



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE
EDIÇÃO 2013 BRASIL



10 anos

*Reportando o
desenvolvimento
sustentável no Brasil*



Plataforma de sustentabilidade



AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

A Bunge está empenhada em sensibilizar e capacitar os produtores rurais para que produzam de modo que diminuam os impactos ambientais e maximizem a eficiência no uso dos recursos naturais finitos.



MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Podem trazer impactos significativos para a produção de alimentos em todo o mundo.

Por isso, a Bunge considera esse um fator-chave para as análises em sustentabilidade.



ÍCONES DE SUSTENTABILIDADE BUNGE BRASIL



A crença na participação comunitária, na promoção da cidadania, na valorização da educação e do conhecimento molda políticas em benefício de toda a sociedade.



O cuidado com os recursos naturais e o respeito ao meio ambiente conduzem ações de sensibilização e educação que geram benefícios e compromissos do homem com a preservação.



A parceria com o produtor rural e com todos os agentes da cadeia produtiva do agronegócio gera empregos, divisas e riquezas para o país.



DIETAS SAUDÁVEIS

Oferta de produtos alimentícios seguros e benéficos à saúde. A Bunge trabalha para identificar as necessidades dos clientes e consumidores e disponibilizar alimentos cada vez melhores no mercado.



REDUÇÃO DE RESÍDUOS

Desenvolvimento de mecanismos e processos para a redução de resíduos nos processos industriais e ampliação do uso racional da água e outros recursos não renováveis no gerenciamento da eficiência operacional.



do campo

- 4 APRESENTAÇÃO
- 6 ENGAJAMENTO E MATERIALIDADE
- 10 MENSAGEM DO PRESIDENTE



12 A BUNGE BRASIL

- 16 Prêmios e reconhecimentos
- 17 Excelência operacional
- 18 Gente & Gestão
- 21 Saúde e segurança no trabalho



22 GOVERNANÇA CORPORATIVA

- 26 Combate à corrupção
- 26 Gestão de riscos e políticas



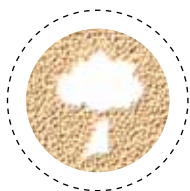
30 ÁREAS DE NEGÓCIOS

- 32 Açúcar & Bionergia
- 34 Agronegócio & Logística
- 36 Alimentos & Ingredientes
- 39 Fertilizantes



Esse ícone indica que mais informações sobre o referido tema estão disponíveis na versão on-line do relatório em www.bunge.com.br/sustentabilidade





42 PLATAFORMA DE SUSTENTABILIDADE

- 43 Agricultura sustentável
- 50 Mudanças climáticas
- 56 Dietas saudáveis
- 60 Redução de resíduos



64 INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

- 68 Atividades diretas da Bunge Brasil



- 70 Índice remissivo GRI-G3
- 76 Declaração de garantia
- 79 Informações corporativas
- 80 Créditos

à mesa





Desde 2003, a Bunge publica relatórios de sustentabilidade. A partir de 2006, foi adotado o padrão GRI, conferindo maior qualidade ao relato e gerando maior satisfação de nossos públicos, além de promover evolução na gestão em sustentabilidade da Bunge

Apresentação

GRI 3.1 | 3.2 | 3.3 | 3.4 | 3.6 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 3.10 | 3.11



MARTUS TAVARES

VICE-PRESIDENTE DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS, COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Pelo décimo ano consecutivo, a Bunge Brasil publica seu relatório de sustentabilidade. O conteúdo deste documento segue as diretrizes da versão G3 da Global Reporting Initiative (GRI), padrão internacionalmente reconhecido para mostrar a evolução da gestão sustentável da empresa nos aspectos econômico, social e ambiental.

Os dados e indicadores de desempenho ora apresentados demonstram a evolução da Bunge no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2012. O relatório também traz os indicadores do suplemento setorial para Food Processing da GRI, lançado em 2010 após a colaboração de organizações de todo o mundo. A propósito, a Bunge foi a única participante da América Latina nesse processo de elaboração e foi a patrocinadora para o lançamento da versão em português no Brasil.

O presente relatório traz uma série de melhorias e aperfeiçoamentos, relativamente às edições anteriores, que visam aprimorar a gestão e o monitoramento da *performance* da empresa em sustentabilidade, dentre os quais se destacam:

1. Os dados das áreas de negócio Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes, antes publicados de maneira consolidada, sob o título Alimentos, passam a ser divulgados de modo segregado, permitindo melhor comparabilidade em seus respectivos negócios;
2. As informações de emissões de Gases de Efeito Estufa e Energia Direta (EN16 e EN3), relativas a todos os silos de armazenagem de grãos, passam a ser relatadas;
3. As informações relativas ao novo negócio de atomatados e condimentos, adquirido no primeiro semestre de 2012, já estão sendo reportadas no presente relatório. Nesse sentido, a Bunge antecipou o período de adaptação de até dois anos para



UMA DÉCADA DE RELATO EM SUSTENTABILIDADE

2003



2004



2005



2007



2008 Nível GRI A+



2009 Nível GRI A+



2010 Nível GRI A+



2011 Nível GRI A+



2012 Nível GRI A+



2013 Nível GRI A+



apenas seis meses, após ter assumido o controle operacional desse novo negócio;

4. Os dados de desempenho das plantas industriais de Ponta Grossa (PR) e Nova Mutum (MT) passaram a ser contabilizados nos indicadores ambientais;
5. As informações relativas aos moinhos de trigo, cujos desempenhos não eram reportados por se tratarem de *joint venture* e não estarem sob a gestão exclusiva da Bunge, passaram a ser divulgadas, uma vez que foi encerrada a *joint venture* operacional mantida pela empresa.

Enfim, são melhorias e aperfeiçoamentos que ampliam a abrangência e transparência do presente relatório, refletindo a gestão da empresa e seu compromisso com a sustentabilidade no total de suas operações.

Para a elaboração de seus relatórios de sustentabilidade, a Bunge tem realizado um processo contínuo de consulta a seus públicos estratégicos (*stakeholders*). Dessa maneira, a Bunge procura responder a todos os indicadores materiais ao negócio e pode assim se autodeclarar dentro do nível de aplicação A do padrão GRI, pelo sexto ano consecutivo.

As informações apresentadas neste relatório passaram por avaliação da consultoria externa BSD Consulting, conforme informado na seção “Declaração de Garantia”, no processo chamado de *assurance* do relatório. Assim, a empresa avalia que o documento atende o nível de aplicação A+.

Por fim, a exemplo do último ano, a construção do presente relatório considerou as mais bem-sucedidas experiências nacionais e globais para o reporte em sustentabilidade. A base para isso foi o estudo exclusivo realizado pela Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) sobre a edição 2010 do relatório de sustentabilidade da Bunge.

Mais do que prestar contas de seu desempenho, o relatório de sustentabilidade da Bunge Brasil tem o objetivo de influenciar a cadeia de valor do agronegócio a adotar as melhores práticas para a utilização racional dos recursos naturais e promover o desenvolvimento sustentado.

Dessa maneira, a empresa contribui para o crescimento do país e se mantém alinhada ao fortalecimento e consolidação das políticas públicas que visam a melhoria da qualidade de vida da população.

Comentários e sugestões sobre este relatório e sobre a gestão de sustentabilidade da Bunge no Brasil devem ser enviados para o e-mail sustentabilidade@bunge.com.

Mais do que prestar contas, nosso relatório visa elevar o compromisso interno e influenciar a cadeia de valor para o desenvolvimento sustentável



Desde 2008 a Bunge realiza, formalmente, um painel de stakeholders anual. A matriz de materialidade consolida as diversas interações com os públicos de interesse e mostra a relação com a estratégia da empresa

ENGAJAMENTO E MATERIALIDADE

GRI 4.15 | 4.16

Com o objetivo de promover a melhoria contínua da gestão em sustentabilidade, considerada estratégica para o negócio, a Bunge dispõe de canais de relacionamento com seus públicos, como e-mails, telefone 0800, reuniões técnicas, participação em eventos e consultas diretas aos *stakeholders*. O resultado dessas formas de interação possibilita que a empresa promova o engajamento de seus públicos em uma gestão compartilhada, também reavalie suas estratégias, desenvolva ações e projetos importantes para os negócios e promova melhorias nos processos, produtos e ferramentas de comunicação.

O engajamento dos públicos é realizado durante todo o ano. A Bunge encaminhou, por exemplo, uma pesquisa a representantes de seus principais públicos e abriu um link (http://www.bunge.com.br/sustentabilidade/Nossos_Principios.aspx) no website de sustentabilidade, convidando-os a participar do processo de gestão. Outras formas de pesquisa e interações dirigidas também são realizadas a fim de aprimorar o planejamento estratégico.



A escolha dos *stakeholders* segue apontamentos das diversas áreas da empresa. Os grupos são analisados como os de maior influência e impacto nas estratégias da Bunge, sendo que os convidados a participar são identificados pelas áreas de relacionamento. Independentemente de apontamentos específicos, a consulta é aberta a todos os integrantes dos principais grupos, sendo que muitos são chamados a se manifestar, mas apenas os de maior interesse próprio são os que respondem às solicitações feitas pela empresa.

Além disso, desde 2008 a Bunge realiza o Painel de Stakeholders. Em 2012, esse evento contou com a participação de 33 pessoas que, divididas em grupos de discussão, compartilharam com a Bunge Brasil os principais desafios para a gestão ambiental, bem como de sua cadeia de valor.

Os seguintes grupos de *stakeholders* participaram do painel: **GRI 4.14**

- Organizações não governamentais
- Colaboradores da Bunge Brasil e Bunge Limited
- Clientes, divididos entre os relacionados diretamente ao agronegócio, aos produtos alimentícios acabados e ingredientes para a indústria
- Instituições financeiras
- Fornecedores
- Associações de classe
- Entidades ligadas ao governo



Cada grupo avaliou aspectos da Gestão em Sustentabilidade da Bunge Brasil, identificando e medindo as expectativas sobre posicionamentos e programas da empresa relacionados à sustentabilidade, além de contribuir para a materialidade das ações e para a avaliação de relevância na cadeia de valor.

Essa contribuição também foi um dos resultados da pesquisa digital, que permanece aberta de forma contínua para os públicos nacionais e internacionais. Os dados apontados nesse relatório consideram também as primeiras 202 respostas obtidas na pesquisa até o mês de janeiro de 2013.

A priorização dos temas provenientes da consulta aos *stakeholders* é realizada levando-se em consideração o impacto nos negócios da empresa e a aplicabilidade de abordagem no relatório. Tais temas são pauta corrente na vice-presidência da Bunge, que participa do Comitê Executivo da empresa, permitindo que a sus-

tentabilidade seja abordada com frequência nas discussões da alta gestão. **GRI 3.5 | 3.13**

Os temas do relatório procuram estar condizentes com as diretrizes GRI e normas AA1000 e AS2008, como materialidade, inclusão das partes interessadas, contextualização dos temas, equilíbrio, comparabilidade, clareza dos posicionamentos e confiabilidade.

A materialidade do Relatório de Sustentabilidade Bunge Brasil 2013 é expressa na seguinte matriz, originada das interações com os públicos desde 2008. Os temas de maior frequência são relacionados com seu impacto na estratégia da empresa e a viabilidade da comunicação por meio do relatório. Assim, assuntos que têm diminuído no interesse dos *stakeholders*, ainda que relevantes para as operações, perdem espaço na comunicação para os temas de maior atenção. Anualmente, são também avaliados os projetos e posicionamentos da empresa com relação aos temas de maior demanda dos *stakeholders*. **GRI 4.17**



MATRIZ DE MATERIALIDADE 2012





Mensagem

GRI 1.1

PEDRO PARENTE

PRESIDENTE E CEO DA BUNGE BRASIL

O ano de 2012 marcou o encerramento de um importante ciclo na história da Bunge Brasil. Chegamos a um ponto em que podemos nos reconhecer como uma única empresa, que compartilha a mesma visão, missão, valores e aspirações. Para chegarmos até aqui foi preciso muito trabalho, dedicação e comprometimento de cada um dos nossos profissionais. Agora, temos de continuar a tarefa de fortalecimento da nossa cultura corporativa, com o foco na excelência operacional, assegurando o compromisso com os três pilares da sustentabilidade: econômico, social e ambiental.

A Bunge está presente no Brasil há mais de um século e sua atuação está, cada vez mais, alinhada às políticas públicas e iniciativas da sociedade civil que visam o desenvolvimento do país. Nosso planejamento estratégico, assim como os investimentos em nossas áreas de negócio, sempre consideram os benefícios e impactos que as operações da empresa terão sobre as comunidades. Não poderia ser diferente, tendo em vista que estamos presentes em toda a cadeia do agronegócio e somos uma das maiores empresas globais nesse setor.

Outro ponto importante no qual temos avançado é a busca incessante pela segurança de nossos colaboradores e de nossas operações. Nossas campanhas de conscientização e programas de prevenção têm sido bem-sucedidos, mas essa é uma área na qual sempre poderemos melhorar e nunca podemos descuidar. E esse é um desafio constante para todas as nossas unidades que requer compromisso permanente e atenção contínua de todos: da alta liderança ao colaborador individual. Queremos criar uma cultura de segurança em que cada um cuida de si e de seus colegas, dentro e fora do ambiente de trabalho.

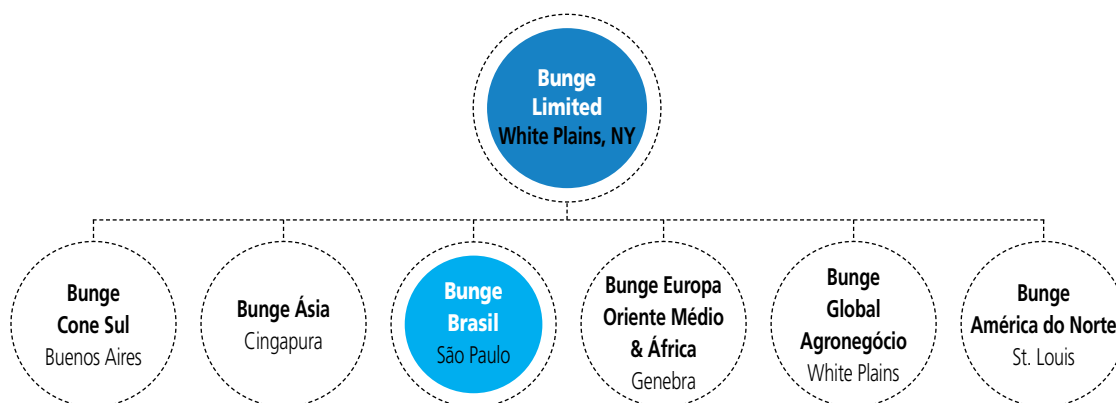


do Presidência

No âmbito dos negócios, realizamos importantes definições, tais como a venda do negócio Fertilizantes e a compra do segmento de alimentos da empresa Hypermarchas. Essa reestruturação permitirá aprimorarmos o nosso foco de atuação e aumentarmos a nossa competitividade, com produtos de elevada qualidade.

É importante também destacar o início de operação de uma nova fábrica, em Nova Mutum (MT), para produzir biodiesel. Além de esse ser um segmento estratégico para a Bunge, obtivemos, graças às nossas boas práticas, o selo Combustível Social, certificação concedida pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) às empresas que promovem a inclusão da agricultura familiar na cadeia produtiva. Com isso, mostramos como podemos aliar a geração de valor para os acionistas com a contribuição para o desenvolvimento do país, focando em negócios inclusivos e inovadores.

Para 2013, continuo contando com o empenho e engajamento de todos os colaboradores para que, juntos, continuemos trabalhando para fazer da Bunge uma empresa ainda mais forte. Desafios não nos faltam, tais como: o apoio ao cumprimento, por parte dos produtores rurais, das diretrizes e regras previstas no novo código florestal, o apoio à formulação de soluções para amenizar os gargalos logísticos que dificultam o escoamento da produção brasileira e as definições para uma nova estrutura tributária, uma vez que a atual prejudica a competitividade dos produtos nacionais. Enfim, continuamos comprometidos com o desenvolvimento do país e seguimos com o objetivo de nos consolidarmos como a maior e melhor empresa de agronegócio, alimentos e bioenergia do Brasil.



A BUNGE

BRASIL

Um dos marcos na estruturação da Bunge Brasil, em 2012, foi a inauguração da nova sede na cidade de São Paulo (SP), em um moderno e centralizado edifício que facilita a interação das áreas de negócios e administrativas com os principais *stakeholders*. O novo escritório da empresa foi construído dentro de padrões mundiais que representam o que há de mais moderno em construções sustentáveis. Adotados já na concepção da obra até a ocupação dos interiores do edifício, esses padrões vão desde o uso eficiente de água e energia, a otimização de materiais e a qualidade ambiental até a inovação e gestão de resíduos. Por seguir essas diretrizes, o prédio foi certificado com o selo Liderança em Energia e Design Ambiental (LEED) em sustentabilidade.

Operando no país desde 1905, a Bunge Brasil é uma subsidiária controlada pela Bunge Limi-

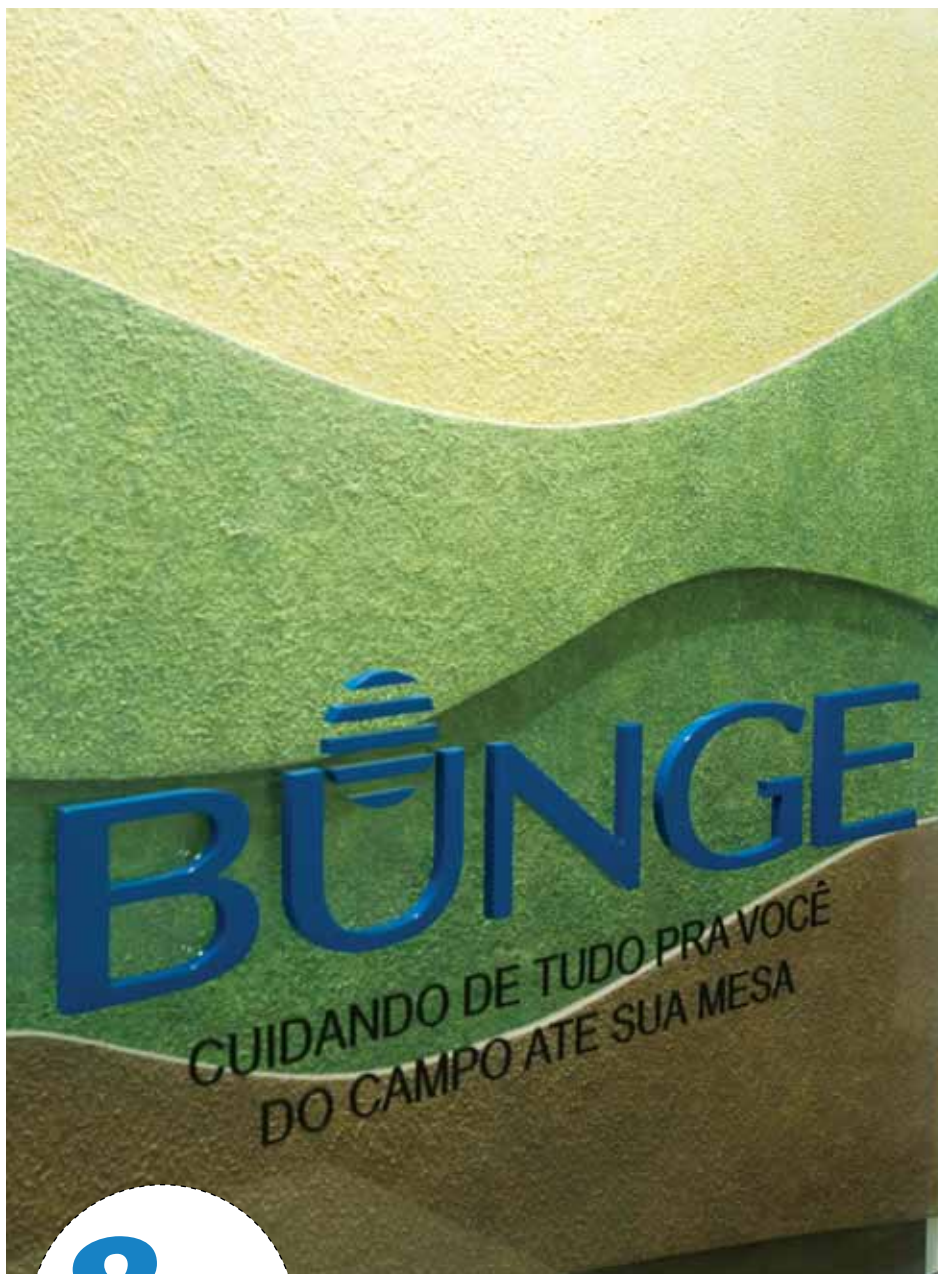
ted, *holding* norte-americana, fundada em 1818, sediada em White Plains (NY, Estados Unidos) e presente em mais de 40 países, tendo suas ações negociadas exclusivamente na bolsa de valores de Nova York. **GRI 2.1**

Atualmente, possui cerca de 150 unidades operacionais no país, entre fábricas, moinhos, usinas, silos, centros de distribuição e portos. **GRI 2.6 | 2.4**

Com essa estrutura, instalada em 19 estados e no Distrito Federal, a Bunge é uma das maiores empresas de agronegócio e alimentos do país. Seus produtos chegam a 77% dos lares, e há atendimento direto a mais de 4,6 mil municípios, cobrindo 83% das cidades brasileiras. Também são exportados para todos os continentes, por conta da consistente plataforma de logística à disposição das quatro áreas de negócios. **GRI 2.5**







83%

*dos municípios brasileiros são
atendidos diretamente pela Bunge*

Essas áreas estão organizadas em Açúcar & Bioenergia, Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes e Fertilizantes. Dessa maneira, a Bunge Brasil opera de forma integrada e está presente do campo à mesa do consumidor. A empresa produz e comercializa fertilizantes que aumentam a produtividade no campo, compra e processa grãos (soja, trigo, milho, algodão, arroz e outras *commodities*), fabrica alimentos para o consumidor final e indústria (óleos, margarinas, farinhas e misturas para panificação, molhos e temperos, entre outros) e produz açúcar, etanol e biodiesel. A Bunge ainda provê serviços logísticos e portuários para o escoamento de seus produtos. **GRI 2.3 | 2.7**

Os alimentos fabricados pela Bunge estão presentes nos lares brasileiros por meio de marcas como: Salada, Soya, All Day, Delícia, Primor, Ricca, Etti, Salsaretti, Bunge Pro (para o setor de alimentação fora do lar), entre outras. A empresa também é uma das maiores fornecedoras de ingredientes para a indústria alimentícia. Para os produtores rurais, a Bunge oferece uma linha completa de fertilizantes com as marcas Manah, Serrana e Iap. **GRI 2.2**

Com mais de 20 mil colaboradores diretos em seu ciclo anual (incluindo os colaboradores diretos sazonais), em 2012 a Bunge alcançou a receita bruta de R\$ 33,7 bilhões, um acréscimo de 16% sobre o faturamento bruto do ano anterior. Em 2012, o faturamento líquido da empresa no Brasil representou 27% do resultado da Bunge globalmente e demonstra a importância estratégica da operação brasileira. **GRI 2.8**

Distribuição do valor adicionado 2012 (Percentual/R\$ milhão) **GRI EC1**

Pessoal e encargos	89,89%	1.297.446
Impostos, taxas e contribuições	(150,26)%	(2.168.921)
Remuneração de capitais de terceiros	98,13%	1.416.504
Lucros retidos	(137,76)%	(1.988.465)



Direcionadores empresariais

A geração de valor, a filosofia que orienta os relacionamentos e a responsabilidade socioambiental da Bunge são baseadas em um conjunto consistente de valores. Esses princípios norteadores estão expressos no Código de Ética e Conduta e se materializam em uma cultura organizacional sólida.



