

BUNGE NO AR

Agricultor brasileiro. Quem conhece reconhece.

A Bunge certamente conhece bem o agricultor brasileiro, um dos motores que turbinam a economia do país. Por essa razão, a companhia vem a público, por meio de mais uma campanha de mídia, dizer o quanto reconhece o trabalho, a garra e o talento do produtor rural que, nos últimos anos, vem protagonizando uma verdadeira revolução no campo.



LUC IMAGE/ROYALTY FREE



A Bunge retorna à mídia para homenagear um de seus maiores parceiros: o produtor rural. Ele é o personagem principal da nova campanha institucional, que começou a ser veiculada no dia 2 de maio nos principais meios de comunicação do país.


Agricultor brasileiro. Quem conhece reconhece. É esta a assinatura da campanha, pensada com o objetivo de enaltecer o papel do produtor rural no processo de evolução do país. "Com mais esta ação reforçamos a amplitude da nossa parceria com o homem do campo, a quem reservamos serviços, pesquisas e tecnologia de forma a fazer com que ele plante cada vez mais e melhor. É também dessa forma que a Bunge valoriza o constante arregaçar de mangas do agricultor brasileiro", destaca Mário Barbosa, presidente da Bunge Fertilizantes.

"Relacionar todas as conquistas concretizadas ao longo dos últimos anos seria tarefa difícil. Como testemunhas desses avanços, podemos citar alguns deles, que vêm des-

viando a atenção do mundo para o Brasil: batemos recordes de produtividade, investimos pesado em modernização tecnológica, expandimos as fronteiras, somamos cifras preciosas à balança comercial brasileira", destaca Sérgio Waldrich, presidente da Bunge Alimentos. Graças ao trabalho duro do produtor, o agronegócio responde hoje por um terço do PIB e por mais de 40% das exportações brasileiras.

O PONTO DE PARTIDA DO

RECONHECIMENTO

Retratando culturas representativas que colaboram para a vitalidade do agronegócio, entre elas a soja, o milho e o trigo, a campanha da Bunge evidencia temas como tecnologia, meio ambiente, importância do agronegócio para a balança comercial, produtividade e tradição. *Agricultor brasileiro. Quem conhece reconhece* vai além da homenagem: por meio dessa campanha a Bunge registra junto à opinião pública a extensão do trabalho dos empresários do campo, que inauguraram um novo período de prosperidade para o Brasil. 

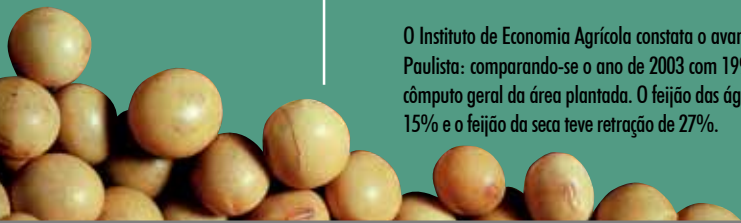
ONDE ESTAMOS EXPRESSANDO O NOSSO RECONHECIMENTO

TV A estréia foi no dia 2 de maio nos programas *Globo Rural* e *Fantástico*. De maio a julho, todos os domingos, segundas e quartas, temos um encontro marcado nos programas *Globo Rural*, *Jornal Nacional* e *Campeonato Brasileiro de Futebol*, respectivamente. Na TV a cabo, a campanha será veiculada no Canal Rural e na Globo News.

Rádio Spots em rádios regionais.

Revistas *Veja*, *Época*, *Exame*, *IstoÉ*, *IstoÉ Dinheiro*, *Globo Rural*, *Carta Capital*, *Forbes* e outras.

Outdoors Veiculação até dezembro de 2004 nas principais cidades.



O Instituto de Economia Agrícola constata o avanço da soja e o recuo do feijão no Sudoeste Paulista: comparando-se o ano de 2003 com 1999, a soja registrou expansão de 158% no cômputo geral da área plantada. O feijão das águas contabilizou, nesse mesmo período, recuo de 15% e o feijão da seca teve retração de 27%.



