

28 DE JULHO DIA DO AGRICULTOR

A homenagem da Bunge a quem gera riquezas para o país



Agricultor brasileiro.
Quem conhece reconhece.

A agricultura reforça os tons verde e amarelo que colorem as estatísticas brasileiras



AGRICULTOR BRASILEIRO.
QUEM CONHECE RECONHECE.

BUNGE
DO CAMPO À SUA MESA

Desde maio, a Bunge está na mídia expressando seu reconhecimento às conquistas do *agricultor brasileiro*. A campanha publicitária – que tem como slogan: *Agricultor brasileiro. Quem conhece reconhece* – reitera o respeito da empresa ao trabalho de quem gera alimentos para o mundo e divisas para o Brasil.

Enfatizando esse respeito, no dia 28 de julho, Dia do Agricultor, a Bunge estará prestando mais uma homenagem. Assista no intervalo do *Globo Rural* e do *Jornal Nacional* um filme especial enfatizando algumas das qualidades que fazem o sucesso do produtor rural. Caso não possa assistir, ou queira rever a homenagem, assim como os demais filmes da campanha, é só recorrer a esse CD, que a Bunge faz chegar a



você por meio do nosso jornal *Bunge no Campo*. Ao reunir os anúncios veiculados em rede nacional de TV, essa lembrança proporciona também um panorama da revolução desencadeada nos campos do país.

É mais uma maneira de mostrar nosso orgulho diante de constatações como os 18 milhões de empregos gerados no campo, as divisas que se acumulam nas negociações com o mercado externo, a safra recorde de 130 milhões de toneladas. É o nosso jeito de dizer o quanto a gente reconhece o trabalho de quem todos os dias arregaça as mangas para promover o crescimento do país.

Assimilando novas tecnologias, respeitando a natureza, gerando divisas para o país, cultivando parcerias que proporcionam índices crescentes de produtividade, mantendo a tradição que faz com que gerações sucessivas preservem a paixão pela terra, você, agricultor brasileiro, tem papel vital no processo de crescimento do país.

O agricultor brasileiro está na ordem do dia. É fonte de notícias, de estudos e pesquisas, de análises socioconjunturais. “Estamos diante do principal protagonista de uma nova história do Brasil, país revigorado pelas boas notícias que vêm do campo, alimentando a economia com estatísticas nunca antes registradas”, afirma Mário Barbosa, presidente da Bunge Fertilizantes.

Os números não deixam dúvidas sobre o poder emanado das lavouras. Em menos de dez anos, a capacidade de produção por hectare foi multiplicada por dois, fazendo tilintar o superávit da balança do agronegócio, que atingiu US\$ 25,8 bilhões em 2003. Também no ano que passou, o Brasil foi elevado à condição de maior exportador de soja do mundo. No balanço das exportações, coube ao agronegócio o sonoro percentual de 42% de tudo o que o país comercializou lá fora, em 208 diferentes destinos.

“Mais importante do que registrar esse quadro é entender que ele é consequência do processo de modernização crescente da agricultura brasileira. Os pilares do campo não estão mais fincados somente na disponibilidade de terras ou no clima favorável, mas sobretudo nas tecnologias avançadas aplicadas à lavoura”, enfatiza Sérgio Waldrich, presidente da Bunge Alimentos. De fato, dados do Ministério da Agricultura revelam que na safra 1990/1991, o país colheu 57,9 milhões de toneladas de grãos, semeados em 37,9 milhões de hectares. Doze anos depois, na safra 2002/2003, foram necessários 43,9 milhões de hectares para colher 122,9 milhões de toneladas. Ou seja, enquanto a área plantada cresceu 16%, a produção mais que dobrou.





A receita com exportações de café atingiu R\$ 721 milhões nos cinco primeiros meses do ano, segundo informações divulgadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Foram 9,9 milhões de sacas, com preço médio ponderado de venda de US\$ 72,83/saca. No mesmo período de 2003, apesar do volume exportado ter sido maior (10,7 milhões de sacas), as vendas externas alcançaram US\$ 597 milhões.

Os embarques de milho experimentaram crescimento de 418% no primeiro trimestre de 2004, alcançando 1,94 milhão de toneladas. Em 2003, nesse mesmo período, as vendas externas totalizaram 374,8 mil toneladas. Fonte: Agência Brasil.