Missão

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



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.



Nossos valores

- Integridade
- Trabalho em equipe
- Abertura e confiança
- Empreendedorismo
- Cidadania **GRI 4.8**

Prêmios e reconhecimentos

Em 2012, a Bunge recebeu os seguintes reconhecimentos de destaque por sua gestão:

- **Guia Exame de Sustentabilidade:** por seguir à risca a missão de aumentar de forma sustentável a oferta de alimentos e bioenergia e, com isso, melhorar vidas, a Bunge Brasil conquistou, pelo quarto ano consecutivo, posição na lista das 21 empresas-modelo do *Guia Exame de Sustentabilidade 2012*, elaborado pela editora Abril. A Bunge foi a única representante do agronegócio brasileiro a figurar na lista.
- **Destaque entre as 20 Marcas Mais Valiosas da América Latina:** (avaliada em R\$ 6,85 bilhões), segundo levantamento da Brand Finance, consultoria inglesa líder mundial em avaliação e gestão de marcas. Segundo o *ranking*, a Bunge ocupa a 16ª colocação, dentro de um leque de estudo que envolveu

um total de 1.200 marcas. Entre as 20 primeiras do *ranking*, a Bunge foi a que mais subiu em relação ao último ano, ganhando seis posições. É a única empresa de agronegócio e bioenergia, e a segunda no setor de alimentos entre as 20 primeiras.

- **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas:** a revista *Negócios da Comunicação* premiou a Bunge na categoria Agropecuária, pelo segundo ano consecutivo.
- **Prêmio Intangíveis Brasil (PIB) 2012:** entre mil empresas pré-qualificadas em diversos setores para o Prêmio Intangíveis Brasil 2012, a Bunge foi a grande vencedora na categoria Agronegócio. O objetivo do Prêmio é reconhecer as empresas que melhor investem na geração de valor aos públicos com os quais se relacionam.

- **Prêmio MasterCana 2012:** organizado pela ProCana, a maior empresa de comunicação do segmento, o Prêmio MasterCana premia os melhores do ano no setor sucroenergético. O negócio de Agronegócio & Logística foi o grande vencedor da região Nordeste na categoria MasterCana Desempenho 2012 – Agronegócio & Logística.
- **Selo de Empresa Compromissada:** a Bunge recebeu o Selo, reforçando seu papel como integrante do Compromisso Nacional para Aperfeiçoar as Condições de Trabalho na Cana-de-Açúcar.
- **Troféu Destaques A Granja do Ano 2012:** na categoria Adubos e Corretivos.
- **Troféu Onda Verde:** pelo Programa Soja Recicla, na categoria Reciclagem, pela Editora Expressão. **GRI 2.10**

 [on-line](#)



*prêmios foram
recebidos pela
Bunge em 2012*





Excelência operacional

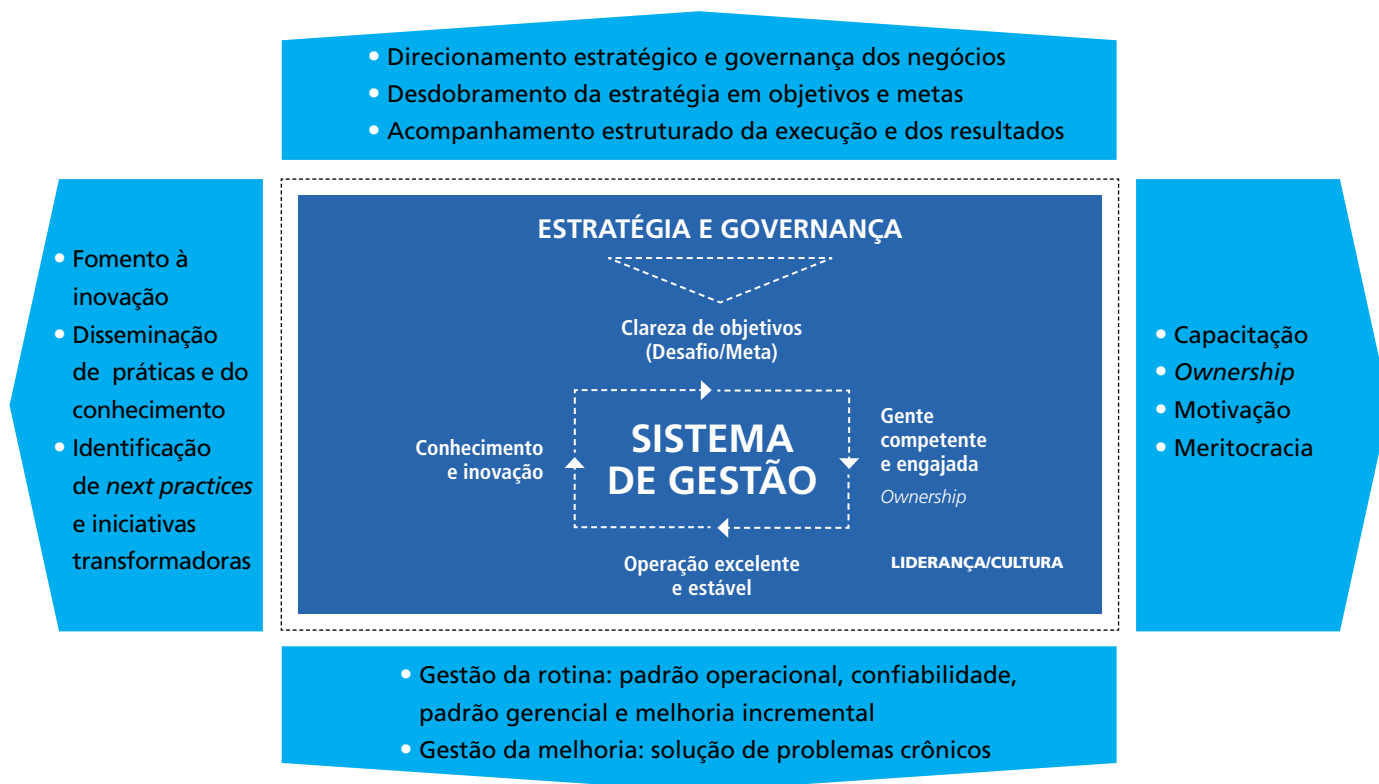
A gestão dos negócios da Bunge no mundo adota um modelo integrado e descentralizado. A descentralização é fundamental para que as áreas tenham liberdade em atender os clientes com agilidade e de acordo com as necessidades específicas de cada país. A integração, por sua vez, garante que o desempenho global da empresa esteja alinhado à Cultura Bunge, que define os valores, princípios, políticas, estratégias e processos que devem ser seguidos pelos profissionais para assegurar a geração sustentável de valor e resultados perenes.

A partir desse modelo de negócio, a Bunge mantém o foco na busca da excelência operacional, objetivo totalmente alinhado à estratégia definida pela *holding* Bunge Limited. É importante frisar que excelência operacional não diz respeito apenas à eficiência nas operações mas também à busca de se fazer tudo com o menor custo, a melhor qualidade e sempre de forma sustentável. Para alcançar a excelência operacional, é necessário ter uma cultura organizacional fortalecida e promover a sinergia entre as diversas áreas de

negócio com o apoio das áreas corporativas. Em 2012, após um extenso trabalho iniciado em 2010 para diagnosticar o ambiente interno vivido pela empresa, a Bunge criou uma estrutura de gestão que permitirá, com um plano de ação definido para 2013, consolidar e difundir o novo sistema de gestão para tornar a empresa ainda mais eficiente e mais competitiva.

A construção e o fortalecimento dessa cultura de excelência da Bunge estão apoiados nesse sistema de gestão, que tem quatro pilares:

MODELO DE EXCELÊNCIA



A busca pela excelência operacional vai além da adoção de novas ferramentas e da implantação de programas de melhoria, abrangendo também o desenvolvimento de competências e comportamentos responsáveis dos colaboradores. Ela depende do trabalho em equipe e do rigoroso cumprimento dos métodos estabelecidos, com o acompanhamento contínuo de indicadores que mostram se a empresa está caminhando na direção das metas estabelecidas ou se precisa de correções de rumo. **GRI 1.2**



“A excelência operacional deve estar em tudo que fazemos a cada momento, em cada uma das estratégias que pensamos e cada uma das ações que fazemos. Para nós, segurança vem em primeiro lugar. E, para alcançar os resultados esperados, devemos trabalhar como um time”

ANDREA MARQUES

VICE-PRESIDENTE DE GENTE & GESTÃO

Em dezembro de 2012, a Bunge contava com 20.381 colaboradores diretos e outros 2.325 terceirizados, num total de 22.706 pessoas que desempenharam suas atividades profissionais nas cerca de 150 instalações da empresa. A gestão desse contingente foi aprimorada no último ano, com a reestruturação da vice-presidência de Gente & Gestão, que tem a missão de coordenar o desenvolvimento do capital humano e a busca pela excelência operacional.

Um dos principais avanços obtidos no último ano foi a implantação de um sistema centralizado, por meio do SAP, que permite maior controle das informações relacionadas à gestão dos colaboradores, disponibilizando ainda informações personalizadas aos funcionários por meio de um número 0800. As áreas de negócio também são atendidas diretamente.



ASPIRAÇÕES DA BUNGE BRASIL PARA 2015

- Bunge Brasil integrada e descentralizada
- Lucro operacional crescente e consistente
- Entrosamento entre os líderes em clima de trabalho
- Excelência profissional
- Empresa admirada e querida



Total de trabalhadores por tipo de emprego **GRI LA1** [on-line](#)

	2010	2011	2012
Conselho	7	8	8
Diretoria	43	47	36
Gerência	438	524	407
Chefia/coordenação	568	1.783	1.786
Administrativo	3.067	3.359	3.427
Operacional	14.943	13.433	13.208
Trainee ¹	–	15	41
Menor aprendiz ¹	–	158	170
Expatriado ¹	–	15	13
Safrista ²	–	–	1.285
Terceiros	3.047	3.000	2.325
Total	22.113	22.342	22.706

1. As informações dessas funções começaram a ser apuradas e apresentadas a partir de 2011.

2. As informações dessas funções começaram a ser apuradas e apresentadas a partir de 2012.

GRI LA2

A taxa de rotatividade total para os colaboradores sem prazo definido no contrato de trabalho em 2012 foi de 24%, contra 26,9% do ano anterior. Apesar da redução da taxa, a empresa entende que ainda é grande o desafio na retenção de talentos, o que é sentido em todo o setor. Para diminuir ainda mais essa porcentagem, várias medidas têm sido implementadas na valorização profissional, com foco na abertura e confiança, um dos valores centrais da gestão da empresa.  [on-line](#)

A remuneração dos colaboradores segue ainda as melhores práticas de mercado. A variação entre o menor salário (R\$ 695) pago pela Bunge e o salário-mínimo nacional vigente em 31 de dezembro de 2012 (R\$ 622) era de 11,7%, por exemplo. Todos os colaboradores, inclusive os terceirizados, são abrangidos pelos acordos coletivos firmados com as entidades que os representam. **GRI ECS | LA4**  [on-line](#)

REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

Os salários e benefícios oferecidos pela Bunge são fundamentais para a atração e retenção dos colaboradores, motivando os profissionais a desempenharem suas funções com foco na excelência operacional. O pacote de remuneração oferecido aos colaboradores é orientado por uma tabela salarial, diferenciada de acordo com os cargos desempenhados em diferentes regiões do país. Essa distinção não é influenciada pelo gênero ou etnia do colaborador. **GRI LA14**





20
mil

Mais de 20 mil funcionários fazem parte da Bunge Brasil. Nas gerências, mais de 40% são contratados localmente

GESTÃO DE COMPETÊNCIA E APRENDIZAGEM CONTÍNUA

O desenvolvimento profissional dos colaboradores da Bunge é fundamental para alcançar excelência operacional e resultados sustentáveis nos negócios. Assim, a empresa estrutura seu programa de treinamento e incentivo à educação dos profissionais em quatro pilares:

- **Escola de negócios:** programas que viabilizam a gestão do conhecimento, proporcionando amplo entendimento do negócio, alinhamento de processos, melhoria de indicadores de *performance* e redução da rotatividade.

- **Escola de liderança:** programas que promovem o desenvolvimento dos líderes dentro da visão global e da operação local, bem como dos valores da Bunge, estimulando o desenvolvimento das competências necessárias para atingimento de metas e objetivos.

- **Escola de educação continuada:** programas de incentivo que buscam potencializar a competitividade da empresa e oferecer oportunidade aos colaboradores, para que se mantenham atualizados e preparados para atender aos desafios atuais e futuros. Abrange cursos de idiomas, graduação, pós-graduação e MBA internacional.

- **Escola de treinamentos técnico-específicos:** processo educacional de competências técnicas ou comportamentais, focado na especialização do conhecimento necessário para o desempenho da função.

Em 2012, os treinamentos oferecidos pela Bunge atingiram uma média de 25,36 horas por colaborador. **GRI LA10**  **on-line**

O acompanhamento do desenvolvimento dos colaboradores também é realizado por meio de práticas éticas e transparentes de avaliação e análise do desempenho profissional. Com isso, a Bunge busca identificar pessoas que possam desempenhar papéis de liderança e atender as demandas atuais e futuras da empresa. Esse processo é conduzido por um comitê chamado de Talent Pool e seu resultado é o desenvolvimento de um plano individual para ser implantado ao longo do ano seguinte ao da avaliação, pelos colaboradores. Em 2012, 1.254 profissionais foram avaliados de acordo com essa metodologia, o que corresponde a 6,15% do total de colaboradores da empresa no ano. **GRI LA12**  **on-line**



Saúde e segurança no trabalho

A Bunge amplia continuamente seus esforços para criar um ambiente de trabalho mais seguro, diminuir os acidentes e o afastamento de colaboradores. Essa é uma questão da mais alta relevância para a empresa, reforçada por um sistema de gestão com auditorias de protocolos globais anuais em todas as unidades, cujas metas para a redução de acidentes são monitoradas semanalmente. Apesar de os índices relacionados ao aspecto segurança terem melhorado, a Bunge entende que ainda pode evoluir mais em sua gestão, investindo em treinamentos e campanhas educativas para que tanto os colaboradores quanto os terceirizados adotem comportamentos e práticas mais seguros.

Em 2012, foi registrado um óbito decorrente de um acidente de trabalho durante o deslocamento entre duas frentes de trabalho, em uma rodovia federal, na região de Ponta Porã (MS). Conforme determinado nos procedimentos de Saúde e Segurança do Trabalho da empresa, foi realizada uma investigação sobre as causas do acidente, pela qual se determinou que a causa foi o excesso de velocidade do motorista com consequente perda de controle.

Com foco em mitigar acidentes de percurso

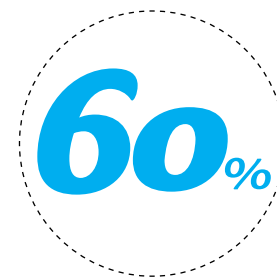


no deslocamento de ida e volta ao local de trabalho, bem como na promoção da direção preventiva e segura, foi realizada uma extensa campanha de segurança, sendo que a comunicação foi focada em segurança no trânsito. Além disso, foram promovidos treinamentos práticos e teóricos de direção preventiva aos colaboradores que utilizam veículos automotores com maior frequência na empresa.

Com o intuito de incentivar a adoção de práticas seguras no dia a dia das unidades, a Bunge Brasil premia aquelas que se destacam nas taxas de acidente do trabalho. Em 2012, um silo no sul da Bahia ganhou o prêmio de Excelência em Saúde e Segurança do Trabalho ao atingir a marca de 23 anos sem acidentes com afastamento ou fatalidade. [on-line](#)

Taxas de acidente [GRI LA7](#) [on-line](#)

	Meta 2012	Bunge Brasil
Taxa de acidentes com afastamento	0,10	0,16
Taxa de acidentes sem afastamento	2,00	0,92
Taxa de acidentes com afastamento + trabalho restrito	0,75	0,38



Em 2012, os acidentes sem afastamento tiveram redução em **60%**

Sindicatos

A Bunge respeita e assegura a liberdade de associação dos colaboradores às entidades representativas de classe. Em suas unidades operacionais, por exemplo, a empresa abre espaço, por meio de murais e quadros de aviso, para que os sindicatos possam fazer seus comunicados. [GRI HR5](#)

A Bunge dispõe de uma área de Relações Trabalhistas e Sindicais, cujo foco é negociar e garantir os direitos vinculados às associações sindicais. É vetada qualquer campanha que degrade a imagem da entidade sindical e os gestores são orientados a buscar a harmonia entre o capital, o trabalho e seus representantes.

Outro procedimento adotado pela Bunge é a comunicação de mudanças operacionais significativas com transparência e agilidade, incluindo os sindicatos nesse relacionamento. Quando necessário, esse tipo de comunicação geralmente é realizado com 60 dias de antecedência. Apesar de ser adotado por toda a empresa, esse prazo consta apenas no Acordo Coletivo do Sindicato dos Químicos de São Paulo. [GRI LA5](#)

Em 2012, a Bunge registrou a paralisação dos colaboradores na Usina de Itapagipe por 36 horas, durante a negociação sindical sobre alinhamentos de funções entre as usinas. A situação foi negociada e as operações normalizadas logo em seguida. [GRI FP3](#)

Governança Corporativa

Com quatro áreas de negócio que replicam o modelo integrado e descentralizado da Bunge no Brasil, os mecanismos de governança corporativa adotados pela empresa são fundamentais para difundir a visão, a missão, os valores e a cultura de excelência operacional para todas as unidades e colaboradores. Esses mecanismos também têm o papel estratégico de orientar as diferentes ações na busca por um crescimento sustentável, com a geração de valor e a construção de relacionamentos éticos e transparentes com os diversos públicos.

O Conselho Consultivo é formado pelo CEO da Bunge Limited e mais seis membros externos reconhecidos publicamente por suas competências em diferentes áreas. É o órgão de governança mais alto da Bunge no Brasil. Esse colegiado se reúne a cada quatro meses para discutir orientações estratégicas no desenvolvimento sustentável das operações. A seleção dos membros do conselho é baseada na experiência profissional relacionada à sustentabilidade dos diversos negócios da empresa. **GRI 4.1 | 4.2 | 4.7**

CONSELHO CONSULTIVO DA BUNGE BRASIL **GRI 4.3**

ALBERTO WEISSER – MEMBRO EXECUTIVO E PRESIDENTE DO CONSELHO DA BUNGE LIMITED

ALYSSON PAOLINELLI – MEMBRO INDEPENDENTE – Engenheiro agrônomo, foi ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, presidente do Banco do Estado de Minas Gerais (BEMGE), presidente da Confederação Nacional de Agricultura (CNA) e deputado federal. É professor emérito da Universidade Federal de Lavras.

ELIEZER BATISTA DA SILVA – MEMBRO INDEPENDENTE – Engenheiro químico, foi ministro das Minas e Energia e Secretário de Assuntos Estratégicos (SAE). Foi fundador e membro do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), da Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) e do Instituto Bio Atlântica (I-Bio).

MÁRIO ALVES BARBOSA NETO – MEMBRO INDEPENDENTE – Engenheiro de produção, tem vasta experiência na área de fertilizantes no país, atuando nas maiores empresas do setor. Presidiu a Bunge Fertilizantes até 2010.

OSCAR DE PAULA BERNARDES NETO – MEMBRO INDEPENDENTE – Engenheiro químico e administrador de empresas, integra os conselhos de administração de diversas empresas no Brasil, incluindo Companhia Suzano de Papel e Celulose e Gerdau S.A., e no exterior, como Delphi Corporation, nos Estados Unidos, e Johnson Electric, em Hong Kong.