FOTO: ARQUIVO BUNGE

SEU CONSULTOR

MARCIO FARAH

ENGENHEIRO AGRÔNOMO

Gerente de Inovação e Tecnologia – Matéria-Prima, da Bunge Alimentos

Como identificar e evitar a propagação da

Dando seqüência ao artigo publicado na edição 2 do Bunge no Campo – “As origens e as ameaças da ferrugem da soja” – Marcio Farah enumera sintomas e relaciona estratégias de controle da doença.

Os principais sintomas da ferrugem da soja, causada pelo fungo *Phakopsora pachyrhizi*, são observados nas folhas normalmente localizadas na parte inferior da planta. Os primeiros sintomas são caracterizados por minúsculos pontos escuros (no máximo 1 mm de diâmetro) no tecido sadio da folha. No lado inferior, podem ser observadas saliências que correspondem a estruturas de frutificação do fungo (urédias). São essas saliências que diferenciam a ferrugem das outras doenças.

A presença de água na superfície da folha é fator determinante para o início do processo de infecção pelo fungo. É necessário pelo menos um mínimo de seis horas de umidade foliar, que pode ser causada tanto pelo orvalho quanto pela chuva. As regiões mais altas, com temperaturas noturnas mais amenas (20°C),

apresentam um maior número de horas de orvalho, favorecendo o processo de infecção, beneficiado também pela ocorrência de chuvas bem distribuídas.

Há um método simples de identificação e monitoramento da ferrugem da soja a campo, segundo o pesquisador *José Tadashi Yorinori*, da Embrapa Soja de Londrina. Confira:

O PASSO A PASSO DA IDENTIFICAÇÃO A CAMPO

1 Colete as folhas com suspeita de ferrugem, coloque-as em um saco plástico, sobre um pouco de ar e amarre a boca, fazendo um pequeno balão (câmara úmida). Procure coletar folhas dos terços médio e inferior das plantas.

2 Deixe o saco fechado em local fresco, à temperatura ambiente, por

um período de 12 a 24 horas: o fungo irá produzir os uredíniosporos, que ficarão acumulados na superfície das urédias (estruturas salientes), tornando-se mais visíveis.

3 Retire as folhas do saco plástico e, observando a folha contra um fundo claro, procure por minúsculos pontos (menos de 0,5 mm de diâmetro) de coloração escura à cinza-esverdeada, na parte inferior da folha, com o auxílio de uma lupa de 10 a 20 vezes de aumento. As estruturas de frutificação (em relevo na superfície da folha) são as únicas características que permitem diferenciar a ferrugem das outras doenças foliares e lesões de fitotoxicidade de herbicidas.

4 Para facilitar a visualização das urédias utilize uma lupa. A luz deve incidir com a máxima inclinação sobre a face abaxial (inferior) da folha, de modo a formar sombra de um dos lados das urédias.



OS DEFENSIVOS DA FERRUGEM					
II. Infecção Inicial	Nome comercial	Nome comum	Fabricante	Dose/ha	
				g.i.a./ha*	P.C. l/ha**
II. Infecção Inicial	Palisade 250 CE	Fluquinconazole	Bayer CropScience	63	0,25
	Priori 250	Azoxystrobin	Syngenta	50	0,20
	Score 250 CE	Difenoconazole	Syngenta	50	0,20
	Stratego 125	Trifloxystrobin + Propiconazole	Bayer CropScience	100	0,40
III Infecção Avançada	Nome comercial	Nome comum	Fabricante	Dose/ha	
				g.i.a./ha*	P.C. l/ha**
III Infecção Avançada	Constant	Tebuconazole	Bayer CropScience	100	0,50
	Domark 100 CE	Tebuconazole	Sipcam	50	0,50
	Folicur 200 CE	Tebuconazole	Bayer CropScience	100	0,50
	Impact 125 SC	Flutriafol	Syngenta	75	0,60
	Opera	Pyraclostrobin + Epoxiconazole	Basf	92	0,50
	Orius 250 CE	Tebuconazole	Millenia	100	0,40
	PrioriXtra 200+80	Azoxystrobin + Ciproconazole	Syngenta	84	0,30
	Eminent 125 EW	Tebuconazole	Hokko		
	Systhane 250 CE	Myclobutanil	Dow Agroscience		
Tebuconazole Nortox 250 CE	Tebuconazole	Nortox			