PLUGUE-SE

www.bunge.com



Recentemente relançado, o site da Bunge Limited apresenta as empresas, negócios e serviços da Bunge em todo o mundo. Há também links para as empresas Bunge sediadas em diferentes países.

www.manah.com.br



Informativos referentes ao agronegócio (com artigos preparados por agrônomos) análise simulada de correção do solo e adubação, palestras online, possibilidade de consulta ("Requisição") a engenheiros agrônomos, zootecnistas e veterinários são alguns dos serviços disponíveis no site da Manah, marca da Bunge Fertilizantes. Produtos, agenda de eventos do setor são também destaques no site inteiramente voltado às necessidades do produtor rural.

www.mundocaipira.com.br



Um dos maiores portais sobre a cultura popular brasileira, registra a produção cultural gerada no interior, traz relação de violeiros e compositores que marcaram época, artigos sobre folclore (danças, folgoes, mitos e lendas) e várias outras informações.

SEU CONSULTOR



FOTO: ARQUIVOBUNGE

RICARDO V. FERRARI

Área de Produtos de Nutrição Animal da Bunge Alimentos

O girassol está invadindo



FOTO: ILLUMINATIONS/SHUTTERSTOCK

ATUALIZE-SE

● A canola também avança

A canola é outra cultura de inverno que está conquistando os campos brasileiros. Antes restrita aos Estados do Rio Grande do Sul e Paraná, começa a ganhar espaço principalmente em Goiás, onde as primeiras lavouras já puderam ser vistas na última safreinha.

De acordo com o pesquisador da Embrapa, Gilberto Tomm, em 2002 a área semeada foi de 14,8 mil hectares. No ano passado, chegou a 15,4 mil. A tendência é que esse número continue crescendo devido às boas perspectivas de produção da matéria-prima em outras localidades do Brasil e à procura cada vez maior por óleos vegetais nobres.

O girassol tem se apresentado como uma boa alternativa de cultura de inverno, pois é resistente a seca e ao frio. É forte alternativa ao trigo, principalmente no Centro-Oeste brasileiro, onde a distância dos moinhos, situados, em sua maioria, próximos ao litoral, favorece muitas vezes a importação do grão frente a sua origem.

A época de plantio varia conforme a região: em São Paulo, é realizado em fevereiro e março; no Centro-Oeste, em janeiro e fevereiro; no Sul, de julho a setembro. O ciclo de cultura dura cerca de 130 dias e a produtividade gira em torno de 40 mil plantas por hectare, que irão render até 2 toneladas de sementes e 40 toneladas de massa verde. O girassol compete com plantas invasoras, sendo usado com sucesso na rotação de culturas. A semente é pouco afetada por fungos e carunchos, desde que se mantenha a umidade baixa.

Os principais limitantes para o plantio de girassol eram o alto custo das sementes, que normalmente são importadas, e as dificuldades na comercialização do grão para as indústrias.

No entanto, observa-se atualmente incentivo crescente à expansão da produção de girassol. Além de medidas voltadas à difusão da tecnologia de manejo, há diversas pesquisas que visam desenvolver novos tipos de sementes, com custo mais baixo e mais adaptadas às condições climáticas do Brasil.

A PRODUÇÃO DE ÓLEO

AQUECE A DEMANDA

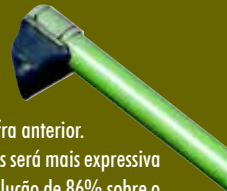
Entre os fatores decisivos para o fortalecimento da presença do girassol nos campos brasileiros está a demanda cada vez maior por óleo de girassol – considerado extremamente saudável – para alimentação humana. Essa demanda está retratada no comportamento do mercado comprador de sementes, onde empresas como a Bunge Alimentos têm atuação decisiva. A Bunge vem fomentando a produção de girassol nos Estados de São Paulo e do Paraná. O esmagamento das sementes é feito nas unidades de Ourinhos e Bauru, interior de São Paulo.

Além do uso da semente para a produção de óleo, há outros tipos de uso para os derivados, como o



O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, BNDES, vai liberar R\$ 500 milhões para financiamento de tratores, colheitadeiras, máquinas e equipamentos agrícolas. Esse total será somado ao orçamento inicial de R\$ 2,15 bilhões previsto para a Linha Especial de Financiamento Agrícola. *Fonte: Valor Online.*

A agricultura brasileira terá R\$ 39,5 bilhões à disposição em recursos para a safra 2004/2005. O montante representa um aumento de 45% sobre os R\$ 27,15 bilhões destinados ao setor na safra anterior. A expansão do crédito de custeio e comercialização chegará a 34%, mas será mais expressiva em investimentos: os produtores terão R\$ 10,7 bilhões de recursos, evolução de 86% sobre o programado para a safra anterior, de acordo com informações divulgadas pela Embrapa.