SÉRGIO WALDRICH – MEMBRO INDEPENDENTE – Engenheiro químico, desenvolveu sua carreira em empresas de agronegócios, tendo amplo conhecimento dos setores de grãos, alimentos e ingredientes. Presidiu a Bunge Alimentos até 2010.

PEDRO SAMPAIO MALAN – MEMBRO INDEPENDENTE – Economista, é professor-doutor de Economia na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Foi ministro da Fazenda e presidente do Banco Central.





Cabe ao Comitê Executivo (COE), órgão colegiado que se reúne quinzenalmente, as decisões sobre os negócios da empresa no Brasil. O Comitê é coordenado pelo CEO da Bunge Brasil e composto pelos vice-presidentes. Nessa instância, sempre alinhada às metas apontadas pela matriz nos Estados Unidos, a empresa define e acompanha a implantação das estratégias para o desenvolvimento dos negócios, aprimoramento da governança e da gestão nas frentes operacionais. O tema sustentabilidade é transversal a todos esses processos, sendo que existe uma vice-presidência responsável por trabalhar o assunto em paralelo a todos os demais. **GRI 4.9**

O COE tem sua avaliação, a exemplo do restante da empresa, associada a metas de desempenho que promovam o desenvolvimento sustentável das operações no país. Questões sociais e ambientais associadas aos negócios podem influenciar a remuneração variável dos integrantes do COE, uma vez que podem impactar diretamente no desempenho econômico e nos resultados de médio prazo. A avaliação é feita formalmente, considerando ferramentas de autoavaliação, indicadores de desempenho previamente estabelecidos e resultados da área de negócio, além do desempenho geral da empresa. A questão da segurança é um exemplo de avaliação presente em todos os membros da alta gestão da empresa. **GRI 4.5 | 4.10**

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



Os integrantes do COE possuem um relacionamento aberto e transparente com todos os colaboradores e dispõem de mecanismos para receberem sugestões e recomendações, além de promover o fluxo das informações entre líderes e liderados. Além da total abertura, os canais com a finalidade de receber as demandas gerais dos funcionários são a *intranet* e os e-mails sustentabilidade@bunge.com e directors@bunge.com. **GRI 4.4**

Ainda no contexto da governança, cabe lembrar que a Bunge considera que a ausência de certeza científica não deve ser utilizada como justificativa para prevenir a ameaça de danos sérios ou irreversíveis ao meio ambiente ou à saúde humana. Esse princípio da precaução é observado nas fases de desenvolvimento, concepção, fabricação e distribuição de produto. Dessa forma, a empresa avalia as alternativas existentes no uso e na implantação de novas tecnologias em seus processos produtivos, bem como o uso de substâncias e ingredientes em seus produtos, com o objetivo de considerar a incerteza na avaliação de risco dessas alternativas e comparar seu potencial impacto ao meio ambiente e à saúde humana. Essa avaliação é realizada pelas áreas de negócio em conjunto com as áreas de Produtividade, Qualidade, Saúde e Segurança, e Meio Ambiente (PQSE). **GRI 4.11**

A Bunge entende que todos os relacionamentos entre seus funcionários e destes com os públicos externos devem seguir padrões morais e éticos de conduta. Assim, o grupo assume o compromisso público de repúdio à exploração de mão de obra infantil em toda a sua cadeia produtiva. No que diz respeito à valorização da diversidade, a Bunge encoraja seus parceiros comerciais a manterem seus quadros de colaboradores com uma composição representativa do perfil das populações das áreas onde atuam.

O respeito nas relações entre as pessoas é fundamental. Com esse entendimento, a Bunge condena qualquer atitude de assédio sexual ou moral, interna ou externamente às suas instalações, sendo que as áreas de recursos humanos e de desenvolvimento organizacional da empresa estão preparadas para lidar com quaisquer denúncias a esse respeito. As práticas que possam ser consideradas como atos de corrupção também não são toleradas nas operações da empresa. O Código de Ética dos funcionários e as relações com os fornecedores e demais públicos abrangem políticas contra essas práticas.

A Bunge tem forte presença no país, com ênfase em áreas de desenvolvimento recente ou em desenvolvimento. A fim de promover melhores condições às comunidades locais e melhoria dos serviços, a empresa avalia com os *stakeholders* locais a necessidade de investimento em infraestrutura pública. Esses investimentos trazem benefícios a todos os instalados localmente e aceleram o desenvolvimento, o bem-estar e o progresso regional.

Nesse sentido, a promoção de infraestrutura pública teve foco, em 2012, nas áreas de saneamento básico, logística e distribuição de energia elétrica. Os valores destinados a tais ações totalizaram, no período, R\$ 6.108.000. Importante ressaltar que, desse valor, o montante de R\$ 5 milhões refere-se a um acordo com a empresa de distribuição de energia elétrica do Pará, na viabilização de projeto que beneficiará a comunidade de Mirirituba. **GRI EC8**





Projetos em infraestrutura pública

	Valor dedicado (R\$)
Construção de galeria em estrada no município de Itaituba (PA)	270.000
Elaboração do Projeto Executivo do Aterro Sanitário para os municípios de Pedro Afonso, Tupirama e Bom Jesus do Tocantins	18.000
Viabilização de Subestação Elétrica em Itaituba (PA)	5.000.000
Recuperação de estrada de acesso à cidade de Baixa Grande (PI)	50.000
Construção de rede de energia rural na região de São José do Xingu (MT)	650.000
Elaboração de Projeto Executivo para pavimentação de rodovia vicinal que liga as cidades de Pontes Gestal à Cardoso, em Minas Gerais	120.000
TOTAL	6.108.000



Combate à corrupção

GRI 502 | 504 | 506 | 507

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. Nos casos comprovados de não atendimento ao Código ou de corrupção, são tomadas as medidas cabíveis, como desligamento do colaborador e, se for o caso, acionamento das autoridades. Todas as denúncias são investigadas.

Violações ao Código de Conduta podem ser comunicadas pelos públicos interno, fornecedores e consumidores ao mais alto grau de governança da Bunge, por meio da *intranet*, além de reuniões com diretorias e lideranças locais. A comunicação também pode ser realizada pelos e-mails sustentabilidade@bunge.com, directors@bunge.com, www.bunge.com/helpline, correio regular ou ainda pelo telefone 0800-892-1879.

Em 2012, não foram registrados casos comprovados de corrupção na Bunge Brasil.

Com relação a práticas contrárias ao nosso código de conduta, foram registrados 65 casos, que resultaram em demissão por justa causa. **GRI HR4**

Com relação aos controles anticorrupção, todos os funcionários são informados e devem aderir formalmente à política de FCPA (legislação americana contra práticas corruptas no estrangeiro), uma vez que a Bunge é uma empresa com sede nos Estados Unidos. A lei americana torna ilegal a doação de qualquer item de valor para oficiais de um governo estrangeiro para fins de obter ou reter negócios ou conseguir uma vantagem imprópria.  **on-line**

Gestão de riscos e políticas **GRI 4.6**

A governança da Bunge é apoiada por diferentes instrumentos que visam assegurar um crescimento sustentado com ética, transparência e de acordo com o cumprimento das leis e normas reguladoras. Esses instrumentos são as auditorias internas e externas, o Código de Ética e Conduta e as diferentes políticas que devem ser observadas por todos os colaboradores.

As auditorias, que funcionam por meio das atividades desenvolvidas pela área GIA (Auditoria Interna Global), apoiam o Conselho de Administração da Bunge Limited na supervisão do risco de governança e controles e na implantação da gestão integrada de riscos em toda a empresa. Elas também garantem um melhor controle interno dos aspectos relativos às demonstrações financeiras, mitigando os riscos relacionados a fraudes e corrupção.

O Código de Ética da Bunge estabelece diretrizes básicas para a conduta requerida a todos os diretores, gerentes e demais colaboradores da empresa. O respeito às comunidades e ao ambiente em que a empresa opera é disseminado entre todos os profissionais, que devem observar questões relacionadas à ética e ao cumprimento das legislações específicas para cada área de atuação.

A Bunge conta ainda com políticas específicas para nortear o desenvolvimento de seus negócios no âmbito da sustentabilidade. São elas:

- Política Global de Sustentabilidade
- Política de Sustentabilidade Bunge Brasil
- Política de Sustentabilidade do Negócio Açúcar & Bioenergia
- Política de Meio Ambiente
- Política de Uso da Terra e Biodiversidade
- Política de Relacionamento com Fornecedores

Dois novos projetos desenvolvidos pela Bunge têm contribuído para apoiar os negócios na gestão de riscos. Um deles é o Enterprise Risk Management (ERM), que mapeia os riscos operacionais, de crédito, estratégicos ou de mercado, da empresa. Todos os riscos serão monitorados continuamente e, para os considerados mais relevantes, serão traçados planos de ação. Para os riscos de mercado especificamente, dada sua importância para os negócios da Bunge, foi desenvolvido outro projeto que identifica possíveis impactos nas atividades de *trading* (compra e venda de *commodities*) e industriais, a fim de calcular o impacto que a volatilidade desses fatores pode trazer nos resultados.



Compromissos externos

GRI 4.12 | 4.13

Em linha com seus valores e políticas, a Bunge é signatária de diversos compromissos e participa das discussões para incentivar a adoção de boas práticas nos setores em que atua. O desempenho de tais compromissos, visto que são fortemente direcionados à gestão de sua cadeia de suprimentos, são abordados no capítulo sobre Agricultura Sustentável.

A Bunge discute com associações de classe e outros fóruns de interesse comum, questões relativas às políticas públicas que impactam seus negócios ou são de interesse da sociedade como um todo. Durante 2012, essa atuação basicamente foi direcionada a três pontos focais: a Medida Provisória nº 595, a Política Nacional de Resíduos Sólidos e a Moratória da Soja. **GRI 505**

Dois exemplos dessa atuação nas entidades e fóruns são:

- A questão da Política Nacional de Resíduos Sólidos afeta toda a cadeia de consumo de bens. A Bunge tem sido ativa em seu setor para que a execução da política seja viável sem elevar os preços dos alimentos por meio de novos impostos. Para tanto, está trabalhando com as associações e coalizões empresariais para que a melhor solução possa ser aceita nas esferas governamentais, valorizando os esforços de cada agenda da cadeia de consumo.
- A Moratória da Soja tem, entre seus preceitos, a valorização da governança local. Conforme explicado no capítulo sobre Agricultura Sustentável, a Moratória busca fortalecer o papel do estado no bioma amazônico, com aplicação de leis e ferramentas que evitem a agressão ao meio ambiente ou devastação à cobertura vegetal original. Trabalhando conjuntamente com o setor e organizações da sociedade civil, o estabelecimento de políticas públicas pode ser uma solução para a situação regional. **GRI 505**



A Bunge, a fim de exercer sua responsabilidade socioambiental nos fóruns aos quais tem acesso, participa ativamente nas seguintes instituições para contribuir de forma estratégica com o desenvolvimento sustentável de sua cadeia de valor:

- ABAG: Associação Brasileira do Agronegócio
- ABIA: Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação
- ABIOVE: Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais
- ABITRIGO: Associação Brasileira da Indústria do Trigo
- ABMR&A: Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócios
- Bonsucro: Better Sugarcane Initiative
- Cempre: Compromisso Empresarial para Reciclagem
- FIESC: Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
- Fiesp: Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
- UNICA: União da Indústria de Cana-de-Açúcar

“Bonsucro é uma instituição sediada em Londres, Reino Unido, que estabeleceu os critérios mais aceitos para a produção sustentável de produtos da cana-de-açúcar. Assim, o mercado de açúcar e etanol pode certificar-se que as melhores práticas, desde o cultivo até a operação das usinas, são empregadas para o benefício da cadeia de valor. Desde fevereiro de 2012 a Bunge ocupa posição no board da Bonsucro, após eleição setorial”

MICHEL SANTOS – ASSUNTOS CORPORATIVOS E SUSTENTABILIDADE, CENTRO DA SEGUNDA FILEIRA

“A missão da UNICA é liderar o processo de transformação do tradicional setor de cana-de-açúcar em uma moderna agroindústria, capaz de competir de modo sustentável e responsável no Brasil e no mundo, nas áreas de etanol, açúcar e bioeletricidade. A Bunge é atuante por meio de comitês de trabalho e presença no conselho deliberativo, onde Pedro Parente, CEO da Bunge Brasil, ocupa a posição de Chairman”

PEDRO PARENTE, EM DISCURSO DO COMPROMISSO NACIONAL PARA APERFEIÇOAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO NA CANA-DE-AÇÚCAR





COMPROMISSOS ASSUMIDOS PELA BUNGE

- Signatária da Moratória da Soja na Amazônia Brasileira.
- Signatária do Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo no Brasil.
- Signatária do Compromisso Nacional para Aperfeiçoar as Condições de Trabalho na Cana-de-Açúcar.
- Não compra de produção agrícola originada de áreas embargadas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), autarquia federal vinculada ao Ministério do Meio Ambiente (MMA) e responsável pela execução da Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA), pelo controle e pela fiscalização sobre o uso dos recursos naturais (água, flora, fauna, solo etc.) e pela concessão de licenças ambientais.
- Contribui para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio da Organização das Nações Unidas (ONU).
- Atua na disseminação, na capacitação, na verificação e no reconhecimento das práticas de sustentabilidade adotadas pelos fornecedores na cadeia produtiva agrícola.



83% das cidades brasileiras são atendidas diretamente pela Bunge

ÁREAS DE NEGÓCIOS

No mercado brasileiro, a Bunge atua por meio de quatro áreas de negócio que possibilitam a integração com a cadeia de valor do campo à mesa: Açúcar & Bioenergia, Agronegócio & Logística, Alimentos & Ingredientes e Fertilizantes. Com sinergia entre esses seguimentos de negócios, a empresa tem conseguido reduzir seus custos de produção, aperfeiçoar seus processos, atender os clientes com cada vez mais agilidade e promover a geração de valor compatível com os interesses dos acionistas, com o desenvolvimento sustentável da sociedade e com o crescimento econômico e social do Brasil.

Os investimentos da Bunge buscam o fortalecimento do portfólio de produtos e sua atuação integrada em todo o país. Um exemplo é a compra da área de alimentos da Hypermarcas por R\$ 180 milhões, agregando as marcas Etti, Salsaretti e Cajamar aos segmentos de molhos e extrato de tomate, caldos, molhos e temperos,

pratos prontos e instantâneos no fim de 2011. Com o negócio, a Bunge adquiriu também uma fábrica e um centro de distribuição em Araçatuba (SP).

No último ano, a Bunge Brasil e a Solazyme formaram uma associação para construir e operar uma fábrica de óleos renováveis em Orindiúva (SP). Com investimentos da ordem de US\$ 100 milhões, essa parceria permitirá produzir óleos triglicérides customizados, utilizados em aplicações industriais não alimentícias no mercado doméstico brasileiro, gerando cerca de 80 empregos diretos na operação da fábrica e aproximadamente 250 durante sua construção. Essa planta foi projetada para se integrar com uma nova unidade de cogeração de bioeletricidade na Usina Moema e poderá ser ampliada, de acordo com a futura demanda de mercado. O início das atividades está previsto para o segundo semestre de 2013.



R\$ 23,7 milhões
 é o retorno financeiro estimado pelas inovações nos processos em 2012

INOVAÇÃO CONTÍNUA

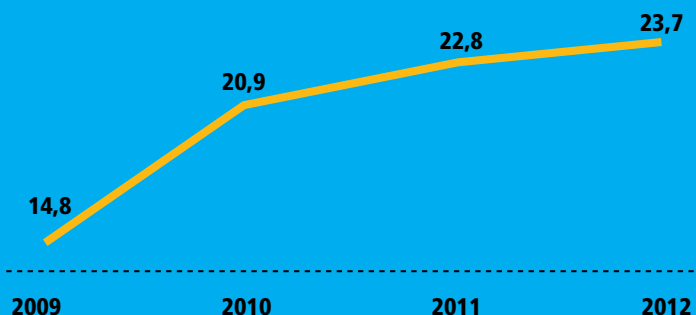
A inovação constante de seus produtos e processos operacionais é um dos caminhos para que a Bunge alcance a excelência operacional de maneira integrada. O Programa Inova Bunge abriga o Banco de Ideias, destinado a receber sugestões de melhoria em produtos, serviços e processos provenientes de todos os profissionais da companhia. Além de trazer valor para o cliente, a proposta possibilita aumentar a rentabilidade e a produtividade da empresa.

Das 514 ideias geradas, 67 são relacionadas diretamente à iniciativas de sustentabilidade, como redução do consumo de água, energia, geração de resíduos e qualidade de vida.

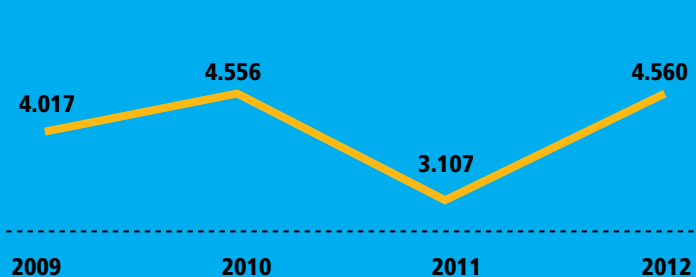
Em 2012, o Programa Inova foi implantado definitivamente na área de Açúcar & Bioenergia, consolidando sua aplicação em todos os negócios da Bunge Brasil. Além disso, o projeto deu início ao desenvolvimento de uma nova ferramenta, a Eureka, que trará uma metodologia para o fortalecimento de ideias que buscam a criação de novos negócios.

O Escritório de Projetos, por sua vez, define o processo de transformação das ideias em conceitos e, na sequência, em projetos. Essa estrutura procura 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. **GRI PR1**

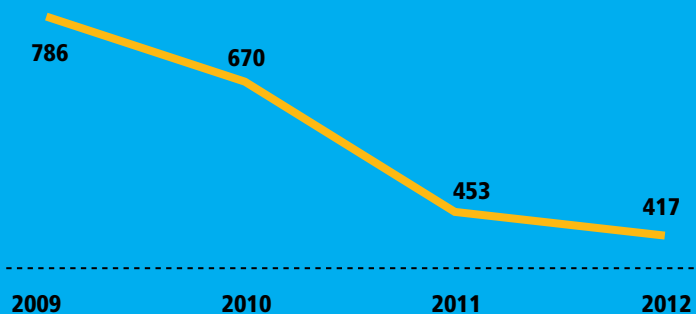
Inova Bunge – Retorno financeiro (R\$ milhões)



Inova Bunge – Ideias geradas



Inova Bunge – Ideias implementadas



Informações financeiras validadas com Controladoria e Desempenho de Negócio.

“O reconhecimento do etanol como um combustível verdadeiramente renovável abre muitas oportunidades para a Bunge no curto e médio prazos”

OSMAR PEREIRA

DIRETOR COMERCIAL DE AÇÚCAR & BIONERGIA

Açúcar & Bioenergia

A Bunge é uma das maiores empresas no processamento de cana-de-açúcar no Brasil, com 8 usinas instaladas em quatro estados brasileiros (São Paulo, Minas Gerais, Tocantins e Mato Grosso do Sul). Essas unidades têm a capacidade de processar cerca de 21 milhões de toneladas por ano e produzem etanol, açúcar e energia elétrica. Em 2012, geraram um total de 597 GWh, o que representa 63% do total de bioeletricidade consumido pelas atividades produtivas da empresa no período.

Um dos principais diferenciais da Bunge nesse setor é a preocupação em fazer com que boas práticas de gestão, segurança no trabalho e sustentabilidade sejam adotadas tanto em suas unidades operacionais quanto por seus fornecedores. A Bunge, por exemplo, já tem quatro usinas certificadas pela Bonsucro – Itapagipe e Frutal (em Minas Gerais) e Moema e Guariroba (em São Paulo). Esse padrão estabelece critérios de sustentabilidade para a produção canavieira, ges-

tão dos recursos naturais e preservação ambiental em toda a cadeia produtiva. A certificação abre a oportunidade de exportação, principalmente para o mercado europeu, no qual são aceitos apenas biocombustíveis certificados, além de atender à demanda crescente no mercado de açúcar.

A Bunge também recebeu em 2012 o selo de Empresa Compromissada, reforçando seu papel como integrante do Compromisso Nacional para Aperfeiçoar as Condições de Trabalho na Cana-de-Açúcar. Esse pacto envolve empresários do setor sucroenergético, colaboradores e Governo Federal, com o objetivo de identificar e tornar obrigatória para as empresas signatárias a adoção de práticas trabalhistas que vão além dos padrões determinados em lei.

Do total de cana adquirida pela Bunge para processamento em 2012, 36% é certificada de acordo com o padrão Bonsucro, internacionalmente reconhecido. **GRI FP2**  **on-line**





“Melhorar a produtividade e a qualidade é um desafio constante para a Bunge. É assim que conseguimos ser cada vez mais competitivos dentro do mercado”

EDUARDO JUNQUEIRA
DIRETOR DE OPERAÇÕES
DE AÇÚCAR & BIOENERGIA

Um projeto inovador da Bunge na área é a fazenda experimental na usina de Pedro Afonso, inaugurada há dois anos, no Tocantins. Em uma área de plantio de 260 hectares, a Bunge dedica 30 hectares para estudar inovações com relação a doses de adubação, lâminas de irrigação (volume de água utilizada), variedade de espécies e épocas de colheita. Esse é um projeto de longo prazo, cujos resultados contribuirão para tornar o plantio de cana mais sustentável em uma das regiões mais promissoras do país para esse tipo de cultura.