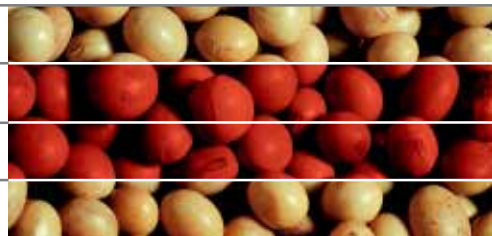
* g.i.a./ha = gramas de ingrediente ativo por hectare ** P.C. l/ha = Produto Comercial por hectare

Os produtos em azul estão em processo de registro junto ao Ministério da Agricultura. Por este motivo, não possuem dosagem recomendada.

Fonte: Embrapa Soja e Ministério da Agricultura

O Brasil pode colher neste ano cerca de 6,5 milhões de toneladas de trigo, 10% a mais do que em 2003. A estimativa é da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Culturas de Inverno. Para cumprir a previsão de expansão, o setor reivindica a antecipação da liberação dos recursos de custeio, estimados em R\$ 600 milhões para cobrir os gastos com as lavouras.

Com o objetivo de incrementar em 8 milhões de toneladas a capacidade de estocagem de grãos de cooperativas, armazenadores e produtores, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o Ministério da Fazenda e o Banco do Brasil lançaram, no início de março, o Programa de Investimentos em Sistemas de Armazenagem. A previsão inicial é investir R\$ 600 milhões em armazéns graneleiros.



FOTOS: LUCIMAGENS/ROYALTREE

ferrugem da soja

ESTRATÉGIAS DE CONTROLE

1 Diagnóstico visual É necessário fazer o monitoramento da lavoura de duas a três vezes na semana. Constatada a doença, o passo seguinte é observar o clima. Se houver condições climáticas apropriadas (temperatura abaixo de 28 graus e umidade alta) o fungo iniciará sua atividade.

2 Controle químico A doença pode ser facilmente observada na fase de maturação, quando as folhas já estão amarelas, mas os danos são irreversíveis. A utilização de fungicidas é uma medida de controle para minimizar os danos a curto prazo. A Bunge disponibiliza nos programas de troca de grãos, o fungicida Folicur 200CE, comercializado pela DuPont.

3 Ciclo do fungo e número de aplicações O ciclo de reprodução do fungo causador da ferrugem é de 7 a 10 dias. Estudos mostram que, em média, o efeito residual dos fungicidas é de 25 dias. Se a ferrugem for identificada no início do ciclo de vida da planta, serão necessárias, em média, três aplicações de fungicidas durante a safra.

4 Antecipação de plantio Os plantios de soja no final de outubro sofrem menos os efeitos da ferrugem, porque há menor quantidade de esporos do fungo da ferrugem no ar. A orientação para os produtores, segundo a Embrapa, é utilizar cultivares precoces para que seja feito o plantio no início da época recomendada. Com essa iniciativa, o produtor também leva vantagem no uso de fungicidas. Testes sobre a eficiência de fungicidas indicaram que os produtos do grupo dos *triasóis* e *strobirulinas*, usados para o controle do oídio e de outras doenças que aparecem no final do ciclo da cultura, controlam também a ferrugem. Vários destes já possuem registro. Veja na tabela da página 2 os fungicidas com registro no M.A.

BUNGE COMUNIDADE

VOLUNTÁRIOS DAS EMPRESAS BUNGE TRAÇAM UM NOVO CENÁRIO PARA A EDUCAÇÃO NO PAÍS



FOTO: ARQUIVO BUNGE

O Comunidade Educativa, programa de voluntariado corporativo das empresas Bunge no Brasil, tem como foco crianças de 1ª a 4ª série do ensino fundamental, alunos de escolas públicas situadas no entorno das unidades Bunge.

