, sites e bases legais;
- entrevistas com gestores de áreas-chave em relação à relevância das informações para o relato e gestão da sustentabilidade;
- entrevistas por telefone com diretores da empresa;

- quando relevante, verificação de informações sobre o desempenho de sustentabilidade com o entendimento do corpo diretivo da empresa;
- análise das evidências das consultas a stakeholders externos à distância;
- análise da relevância das informações do Relatório de Sustentabilidade do ponto de vista de públicos externos.

## **PRINCIPAIS CONCLUSÕES SOBRE A ADERÊNCIA AOS PRINCÍPIOS AA1000AS 2008**

### **1. Inclusão – aborda a participação de stakeholders no desenvolvimento de um processo de gestão de sustentabilidade transparente e estratégico.**

- Em 2010, a Bunge realizou o processo de consulta a stakeholders por meio de pesquisa via e-mail e telefone, e não mais no formato de painéis presenciais utilizado em anos anteriores. Para o próximo ciclo, recomenda-se a continuidade nos processos de engajamento, tanto presenciais como à distância. Vale ressaltar a importância de definir critérios claros para identificação, priorização e seleção dos stakeholders, com participação de representantes das áreas de negócio e unidades operacionais, além do corporativo. Dessa forma, busca-se atingir grupos de stakeholders ainda não consultados e garantir que a abrangência da atuação em diferentes setores e no âmbito nacional da Bunge seja contemplada de forma satisfatória.
- O Comitê Executivo da empresa, responsável pela tomada de decisões na nova estrutura integrada da Bunge Brasil, é formado pelo CEO (Chief Executive Officer), Vice-Presidentes, Diretor de Recursos Humanos e Diretor de Assuntos Corporativos e Sustentabilidade, o qual leva os temas de sustentabilidade para avaliação

da alta administração. Essa diretoria tem envolvimento direto nas discussões e decisões sobre projetos, políticas, metas e objetivos de sustentabilidade da Bunge, Brasil e também na Bunge Global.

- A área de sustentabilidade tem envolvimento e atuação transversal com outras áreas de negócio da Bunge especialmente no âmbito da alta administração. É importante ampliar o conhecimento interno da Plataforma de Sustentabilidade em todos os níveis hierárquicos, para integrar ações de sustentabilidade nas atividades rotineiras e operacionais e propiciar a busca de melhorias e inovação.
- Em 2010, o foco estratégico da gestão da sustentabilidade esteve voltado para as usinas de açúcar e bioenergia. Neste contexto, ressaltam-se as seguintes ações: criação de um Comitê de Risco em Sustentabilidade para realização de diagnóstico e desenvolvimento de planos de ação; divulgação da Política de Sustentabilidade do negócio Açúcar & Bioenergia; e realização de treinamentos sobre o tema e sobre a política, para todos os funcionários, desde o corpo diretivo até os trabalhadores rurais.

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

- A definição dos temas materiais para o relatório foi feita pela área corporativa de sustentabilidade, a partir da análise do processo de consulta a stakeholders externos e da estratégia de sustentabilidade da Bunge Brasil. O relatório apresenta uma visão geral dos principais temas relevantes identificados nas consultas aos stakeholders realizadas nos últimos três anos. No entanto,

há oportunidades de abordar com maior profundidade temas relacionados à cadeia de valor, como: transporte, logística reversa, impactos pós-consumo e desempenho socioambiental dos fornecedores agrícolas.

▪ **Ressalta-se** que o processo de materialidade deve ser revisado periodicamente, para que chegue a resultados atualizados e consistentes, considerando o contexto da sustentabilidade para a empresa. Em 2010, a Bunge Brasil passou por uma relevante mudança estrutural devido à venda das operações das minas e plantas químicas, e à aquisição de novas usinas de açúcar e bioenergia. Essas operações possuem impactos e questões distintas a serem consideradas no âmbito da sustentabilidade, e devem ser avaliadas na definição da materialidade para o próximo ciclo.