63%

da energia consumida pelas operações da Bunge Brasil foi gerada internamente pela área de Açúcar & Bioenergia

Assim como nas demais áreas de negócios da Bunge, a segurança dos colaboradores é uma preocupação constante nas usinas da empresa. Embora os níveis de acidentes tenham diminuído ao longo dos anos, devido às campanhas preventivas e educativas desenvolvidas com os colaboradores, ainda há espaço para aumentar a excelência nesse aspecto, um dos desafios para os próximos anos. Os líderes das equipes desempenham papel importante para alcançar esse objetivo, com um processo sistematizado de observação e relato de atitudes inseguras.

“Temos aumentado consistentemente a utilização de transporte ferroviário e hidroviário, o que traz benefícios ambientais importantes. Ao mesmo tempo, conseguimos aumentar a produtividade em nossos portos e demais unidades, melhorando a eficiência da estrutura que já tínhamos”

JUNIOR JUSTINO
DIRETOR DE LOGÍSTICA E PORTOS

Agronegócio & Logística

Com nove fábricas e 62 silos distribuídos pelo Brasil, a área de Agronegócio & Logística da Bunge é líder no Brasil na originação e processamento de grãos e oleaginosas, como soja, trigo, milho, caroço de algodão, sorgo e girassol. No ano de 2012, o segmento comercializou mais de 20 milhões de toneladas de *commodities*, relacionando-se com mais de 17 mil agricultores, além das cooperativas por todo o país.

Para assegurar o transporte e escoamento de toda essa produção, a Bunge conta com um serviço de logística integrado. A cada ano, são feitas aproximadamente 900 mil viagens de caminhões, carregamento de 170 mil vagões de trens, 350 viagens de barcaças além das centenas de navios, transportan-

do grãos, óleos vegetais, fertilizantes e açúcar, entre outros. Essa sinergia com outras áreas de negócios tem aumentado a competitividade da Bunge e sua capacidade de levar os produtos do campo até a mesa do consumidor. Lançado em 2012, o Programa Excelência em Logística (ELO) é uma iniciativa importante para impulsionar as operações da Bunge à excelência operacional. Seus objetivos são desenvolver uma logística flexível, confiável e orientada para resultados, promover o aprimoramento de equipes e processos, implantar uma rotina baseada em técnica de gestão e melhoria contínua.

A racionalização do transporte, ampliando a eficiência das unidades já existentes e a utilização dos modais ferroviários e hidroviários, é um dos focos estratégicos para a Bunge. Assim, além de minimizar os impactos ambientais, principalmente com relação à emissão de carbono, a empresa obtém vantagens econômicas e maior competitividade.



“Nossos cadastros são atualizados de acordo com os órgãos que fiscalizam os cuidados com bioma amazônico e combate ao trabalho escravo. Assim, não negociamos com quem esteja fora dos padrões, pois existe um bloqueio automático nos sistemas. É uma medida efetiva para garantirmos que os padrões socioambientais estabelecidos pela Bunge estejam efetivamente sendo observados na comercialização”

SUZI PEREIRA

DIRETORA DE ORIGINAÇÃO DE GRÃOS

Alinhada à estratégia de gestão da sustentabilidade da Bunge, a área de Agronegócio & Logística fez importantes avanços durante o ano de 2012. Um deles é a certificação ZBSvs (Biomass Biofuel Sustainability Voluntary Scheme) para compra, armazenamento e comercialização de soja. A Bunge foi a primeira empresa brasileira listada nesse padrão que demonstra, por meio de auditoria independente, a conformidade com diversos critérios de sustentabilidade estabelecidos pela Diretiva Europeia 2009/28/EC e, assim, certifica a biomassa (soja, milho etc.) utilizada como matéria-prima dos biocombustíveis.

Com base nas especificações da Diretiva Europeia 2009/28/EC, a Bunge Brasil, criou uma análise de risco em processo de sustentabilidade aos fornecedores, gerou relatório de ocupação da área e realizou os cálculos das emissões da produção e transporte da soja da fazenda até o porto. A regional que atende ao Maranhão foi a primeira a conseguir tal feito. Com isso, a Bunge Brasil antecipou sua meta de atender aos clientes europeus

com a certificação, que inicialmente era prevista para a safra de 2012/2013.

O segmento de Alimentação Animal também é estratégico para a área, permitindo um crescimento sustentável na venda de farelo de soja para o mercado brasileiro. Essa estratégia, além de assegurar o desenvolvimento do país, é importante para contribuir no controle das externalidades, como crises econômicas que podem diminuir a demanda internacional pelo produto. Atualmente, cerca de 50% do farelo de soja produzido no Brasil é consumido no mercado interno, destinando-se à nutrição de aves e suínos, principalmente.

Um dos principais desafios para o setor é a diminuição dos resíduos sólidos, do consumo de água e das emissões provocadas pelas operações nas fábricas. Por meio de diversas iniciativas de conscientização dos colaboradores, aumento da eficiência e investimentos em tecnologia, a Bunge tem conseguido melhorar seus índices de eficiência nesses aspectos. Contudo, uma das metas para os próximos anos ainda é ampliar a capacidade de reciclagem e reutilização de resíduos e de água, objetivos completamente alinhados à Plataforma de Sustentabilidade.

“Com monitoramento constante e investimentos contínuos em novas tecnologias, temos avançado na gestão dos resíduos sólidos, no tratamento de efluentes e reúso da água necessária para os processos produtivos da Bunge”

GEOVANE CONSUL

DIRETOR DE OPERAÇÕES

DE AGRONEGÓCIO & LOGÍSTICA



“A Bunge mantém o foco no desenvolvimento de produtos com qualidade, redução de desperdícios e uso racional dos recursos, contribuindo para a promoção da sustentabilidade na cadeia produtiva”

JOANITA KAROLESKI

DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO

E INTEGRAÇÃO DE PROCESSOS E PROJETOS

Alimentos & Ingredientes

A área de Alimentos & Ingredientes dispõe de uma linha completa de produtos para atender os consumidores brasileiros, indústrias e o setor de alimentação fora do lar (como restaurantes, padarias e confeitarias). A Bunge é líder no mercado de óleo de soja e tem posições de destaque nos mercados de óleos especiais, margarinas e maioneses, além das farinhas e pré-misturas para panificação. A diversificação do portfólio, a força das marcas e a ampliação do investimento asseguraram uma posição de destaque à empresa no mercado.

Em 2012, a Bunge inaugurou uma fábrica de maionese, no município catarinense de Gaspar (SC), em um investimento de aproximadamente R\$ 35 milhões. Essa unidade produzirá maioneses das marcas Salada, Primor e Soya para os mercados de consumo e de alimentação fora do lar em todo o Brasil. Com isso, a cidade passou a abrigar o mais completo parque industrial de Alimentos & Ingredientes, no qual também são fabricados margarinas das marcas Delícia, Primor, Soya e Cyclus, óleos de soja das marcas Soya e Primor e óleos especiais de canola, milho e girassol das marcas Salada e Cyclus.

A aquisição do negócio de alimentos da Hypermarcas representou um salto para a Bunge e exemplifica a maneira como a empresa atua para colocar em práti-



ca seus valores corporativos. Com empreendedorismo, acredita e investe no negócio e aposta no país, tornando-se cada vez mais presente na mesa e na vida dos brasileiros. Apesar de ser o primeiro ano de gestão da Bunge sobre o negócio recém-adquirido, este relatório já contempla os indicadores de sustentabilidade da área de negócio, o que representa outra antecipação de meta de toda a equipe envolvida. Tais indicadores são resultado da gestão já implantada na nova atividade produtiva.

A Bunge tem o compromisso de assegurar a satisfação e a segurança alimentar dos consumidores na oferta de seus produtos. Com esse foco, a área de Alimentos & Ingredientes dispõe de uma estrutura específica para fazer a gestão da qualidade, alinhada com a iniciativa global da *holding* de melhorar a eficiência operacional das unidades em todo o mundo em torno de Produtividade, Qualidade, Segurança e Meio Ambiente (PQSE, na sigla em inglês).





77%

Produtos Bunge estão presentes em **77%** dos lares do país

ATOMATADOS

Após a aquisição da unidade de atomatados – Etti, localizada em Araçatuba (SP), a Bunge criou um Comitê de Governança, Gestão de Riscos e Sustentabilidade com o intuito de levantar e avaliar riscos potenciais decorrentes dessa nova operação. Em 2012, o Comitê criou um plano de ação com algumas iniciativas a serem realizadas na mitigação de potenciais riscos na operação e na cadeia de fornecimento do negócio. Entre essas iniciativas, destaca-se a adequação dos contratos de fornecimento de tomates, por meio da inclusão de cláusulas contratuais relacionadas a aspectos sociais e ambientais. Outras ações estão em andamento ou em estudo para serem implementadas em 2013.

“O desenvolvimento de novos produtos envolve etapas de aprovação que consideram questões éticas, ambientais e de segurança alimentar. Assim, melhoramos a qualidade de vida das pessoas no aspecto nutricional e evitamos danos ao meio ambiente”

SÉRGIO MOBAIER
DIRETOR DE MARKETING DE CONSUMO



INOVAÇÃO PARA PROFISSIONAIS

A Academia Bunge, inaugurada em 2012, é um espaço desenvolvido com todos os detalhes para ser um centro de excelência em panificação, confeitaria e refeição, onde serão capacitados, anualmente, profissionais do setor da alimentação fora do lar. Com uma estrutura de 800 m² na cidade de São Paulo, o local é uma iniciativa importante para a empresa estreitar o relacionamento com seus clientes, ajudando-os a criar produtos diferenciados e a aumentar o faturamento.

Para isso, a Academia conta com um espaço de discussão e desenvolvimento de conhecimento e tecnologia, em um edifício que reúne, no mesmo local, as equipes de especialistas que criam novas soluções para esse mercado e a indústria, além de estruturas necessárias para capacitações de colaboradores e clientes.

A unidade é formada pelas equipes das áreas de Aplicação, responsável pelo desenvolvimento e testes de produtos, receitas e cardápios, e do Serviço de Atendimento Bunge Especialistas (Sabe), que dá suporte especializado aos clientes e profissionais do setor de alimentos. A Academia Bunge já contava com um espaço no Rio de Janeiro.





Serrana
O fertilizante



O fertilizante do pal



com **MANAH**
adubando daí

Fertilizantes

Em 2012, a área de Fertilizantes comercializou 5 milhões de toneladas de produtos que contribuem para aumentar a produtividade dos mais de 17 mil agricultores com os quais a Bunge se relaciona diretamente. Os fertilizantes vendidos pela empresa são reconhecidos pelas marcas Serrana, Manah e IAP.

Os esforços iniciados em 2011 para a reestruturação do negócio também tiveram continuidade, com a formatação de um novo modelo estratégico mais eficiente para atender as demandas dos clientes. O segmento de Retail, com grande capilaridade, se voltou para os mercados nos quais existe predominância de pequenos produtores e cooperativas, valorizando as marcas da empresa. Já o segmento Barter se voltou para o atendimento de grandes produtores rurais e revendas, com grande sinergia com o negócio de origem de soja, da área de Agronegócio & Logística.

No fim de 2012, a Bunge Limited anunciou a venda da área de Fertilizantes para a Yara International ASA por US\$ 750 milhões. A operação inclui misturadoras, armazéns e marcas. A transação prevê ainda um acordo de longo prazo para o fornecimento de fertilizantes aos agricultores, como parte de suas atividades de origem de grãos. A conclusão dessa transação com a Yara deverá ocorrer durante o segundo semestre de 2013. A Bunge Brasil manterá e continuará a operar o terminal de fertilizantes no Porto de Santos (SP). **GRI 2.9**

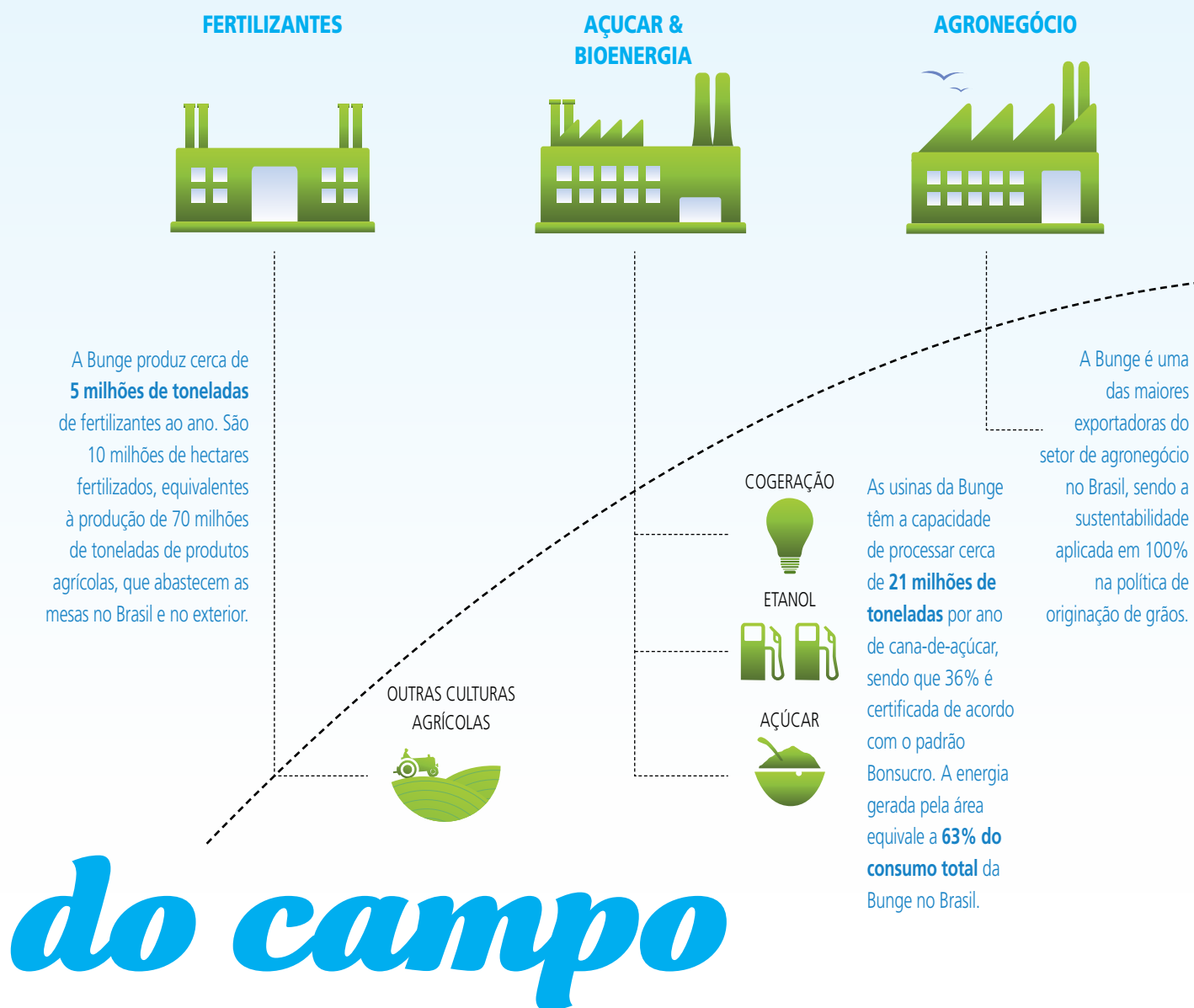


10

milhões de hectares é a área aproximada que pode ser fertilizada com o total de produtos comercializados pela Bunge em 2012



Cadeia de Valor e Sustentabilidade



LOGÍSTICA



900 mil viagens de caminhões, 170 mil viagens de vagões, 350 viagens de barcas e centenas de navios/ano. A Bunge é uma das empresas que mais movimenta carga no país.

PRODUÇÃO DE ALIMENTOS



As marcas de alimentos da Bunge estão presentes em cerca de **44 milhões** de lares brasileiros, ou **77%** do total de residências do país.



RECICLAGEM



Aumento de **31%** no volume de óleo coletado do programa de reciclagem pós consumo, equivalente a um aumento de **53%** de pontos de coleta voluntária de óleo usado. O total de embalagens PET coletadas em 2012 foi de **3.880** quilos.

à mesa



Em 2012, a Bunge Brasil investiu mais de
R\$ **57** milhões em iniciativas ambientais

Plataforma de Sustentabilidade

GRI 1.2

“A conclusão da fábrica de biodiesel em Nova Mutum, em prazo recorde e sem nenhum acidente, permitindo a entrada em um mercado estratégico e com reconhecidos benefícios sociais para a Agricultura Familiar é um avanço importante para a Bunge”

MARTUS TAVARES

**VICE-PRESIDENTE DE RELAÇÕES
INSTITUCIONAIS, COMUNICAÇÃO
E SUSTENTABILIDADE**

A Plataforma de Sustentabilidade é um esforço global da Bunge para que o desenvolvimento sustentável permeie todas as áreas de negócios de modo integrado e contribua para atingir a excelência operacional. Com a plataforma, a empresa concentra os temas mais relevantes em quatro pilares estratégicos, facilitando o acompanhamento de programas e iniciativas para minimizar seus impactos e contribuir para o aprimoramento de toda a cadeia de valor.

Em 2012, a Bunge investiu R\$ 57.166.346 milhões em atividades de proteção ambiental. **GRI EN30**  **on-line**





Agricultura sustentável

O incentivo à agricultura sustentável é estratégico para que a Bunge possa oferecer aos clientes e consumidores produtos fabricados com o máximo de eficiência na utilização dos recursos naturais. Esse pilar da Plataforma de Sustentabilidade busca sensibilizar e capacitar os produtores rurais para que os impactos ambientais em suas atividades sejam minimizados, assim como as legislações ambiental, trabalhista e os direitos humanos sejam totalmente respeitados e praticados.

A promoção das boas práticas no campo é realizada por meio de parcerias com instituições reconhecidas e outros parceiros, gerando relacionamento com milhares de produtores rurais.

COMBUSTÍVEL SOCIAL

Inaugurada em março de 2013, a fábrica produtora de biodiesel de Nova Mutum (MT) recebeu o selo Combustível Social, certificação concedida pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) às empresas que promovem a inclusão da agricultura familiar na cadeia produtiva.

Para obter esse selo, a Bunge desenvolveu, em 2012, processos que garantem a compra de matéria-prima de pequenos agricultores dos estados do Rio Grande do Sul, Paraná e Mato Grosso. Para a produção de biodiesel, a empresa adquire aproximadamente 150 mil toneladas de oleaginosas por ano de cerca de 10 mil agricultores familiares reunidos em 15 cooperativas.

Por causa da certificação, a Bunge integra o lote exclusivo do Leilão do Biodiesel, que assegura aos produtores certificados 80% do volume comercializado. A fábrica de Nova Mutum tem capacidade para produzir até 120 mil toneladas de biodiesel por ano.

Meta estabelecida

Resultados alcançados

Controle sobre áreas de risco de uso de trabalho penoso análogo ao escravo

A empresa manteve 100% de controle sobre os produtores que não respeitaram o pacto voluntário assumido pela Bunge. Em 2012, foram realizados 8 novos bloqueios, mas o total de produtores bloqueados reduziu de 27 para 16, o que indica que os agricultores estão cada vez mais cientes das necessidades de adequação das condições trabalhistas.

Controle sobre embargos do IBAMA, mantendo cadeia de valor sem quaisquer produtos originados sob condições de desmatamento irregular apontadas pelo órgão

O número total de produtores bloqueados caiu de 844 para 425, mostrando que os produtores estão mais alinhados às necessidades ambientais.

Incremento de ferramentas para sensibilizar produtores sobre questões da agricultura sustentável

Além da manutenção da parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), aumentando as ferramentas disponíveis aos produtores, o Programa Soja Plus foi também consolidado nessa frente. Para os próximos períodos, a Bunge estuda novas parcerias que deverão expandir significativamente essa ação rumo a outras áreas agrícolas.

Impedimento de originação de soja cultivada sobre desmatamentos ocorridos após julho de 2006 no bioma amazônico

20 produtores foram bloqueados por não respeitarem esse compromisso da empresa.

CERCA DE **60 mil**

PRODUTORES É A BASE DE FORNECEDORES RURAIS DA BUNGE

FORNECEDORES

A Bunge não atua diretamente na produção agrícola de grãos, pois não opera fazendas para tais cultivos. Assim, sua matéria-prima para a produção de alimentos é comprada dos produtores rurais, fornecedores da empresa. Cerca de 18,4 mil produtores (grãos, tomate etc.) são cadastrados para venderem seus produtos diretamente à Bunge.

No que tange às operações identificadas como de risco significativo de trabalho forçado ou análogo ao escravo e ao trabalho infantil, o setor econômico inserido na cadeia de valor da empresa com risco mais elevado é o setor agrícola. **GRI HR6 | HR7**

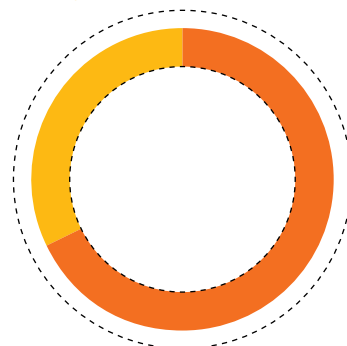
A empresa reconhece e incentiva boas práticas entre seus fornecedores e, ao mesmo tempo, estabelece critérios rígidos para assegurar o respeito aos direitos humanos e à legislação trabalhista em sua cadeia produtiva.

Apesar de não possuir uma diretriz específica que privilegie as compras locais, a Bunge Brasil entende o papel relevante que possui no desenvolvimento dos locais onde atua. Abaixo é possível observar os dados de compras locais realizadas pela empresa. Por questões de sistemas, não foi possível levantar os dados da área de Alimentos & Ingredientes, porém não se trata de produtores rurais.