BOA PROSA

A CACHAÇA BRASILEIRA CONQUISTA O MUNDO



FOTOS: LUC IMAGENS/SHOVALT FREE

Tipicamente brasileira, a cachaça é o terceiro destilado mais vendido no mundo. E a caninha é boa também em números: gera 450 mil empregos diretos e quase um milhão de indiretos, e fatura cerca de 500 milhões de dólares a cada ano.

Números apetitosos

- A produção anual é de 1,3 bilhão de litros.
- Em 2003, segundo o Ministério do Desenvolvimento, foram exportados mais de oito milhões de litros de cachaça, gerando receita de US\$ 9 milhões.
- O principal comprador da caninha nacional é a Alemanha (responde por 30% das importações).
- O consumo *per capita* no país é de 11 litros. É a segunda bebida na preferência dos brasileiros, só perdendo para a cerveja.
- Água-que-passarinho-não bebe, arrebenta-peito, acalma-nervo, bagaceira, baronesa, marvada, teimosa, entre outros, são alguns dos muitos sinônimos usados para designar a bebida.




O VIGOR DAS FLORES AMARELAS

Nos últimos anos, a área cultivada com girassol cresceu gradativamente, tendo saltado de 11 mil hectares, em 1997, para os atuais 53,8 mil hectares, segundo dados da Companhia Nacional de Abastecimento, Conab. Atualmente, os maiores produtores são os Estados Goiás (34,5 mil hectares) e Mato Grosso do Sul (8,3 mil hectares).

A Bunge Alimentos tem estimulado o plantio de girassol por meio da compra das sementes para a produção de óleos comestíveis da marca Salada e de farelo usado na alimentação animal. Durante esse ano, a empresa vai processar cerca de 25 mil toneladas de sementes. Em 2005, a meta é chegar a 50 mil toneladas.

Na opinião da produtora rural Laís Boening, que plantou na última safra 100 hectares de girassol em São Gabriel do Oeste (MS), a empresa tem sido fundamental para que os agricultores percebam o girassol como mais uma boa opção de renda. "Trata-se de uma cultura recente, que só não se desenvolveu antes por falta de incentivos. Agora, o interesse da Bunge pela originação do produto deu mais segurança no momento de comercializarmos a produção".

Além de empresas como a Bunge, o governo brasileiro é outro agente que está incentivando o cultivo do girassol. Provas disso, são a criação Pólo Nacional de Biocombustíveis Brasil e o anúncio da adição de 5% de biodiesel em todo o fornecimento de óleo petrolífero no país, a partir de 2005. 

os campos brasileiros



farelo de girassol. Esse produto é de grande interesse para a Área de Produtos de Nutrição Animal da Bunge Alimentos, pois se constitui em excelente fonte de proteínas para alimentação animal.

O farelo de girassol ainda tem seu uso pouco difundido no Brasil. Mas está em franca expansão devido ao aumento de consumo do óleo, ao incentivo ao plantio do girassol e à sua viabilidade para alimentação animal em rações para todas as espécies, inclusive aves e suínos, porque não apresenta limitantes tóxicos, tendo como único limitante o teor de fibra. Porém, se o teor de lisina é inferior ao do farelo de soja, os teores de Cálcio, Fósforo e Metionina são superiores. O teor de extrato etéreo é variável e importante para a definição da sua aplicação, sendo obtidos valores de 1,5 até 5%, o que influencia diretamente os níveis de energia desse ingrediente.

As múltiplas possibilidades de uso e aplicação, somadas às perspectivas bastante favoráveis na área de biocombustíveis, colocam o girassol como mais uma fonte de renda e de divisas para o agronegócio brasileiro.



**TEM FESTA, FEIRA
E EXPOSIÇÃO NA CIDADE**

20ª Festa do Peão de Limeira Limeira (SP) – 6 a 15 de agosto
15º Congresso Brasileiro de Reprodução Animal Porto Seguro (BA) – 8 a 12 de agosto
3º Leilão Estância Santa Alzira Campo Seguro (MS) – 9 de agosto
Infocana 2004 Ribeirão Preto (SP) – 10 a 12 de agosto
53ª Exposição Agropecuária Juiz de Fora (MG) – 11 a 15 de agosto
Biolatina 2004 & Abrapi 2004 Salvador (BA) – 16 a 20 de agosto

CAMPO MODERNO

Os pilares que sustentam a agricultura brasileira



Tecnologia, respeito ao meio ambiente, participação crescente nas exportações e na geração de empregos, parcerias, produtividade e tradição: são esses os esteios da agricultura brasileira, retratados na campanha publicitária da Bunge: *Agricultor brasileiro. Quem conhece reconhece.*

Bunge no Campo reproduz o testemunho de cinco produtores rurais – protagonistas dos anúncios – extraídos de entrevistas e dos roteiros dos filmes que integram a campanha.