A Bunge Brasil demonstrou manter sua atuação com relação aos aspectos do direcionamento estratégico global, estabelecidos na Plataforma de Sustentabilidade. A seguir, salientam-se os principais fatos constatados:

▪ **Efeitos climáticos:** continuação do compromisso assumido pelo uso de fontes renováveis e alternativas de energia, e pela autossuficiência em madeira de florestas plantadas. A Bunge Brasil faz parte das discussões globais do Bunge Emissions Group, que busca identificar oportunidades de reduções nas emissões de Gases de Efeito Estufa. Observou-se uma redução significativa das emissões devido à venda das operações de mineração e plantas químicas.

▪ **Agricultura sustentável:** manutenção dos processos de gestão de fornecedores, sendo que os contratos contêm cláusulas específicas sobre aspectos socioambientais, incluindo os novos fornecedores de cana. Foram desenvolvidas ações de orientação

como: Dia de Campo, assessoria técnica sobre solo e uso de fertilizantes, agricultura de precisão e estabelecimento de parcerias (ex.: com a Embrapa, para o sistema integração Agricultura-Pecuária-Floresta).

▪ **Redução de resíduos:** premiações pela utilização de embalagens biodegradáveis da Linha Cyclus. Apesar de biodegradáveis, estas embalagens possuem um impacto ambiental indireto relacionado ao transporte, por não serem produzidas no Brasil. Ampliação das parcerias relacionadas ao programa de coleta e reciclagem de óleo de cozinha, porém ainda não se chegou a um patamar de larga escala. Houve uma redução significativa dos resíduos devido à venda das operações de mineração e plantas químicas.

▪ **Dietas saudáveis:** lançamento de uma nova linha de óleo com castanha e alguns produtos com menor índice de gordura. Salienta-se a importância de disponibilizar novas opções de produtos focados em saudabilidade (baixos teores de gorduras, sódio e açúcar) com informações claras nas embalagens e rótulos.

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

▪ A gestão socioambiental vem sendo integrada às áreas de negócio da Bunge Brasil por meio de grupos de trabalho, com foco principal em meio ambiente, saúde e segurança. Esses grupos atuam no alinhamento de conceitos e formas de medição de indicadores de sustentabilidade, com base no direcionamento estratégico da Plataforma de Sustentabilidade e nas metas mundiais da Bunge.

▪ A Bunge Brasil estabelece compromisso de acordo com as metas globais da empresa. Ressalta-se a importância de definir compromissos e metas locais. Observou-se que a maior parte das metas de

redução propostas foi atingida, justificada especialmente pela venda das minas, levando a uma redução significativa do consumo de água, materiais, energia, emissões, efluentes e resíduos.

- Foi desenvolvida e apresentada a nova Política de Sustentabilidade do negócio Açúcar & Bioenergia, que aborda os temas socioambientais críticos do setor, incluindo questões da cadeia de fornecedores.
- Com relação ao público interno, houve mudanças significativas no quadro devido à integração da Bunge Alimentos e Bunge Fertilizantes. Além disso, a aquisição do Grupo Moema resultou no aumento do número de colaboradores. Com esta nova estrutura organizacional, o desafio da Bunge Brasil será buscar a integração de todos na cultura da empresa.
- Para o próximo período de relato, é importante demonstrar com mais clareza a localização das operações da Bunge Brasil, considerando os respectivos biomas brasileiros, em especial para as atividades de açúcar e bioenergia.
- Foram apresentados, neste relatório, os indicadores do suplemento setorial de alimentos da GRI, alguns de forma parcial. Ressalta-se que, a partir do próximo período de relato, relatórios Nível A deverão contemplar todos os indicadores do suplemento, por isso, os temas setoriais devem ser trabalhados e aprofundados na gestão.