Ao longo de dois anos, o Comunidade Educativa, coordenado pela Fundação Bunge, vem colocando em prática ações centradas no cumprimento de desafios envolvendo a redução dos níveis de evasão escolar, repetência, distorção idade/série, dificuldades de aprendizado, além da criação de mecanismos de incentivo à relação família/escola e do fortalecimento de uma cultura participativa entre pais, alunos, professores, entidades como Sesi, Sesc, entre outras, além de instituições oficiais ligadas à Educação. Somente em 2003, o programa mobilizou mais de 5 mil pessoas, incluindo aí 4.320 alunos e 187 professores.

Até o ano passado, o Comunidade Educativa concentrava suas ações em escolas situadas em Esteio (RS), Cajati (SP), São Paulo (SP), Santos (SP), Itajaí (SC) e Ourinhos (SP). Agora, ele chega às cidades de Rio Grande (RS), Recife (PE), Dourados (MS), Cubatão (SP) e Gaspar (SC), com a expectativa de ampliar de maneira sensível o número de alunos beneficiados por suas ações.

NOVAS FRONTEIRAS



FOTO: WILSON/AS/AB

BUNGE ANUNCIA INVESTIMENTOS DE PESO NO BRASIL

Em recente encontro com o presidente Lula, o Chairman e C.E.O. mundial da Bunge, Alberto Weisser, anunciou que a empresa pretende reforçar seus investimentos no país, particularmente em sistemas portuários, ferrovias e de estocagem. Até 2007, esses recursos poderão atingir a cifra de US\$ 1,3 bilhão. Entre os investimentos de maior peso destacam-se os reservados aos portos de Santos e de São Francisco do Sul.

Falando sobre o desempenho do agronegócio no Brasil, Weisser apresentou ao presidente as dificuldades no escoamento da produção pelos portos brasileiros. Segundo ele, só neste ano, os produtores deixarão de receber US\$ 1,2 bilhão em consequência da ineficiência portuária. Acelerar investimentos e tornar viável projetos que atenuem esse gargalo logístico são medidas de caráter prioritário.

Enfatizando que a Bunge estará concentrando cada vez mais fortemente seus investimentos no incentivo à produção de soja, trigo e milho, Alberto Weisser não deixou de reiterar a importância do agronegócio para o Brasil. "Queremos tornar o sistema de escoamento mais eficiente e reduzir os custos. O melhor investimento é quando existe a demanda, e estamos vendo a demanda. São 100 milhões de bocas para alimentar de cidadãos que virão ao mundo nos próximos anos, e por isso precisamos investir."





BUNGE EM AÇÃO

ENTRA EM CENA UM PROGRAMA DE PARCERIA QUE PRIORIZA A PRODUTIVIDADE E O LUCRO



Em 2003, a Bunge Alimentos ouviu 60 mil produtores rurais para avaliar que tipo de incentivos e benefícios eles gostariam de receber para ampliar o grau de motivação na prática de negócios e fortalecer a parceria estabelecida com a empresa. Com base no resultado desse levantamento, foi idealizado o *Fortalecer Sempre Bunge*, programa de fidelização que tem como principais propostas fortalecer o relacionamento entre a Bunge Alimentos e os produtores e ainda incrementar a originação de soja em grão, a granel e tipo industrial.

O sistema de pontuação prioriza aspectos como fidelidade e crescimento nas entregas, aquisição de fertilizantes das empresas vinculadas à Bunge, entre outros. Na extensa relação de vantagens e benefícios a serem concedidos ao produtor (em função da pontuação) estão, por exemplo, a preferência na análise do apoio para o desenvolvimento das lavouras (custeios),

preferência na comercialização e prestação de serviços de outros grãos (desde que a unidade tenha condições de recebimento) e a possibilidade de contratar a antecipações de preço com 10% de bonificação sobre os encargos financeiros praticados na data.

“Além de consolidar a parceria com os produtores, queremos também reforçar a credibilidade adquirida em uma relação de confiança e transparência expressas no relacionamento da Bunge Alimentos com o homem do campo”, afirma Carmen Piste, gerente Operacional de Compra de Matéria-Prima.

Informações sobre o *Fortalecer Sempre Bunge* estão disponíveis no site www.bungealimentos.com.br. É só clicar em “Fornecedores de Grãos” e utilizar a senha privativa de acesso. Impressos explicativos sobre o programa podem ser solicitados em qualquer unidade da Bunge Alimentos.