Todos os fornecedores críticos são avaliados em relação ao cumprimento de práticas de respeito aos direitos humanos. Os fornecedores críticos são aqueles que podem impactar significativamente as operações da empresa, fazem parte de setores com alto risco de desrespeito aos direitos humanos ou podem ocasionar impactos am-

Bunge Brasil **GRI EC6**  on-line

34% *Compra externa*



66% *Compra local*



bientais significativos em sua operação. Da mesma maneira, 100% dos contratos de investimentos significativos possuem cláusulas referentes ao respeito aos direitos humanos.

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. **GRI FP1**

Os produtores que descumprirem a legislação ambiental e, assim, passarem a ser incluídos em listas públicas de controle; que desrespeitam os acordos voluntários pró-sustentabilidade assumidos pela Bunge, tais como a Moratória da Soja e Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo ou que não cumprirem as cláusulas contratuais em respeito às legislações ambiental e trabalhista, recebem sanções como a suspensão dos contratos de compra e a contenção do fornecimento de fertilizantes, sendo embargados pela empresa.

GRI HR1 | HR2



Monitoramento de conformidade da cadeia de fornecimento agrícola

	2010		2011		2012	
	Novos produtores bloqueados durante o ano	Total de produtores que permaneceram vetados no ano	Novos produtores bloqueados durante o ano	Total de produtores que permaneceram vetados no ano	Novos produtores bloqueados durante o ano	Total de produtores que permaneceram vetados no ano
IBAMA	1.873	Dado não disponível	203	844	207	425
Moratória da Soja	5	Dado não disponível	15	88	20	53
Pacto Nacional de Erradicação do Trabalho Escravo	64	Dado não disponível	4	27	8	16

PROGRAMA SOJA PLUS

Criado há três anos e apoiado pela Bunge, por meio do engajamento da Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE), o Programa Soja Plus é uma iniciativa que dissemina boas práticas agrícolas e de gestão econômica, social e ambiental para produtores rurais. Supervisores de campo (engenheiros florestais e agrônomos) capacitam proprietários e funcionários, prestando assistência técnica individual para 420 fazendas do Mato Grosso. Até o fim de 2013, a expectativa é que sejam atendidas 900 unidades produtivas no estado.

O projeto abrange fazendas responsáveis por quase 15% da produção de soja nacional, estimada em 82 milhões de toneladas em 2013. Considerando todos os produtores que participaram dos cursos e treinamentos de campo mais aqueles que recebem assistência técnica, registra-se a produção de aproximadamente 12 milhões de toneladas de soja no contexto do Programa Soja Plus.

Em 2012, o Soja Plus realizou treinamento de campo para 3.810 produtores rurais, gerentes e funcionários do estado do Mato Grosso. Também foram oferecidos 23 cursos de 16 horas para 450 produtores. O objetivo é reforçar a tese de que é possível conciliar a produção agrícola com a conservação dos recursos naturais e proporcionar a melhoria da saúde e da segurança no trabalho rural.

Para o trabalho nas fazendas, foram distribuídas 35 mil placas informativas sobre procedimentos corretos de segurança e proteção ao meio ambiente. Os inscritos no Soja Plus recebem também cartilhas técnicas, vídeos educativos e fichários para o controle de entrega aos funcionários de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) e documentos.

Em 2013 e 2014, o Soja Plus dará ênfase especial à capacitação sobre as mudanças introduzidas pelo novo Código Florestal. O desafio de melhorar continuamente os indicadores econômicos, sociais e ambientais da produção agrícola está vinculado à capacidade de gestão dos produtores rurais para contornar as dificuldades diárias.

Para saber mais sobre o Programa Soja Plus, acesse www.sojaplus.com.br.

Moratória da Soja

Iniciada em 2006, a Moratória da Soja tem sido renovada anualmente e consiste na não aquisição de soja cultivada sobre áreas desmatadas no bioma amazônico após julho de 2006. Em sua configuração atual, a moratória foi renovada até o fim de 2013. Trata-se de uma iniciativa que vai além da legislação e que tem buscado mitigar os efeitos do desmatamento que seria promovido pelo avanço da sojicultura no bioma amazônico. O Brasil tem uma área de mais de 24 milhões de hectares de cultivo de soja, dos quais 1,94 milhões de hectares estão nesse bioma.

Para se evitar que sejam comprados grãos provenientes de áreas desmatadas após o início da Moratória da Soja, regiões selecionadas como foco de expansão do cultivo são monitoradas via satélite graças a uma parceria com o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE). São realizadas visitas ao campo, criando-se uma identificação de cada região dentro de uma metodologia aprovada pelo Grupo de Trabalho da Soja (GTS), composto pelas demais empresas participantes e por ONGs ambientais de grande expressão, além de entidades governamentais.

0,1%

da soja brasileira foi produzida, em 2012, em áreas desmatadas após julho 2006, no bioma amazônico. A Bunge manteve o compromisso voluntário de não adquirir tal produção

Desde o início da Moratória da Soja, o bioma amazônico sofreu, em sua totalidade, 46.250 km² de desmatamento, segundo dados reportados pelo INPE. Existem 62 municípios produtores de soja dentro do bioma, e apenas 15,7% do desmatamento total aconteceu nessas localidades, sendo que 64% desses desmatamentos ocorreram até o ano de 2009.

As áreas de desmatamento monitoradas pelo GTS cobrem, aproximadamente, 5.300 polígonos de interferência na vegetação nativa, sendo que 5,3% destes apresentam algum cultivo anual. Assim, 253 polígonos foram identificados com soja. Na última safra isso representou 29,8 mil hectares de soja, ante 18,4 mil da safra anterior. Apesar desse aumento, isso representa 0,6% dos desmatamentos de toda a região amazônica do Brasil no mesmo período.

Esses números indicam que a soja produzida localmente, em desacordo com a moratória, corresponde a apenas 1,3% do total da área da soja produzida no bioma, e que 98,7% da

soja produzida no bioma está em linha com os preceitos desse compromisso voluntário.

Com relação ao total da soja brasileira, colhida na safra 2012/2013, a área em desrespeito à Moratória da Soja chegou a 0,1% do total das áreas de cultivo. Está configurado, assim, que a soja não é um fator-chave impulsionador do desmatamento da Amazônia.

Para saber mais sobre a Moratória da Soja, acesse www.abiove.org.br.



BIODIVERSIDADE

A Bunge desenvolveu, após consultas a seus públicos estratégicos, a Política de Uso da Terra e Biodiversidade, que orienta o posicionamento da empresa no que diz respeito à biodiversidade e ao uso da terra em seu planejamento estratégico. Nesse sentido, a empresa promove o desenvolvimento de ações específicas com os produtores para promover o uso adequado dos recursos naturais.

Internamente, a Bunge dispõe de um sistema de gestão ambiental que permite monitorar o impacto das atividades operacionais sobre a biodiversidade e definir planos de ação para as áreas protegidas que estão inseridas em suas unidades ou são adjacentes a elas. **GRI EN14**  **on-line**

JATAYVARI

A “terra indígena” Jatayvari, em discussão no município de Ponta Porã (MS), ainda não foi homologada como tal, sendo uma fase decisiva na definição da propriedade da terra que, enquanto isso, é de posse legal dos atuais proprietários que a cultivam por décadas. Trata-se de uma área próxima à usina Monte Verde.

Alguns fornecedores de cana-de-açúcar da empresa estão entre aqueles cujo destino da propriedade da terra está sendo definido pelo governo federal. É importante ressaltar que não são áreas de propriedade ou posse da Bunge. Todos os contratos de fornecimento de cana em questão foram firmados antes da aquisição da usina Monteverde pela Bunge. A Bunge não pode pré-julgar ou assumir situações diferentes daquelas configuradas legalmente nos títulos de imóveis. Esse seria um comportamento inaceitável no estado democrático de direito. A situação ainda não está definida juridicamente. Quando houver decisão definitiva das autoridades competentes a respeito da propriedade das terras, e esta for favorável aos indígenas, a empresa imediatamente tomará as providências necessárias à suspensão desses contratos.

De qualquer forma, a companhia decidiu que descontinuará esses contratos nos seus respectivos vencimentos a partir de 2013. Em quaisquer desses cenários, buscará assegurar uma transição adequada para as centenas de trabalhadores e para as comunidades que seriam afetadas.

Princípios fundamentais da Política

MELHORAR AVALIAÇÕES E APLICABILIDADES

A Bunge é ciente de sua responsabilidade em consequência das atividades de originação e seus impactos sobre a biodiversidade e o uso da terra. Assim, promove o uso eficiente de recursos naturais a fim de poder fornecer produtos em quantidade e qualidade que atendam às necessidades globais de alimentação.

Em 2012, a empresa estruturou uma parceria com a ONG ambiental The Nature Conservancy (TNC). Por meio dessa iniciativa, na qual a Bunge investirá US\$ 4 milhões nos próximos cinco anos, seus fornecedores instalados em regiões consideradas ambientalmente sensíveis receberão apoio técnico da TNC para cumprir integralmente o Novo Código Florestal e adotar as melhores práticas sustentáveis de cultivo. Essa ação também contribuirá para a ampliação da capacidade dos governos de planejar e monitorar a ocupação do território, o que é essencial para a conservação ambiental. As atividades iniciaram-se em janeiro de 2013.

GARANTIR PRODUTOS ADEQUADOS AOS MERCADOS

A empresa tem foco nos padrões aceitáveis de uso florestal que garantam a disponibilidade de terra para agricultura em respeito às legislações locais e às referências assumidas.

Em 2012, foi prorrogado, até o fim de 2013, o compromisso da Moratória da Soja (veja página 47). Trata-se de uma iniciativa incentivada pelo mercado pelo receio de que a cultura da soja estivesse provocando o desmatamento descontrolado na Amazônia brasileira. Os últimos dados da moratória reforçam a tese de que a soja não é fator impulsor de desmatamento na região.

ASSEGURAR PRONTIDÃO ESTRATÉGICA PARA ADOÇÃO DE PADRÕES

A empresa estará pronta para aderir a padrões de certificação de mercado, sob demanda e reconhecimento de seus clientes.

A Bunge Brasil antecipou, para 2012, seu compromisso com as equipes das outras empresas Bunge no mundo em originar soja certificada em





sustentabilidade. A certificação garante, entre outros quesitos, que boas práticas de manejo são utilizadas na condução dos cultivos e que não houve desmatamento para tal produção, diminuindo-se os impactos na biodiversidade.

PROMOÇÃO DE MELHORES PRÁTICAS

A Bunge acredita que a identificação e a comunicação das melhores práticas entre seus fornecedores, incluindo a recuperação de áreas degradadas, é a chave para promover a sustentabilidade no campo.

Além dos eventos diretos conduzidos pelas equipes internas, a Bunge prorrogou, até 2013, seu contrato com a Embrapa, na promoção da Integração Agricultura Pecuária Floresta. O aporte de R\$ 2,5 milhões aconteceu em 2008, e os recursos continuam sendo usados para promover as melhores práticas para os produtores. Centenas de campos demonstrativos, publicações, eventos e divulgações técnicas têm sido realizados, permitindo que produtores aumentem a diversificação de atividades, aumentem a produtividade por área trabalhada e, com a rotação de diferentes técnicas, recuperem áreas degradadas com impactos benéficos na biodiversidade e uso do solo.

SOLUÇÕES ABRANGENTES E COMUNIDADES LOCAIS

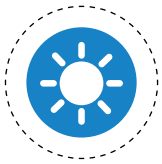
A Bunge encoraja a execução de serviços ambientais que conduzem à melhoria socioambiental das comunidades onde opera.

A empresa reconhece o direito de pequenos proprietários e de indígenas a condições adequadas de vida e interações com os negócios, promovendo responsabilidade social em acordo com as melhores práticas aprovadas pelos órgãos oficiais.

Um dos destaques em 2012 foi a interação da Bunge com um projeto piloto e inovador de valorização de serviços ambientais na Floresta Santa Maria, no município de Colniza (MT) (veja mais no capítulo Mudanças Climáticas). Com o projeto, valoriza-se o desmatamento evitado em área de forte pressão de abertura de área com vegetação nativa, um marco na condução dessa nova categoria de solução ambiental.

BIOTECNOLOGIA E BIOCOMBUSTÍVEIS

A Bunge promoverá a pesquisa e a adoção de tecnologias que encorajam práticas agrícolas sustentáveis. A empresa considera que a biotecnologia, quando apropriadamente aplicada, pode ser uma ferramenta para melhorar a produção e diminuir o uso de recursos naturais escassos, como água, terra arável e nutrientes. A empresa promove o desenvolvimento da indústria global de biocombustíveis baseada nos princípios do consumo e produção sustentável, equilibrando as demandas por alimentos, fibras e combustíveis.



Mudanças climáticas

As mudanças climáticas podem ter impacto significativo sobre os negócios da Bunge e, por isso, a empresa inseriu o tema como um dos pilares de sua Plataforma de Sustentabilidade. Condições climáticas adversas e mudanças no padrão de clima podem afetar adversamente a disponibilidade, a qualidade e o preço das *commodities* agrícolas e seus derivados, bem como as operações e os resultados da empresa.

As condições climáticas adversas têm causado volatilidade no setor e, consequentemente, nos resultados operacionais, causando a perda de colheitas ou safras reduzidas em algumas regiões. Isso pode afetar a oferta e os preços das *commodities* agrícolas, reduzir a demanda por fertilizantes e afetar negativamente a qualidade de crédito dos produtores agrícolas.

A produção de açúcar e etanol depende da qualidade da plantação de cana-de-açúcar, cujo teor de sacarose depende significativamente das condições climáticas, como chuvas e temperaturas predominantes, que podem variar substancialmente. Por exemplo, secas e outras condições meteorológicas adversas na região Centro-Sul do Brasil, em 2010, tiveram um efeito sobre a cultura da cana nos últimos três anos, o que resultou em redução de produtividade das culturas em toda a região. Isso reduziu a oferta de cana disponível e diminuiu o teor de sacarose, contribuindo para uma menor produtividade e aumento dos custos de produção.

Além disso, os potenciais impactos físicos das mudanças climáticas são incertos e podem variar conforme a região. Esses efeitos potenciais podem incluir alterações nos padrões de precipitação, escassez de água, mudanças do nível do mar, mudanças nos padrões de tempestade, intensidades e alteração dos níveis de temperatura que poderiam afetar negativamente os custos e operações de negócio, a localização e os custos de produção agrícola. Por fim, esses efeitos podem ser relevantes para os resultados das operações.

A empresa identifica e acompanha qualitativamente todos os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas. Entretanto, visto sua importância econômica para as operações, a Bunge considera estratégico não revelar tais estimativas a fim de não influenciar o mercado, sendo que os programas para adequação são conduzidos internamente.

A Bunge criou ainda um grupo de *commodities* ambientais, que tem como meta desenvolver as oportunidades de negócios no cenário decorrente das mudanças climáticas. Tais oportunidades são evidentes na forma do crescente mercado de *commodities* ambientais (carbono, água, biodiversidade, créditos de energia renovável e outros) assim como fomento a modelos de negócios resistentes às variações climáticas esperadas para as próximas décadas, especialmente na cadeia de suprimento agrícola. **GRI EC2**

Por meio da área Bunge Environmental Markets (BEM), a Bunge desenvolveu projetos que originaram 118 mil toneladas de créditos de carbono no Brasil em 2012. Além dos projetos internos, foram comercializados nove milhões de toneladas de CO₂ equivalente. A BEM é parte do Grupo de Serviços Financeiros da Bunge Limited, e atua globalmente auxiliando empresas a gerenciar suas emissões de gases de efeito estufa e a desenvolver projetos de redução de emissões.

Meta estabelecida	Resultados alcançados
A área de Alimentos deve utilizar 100% de madeira de florestas plantadas na composição das fontes renováveis, até o fim de 2012, na matriz energética.	Desde 2011 a Bunge já atingiu, antecipadamente, essa meta.
Acabar com as queimadas para a preparação das áreas de cultivo.	A empresa já possui 96% de sua colheita realizada de forma mecanizável. A meta referente ao Protocolo Agroambiental, que estabelece o fim das queimadas em 2014, deverá ser atingida.
Reduzir as emissões em 1%, com base nos levantamentos de 2010, até 2013, para as áreas de Alimentos, Agronegócio e Fertilizantes.	A Bunge Brasil, como um todo, reduziu suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) por tonelada produzida em 8%. Essa redução deve-se, principalmente, a um aumento na participação da biomassa na matriz energética da empresa.
Reduzir o consumo de água em 5%, com base nos levantamentos de 2010, até 2013, para as áreas de Alimentos, Agronegócio e Fertilizantes.	A Bunge Brasil, como um todo, reduziu seu consumo de água por tonelada produzida em 13%.



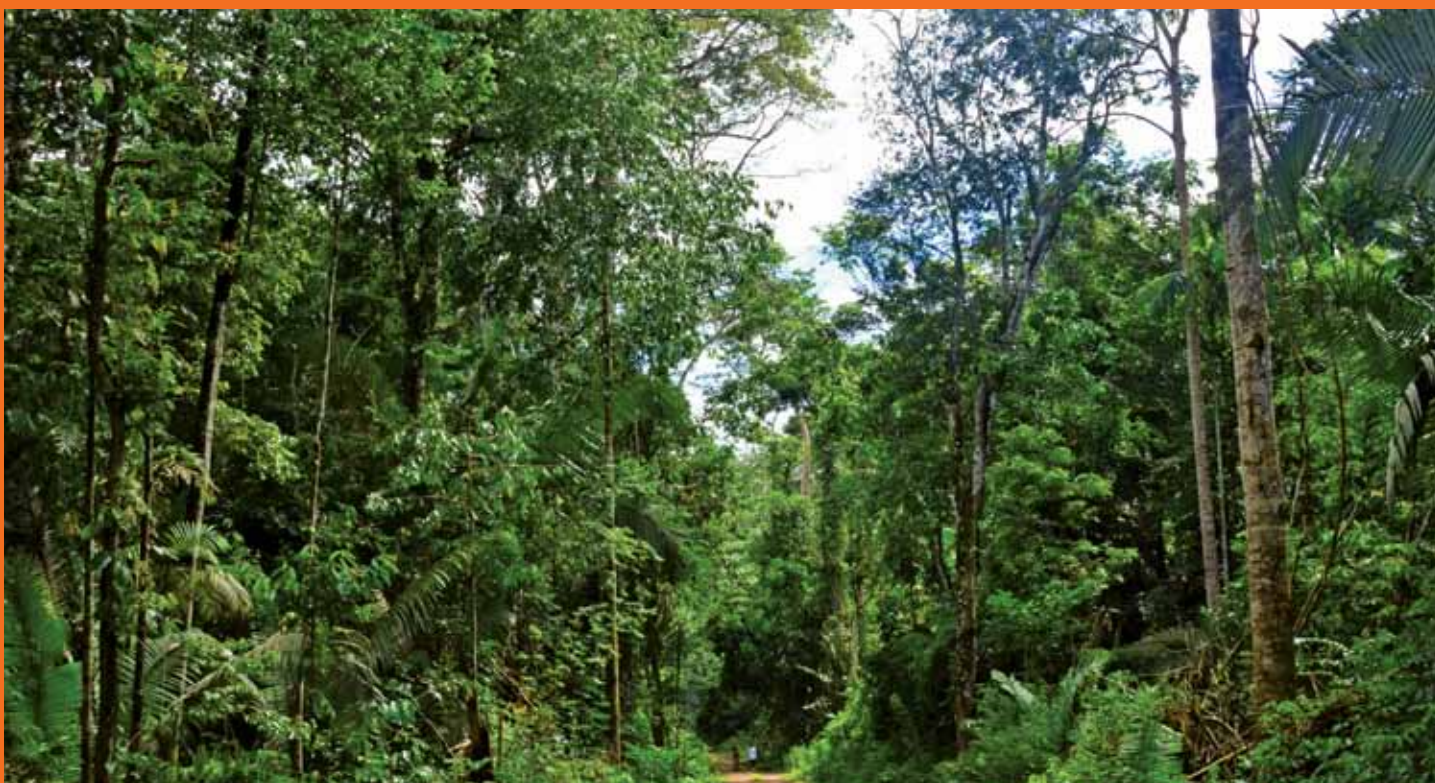
CRÉDITOS DE CARBONO EM ÁREA FLORESTAL

No segundo semestre de 2012, o Brasil passou a gerar créditos de carbono em uma área de floresta nativa no bioma amazônico, localizada em propriedade privada. Até então, a maior parte dos créditos de carbono florestais eram provenientes de áreas públicas ou de florestas plantadas. Esse projeto inédito é realizado pela empresa Florestal Santa Maria, proprietária da Fazenda Florestal Santa Maria (MT), em parceria com a Bunge, por meio da divisão BEM.

O projeto trata da redução de emissões por desmatamento e degradação (REDD, na sigla em inglês) e se aplica às emissões evitadas pela manutenção da floresta nativa em pé, iniciando uma nova fase na geração de créditos de carbono no país, com a valorização real dessa vegetação. Os créditos de carbono têm valor comercial e podem gerar recursos financeiros significativos, representando um verdadeiro impulso na Economia Verde, o principal tema da Rio+20, conferência da Organização das Nações Unidas (ONU), realizada em junho, no Rio de Janeiro.

A área, localizada no município de Colniza (MT), possui uma grande diversidade de pássaros e de espécies vegetais, que foram preservadas e mantidas, por anos, em propriedade privada. A preservação da mata permite a geração de créditos de carbono e a criação de novos postos de trabalho na região. Essa iniciativa materializa o valor da manutenção da vegetação nativa, da preservação de biomas e do manejo sustentável da floresta.