### NÍVEL DE APLICAÇÃO GRI-G3

Seguindo as orientações das diretrizes GRI-G3, a BSD declara que o Relatório de Sustentabilidade Edição 2011 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. No entanto, ainda existem oportunidades de melhoria no relato dos itens de perfil em governança corporativa e engajamento (4.4, 4.11 e 4.15). Tratando-se de formas de gestão e indicadores de desempenho, há possibilidade de aprimoramento no relato das informações ambientais (ex.: biodiversidade e impactos de transportes), e das informações sociais (ex.: saúde e segurança, e direitos humanos na cadeia de valor). Os indicadores do suplemento setorial serão obrigatórios para relatórios Nível A, a partir do ciclo 2011, portanto, não foram contemplados na confirmação de Nível deste relatório.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na visão da BSD Consulting, a Bunge está buscando consolidar a gestão de sustentabilidade por meio da implementação de ações específicas alinhadas à Plataforma de Sustentabilidade. Ressaltamos a necessidade de evoluir na integração das práticas de sustentabilidade junto às áreas de negócio e unidades operacionais, buscando aprimorar também o engajamento com stakeholders externos.

São Paulo, 8 de agosto de 2011.

**BSD Consulting - Brasil**



**AA1000**  
Licensed Assurance Provider  
000-33

GRI

*Indice Remissivo*



Indicador	Descrição	Página
<b>1. Estratégia e Análise</b>		
1.1	Declaração do presidente.	5-7
1.2	Declaração dos principais impactos, riscos e oportunidades.	11,12, 15-17, 32-35, 56
<b>2. Perfil Organizacional</b>		
2.1	Nome da organização.	3
2.2	Produtos e serviços, incluindo marcas.	11, 12, 18-21
2.3	Estrutura operacional.	23-25 e online
2.4	Localização da sede da organização.	6
2.5	Países e região onde a organização atua.	11, 12
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	11, 12. A Bunge Fertilizantes e Alimentos são S/As de capital fechado.
2.7	Mercados atendidos.	11, 12
2.8	Porte da organização.	11
2.9	Mudanças durante o período coberto pelo relatório.	3-4
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	14
<b>3. Parâmetros para o Relatório</b>		
3.1	Período coberto pelo relatório.	6
3.2	Data do relatório anterior.	2009
3.3	Ciclo de emissão dos relatórios.	anual
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo.	4
3.5	Definição do conteúdo do relatório (temas, prioridades, stakeholders).	3
3.6	Limite do relatório.	3 e online
3.7	Limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório.	3
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.	3
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos.	51
3.10	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores.	4
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.	76-83
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório.	4-9

4. Governança, Compromisso e Engajamento		
4.1	Estrutura de governança da organização.	23-24
4.2	Presidência do grupo de governança.	24
4.3	Porcentagem dos conselheiros que são independentes, não executivos.	25
4.4	Mecanismos para acionistas e funcionários fazerem recomendações ao Conselho de Administração.	Intranet e Alô Bunge, além de reuniões entre diretorias e lideranças locais. Também pode ser pelo e-mail sustentabilidade@bunge.com e directors@bunge.com, ou via correio regular.
4.5	Relação entre a remuneração e o desempenho da organização.	25
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança.	28-29. Este tema está incluído no Código de Ética e disponível no online.
4.7	Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança.	25 e online. A seleção é baseada na experiência em promoção do desenvolvimento sustentável.
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos.	13
4.9	Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais.	28-29 e online
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho (econômico, ambiental e social).	28-29
4.11	Explicação sobre como a organização aplica o princípio da precaução.	15, 24, 28-29 e online. A Bunge produziu a cartilha de dietas saudáveis. Sobre impacto ambiental, a empresa realizou o projeto de coleta de óleo de cozinha.
4.12	Princípios e/ou outras iniciativas desenvolvidas externamente.	online
4.13	Participação em associações.	online
Engajamento dos Stakeholders		
4.14	Relação dos grupos de stakeholders engajados pela organização.	4
4.15	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais engajar.	4 e online
4.16	Abordagens para o engajamento dos stakeholders.	4 e online
4.17	Preocupações levantadas por meio do engajamento dos stakeholders.	37-41
5. Forma de Gestão e Indicadores de Desempenho		
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído.	70
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido a mudanças climáticas.	47, 50 e online

EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício.	online
EC4	Ajuda financeira significativa recebida do governo.	online
EC5	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local.	68
EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais.	70
EC7	Contratação local.	68
EC8	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público.	65
EC9	Identificação e descrição dos impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos.	online
EN1	Materiais usados, por peso ou volume.	online
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	online
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	52
EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária.	52
EN5	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência.	52
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia.	52
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas.	52
EN8	Total de água retirada por fonte.	online
EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água.	online
EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.	online
EN11	Localização e tamanho da área possuída.	online
EN12	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços.	online
EN13	Habitats protegidos ou restaurados.	online
EN14	Estratégias, medidas em vigor e planos futuros para a gestão de impactos na biodiversidade.	online
EN15	Número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas pelo nível de risco de extinção.	Não há
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa.	51
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa.	online

EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas.	52, 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.	59
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos.	online
EN24	Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos das Convenção de Basileia - Anexos I, II, III e VIII, e percentual de carregamentos de resíduos transportados internacionalmente.	Não houve, em 2010, o transporte (importação e exportação) de quaisquer tipos de resíduos considerados perigosos nos termos da Convenção da Basileia.
EN25	Identificação, tamanho, status de proteção e índice de biodiversidade de corpos d'água e habitats relacionados significativamente afetados por descartes de água e drenagem realizados pela organização relatora.	online
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais.	60, 59
EN27	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto.	61
EN28	Valor de multas e número total de sanções resultantes da não conformidade com leis.	online
EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores.	online
EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental.	online
LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	67
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.	68
LA5	Descrição de notificações (prazos e procedimentos).	68
LA6	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, composto por gestores e por trabalhadores, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.	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.	online
LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua.	online
LA12	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho.	online
LA13	Composição da alta direção e dos conselhos, e proporção por grupos e gêneros.	67 e online
LA14	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional.	68
HR1	Descrição de políticas e diretrizes para manejar todos os aspectos de direitos humanos.	33
HR2	Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos.	33 e online
HR3	Total de horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo o percentual de empregados que recebeu treinamento.	67
HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.	67
HR5	Política de liberdade de associação e o grau da sua aplicação.	online
HR6	Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	46
HR7	Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado.	46
HR8	Políticas de treinamentos relativos a aspectos de direitos humanos para seguranças.	online
HR9	Numero total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas.	67
SO1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades.	69 e online
SO2	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção.	online
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e nos procedimentos anticorrupção.	30
SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.	30
SO5	Posições quanto a políticas públicas.	47, 48 e online
SO6	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições.	70

S07	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados.	online
S08	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias.	Não há
PR1	Política para preservar a saúde e segurança do consumidor durante o uso do produto.	55, 36
PR2	Não conformidades relacionadas aos impactos causados por produtos e serviços.	56
PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem.	19, 56
PR4	Não conformidades relacionadas à rotulagem de produtos e serviços.	No período de 2010, não houve casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários quanto a rotulagem de produtos
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas.	54
PR6	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários.	online
PR7	Casos de não conformidades relacionados à comunicação de produtos e serviços.	56
PR8	Reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade de clientes.	56
PR9	Multas por não conformidades relacionadas ao fornecimento de produtos e serviços.	online
FP1	Porcentagem do volume adquirido de fornecedores que cumprem a política de compra da empresa.	54
FP2	Porcentagem do volume adquirido que comprovadamente está de acordo com normas de produção confiáveis, responsáveis e reconhecidas internacionalmente, discriminados por tipo.	46
FP3	Porcentagem do tempo de trabalho perdido devido a conflitos trabalhistas, greves e/ou bloqueios, por país.	online
FP4	Natureza, abrangência e eficácia dos programas e práticas (contribuições em espécie, iniciativas voluntárias, transferência de conhecimento, parcerias e desenvolvimento de produtos) que promovem acesso a estilos de vida saudáveis; à prevenção de doenças crônicas; acesso a alimentos saudáveis, nutritivos e acessíveis; e previdência social com maior qualidade para comunidades necessitadas.	online
FP5	Porcentagem do volume de produtos fabricados em locais certificados por terceiros independentes, de acordo com sistema de normas de gestão de segurança alimentar, internacionalmente reconhecido.	54