BUNGE ALIMENTOS FORTALECE SINERGIAS NO NEGÓCIO DE TRIGO



Bunge Alimentos e J. Macêdo, uma das maiores empresas brasileiras na produção de trigo, misturas e massas, firmaram parceria histórica que estará fortalecendo a atuação de ambas no mercado de produtos de trigo. Com o acordo operacional, as duas empresas passam a atuar sob focos distintos: a Bunge centraliza esforços nos segmentos de indústria e panificação e a J. Macêdo concentra suas ações no consumo final.

Sob essa configuração, a Bunge Alimentos assume as marcas comercializadas pela J. Macêdo: Soberana, Jangada e Tropical, além de toda a linha Bentamix de pré-misturas para panificação e confeitaria. A J. Macêdo passa a responder pela linha de massas da Bunge, com as marcas Petybon, Boa Sorte, Familiar, Madre-Massa, Favorita e Paraíba; pelas farinhas domésticas Sol, Boa Sorte, Lili e Veneranda; as misturas para bolos Sol e Boa Sorte, assumindo ainda as sobremesas Sol.

RALLY DA SAFRA: RAIÓ-X DO AGRONEGÓCIO NO PAÍS

Pelo segundo ano consecutivo, foi promovido em fevereiro e março o Rally da Safra, a maior expedição de avaliação de safra do país, feita por agrônomos e jornalistas convidados a percorrer, durante 40 dias, 25 mil quilômetros de campos cultivados. Quatro equipes – Nordeste, Norte-Sul, Leste e Oeste – participaram da expedição, que foi batizada com o slogan “Viagem ao Brasil que produz” e que contou com o apoio da Bunge Fertilizantes.

Os participantes visitaram 33 pólos de produção em 15 Estados, fazendo uma verdadeira radiografia das safras, especialmente as de soja e milho. A proposta foi avaliar as

condições de desenvolvimento das plantações, conhecer as tecnologias empregadas no cultivo, identificar eventuais deficiências na infra-estrutura e mostrar o impacto do agronegócio nas transformações das cidades.

Durante o trajeto, engenheiros agrônomos da Bunge Fertilizantes estiveram ao lado do produtor, preocupando-se em aprimorar conhecimentos sobre todos os pólos produtivos do Brasil. “É de suma importância acompanhar o que está acontecendo no campo. O sucesso do produtor é o nosso sucesso e é na colheita que ele enxerga o resultado do seu tra-

balho e nós temos a chance de identificar o quanto contribuímos para isso. Também é uma oportunidade preciosa para reforçar nossa parceria”, afirma Francisco Cleber Sousa Vieira, gerente de Informações de Mercado.

“Esse evento amplia o espaço reservado pela imprensa para a divulgação do nível de contribuição da agricultura para o desenvolvimento do país”, complementa Michel Santos, gerente de Marketing da Bunge Fertilizantes. O Rally da Safra é uma iniciativa da empresa de consultoria Agroconsult e conta com o apoio de vários patrocinadores.

ATUALIZE-SE

- Criada uma rede de softwares livres para agropecuária



A Embrapa acaba de anunciar a criação da Rede de Software Livre para Agropecuária, com a proposta de atender às necessidades do setor nas áreas de sistemas de apoio à tomada de decisão, à pesquisa científica e a projetos de inclusão digital. O projeto, desenvolvido pela unidade Informática Agropecuária e pelo Departamento de Tecnologia da Informação da entidade (com o apoio do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação), coloca à disposição do homem do campo, nessa primeira fase, a possibilidade de fazer downloads gratuitos dos programas *HiperEditor* e *HiperVisual* (para organizar e visualizar informações); *Software Científico*, *SOC* (conjunto de módulos orientados para análise estatística de dados) e o *Lactus* (sistema para gerenciamento de rebanhos).

Informações detalhadas sobre a rede – e acesso aos programas – estão reunidos no site www.agrolivre.gov.br.

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 texto; Sérgio Maia Direção de arte: Eduardo Matsuda Sistema e preparação de imagens: Daniel Teixeira Ilustrações: Rodrigo Cadorniga Frotolitos: PostScript Impressão: Landgraf Tiragem: 20.000 exemplares