A princípio, o projeto terá duração de 30 anos e evitará uma emissão total da ordem de 30 milhões de toneladas de CO² – cerca de 1 milhão de toneladas de CO² por ano. Além de aplicar seu conhecimento técnico, garantindo a qualidade e o alinhamento da iniciativa com as diretrizes oficiais do mercado voluntário de carbono (Verified Carbon Standard – VCS), a Bunge também firmou um compromisso de compra de parte dos créditos de carbono, viabilizando o início das operações. O mercado internacional de carbono, contudo, sofreu com os reflexos da crise econômica e novos projetos nessa linha estão suspensos temporariamente.





93%

da matriz energética proveem de fontes renováveis: assim, a Bunge deixou de emitir 605 mil ton de CO₂, que corresponderia a multiplicar por 2,7 vezes as atuais emissões

As áreas de negócio da Bunge desenvolvem projetos e iniciativas que buscam a geração de energia a partir de fontes renováveis e visam minimizar as emissões de gases causadores do efeito estufa.

Por ter como uma de suas metas mundiais de meio ambiente a redução das emissões de gases de efeito estufa, a Bunge Brasil investe na redução do consumo de energia direta de suas plantas industriais, bem como no uso de uma matriz energética renovável. Atualmente, 93% da matriz energética da empresa provém de fontes renováveis.

O consumo de energia direta é observado, principalmente, nos seguintes processos:

- Caldeiras (vapor e eletricidade).
- Plantio, colheita e transporte de cana-de-açúcar para as usinas.
- Geradores de energia elétrica.

Com relação à energia elétrica (energia indireta), a empresa procura otimizar o uso dos equipamentos/máquinas, além da execução de sua manutenção preventiva.





*mais de 8% de redução
de emissões de CO₂ por
tonelada produzida*

**Consumo total de combustíveis
Bunge Brasil (em GJ) GRI EN3 on-line**

39.788.055

2011

45.513.062

2012

Emissões de GEEs³ GRI EN16 on-line

	2011 ¹	2012 ²
Escopo	Bunge Brasil	
Escopo 1 – Diretas (tCO ₂ e)	302.574	312.342
Escopo 2 – Indiretas (tCO ₂ e)	11.494	42.081
TOTAL	314.068	354.423
tCO ₂ e/t produzida	0,012	0,011
Varição % (2012-2011)	(8,25)	
Emissões biogênicas (tCO ₂ e)	4.139.211	4.174.500

1. Até o ano de 2011, os dados das áreas de Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes eram relatados de forma consolidada como Alimentos.

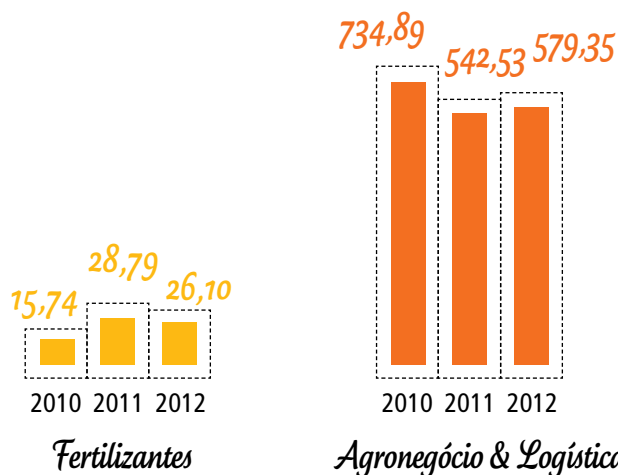
A partir de 2012, o relato foi segregado; além disso, os dados de 2011 foram reformulados e compreendem ambas as áreas.

2. Em 2012, foram adicionados ao escopo dos indicadores ambientais de Agronegócio & Logística as unidades de Ponta Grossa e Nova Mutum. Além disso, as Usinas Itapagipe, Guariroba, Frutal e Ouroeste não foram contempladas no indicador de energia indireta EN4.

A variação observada nas emissões de Escopo 2 – Indiretas são decorrentes da mudança do fator de emissão do Sistema Interligado Nacional, que passou de 0,0292 tCO₂e/MWh para 0,0686 tCO₂e/MWh.

3. O cálculo de emissões de GEE da Bunge Brasil segue a metodologia do Programa Brasileiro dos Gases de Efeito Estufa (para mais informações, acesse www.ghgprotocolbrasil.com.br).

Emissões evitadas de GEEs (mil tCO₂e) on-line



A área de Açúcar & Bioenergia se destaca nessa frente, possuindo uma capacidade instalada de geração de 214 MW. Em 2012, esta área de negócio gerou 597 GWh de energia elétrica, sendo que 41,4% desse total foi enviado para o Sistema Interligado Nacional. O restante foi consumido internamente pelos processos industriais de cada usina. De toda a energia elétrica consumida pela Bunge Brasil, 63% é produzida internamente. **GRI EN3 | EN4**

O aumento no consumo de energia elétrica de, aproximadamente, 40% na Unidade de Negócio de Açúcar & Bioenergia é decorrente principalmente do aumento de atividade industrial nas usinas e consequente compra do Sistema Interligado Nacional.

Com o objetivo de reduzir o consumo de energia e as emissões, em 2012, houve a troca de isolamentos de tanques (redução no consumo de vapor e consequentemente gás natural) e a redução da pressão de vapor nas operações da refinaria (redução no consumo de vapor e consequentemente gás natural). Entretanto, não foi observada redução nos valores absolutos de consumo de energia direta, apenas nos valores relativos à produção industrial. O consumo de energia direta específico passou de 1,54 GJ/t para 1,44 GJ/t. **GRI EN18 | EN5**  **on-line**

Por meio de um cálculo hipotético, é possível inferir que, ao utilizar biomassa para suprir suas necessidades energéticas em vez de combustíveis fósseis (como o óleo combustível), as unidades de Agronegócio & Logística e Fertilizantes evitaram a emissão do equivalente a 605.454 toneladas de CO₂e.  **on-line**

MULTAS AMBIENTAIS

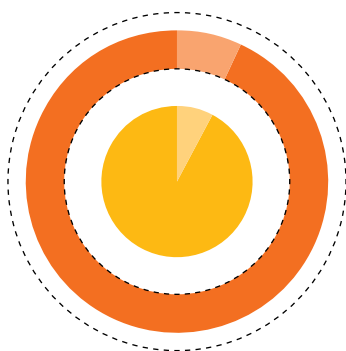
A área jurídica da Bunge Brasil possui especialistas em direito ambiental que tratam de assuntos dessa natureza, como autuações, multas e sanções não monetárias de caráter ambiental, juntamente com a área técnica de meio ambiente.

Em 2012, a Bunge Brasil pagou uma multa ambiental significativa, no valor de R\$137.405,48, referente a um Auto de Infração lavrado no ano de 2008 pelo Órgão Ambiental contra a Usina Moema, tendo como objeto “queima de palha-de-cana” com emissão de fumaça e fuligem para a atmosfera.

São consideradas multas significativas aquelas que possuem valores superiores a R\$ 100 mil ou são decorrentes de infrações que causaram impacto ambiental de grandes proporções. **GRI EN28**

Energia direta – Bunge Brasil

GRI EN3



2011 Energia não renovável 8%
2011 Energia renovável 92%

2012 Energia não renovável 7%
2012 Energia renovável 93%

Energia elétrica

Bunge Brasil (em GJ) **GRI EN4**  **on-line**

1.417.107,14

2011¹

2.165.113,91

2012²

1. Até o ano de 2011, os dados das áreas de Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes eram relatados de forma consolidada como Alimentos. A partir de 2012, o relato foi segregado; além disso, os dados de 2011 foram reformulados e compreendem ambas as áreas.

2. Em 2012, foram adicionados ao escopo dos indicadores ambientais de Agronegócio & Logística as unidades de Ponta Grossa e Nova Mutum. Além disso, as Usinas Itapagipe, Guariroba, Frutal e Ouroeste não foram contempladas no indicador de energia indireta EN4.



Água e efluentes

GRI EN8 | EN10 | EN21 | EN25

A maior parte da água consumida pelas áreas de negócio da Bunge Brasil é obtida pela captação superficial. O restante advém de poços, concessionárias de abastecimento e água pluvial. A Bunge desenvolve mecanismos e processos para a redução do uso de água nos processos industriais, bem como promove o uso racional da água e outros recursos não renováveis no gerenciamento da eficiência operacional.

A unidade Moema, que produz açúcar, etanol e bioeletricidade, está localizada em uma área de baixa disponibilidade hídrica, na Bacia do Rio Turvo. Devido a essa condição natural, a Bunge assumiu compromisso com o Órgão Ambiental para redução do consumo de água por tonelada de cana processada. Nas demais operações industriais das diversas áreas de negócio, não há impactos significativos sobre fontes de água tanto pela captação de água quanto pelo lançamento de efluentes líquidos. **GRI EN9 | EN25**  [on-line](#)

Nas usinas de Açúcar & Bioenergia, o processo de fabricação de etanol gera como efluente a vinhaça, que é utilizada como um insumo agrícola por conter em sua composição o potássio, importante para o crescimento do canavial e benéfico como nutriente ao solo. Misturada à água residuária, a vinhaça é utilizada na fertirrigação dos canaviais.  [on-line](#)

A Bunge também investe na sensibilização de seus colaboradores por meio dos programas Bunge Natureza e Colaborador Sustentável. Esses programas buscam apresentar ao colaborador a importância da temática ambiental e de sustentabilidade para o dia a dia da empresa e da sua vida pessoal.

40%

Mais de **40%** da água consumida é reutilizada ou reciclada

Valores em m³ **GRI EN8**  [on-line](#)

Tipo de Fonte	2011 ¹	2012 ²
Bunge Brasil		
Superficial (rios e lagos)	20.880.941	21.756.228
Subterrânea (poços)	6.303.593	6.927.244
Concessionária de abastecimento	558.442	1.008.312
Água de chuva	29.008	60.752
TOTAL	27.771.984	29.752.536

1. Até o ano de 2011, os dados das áreas de Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes eram reportados de forma consolidada como "Alimentos".

A partir de 2012, o reporte foi segregado; além disso, os dados de 2011 foram reformulados e compreendem ambas as áreas.

2. Em 2012, foram adicionados ao escopo dos indicadores ambientais de Agronegócio & Logística as unidades de Ponta Grossa e Nova Mutum. Além disso, as Usinas Itapagipe, Guariroba, Frutal e Ouroeste não foram contempladas no indicador de energia indireta EN4.

Valores em m³ **GRI EN8**  [on-line](#)



60%

das margarinas não têm gorduras trans e 100% das maioneses têm baixo teor de gorduras saturadas



Dietas saudáveis

A oferta de produtos e alimentos saudáveis para os consumidores contribui para a geração de valor sustentável da Bunge. Um dos pilares da Plataforma de Sustentabilidade da empresa é o engajamento de seus clientes para que bons hábitos alimentares sejam adotados no dia a dia, assim como o constante aprimoramento de seus produtos.

A Bunge busca aprimorar os alimentos e ingredientes que produz, de acordo com os melhores conhecimentos de nutrição saudável e atendendo a todas as normas regulatórias e políticas públicas para a saúde da população. Assim, a empresa contribui para o aumento sustentável da oferta de alimentos e bioenergia, aprimorando a cadeia global de alimentos e do agronegócio.

100%

das margarinas são enriquecidas com vitamina A

Meta estabelecida

Continuar o esforço pela difusão dos conceitos e os benefícios da alimentação saudável aos consumidores.

Resultados alcançados

Desenvolvimento de projeto específico para o assunto dieta saudável visando trazer informações ao consumidor final.



ALIMENTOS SAUDÁVEIS

A Bunge desenvolve gorduras e margarinas com menores teores de gorduras trans e saturadas, mantendo seus aspectos nutricionais e suas funcionalidades. Os valores nutricionais e os ingredientes são informados nos rótulos dos produtos e em outros meios de comunicação, como sites, campanhas publicitárias e cartilhas distribuídas aos consumidores. Tanto nos produtos que possuem exigência legal para inserção da tabela nutricional quanto naqueles que não possuem, a empresa tem como prática de comunicação a divulgação dessas informações nos rótulos, visando à maior abrangência na comunicação com os consumidores finais. **GRI FP6 | FP7 | FP8**

Desde a fase de desenvolvimento, os produtos são pensados para entregar um adequado perfil de nutrientes. Para avaliá-los em relação aos teores de gorduras trans e saturadas, sódio e açúcares, a Bunge utiliza os dados de vendas totais e os classifica de acordo com sua formulação e em relação aos critérios da regulamentação e recomendações nutricionais. Além disso, a empresa busca identificar as necessidades da população por meio de suas intensas interações com os órgãos reguladores e com a comunidade científica para, desta forma, disponibilizar em seu portfólio produtos destinados a todas as classes sociais, gerando acessibilidade aos seus públicos. A Bunge não realizou, em 2012, programas específicos com o foco em comunidades carentes. **GRI FP4**

No conjunto de produtos que inclui os óleos vegetais, os azeites de oliva, as margarinas, as maioneses e as gorduras vegetais, a Bunge entrega cerca de 73% de gorduras mono e poli-insaturadas (as chamadas gorduras boas), 22% de gorduras saturadas e apenas 5% de gorduras trans. Entre seus produtos



foi a redução de reclamações em alimentos entre 2011 e 2012

de consumo, cerca de 60% do portfólio não contém gorduras trans, e as demais categorias de produtos não apresentam gorduras trans em sua composição. Entre as margarinas, cerca de 60% do portfólio de consumo não contém gorduras trans.

No segmento profissional (indústria e alimentação fora do lar), o portfólio de gorduras vegetais, com baixos teores de gordura trans, tem aumentado devido ao consenso entre o governo e as grandes indústrias pela necessidade de diminuição de gorduras trans. Desde 2008, cerca de 50% do portfólio é de gorduras vegetais com baixos teores de gorduras trans, oferecendo opções para uma grande variedade de aplicações na indústria de alimentos. Se for considerado o volume de óleos vegetais comercializado para o setor de alimentação fora do lar e da indústria, aproximadamente 70% do portfólio de óleos e gorduras vegetais é formado por produtos com baixos teores de gorduras trans.

Com as modificações que têm feito em seu portfólio, a Bunge tem contribuído para a diminuição do consumo de gorduras trans pela população brasileira.

A empresa, por meio da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA), também participou ativamente do acordo com o Ministério da Saúde para reduzir o sódio nos alimentos, auxiliando nos estudos e nas discussões das propostas de metas de redução para todas as categorias de produtos em que atuamos. Como exemplo, na categoria de maioneses as metas para redução de sódio em 2012 foram atendidas pela empresa. Já na categoria de margarinas, 80% do portfólio de consumo de margarinas já está adaptado para as exigências de redução de sódio em 2013.

Percentual de volume de vendas de produtos com diminuição no teor de: GRI FP6

Categoria de produto	Gordura saturada (%)	Gordura trans (%)	Sódio (%)
Margarinas	40	60	-
Gorduras vegetais (Indústria e Food Service)	2	50	-
Óleos vegetais	-	100	-
Maioneses	100	100	100
Pré-Mistura para bolos	-	-	100
Maioneses	-	-	100

Percentual de volume de vendas de produtos com maior teor de: GRI FP7

	Vitaminas	Minerais
Óleos vegetais	Vitamina E = 100%	-
Margarinas	Vitamina A = 100%	-
Farinhas de trigo	Ácido Fólico (Vitamina Complexo B) = 100%	Ferro = 100%
Pré-Misturas para pães e bolos	Ácido Fólico (Vitamina Complexo B) = 100%	Ferro = 100%

 **on-line**

SEGURANÇA ALIMENTAR

GRI PR1 | PR2 | FP5

Todos os produtos da área de Alimentos passam por sistemas de controle que visam garantir a segurança e a qualidade. No Sistema de Gestão da Bunge, existem procedimentos descritos e sistematizados para a verificação de conformidade de cada matéria-prima e insumo (ingrediente, aditivo e embalagem) utilizado. Os processos de desenvolvimento de produtos, processo produtivo, bem como os processos de distribuição e venda dos produtos, também seguem a mesma lógica, nos

quais diversos controles e pontos de checagem estão estabelecidos, para avaliarmos os impactos em saúde e segurança.  **on-line**

Auditorias periódicas, realizadas internamente ou por terceiros, e mesmo em fornecedores e parceiros, checam a consistência e a efetividade dos controles adotados.

A Bunge não registrou, em 2012, qualquer não conformidade com regulamentos ou códigos voluntários no que diz respeito a saúde e segurança dos clientes e consumidores. A empresa também não registrou atuação ou procedimento administrativo.





ROTULAGEM DE PRODUTOS

GRI PR3 | PR4 | PR6 | PR7 | PR9

Todos os produtos fabricados pela Bunge para consumo estão sujeitos às regulamentações estabelecidas, principalmente pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério da Justiça e Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO). Essas normas disciplinam as informações obrigatórias que devem constar dos rótulos. Informações voluntárias, como sugestões de consumo e benefícios do produto, também devem seguir os critérios definidos em legislação.  [on-line](#)

Em Alimentos & Ingredientes, para 2013, estão estabelecidas metas com o objetivo de realizar treinamentos com os envolvidos no desenvolvimento dos rótulos dos produtos, especialmente os profissionais dos Departamentos de Pesquisa & Desenvolvimento de Produtos, e também os Depar-

tamentos de Garantia de Qualidade e Marketing, responsáveis pela aprovação final dos produtos, em todos os seus aspectos.

Há também metas de avaliação e certificação da adequação dos rótulos da Bunge às regulamentações vigentes, em especial à nova regulamentação da ANVISA para Informação Nutricional Complementar (informações no rótulo sobre características específicas, como Light, Reduzido em Sódio, entre outros). Para a área de agronegócio, há meta estabelecida para atualização da rotulagem dos produtos destinados à alimentação animal.

Em 2012, a área de Agronegócio registrou três casos de não conformidades relativas à rotulagem de seus produtos. Tais casos se referiram à rotulagem de farelo de soja para alimentação animal, para os quais foram aplicadas multas no valor total de R\$ 11.616,80. Em 2012 foi realizado o pagamento de uma multa no valor de R\$ 31.387,50, decorrente de um Auto de Infração do ano de 2007, relativo à publicidade utilizada no rótulo de um Óleo Composto.

Ainda em 2012, na área de Alimentos, foram observadas 35 novas não conformidades com leis e regulamentos, no que diz respeito ao Conteúdo Líquido de alguns de seus produtos (em desconformidade com normas do INMETRO). Dessas, 18 não conformidades geraram multas no valor de R\$ 158.392,65.

No último ano também foram realizados pagamentos de multas relativas a autuações iniciadas em exercícios anteriores. Foram pagas 19 multas do INMETRO, no valor de R\$ 133.065,78, e 8 multas aplicadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, no valor de R\$ 83.735,60.  [on-line](#)

No último ano, tanto a área de Alimentos & Ingredientes quanto de Fertilizantes não apresentaram nenhuma não conformidade relacionada à publicidade e comunicação de suas atividades e de seus produtos ou ao uso de suas marcas. Da mesma maneira, não houve casos de reclamações por violação de privacidade de clientes ou consumidores. **GRI PR8**  [on-line](#)



Redução de resíduos

Uma das preocupações estratégicas da Bunge é a destinação adequada dos resíduos gerados em seus processos e decorrentes da fabricação de seus produtos. Da cana-de-açúcar utilizada na produção de bioenergia e açúcar aos minerais utilizados na fabricação de fertilizantes, a empresa tem como objetivo otimizar o uso desses recursos naturais como forma de reduzir o impacto ambiental em toda a sua cadeia de valor.

Pelo fato de ser uma empresa com foco no agronegócio, 91,3% dos materiais utilizados pela empresa são de origem renovável. Além disso, por essa característica, a Bunge Brasil não apresenta índice elevado de uso de materiais reciclados em sua produção, destacando-se apenas a área de Fertilizantes pela incorporação de varreduras em seu processo produtivo. **GRI EN1 | EN2**

91,3%

dos materiais usados são de origem renovável



Meta estabelecida

Dar continuidade às ações de reciclagem de óleo de cozinha usado e atingir um patamar de larga escala em diferentes partes do país.

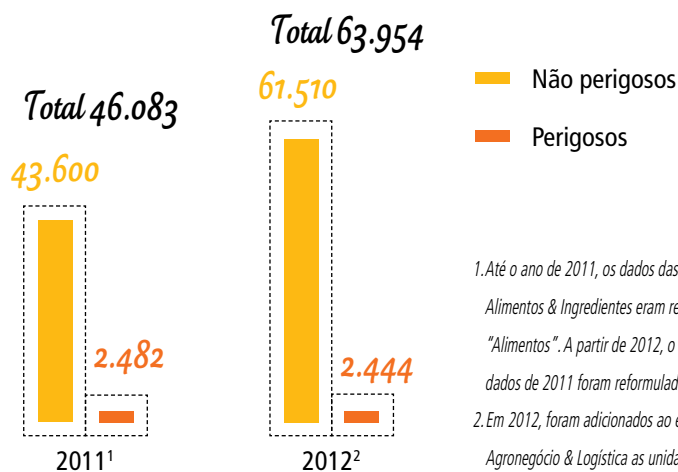
Reduzir a destinação não sustentável de resíduos (aterros e incineração sem recuperação de energia) em 3%, com base nos levantamentos de 2010 até 2013 para as áreas de Alimentos & Fertilizantes.

Resultados alcançados

Foram implementados 564 novos pontos de entrega voluntária de óleo de cozinha usado. A localização pode ser acompanhada diretamente no site do Instituto Triângulo, parceiro Bunge para essa atividade.

Atualmente, a Bunge Brasil encaminha 72% de seus resíduos sólidos para uma destinação sustentável ante os 68% de 2011. O escopo das operações aumentou nesse período.