FP6	Porcentagem do volume total de vendas de produtos de consumo, por categoria de produto, com quantidade reduzida de gorduras saturadas, gorduras trans, sódio e açúcares adicionados.	56
FP7	Porcentagem do volume total de vendas de produtos de consumo, por categoria de produto, que contêm maior quantidade de ingredientes nutritivos como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e aditivos alimentares funcionais.	online
FP8	Políticas e práticas relativas à comunicação aos consumidores de informações nutricionais e sobre os ingredientes, além do exigido por lei.	online
FP9	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de ninhada.	Não se aplica
FP10	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de ninhada.	Não se aplica
FP11	Porcentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de ninhada, por tipo de abrigo.	Não se aplica
FP12	Políticas e práticas relativas a tratamentos com antibiótico, antiinflamatório, hormônio e/ou para promoção do crescimento, por espécie e tipo de ninhada.	Não se aplica
FP13	Número total de incidentes de não cumprimento de leis e regulamentos e adesão aos padrões voluntários relacionados ao transporte, tratamento e práticas de abate de animais terrestres e aquáticos vivos.	Não se aplica

Nível de Aplicação do Relatório		C	C+	B	B+	A	A+
CONTEÚDO DO RELATÓRIO	Perfil da G3	Responda aos itens: 1.1, 2.1 a 2.10, 3.1 a 3.8, 3.10 a 3.12, 4.1 a 4.4, 4.14 a 4.15.	Com Verificação Externa	Responda a todos os critérios elencados para o Nível C+: 1.2; 3.9, 3.13; 4.5 a 4.13, 4.16 a 4.17.	Com Verificação Externa	O mesmo exigido para o Nível B.	Com Verificação Externa
	Informações sobre a Forma de Gestão da G3	Não exigido		Informações sobre a Forma de Gestão para casa Categoria de Indicador		Forma de Gestão divulgada para casa Categoria de Indicador.	
	Indicadores de Desempenho da G3 & Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial	Responda a um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Social, Econômico e Ambiental.		Responda a um mínimo de 20 indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas, Sociedade, Responsabilidade pelo Produto.		Responda a cada Indicador essencial da G3 e do Suplemento Setorial(*) com a devida consideração ao Princípio da Materialidade de uma das seguintes formas: (a) respondendo ao Indicador ou (b) explicando o motivo da omissão.	

## Informações Corporativas

### **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

Email: sustentabilidade@bunge.com

#### **Comitê Executivo**

Pedro Parente – CEO

Daniel Maldonado

Gilberto Tomazoni

Ricardo Santos

Vitor Fabiano

Martus Tavares

Murilo Braz Sant'Anna

Adalgiso Telles

Marisa Thurler

Afonso Barbosa

#### **Executivos**

Alberto Torres

Alexandre Sirihal

Antonio Prado

Arene Trevisan

Carlos Heredia

Carlos Salinas

Christiane Bechara

Eduardo Pereira

Fernando Zanetti

Flavia Landsberg

Francisco Pereira

Francisco Sens

Geovane Consul

Gustavo Freitas

Jadir Cidral

Jean Carlo Cantizani

Joanita Karoleski

João Eduardo Almeida

Jorge Santos

Junior Justino

Marcelo Lessa

Osmar Pereira

Paulo Silverio

Renato Tavares

Roberto Carlos

Sergio Mobaier

Sergio Nasinbene

Walter Soubihe

#### **Conselho Consultivo**

Alberto Weisser

Alysson Paulinelli

Eliezer Batista da Silva

Mário Alves Barbosa Neto

Oscar de Paula Bernardes Neto

Pedro Malan

Sérgio Roberto Waldrich

## Créditos

### **Realização**

TV1 Conteúdo

### **Fotografias**

Arquivo de Imagens Bunge

Shutterstock

Thinkstock

### **Quantidade**

800 exemplares

### **Impressão**

Leograf