MEIO AMBIENTE

UMA NOVA CONSCIÊNCIA NO CAMPO

Produzir cada vez mais por área plantada – em nome do respeito à biodiversidade e da preservação de mananciais e nascentes – é missão assumida com afinco cada vez maior pelo agricultor brasileiro.

Luiz Ayres “As atividades agrícolas devem preservar as condições naturais do meio ambiente, impedindo a contaminação do solo, do ar e da água. É o que estamos fazendo aqui. Quem visitar essa região poderá ver pássaros, veado campeiro, raposa, cachorro-do-mato, capivara, jaguatirica e diversas espécies de peixes, símbolos do nosso respeito ao meio ambiente.”

PRODUTIVIDADE / PARCERIA

RECORDES NUNCA ANTES IMAGINADOS

Em menos de dez anos, os produtores rurais dobraram a capacidade de produção por hectare. O resultado: hoje, a agricultura responde por 34% do PIB brasileiro.

Marcelo Degraf Plantio direto com correção de calcário, análise de solo, rotação de cultura e de adubação segundo as necessidades de cada cultura, troca de experiências e informações com parceiros. Em resumo, esta tem sido a estratégia do produtor Marcelo Degraf,

para conseguir recordes de produtividade nas culturas de soja, milho e feijão – no verão –, e trigo e aveia – no inverno.”

TRADIÇÃO

PERPETUANDO A ARTE DE CUIDAR DA TERRA

Pedro Baggio Neto Tradição centenária no campo. É essa a saga da família Baggio, que há 114 anos, desde os tempos do avô de Pedro, produz café. “Hoje, produzimos café, cana-de-açúcar, soja, milho, trigo, mandioca e laranja no Paraná e no Mato Grosso, com a consciência que à tradição na agricultura foi sendo somado o saber acadêmico, igualmente importante. O produtor rural não sobrevive se não for profissional – essa foi a grande mudança no campo nas últimas décadas”.

TECNOLOGIA

O RESPEITO À TERRA SOB RÍGIDOS CONTROLES

Mapeamento da performance das culturas por satélite, técnicas centradas na agricultura de precisão, investimentos em maquinários cada vez mais modernos: o produtor rural vai além da terra, demonstrando uma capacidade de adaptação às exigências dos novos tempos nunca antes registrada.

Cássio Roberto “Além da economia de insumo, essa tecnologia agilizou o plantio. Da análise do solo até a colheita, tudo aqui é monitorado

por equipamentos sofisticados, que permitem ganhos crescentes de produtividade.”

BALANÇA COMERCIAL

O MILAGRE DA MULTIPLICAÇÃO DE DIVISAS

Foi tanto o que o agricultor produziu que o volume de exportações, em 2004, só do que saiu do campo, fez soar a agradável cifra de US\$ 30 bilhões, com um superávit de R\$ 25,8 bilhões.

Francisco Terasawa “O que produzo aqui tem valor lá fora e ajuda a trazer riquezas para o Brasil”. Com essa consciência – e com o trabalho incessante voltado ao aprimoramento de técnicas de plantio e ao cuidado especial reservado às sementes – Francisco se tornou referência na produção e exportação de soja.



Luiz Ayres.



Marcelo Degraf.



Wilson e Pedro Baggio Neto.



Cássio Roberto.



Francisco Terasawa.

BUNGE no campo

Uma publicação da Bunge dirigida aos produtores rurais. Av. Maria Coelho Aguiar, 215 – Bl D – 5º andar – São Paulo – SP CEP 05804-900
Projeto e coordenação: Diretoria de Comunicação Corporativa Bunge Brasil

Criação e edição: Luc Comunicação Integrada (11) 5044-6099
Edição: Sonia Cociuffo Reportagens e textos: Graziela Silva, Sérgio Maia Direção de arte e Ilustrações: Rodrigo Cadorniga Sistema e preparação de imagens: Daniel Teixeira Fotolitos: PostScript Impressão: Landgraf Tiragem: 20.000 exemplares