Geração de resíduos (t) GRI EN22 on-line



1. Até o ano de 2011, os dados das áreas Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes eram reportados de forma consolidada como "Alimentos". A partir de 2012, o reporte foi segregado, além disso, os dados de 2011 foram reformulados e compreendem ambas as áreas.
2. Em 2012, foram adicionados ao escopo dos indicadores ambientais de Agronegócio & Logística as unidades de Ponta Grossa e Nova Mutum.

A Bunge trabalha para assegurar a destinação adequada dos resíduos industriais decorrentes da fabricação de seus produtos (insumos e embalagens) e para promover a redução de seu impacto ambiental. A empresa realiza controles operacionais com os objetivos de reduzir o consumo de insumos e matérias-primas e desenvolvimento de iniciativas para destinação sustentável desses resíduos. **GRI EN22**  on-line

Com relação à Política Nacional de Resíduos Sólidos, a Bunge Brasil está trabalhando com as associações e coalizões empresariais para que a melhor solução possa ser aceita nas esferas governamentais, valorizando os esforços de cada agenda da cadeia de consumo.

Consumo de materiais GRI EN1 on-line



Observação: nesse indicador não foram considerados os insumos energéticos, que são contemplados no indicador EN3.

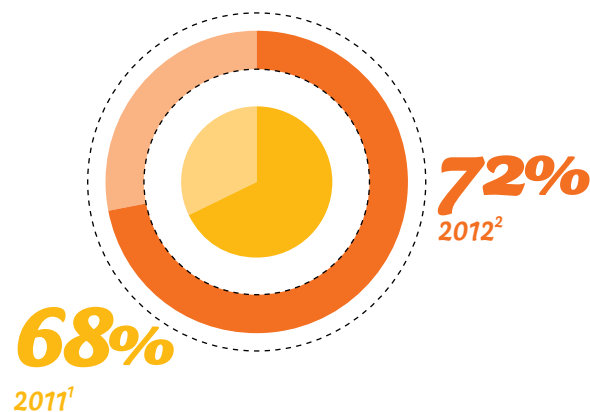


Com o intuito de reduzir a geração de resíduos nas etapas de pós-consumo, a Bunge Brasil, por meio de sua área de Pesquisa & Desenvolvimento, busca continuamente formas de diminuir a quantidade de material utilizada nas embalagens de seus produtos. Em 2012, a empresa desenvolveu um projeto que alcançou a redução da espessura do filme plástico em 23%. Esse filme é utilizado na paletização das embalagens das categorias de azeites, óleos, maioneses, margarinas, gorduras vegetais e atomatados, tanto para produtos direcionados aos consumidores finais como para *Food Service* e indústrias.

GRI EN26 | PR1

Além de objetivar a redução na geração de resíduos sólidos, a empresa busca dar uma destinação sustentável a eles, que inclui: recuperação, reutilização, reciclagem e compostagem. Como exemplo, no Moinho de Santos, o resíduo de farinha de trigo é direcionado para a compostagem. Já na Unidade de Negócio de Açúcar & Bioenergia, o subproduto do processo de produção, torta de filtro, é reutilizado na área agrícola no processo de fertilização dos canaviais. A empresa aumentou a destinação sustentável de seus resíduos industriais de 68% para 72%. Devido ao aumento do escopo de operações compreendidas no relatório, houve aumento de geração de resíduo por tonelada produzida em 12,8% em 2012.

Destinação sustentável de resíduos GRI EN22 on-line



1. Até o ano de 2011, os dados das áreas Agronegócio & Logística e Alimentos & Ingredientes eram reportados de forma consolidada como "Alimentos". A partir de 2012, o reporte foi segregado, além disso, os dados de 2011 foram reformulados e compreendem ambas as áreas.

2. Em 2012, foram adicionados ao escopo dos indicadores ambientais de Agronegócio & Logística, as Unidades de Ponta Grossa e Nova Mutum.





PROGRAMA SOYA RECICLA

Parceria entre a Bunge e o Instituto Triângulo desde 2006, o Programa Soya Recicla realiza a coleta de óleo vegetal de cozinha usado e coleta de embalagens. Uma das inovações do programa, em novembro de 2012, foi a parceria com a rede atacadista Makro, ampliando seu alcance. A proposta é inovadora pois o objetivo, por ser uma rede atacadista, é levar postos de coleta aos estabelecimentos de varejo que são clientes do Makro, gerando crescimento exponencial à iniciativa.

Em um mês de programa (até dezembro de 2012), os pontos piloto da parceria coletaram quase dez vezes mais que o valor médio coletado pelos outros postos já estabelecidos pelo Programa Soya Recicla.

Em 2012, o Programa Soya Recicla aumentou em 560 o número total de postos de coleta, atingindo a marca de 1.626 postos em dezembro de 2012. Com esse crescimento de 52,5% nos postos de coleta, o volume de óleo coletado cresceu em 31%, totalizando 374 toneladas no período. O total de embalagens PET coletadas em 2012 foi de 3.880 quilos. **GRI EN27**

CEMPRE

O Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre) é uma associação sem fins lucrativos dedicada à promoção da reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo. Fundado em 1992, o Cempre é mantido por empresas privadas de diversos setores.

O Cempre trabalha para conscientizar a sociedade sobre a importância da redução, reutilização e reciclagem de lixo por meio de publicações, pesquisas técnicas, seminários e bancos de dados. Desde 2011 a Bunge é uma das empresas associadas ao Cempre e, em 2012, a empresa contribuiu para as atividades da associação cujos destaques foram:

- Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) – formulação do acordo setorial para o setor de embalagens.
- Realização do Seminário Cempre & Valor Econômico sobre os dois anos da PNRS, com a participação da Ministra do Meio Ambiente Izabella Teixeira.
- Participação na Rio+20, com *stand* e palestras sobre desafios e avanços da reciclagem no país.
- Realização do VIII Seminário Recycle Cempre, em parceria com a *Revista do Meio Ambiente Industrial*, que reúne anualmente *stakeholders* do setor de resíduos sólidos.
- Atualização do vídeo do Cempre “Gestão Sustentável do Lixo Urbano”.
- Atualização de publicações do Cempre com destaque para a publicação “Consumo Sustentável – Reciclagem” realizada em parceria com o Ministério do Meio Ambiente.
- Participação em vários eventos sobre resíduos sólidos no país, bem como na mídia e imprensa.

on-line

Postos de coleta

950 **1.066** **1.626**

2010

2011

2012

Aumento de
52%

Óleo coletado (t)

260 **300** **374**

2010

2011

2012

Aumento de
31%



INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

O investimento social privado da Bunge Brasil é direcionado ao desenvolvimento das comunidades nas regiões em que a empresa opera. Em 2012, foram destinados R\$ 4,8 milhões a projetos de desenvolvimento sustentável, educação, conscientização ambiental e memória corporativa. Essa estratégia está relacionada à percepção de que o crescimento sustentável da empresa depende de um planejamento de longo prazo e da conscientização da sociedade para a importância da preservação dos recursos naturais. **GRI 501**



Muito do investimento social privado da Bunge no Brasil realiza-se por meio da atuação da Fundação Bunge, criada em 1955 e com amplo escopo de atuação, havendo ações para promover o desenvolvimento sustentável, a formação de educadores, o voluntariado corporativo em escolas da rede pública e a preservação da memória da empresa. Em 2012, a Fundação Bunge recebeu a doação de R\$ 4,5 milhões da Bunge Brasil e investiu mais de R\$ 4.294 mil nos programas e projetos voltados ao desenvolvimento das comunidades em que há unidades da Bunge.

As ações e projetos da Fundação Bunge são desenvolvidas com base em três pilares estratégicos, chamados de Continentes: Socioambiental, Preservação da Memória e Incentivo à Excelência e ao Conhecimento Sustentável:

SOCIOAMBIENTAL

Fazem parte desse pilar os programas Comunidade Educativa e Comunidade Integrada, que visam estreitar a relação entre o homem e o ambiente natural, a sociedade, a cultura e o desenvolvimento econômico.

COMUNIDADE EDUCATIVA

É o programa de voluntariado corporativo da Bunge, que busca disseminar a leitura como prática educativa em escolas e espaços comunitários a partir da formação de mediadores e do enriquecimento dos acervos literários.

Em 2012, o foco do Programa Comunidade Educativa foi a formação de mediadores de leitura envolvendo voluntários, professores, alunos e a comunidade. Para mobilizar a todos em torno do universo literário, contribuiu também para a estruturação de espaços de leitura batizados como Pés de Livro, com acervos literários diferenciados, e lançou uma plataforma digital, o Blog Semear Leitores (<http://www.fundacaobunge.org.br/semear-leitores/>), para promover a troca de experiências entre os parceiros do programa.  **on-line**



520

*funcionários trabalharam
como voluntários em **34**
escolas da rede pública*

Investimentos em Projetos Fundação Bunge (em R\$)

	2010	2011	2012
Comunidade Educativa – Voluntariado	1.570.232,56	2.078.978,35	1.741.735,35
Prêmio Fundação Bunge	993.599,58	916.443,58	1.123.954,03
Centro de Memória Bunge	438.632,98	472.293,44	656.637,07
Projeto Conhecer para Sustentar	537.348,85	71.985,84	18.557,89
Comunidade Integrada – Açúcar & Bioenergia	603.941,87	861.943,56	753.309,09
Despesas administrativas, financeiras, comunicações	1.807.793,34	3.471.936,51	2.701.808,30
TOTAL	5.951.549,18	7.873.581,28	6.996.001,73

RESULTADOS EM 2012

- Projeto realizado em 13 localidades, de 9 estados, com 520 voluntários, 511 educadores e 9.211 alunos de 34 escolas.
- Estruturação de 35 Pés de Livros do Comunidade Educativa – Espaços aprazíveis de leitura, totalizando a distribuição de mais de 1.000 livros de literatura infanto-juvenil.
- Disseminação da literatura infanto-juvenil – Programa Literatura no ar executado na Rádio FM 99,5, em Uruçui (PI).
- Total de pessoas envolvidas nas ações promovidas: 49.023 pessoas.
- Aumento de 59,37% na retirada de livros (Primeiro semestre: 1,5 livro/aluno | Segundo semestre: 2,4 livros/aluno).  **on-line**



COMUNIDADE INTEGRADA

O programa foi iniciado em 2011 para promover o desenvolvimento sustentável nas cidades de Pedro Afonso, Bom Jesus do Tocantins e Tupirama, no estado do Tocantins. A iniciativa é baseada no Plano de Gestão Integrada (PGI), instrumento balizador das ações a serem concretizadas pela Fundação Bunge entre 2010 e 2015 na área de influência direta da Usina Pedro Afonso (Açúcar & Bioenergia). O PGI possui três frentes de atuação:

- **Relacionamento com stakeholders:** estreitar vínculos com a comunidade local e estimular a participação popular nas ações implantadas nos três municípios.
- **Fortalecimento da gestão pública:** propor a estruturação de políticas públicas com foco no atendimento dos principais desafios do território.
- **Apoio ao desenvolvimento humano e econômico:** promover o desenvolvimento da comunidade tendo como premissa a atuação conjunta dos diversos atores sociais, priorizando o fomento à área da educação (regular e profissionalizante), bem como apoiando iniciativas voltadas ao incremento das políticas socioeconômicas.

53%

de aumento no número de estabelecimentos formais

RESULTADOS EM 2012 GRI EC9

- Realização de 3 audiências públicas municipais reunindo mais de 200 pessoas.
- Audiência com o Governo do Estado do Tocantins para apresentação do programa.
- Criação do Consórcio Intermunicipal Delta do Tocantins para Gestão de Resíduos Sólidos.
- Início da 1ª turma do Curso Técnico em Açúcar e Alcool, com 40 alunos – parceria com o Colégio Agrícola Dr. José de Souza Porto e Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia.
- Início da reforma do Colégio Agrícola – Pedro Afonso.
- Formação dos Conselheiros Tutelares dos três municípios – parceria com a Unitins.
- Implantação do Programa de Formação de Educadores: 108 educadores professores, coordenadores pedagógicos, diretores e técnicos das Secretarias Municipais de Educação (educação infantil e ensino fundamental – 1º ciclo).
- Formação de Empreendedores Locais: 4 cursos envolvendo 28 empreendedores – parceria SEBRAE (TO) e COAPA.
- Indicadores:

Econômicos: ampliação em 53% do número de estabelecimentos formais; ampliação da oferta de empregos formais em 39%.

Educação: evolução do aprendizado (escala SAEB) em português e matemática.  **on-line**



PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA

O Centro de Memória Bunge foi criado em 1994 e é um dos mais ricos acervos de memória empresarial do país, com documentos de várias naturezas – cartográficos, iconográficos, tridimensionais, textuais e outros. Esse amplo material conta a história de mais de 100 anos da empresa no Brasil e de quase 200 anos no mundo, com uma inserção nos âmbitos da indústria, da navegação e do agronegócio, entre outros. O Centro de Memória Bunge também organiza atividades que aproximam seu acervo da sociedade e estimula outras instituições a adotar a mesma prática.

O foco principal de atividade em 2012 foi a potencialização da organização do acervo iconográfico e recuperação de 15.514 imagens (fotografias em papel) e 545 documentos audiovisuais. Foi realizada também a digitalização e catalogação de 121 documentos textuais.

No total, mais 1,5 mil pessoas foram impactadas pelas diversas ações e projetos desenvolvidos nessa frente de atuação em 2012.  **on-line**

INCENTIVO À EXCELÊNCIA E AO CONHECIMENTO SUSTENTÁVEL

Com base nesse pilar, a Fundação Bunge promove prêmios e projetos que estimulam a troca de experiências e a valorização de agentes e iniciativas de transformação para o crescimento sustentável. Nesse contexto, são realizados o Prêmio Fundação Bunge, criado em 1955, e o Projeto Conhecer para Sustentar, no Vale do Itajaí (SC), iniciado em 2009.



AÇÕES DE DESTAQUE E RESULTADOS EM 2012

PRÊMIO FUNDAÇÃO BUNGE

- 171 indicações – recorde histórico do prêmio.
- Premiação: Segurança Alimentar e Nutricional (Malaquias Batista Filho e Fernanda Abadio Finco) e Avaliação Educacional (José Francisco Soares e Débora Cristina Jeffrey).
- Realização do Simpósio sobre Avaliação Educacional e Segurança Alimentar e Nutricional no Auditório da FAPESP, reunindo aproximadamente 300 pessoas.
- Parceiros: FAPESP, Universidades e Institutos de Pesquisa de todo o país.

CONHECER PARA SUSTENTAR: VALE DO ITAJAÍ

- Estruturação do case jornalístico com o resgate dos marcos históricos do programa.

 **on-line**



Atividades diretas da Bunge Brasil

POMAR URBANO

O Pomar Urbano nasceu em 1999, como Projeto Pomar. Implantado pela Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, contou com a colaboração de técnicos de diversas áreas e parceiros da iniciativa privada, determinados a transformar as margens do Rio Pinheiros.

Seus objetivos eram claros: devolver vida às margens do rio, promover a educação ambiental e ainda promover para a população o orgulho e o respeito pela cidade.

A Bunge participa do projeto desde o seu início, em 1999, sendo responsável por 2 trechos importantes: as proximidades da estação de trem Cidade Jardim e o novo cartão postal da cidade, a Ponte Estaiada. Além de colaborar diretamente para a despoluição do Rio Pinheiros por meio da manutenção das margens, o paisagismo beneficia os milhões de usuários do trem e os milhares de ciclistas que usufruem a ciclovia, cujo trecho foi inaugurado em 2012. O Pomar Urbano já recuperou 26 quilômetros nas duas margens do Rio Pinheiros, em São Paulo, com o plantio de milhares de mudas de árvores e arbustos e a instalação de uma estação de tratamento de água que permite recuperar a água do rio para ser utilizada na irrigação das mudas.



O Programa Bunge Natureza, lançado em 2005, foi expandido em 2012 para servir como uma plataforma de interação dos funcionários e comunidades do entorno das unidades Bunge, com foco na responsabilidade ambiental. Ao todo, 37 unidades da Bunge foram envolvidas nessa ampliação, recebendo material para identificar e controlar as externalidades da empresa sobre as comunidades, promovendo o encaminhamento das questões mais críticas. Dessas 37 unidades, 26 desenvolveram um plano de ação com o intuito de controlar e mitigar as possíveis externalidades de suas operações. As externalidades podem incluir emissão de ruído e pó, trânsito de veículos pesados, resíduos, entre outros.

Por meio do Bunge Natureza, a empresa investe em projetos de pesquisa em parcerias com universidades e na educação ambiental de colaboradores e das comunidades, impactando mais de 17 mil pessoas desde seu lançamento. Em 2012, cerca de 560 foram envolvidas e atendidas diretamente pelo programa.  **on-line**

RESERVA FIGUEIRA BRANCA

A Reserva Figueira Branca é uma área de cerca de 300 hectares de mata preservados, no município de Gaspar (SC). O espaço recebe a visita de moradores da comunidade e de colaboradores, para atividades de pesquisa e educação ambiental.

O local também é utilizado para a coleta de sementes, usadas na produção de mudas no viveiro existente no mesmo município.

A empresa possui ainda duas outras reservas ambientais que representam juntas uma área de conservação de 30 mil hectares no estado do Tocantins (TO). Nessas áreas de preservação, a companhia promove o manejo sustentável.





A Bunge Brasil apoia e propaga o conceito de “pegada socioecológica”, expressão utilizada para definir o quanto cada pessoa contribui na geração de impactos ambientais e desequilíbrios sociais em comunhão com seus objetivos pessoais. Por isso, no fim do segundo semestre de 2011, a empresa lançou o programa “Colaborador Sustentável”, cuja missão é sensibilizar seus profissionais ao relacionar temas de sustentabilidade com metas pessoais para, além de uma mera campanha, transformar seus hábitos.

O objetivo é trazer o tema sustentabilidade para o dia a dia das pessoas fazendo com que utilizem metas que são relevantes para cada indivíduo. Tais metas são associadas aos grupos de metas da empresa e, com isso, cada pessoa poderá melhor colaborar no desdobramento das estratégias da Bunge ao mudar seus hábitos de vida. Os temas trabalhados são transporte e emissões, energia, consumo e orçamento, resíduos e reciclagem, saúde e bem-estar, água, alimentação saudável e segurança.

Foram desenvolvidas diversas peças motivacionais e informativas para serem utilizadas pelas unidades, como *banners*, descanso e *starters* de tela dos computadores, comunicados internos e murais, além do site do programa (www.bunge.com.br/colaboradorsustentavel).

No ano de 2012, os colaboradores participantes tiveram uma eficiência de 26% nas metas estabelecidas para uma vida mais sustentável.

AKATU

O Instituto Akatu é uma organização não governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o Consumo Consciente. Surgiu em 2002 e é financiada por doações de recursos para o seu desenvolvimento e manutenção.

O Akatu trabalha defendendo o ato de consumo consciente como um instrumento fundamental de transformação do mundo. A Bunge é associada ao Instituto Akatu desde 2008, e, entre os destaques do instituto podem ser citados:

- Lançamento do “Guia para um Piquenique Sustentável”, que propõe aos cidadãos o resgate de valores e práticas de consumo consciente.
- Participação na Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), participando de vários debates e atividades tanto em espaços oficiais quanto em fóruns paralelos de discussão proporcionados pela Conferência.
- Realização da oficina “Empresas Responsáveis, Consumo Sustentável: novos caminhos para a construção de um modelo de produção e consumo mais sustentáveis”, para disseminar os caminhos de um novo Modelo de Produção e Consumo mais sustentáveis.
- Participação em diversos eventos, tais como Mostra de Cinema Ecofalante, Vaga Viva (Semana da Mobilidade) e Praia na Paulista, sempre fomentando o consumo consciente.

PLANETA SUSTENTÁVEL

A Bunge é uma das patrocinadoras do movimento Planeta Sustentável, organizado pela Editora Abril e que conta com cinco outros patrocinadores. A Bunge está presente desde o começo da iniciativa e há seis anos divulga o conhecimento sobre sustentabilidade.

Entre os principais eventos está o Planeta no Parque, que mescla informação e entretenimento para toda a família. Em 2012, a Bunge participou como patrocinadora dos 2 eventos que ocorreram. Em janeiro, no Parque da Juventude, em São Paulo, o evento teve cerca de 38 mil visitantes. O tema escolhido foi Energia para Todos, abrindo as ações do Ano Internacional da Energia Sustentável para Todos declarado pela ONU. A Bunge promoveu no evento o descarte adequado e o reaproveitamento do óleo doméstico usado, por meio de um posto de troca do Programa Junte Óleo, Soja Recicla, onde as pessoas são convidadas a trocar o óleo usado por sabão. Também no Planeta do Parque, em São Paulo, a Bunge apresentou um painel com a linha do tempo retratando a participação da agricultura no desenvolvimento de tecnologias de energia renováveis.

Ainda em 2012, a Bunge participou do Planeta no Parque Rio+20, ocorrido em junho no Rio de Janeiro. Durante o evento, a Bunge patrocinou *flash mobs* com o intuito de destacar a importância da sustentabilidade ser incorporada no dia a dia das pessoas, nas atitudes mais simples.

Anualmente, as 42 marcas da editora que participam do movimento produzem mais de 1.000 páginas sobre o tema sustentabilidade em suas pautas editoriais. Em 2012, o site do Planeta Sustentável produziu 7 mil reportagens/notícias sobre o assunto sustentabilidade, bem como alcançou o número de 5,9 milhões de acessos de visitantes únicos, e 20 milhões de *pageviews* por ano. Saiba mais em www.planetasustentavel.abril.com.br.

Índice remissivo GRI-G3

GRI 3.12  on-line

Indicador	Descrição	Página	Observação
Estratégia e Análise			
1.1	Declaração do presidente	10 a 11	
1.2	Declaração dos principais impactos, riscos e oportunidades	18, 42	
Perfil Organizacional			
2.1	Nome da organização	12	
2.2	Produtos e serviços, incluindo marcas	14	
2.3	Estrutura operacional	14	
2.4	Localização da sede da organização	12	
2.5	Países e região onde a organização atua	12	
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	12	
2.7	Mercados atendidos	14	
2.8	Porte da organização	14	
2.9	Mudanças durante o período coberto pelo relatório	39	
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	16	
Parâmetros para o Relatório			
3.1	Período coberto pelo relatório	4 a 5	
3.2	Data do relatório anterior	4 a 5	
3.3	Ciclo de emissão do relatório	4 a 5	
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo	4 a 5	
3.5	Definição do conteúdo do relatório (temas, prioridades, <i>stakeholders</i>)	8	
3.6	Limite do relatório	4 a 5	
3.7	Limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	4 a 5	
3.8	Base para o relatório no que se refere a outras instalações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações	4 a 5	
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos	4 a 5	
3.10	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	4 a 5	
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores (escopo e/ou medições)	4 a 5	



Indicador	Descrição	Página	Observação
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	70 a 75	
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	8	
Governança, Compromisso e Engajamento			
4.1	Estrutura de governança da organização	22	
4.2	Presidência do grupo de governança	22	
4.3	Percentual dos conselheiros que são independentes, não executivos	22	
4.4	Mecanismos para acionistas e funcionários fazerem recomendações ao Conselho de Administração	24	
4.5	Relação entre a remuneração e o desempenho da organização	23	
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança	26	
4.7	Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança	22	
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	15	
4.9	Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais	23	
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho (econômico, ambiental e social)	23	
4.11	Explicação sobre como a organização aplica o princípio da precaução	24	
4.12	Princípios e/ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	27	
4.13	Participação em associações	27	
4.14	Relação dos grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	7, on-line	
Engajamento de <i>stakeholders</i>			
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais engajar	6 a 9	
4.16	Abordagens para o engajamento dos <i>stakeholders</i>	6 a 9	
4.17	Preocupações levantadas por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i>	8, on-line	
Forma de Gestão e Indicadores de Desempenho			
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	14	
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades em razão de mudanças climáticas	50	
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício	on-line	
EC4	Ajuda financeira significativa recebida do governo	on-line	
EC5	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário-mínimo local	19	
EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	44	
EC7	Contratação local	on-line	
EC8	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	24	

Indicador	Descrição	Página	Observação
EC9	Identificação e descrição dos impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos	66	
Desempenho Ambiental			
EN1	Materiais usados, por peso ou volume	60, 61	
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	60	
EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte primária	53, 54	
EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária	54	
EN5	Energia economizada em razão das melhorias em conservação e eficiência	54	
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia		Pelo fato de a Bunge não produzir e comercializar produtos que consumam energia durante o seu uso, este indicador torna-se não aplicável para a empresa.
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas		Em 2012, não foram realizadas iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta referente a viagens, transporte de empregados etc.
EN8	Total de água retirada por fonte	55	
EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	55	
EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	55	
EN11	Localização e tamanho da área possuída	on-line	
EN12	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços	on-line	
EN13	Habitats protegidos ou restaurados	on-line	
EN14	Estratégias, medidas em vigor e planos futuros para a gestão de impactos na biodiversidade	48	
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 aplicável
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	53	
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa		Atualmente, a Bunge Brasil não possui mecanismos para mensurar as emissões indiretas de GEEs referentes ao escopo 3.
EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas	54	
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	on-line	
EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	on-line	
EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação	55	
EN22	Peso total de resíduos, por tipo e métodos de disposição	61, 62	



Indicador	Descrição	Página	Observação
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos	on-line	
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 2012 o transporte (importação e exportação) de quaisquer tipos de resíduos considerados perigosos, nos termos da Convenção da Basileia, nas operações da Bunge.
EN25	Identificação, tamanho, <i>status</i> 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	55	
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	62	
EN27	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto	63	
EN28	Valor de multas e número total de sanções resultantes da não conformidade com leis	54	
EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores		Atualmente, essas informações ainda não estão sistematizadas pela empresa.
EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental	42	
Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente			
LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	19	
LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região	19	
LA3	Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	on-line	
LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva	19	
LA5	Descrição de notificações (prazos e procedimentos)	21	
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	on-line	
LA7	Taxa de lesões, doenças ocupacionais e dias perdidos	21	
LA8	Programas de educação, prevenção e controle de risco	on-line	
LA9	Temas relativos à segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	on-line	
LA10	Média de horas por treinamento, por ano	20	
LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	on-line	
LA12	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	20	
LA13	Composição da alta direção e dos conselhos, e proporção por grupos e gêneros	on-line	
LA14	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional	19	
Direitos Humanos			
HR1	Descrição de políticas e diretrizes para manejar todos os aspectos de direitos humanos	45	

Indicador	Descrição	Página	Observação
HR2	Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos	45	
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		A Bunge não realiza treinamentos específicos sobre esse tema para os colaboradores. O assunto é trabalhado em diferentes aspectos na organização, como no Programa Diversidade Bunge.
HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	26	
HR5	Política de liberdade de associação e o grau da sua aplicação	21	
HR6	Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	44	
HR7	Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado	44	
HR8	Políticas de treinamentos relativos a aspectos de direitos humanos para seguranças		A Bunge não realiza treinamentos específicos com pessoal de segurança (terceirizados por contrato de prestação de serviços).
HR9	Numero total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas		Não houve casos de violação de direitos indígenas em 2012.
Sociedade			
SO1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	64	
SO2	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	26	
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e nos procedimentos anticorrupção		A Bunge não realizou treinamentos específicos sobre esse tema para os colaboradores.
SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	26	
SO5	Posições quanto a políticas públicas	27	
SO6	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	26	
SO7	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	26	
SO8	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias		Em 2012, a Bunge Brasil pagou uma multa de R\$ 24.020 por não conformidade com leis ou regulamentos.
Responsabilidade pelo Produto			
PR1	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias	31, 58, 62	
PR2	Não conformidades relacionadas aos impactos causados por produtos e serviços	58	
PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem	59	
PR4	Não conformidades relacionadas à rotulagem de produtos e serviços	59	
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	on-line	
PR6	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários	59	



Indicador	Descrição	Página	Observação
PR7	Casos de não conformidades relacionados à comunicação de produtos e serviços	59	
PR8	Reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade de clientes	59	
PR9	Multas por não conformidades relacionadas ao fornecimento de produtos e serviços	59	
Setor de Alimentos			
FP1	Porcentagem do volume adquirido de fornecedores que cumprem a política de compra da empresa	45	
FP2	Percentual do volume adquirido que comprovadamente está de acordo com normas de produção confiáveis, responsáveis e reconhecidas internacionalmente, discriminado por tipo	32	
FP3	Percentual do tempo de trabalho perdido por causa de conflitos trabalhistas, greves e/ou bloqueios, por país	21	
FP4	Natureza, abrangência e eficácia dos programas e das 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, ao acesso a alimentos saudáveis, nutritivos e acessíveis e à previdência social com maior qualidade para comunidades necessitadas	57	
FP5	Percentual do volume de produtos fabricados em locais certificados por terceiros independentes, de acordo com sistema de normas de gestão de segurança alimentar, internacionalmente reconhecido	58	
FP6	Percentual 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	57, 58	
FP7	Percentual 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	57, 58	
FP8	Políticas e práticas relativas à comunicação aos consumidores de informações nutricionais e sobre os ingredientes, além do exigido por lei	57	
FP9	Percentual e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de ninhada		Não aplicável
FP10	Políticas e práticas por espécie e tipo de criação, relacionadas a alterações físicas e uso de anestésicos		Não aplicável
FP11	Percentual e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de ninhada, por tipo de abrigo		Não aplicável
FP12	Políticas e práticas relativas a tratamentos com antibiótico, anti-inflamatório, hormônio e/ou para promoção do crescimento, por espécie e tipo de ninhada		Não aplicável
FP13	Número total de incidentes de não cumprimento de leis e regulamentos e adesão aos padrões voluntários relacionados ao transporte, ao tratamento e às práticas de abate de animais terrestres e aquáticos vivos		Não aplicável

Declaração de garantia

A BSD Consulting executou a verificação independente do processo de elaboração do Relatório de Sustentabilidade Edição 2013 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. A verificação de dados financeiros não foi objeto dos trabalhos da BSD Consulting. Adicionalmente, a Declaração de Garantia da BSD propicia a confirmação do nível de aplicação do modelo GRI-G3.

OBJETIVO 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 2013 da Bunge, em sua versão completa, do período de 01 de janeiro de 2012 a 31 de dezembro de 2012.

METODOLOGIA

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

Os procedimentos desenvolvidos durante os trabalhos incluem:

- Revisão do conteúdo do Relatório de Sustentabilidade;
- Entendimento do fluxo dos processos de obtenção e geração das informações para o Relatório de Sustentabilidade. Não foi papel da BSD validar os dados quantitativos;
- 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 presenciais com vice-presidentes e 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.
- Visita a duas unidades de operação da empresa: Nova Mutum (MT), onde se encontra a fábrica de processamento de soja e de produção de biodiesel, e o Moinho de Trigo em Santos (SP).

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 2012, a Bunge realizou o processo de consulta a *stakeholders* por meio de painel presencial em São Paulo, com representantes dos grupos de clientes, fornecedores, instituições financeiras e associações do setor. A área de sustentabilidade coordenou o processo. As áreas de negócio corporativas indicaram as partes interessadas com as quais tem relacionamento próximo, as que tem maior impacto para o negócio e/ou que já demandaram a Bunge com relação à sustentabilidade.
- Não há um critério formal de seleção e priorização dos *stakeholders* do ponto de vista da sustentabilidade, ou que contemple o impacto e influência que a empresa exerce sobre os grupos de *stakeholders*. Considerando a capilaridade e complexidade das operações da Bunge Brasil, para o próximo ciclo, recomenda-se que a empresa amplie o engajamento com *stakeholders* para além da esfera corporativa, incluindo grupos que tenham relacionamento com as unidades e operações, como por exemplo, comunidades do entorno das unidades e outros públicos locais.



- Com o Programa Bunge Natureza, foi conduzido um processo inicial de mapeamento das externalidades em parte das unidades, estabelecendo planos de ação para remediação dos impactos identificados junto às comunidades do entorno. A área de Sustentabilidade considera o programa um estímulo inicial para ampliação do engajamento das fábricas e unidades com as partes interessadas locais. O programa está em processo de consolidação e ampliação, e para 2013 está prevista a inclusão de silos e moinhos.
- O eixo da visão interna da matriz de materialidade pode evoluir com relação ao engajamento dos líderes da Bunge Brasil. A definição do posicionamento e do ponto de vista interno dos temas materiais é realizada pela área de sustentabilidade, com base no conhecimento do negócio e consultando a vice-presidência da área. Para o próximo ciclo, é importante que outros líderes da empresa, incluindo as diferentes áreas e unidades de negócio, sejam também consultados para a definição de assuntos materiais do ponto de vista interno da organização.
- Em 2012, dois programas para ampliar o envolvimento do público interno com o tema sustentabilidade tiveram destaque. A plataforma on-line “Colaborador Sustentável”, utilizada para divulgar assuntos relevantes de sustentabilidade da Bunge, e pelo qual o colaborador pode estabelecer metas para reduzir seu impacto ambiental, tanto pessoal como para melhorar o desempenho da empresa. O programa “Bunge Inova” tem o objetivo de estimular os colaboradores a contribuir com ideias de inovação para os processos da empresa, incluindo aspectos de sustentabilidade.

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

- Os temas materiais foram revisados a partir dos resultados do painel de *stakeholders* e de pesquisa on-line (visão externa). A matriz de materialidade foi elaborada pelo cruzamento da visão externa com os temas de importância estratégica para a Bunge (visão interna). Para o próximo ciclo, recomenda-se ampliar as fontes de informação externas considerando o contexto, impactos e a abrangência das operações da empresa. É importante que a empresa avalie a materialidade de aspectos como: logística reversa, impactos pós-consumo, abordagem e gestão de emissões de transportes, impactos de seus produtos na saúde dos consumidores e gestão de riscos socioambientais na cadeia de fornecedores.
 - O relatório apresenta uma visão geral dos principais temas relevantes. É importante que a empresa aborde com mais profundidade os temas de alta relevância, como Ética e Conduta, Transparência, Trabalho forçado/análogo ao escravo, e temas considerados relevantes para os *stakeholders* externos, como desenvolvimento e relação com fornecedores.
- A Bunge Brasil manteve sua atuação com relação aos aspectos estratégicos, estabelecidos na Plataforma de Sustentabilidade. A seguir, salientam-se os principais fatos constatados:
- Mudanças climáticas: manutenção dos compromissos assumidos no relatório anterior (uso de fontes renováveis e alternativas de energia, autossuficiência em madeira de florestas plantadas, redução de queimadas e colheita mecanizada). Foram mantidos os cálculos das emissões dos gases de efeito estufa (GEE), de acordo com o Programa Brasileiro do GHG Protocol. Os benefícios do uso de biomassa continuam sendo apresentados por um cálculo hipotético de emissões evitadas, que não demonstra a redução das emissões da empresa. Ressalta-se novamente a importância de apresentar o posicionamento da Bunge quanto às emissões de GEE do escopo 3, incluindo logística e transporte.

- Agricultura sustentável: um ponto de destaque é o compromisso de comprar soja de pequenos produtores familiares, para ter direito ao uso do selo “Combustível Social” concedido pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário, a Bunge realizou encontros com produtores em MG, RS e PR e abordou temas como sustentabilidade, produtividade e tecnologia. Como processo de gestão de fornecedores, a empresa manteve a consulta de informações nas listas do IBAMA, Ministério do Trabalho e Emprego e Moratória da Soja, além das cláusulas socioambientais nos contratos com fornecedores. É importante que a empresa aprimore o processo de gestão, incluindo avaliação de riscos de fornecedores e desenvolva ações afirmativas, como treinamentos de direitos humanos e em aspectos ambientais, parcerias com fornecedores, visitas e auditorias.
- Redução de resíduos: O foco da empresa nesse aspecto foi o mapeamento de oportunidades de melhorias nos processos de armazenamento e descarte de resíduos sólidos na área de Alimentos, estabelecendo cronogramas e procedimentos para aprimorar a gestão de resíduos. Esse processo está em fase de implementação e obteve como resultado parcial a redução da quantidade de resíduo orgânico enviado para aterro comum, sendo destinado para compostagem. Recomenda-se alinhar a gestão de resíduos entre todas as áreas de negócio, principalmente para atender a requisitos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, como iniciativas de logística reversa.
- Dietas saudáveis: o tema da saudabilidade está nos processos de pesquisa e desenvolvimento de produtos, com foco na redução de gorduras e sódio. O relato desse tema e dos indicadores setoriais é inicial por não abordar a contribuição da empresa para promover impacto positivo na alimentação do consumidor. Não são apresentadas informações sobre a eficácia de programas de alimentação saudável e a mensuração da contribuição da empresa neste sentido. É importante adequar as opções de produtos, considerando a saudabilidade, por meio da definição de metas e objetivos para os programas de alimentação saudável e da divulgação de informações nutricionais de forma clara e adequada nas embalagens, rótulos e outros canais de comunicação da empresa. O assunto “transgênicos” está como pouco relevante na matriz de materialidade, porém ainda é objeto de discussão e debates públicos, com relação à saúde do consumidor, rotulagem e biodiversidade.

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

- Em 2012 foi consolidado o processo de gestão de riscos da Bunge Brasil, no qual são analisados riscos de mercado e das operações. Nesse processo, são considerados riscos de processos e produtos já existentes e de novos, incluindo transações e investimentos significativos. São também analisados riscos ambientais e sociais de acordo com seu potencial de impacto financeiro. Este processo pode ser aprofundado no próximo relatório. São divulgadas as metas cumpridas relacionadas aos temas da Plataforma de Sustentabilidade e as metas de desempenho de saúde e segurança. No entanto, não são divulgadas metas futuras de médio e longo prazo, assim como metas específicas de outras áreas, como as metas globais de meio ambiente. É importante abordar de forma clara os objetivos, metas e prioridades estratégicas de médio e longo prazo.

- A Bunge ampliou a abrangência das informações do relatório, com a inclusão das unidades de Nova Mutum e Ponta Grossa (Agronegócio), Atomatados, Moinhos e Silos (Alimentos) e todas as Usinas (Açúcar & Bioenergia). No entanto, a ampliação incluiu o relato de iniciativas que não são controladas pela Bunge Brasil, como os resultados da Bunge Environmental Markets no país e resultados do Programa Soja Plus, no qual a Bunge é uma das apoiadoras. Para o próximo ciclo recomenda-se focar o relato nas iniciativas que são de gestão e controle da Bunge Brasil.
- Em 2012 houve melhoria no processo de coleta de dados da área de Gente & Gestão, que estabeleceu um novo padrão de indicadores, apresentados periodicamente para a vice-presidência da área. Com isso, a gestão de indicadores de práticas trabalhistas das quatro áreas de negócio foi unificada, possibilitando fornecer dados rastreáveis, tanto para a gestão da empresa quanto para o relatório.
- No relatório de 2012 os indicadores das áreas "Alimentos" e "Agronegócio & Logística" foram relatados separadamente, no entanto nos ciclos anteriores eram relatadas de maneira unificada, como "Bunge Alimentos". Essa mudança permite uma melhor visualização do desempenho por área de negócio, porém perdeu-se a comparabilidade com os dados do ano anterior.
- Os indicadores de Açúcar e Bioenergia de 2011 foram revisados e recalculados para esse ciclo de relato como evolução do processo de gestão e coleta de dados.
- A área de sustentabilidade realizou reuniões de engajamento com os responsáveis pela coleta de dados para os indicadores. No entanto, os resultados do processo de *assurance* ainda não são amplamente disseminados internamente, como forma de aprimorar o seu processo de gestão e relato.

NÍVEL DE APLICAÇÃO GRI-G3

Seguindo as orientações das diretrizes GRI-G3, a BSD declara que o Relatório de Sustentabilidade Edição 2013 da Bunge é classificado como Nível de Aplicação A+. O relatório apresenta os 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. Foram identificadas oportunidades de melhoria no relato dos itens de perfil de estratégia e análise (1.1 e 1.2), em governança corporativa e engajamento (4.4, 4.7, 4.11, 4.17). Tratando-se de formas de gestão e indicadores de desempenho, há possibilidade de aprimoramento no relato das informações ambientais, sociais e do suplemento setorial (ex.: impactos de transportes, direitos humanos na cadeia de valor, responsabilidade sobre produtos e indicadores setoriais de alimentos). Os indicadores de bem-estar animal do suplemento setorial não são aplicáveis às operações da Bunge.

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, de suporte e unidades operacionais, buscando aprimorar os processos de engajamento com *stakeholders* externos e a gestão de sua cadeia de valor.

São Paulo, 18 de junho de 2013.



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-33



Informações corporativas

BUNGE BRASIL

Rua Diogo Moreira, 184 – 10º andar
05423-010 – São Paulo (SP) – Brasil
Tel.: +55 (11) 3914-0000
www.bunge.com.br
sustentabilidade@bunge.com

COMITÊ EXECUTIVO

Pedro Parente
Andrea Marquez
Daniel Maldonado
Filipe Ferreira
Martus Tavares
Murilo Braz Sant'Anna
Ricardo Santos
Vitor Fabiano

EXECUTIVOS

Alberto Torres
Alexandre Barreto
Ana Lucia Nadalin
Carlos Heredia
Cristiano Alcantara
Edison Henrique Delboni
Eduardo Anastacio Junior
Eduardo Junqueira Santos Pereira
Fernando Brocanelli
Fernando Zanetti
Flavia Landsberg
Flávio Luís Fávero
Gerson Francisco
Geovane Consul
Gustavo Freitas

Joanita Karoleski
Julio Garros
Junior Justino
Lazaro Lauriano
Marisa Thurler
Niveo Maluf
Osmar Pereira
Paulo Roberto Silverio
Renato Bragatto
Renato Tavares
Roberto Carlos Oliveira
Sergio Mobaier
Sergio Nasinbene
Suzi Oliveira
Wander Meyer

Créditos

COORDENAÇÃO, EDIÇÃO, SUPERVISÃO, EDITORIAL E CONSOLIDAÇÃO

Assuntos Corporativos & Sustentabilidade, Bunge Brasil

Michel H.R. Santos – michel.santos@bunge.com

Juliana Marona – juliana.marona@bunge.com

Rodrigo Spuri – rodrigo.spuri@bunge.com

Agradecemos a todos pelo forte trabalho em equipe que tornou possível a realização deste relatório, em especial às seguintes áreas: Gente & Gestão, PQSE, Agronegócio & Logística, Açúcar & Bioenergia, Alimentos & Ingredientes, Fertilizantes, Inovação, Jurídico, Bunge Environmental Markets, Comunicação Corporativa, Pesquisa & Desenvolvimento, Fundação Bunge, Controladoria e Global Ethics and Compliance.

TEXTO

TV1 Editorial

PLANEJAMENTO, EDITORAÇÃO GRÁFICA E DIREÇÃO DE ARTE

TheMediaGroup

FOTOS

Acervo Bunge

Acervo TheMediaGroup

TIRAGEM

500 exemplares

IMPRESSÃO

BRASPOR

Este impresso foi produzido com papel proveniente de madeira certificada FSC e de outras fontes controladas, garantindo o respeito ao meio ambiente e aos trabalhadores florestais.



Fontes Mistas

Grupo de produto proveniente de florestas bem manejadas e fontes controladas
www.fsc.org Cert no. SW-COC-000000
© 1996 Forest Stewardship Council







www.bunge.com.br/sustentabilidade

