



De olho no  
futuro  
*Con vistas al futuro*

Relatório de Atividades América do Sul  
*Informe de Actividades América del Sur*

2 0 0 6

 **BASF**  
The Chemical Company

# Setores de Mercado

*Sectores de Mercado*

# Sumário

*Sumario*

## Agricultura e Nutrição

*Agricultura y Nutrición*



**02 | Mensagem do Presidente /**  
*Mensaje del Presidente*

**06 | Desempenho 2006 /**  
*Desempeño 2006*

## Construção Civil

*Construcción Civil*



**14 | Ao lado dos clientes /**  
*Junto a los clientes*

**18 | Agricultura e Nutrição /**  
*Agricultura y Nutrición*

**24 | Construção /**  
*Construcción*

## Automotivo

*Automotriz*



**30 | Automotivo /**  
*Automotriz*

**34 | Energia, Químicos e Petroquímicos /**  
*Energía, Químicos y Petroquímicos*

## Energia, Químicos e Petroquímicos

*Energía, Químicos y Petroquímicos*



**38 | Couro, Têxtil, Papel e Tintas /**  
*Cuero, Textil, Papel y Pinturas*

**42 | Farmacêutico e Cosmético /**  
*Farmacéutico y Cosmético*

## Couro, Têxtil, Papel e Tintas

*Cuero, Textil, Papel y Pinturas*



**44 | Embalagens, Eletroeletrônicos (linha branca e eletrônicos) e Outros /**  
*Embalajes, Electroelectrónicos (línea blanca y electrónicos) y Otros*

## Farmacêutico e Cosmético

*Farmacéutico y Cosmético*



**50 | Socioambiental /**  
*Socio-ambiental*

## Embalagens, Eletroeletrônicos (linha branca e eletrônicos) e Outros

*Embalajes, Electroelectrónicos (línea blanca y electrónicos) y Otros*



**70 | Investimentos nos colaboradores /**  
*Inversiones en los colaboradores*

**72 | Investimentos socioambientais /**  
*Inversiones socio-ambientales*



# Estrutura Interna de Negócios

## Estructura Interna de Negocios



### **Produtos para Agricultura e Nutrição / Productos para la Agricultura y Nutrición**

**Produtos para Agricultura / Productos para la Agricultura**

#### **Química Fina / Química Fina**

*nutrição animal e humana, cosmético, farmacêutico, aromas e fragrâncias /  
nutrición animal y humana, cosmético, farmacêutico, aromas y fragâncias*



### **Plásticos / Plásticos**

**Estirênicos / Estirênicos**

*commodities e especialidades, poliestireno, copolímeros de estireno, espumas plásticas /  
commodities e especialidades, poliestireno, copolímeros de estireno, espumas plásticas*

#### **Polímeros de Performance / Polímeros de Performance**

*plásticos de engenharia / plásticos de ingeniería*

#### **Poliuretanos / Poliuretanos**

*sistemas de poliuretano, elastômeros de poliuretano e matérias-primas para fabricação de poliuretano /  
sistemas de poliuretano, elastômeros de poliuretano y materias primas para fabricación de poliuretano*



### **Produtos de Performance / Productos de Performance**

**Químicos de Performance / Químicos de Performance**

*pigmentos para tintas, plásticos e especialidades; têxtil; couros; detergentes, formuladores, automotivos  
e petroquímicos / pigmentos para pinturas, plásticos y especialidades, textil; cueros; detergentes, formuladores,  
automotrices y petroquímicos*

#### **Químicos para Construção / Químicos para Construcción**

*aditivos para concreto, produtos para túneis (antichamas, impermeabilizantes, aditivos, etc.), fibra de polipropileno  
(evita rachaduras no concreto), microcimento (injetado em superfícies para corrigir fissuras) /  
aditivos para hormigón, productos para túneles (antillamas, impermeabilizantes, aditivos, etc.), fibra de  
polipropileno (evita roturas en el hormigón), microcemento (inyectado en superficies para evitar fisuras)*

#### **Polímeros Funcionais / Polímeros Funcionales**

*monômeros acrílicos, polímeros, químicos para papel, superabsorventes / monómeros acrílicos,  
polímeros, químicos para papel, superabsorbentes*

#### **Tintas e Vernizes / Pinturas y Barnices**

*imobiliárias (Suvini®, Glasurit® e Casablanca®), automobilísticas, industriais, repintura automotiva  
(Glasurit® e Salcomix®) / decorativas (Suvini®, Glasurit® y Casablanca®), automotrices, industriales, repintura  
automotriz (Glasurit® y Salcomix®)*



### **Químicos / Químicos**

**Inorgânicos / Inorgánicos**

**Petroquímicos / Petroquímicos**

**Intermediários / Intermediarios**

**Catalisadores / Catalizadores**

*catalisadores e filtros para veículos e motos / catalizadores y filtros para vehículos y motos*



### **Petróleo e Gás / Petróleo y Gas**

**Óleo Cru e Gás Natural / Petróleo y Gas Natural**



Ajudar nossos clientes a atingir ainda mais o sucesso

Obter um retorno financeiro acima do custo de capital

Assegurar o desenvolvimento sustentável

Formar a melhor equipe na indústria

# BASF 2015

*Ayudar a nuestros clientes a tener aún más éxito*

*Obtener retornos financieros sobre el costo del capital*

*Garantizar el desarrollo sustentable*

*Formar el mejor equipo en la industria*



## Oceano de oportunidades

A BASF tem uma história de tradição na América do Sul. Em 2006, completou 95 anos de atividades na região, 50 anos no Peru e 45 anos da marca Suvinil. Essa história começou em 1911, com a instalação de um escritório de representação comercial de produtos para as indústrias têxtil e de couros, no Rio de Janeiro, Brasil. Em 1956, a construção do Complexo Químico de Guaratinguetá, em São Paulo, Brasil, o maior centro produtivo da empresa na América do Sul, consolidou sua presença na região.

Líder nos setores em que atua, a BASF é conhecida como *The Chemical Company*. Está ao lado dos clientes oferecendo-lhes um amplo portfólio de produtos que contempla as necessidades dos mais variados setores: construção, automotivo, agricultura e nutrição, farmacêutico, cosmético, têxtil, couros, embalagens, eletroeletrônicos e energia e petroquímicos, entre outros. Muito mais do que produtos e soluções inovadoras, a BASF cultiva o relacionamento com os parceiros e semeia princípios de responsabilidade socioambiental, sempre atenta ao oceano de oportunidades para crescer ao lado dos clientes. Esta retrospectiva dos principais acontecimentos de 2006 traz exemplos significativos de uma atuação pautada pelo pioneirismo, profissionalismo e paixão dos cerca de 5 mil colaboradores na região. Esses valores da melhor equipe na indústria são colocados a serviço do sucesso de milhares de clientes na América do Sul.

95 anos de  
atividades na  
América do Sul

95 años de  
actividades en  
América del Sur



### ■ *Océano de oportunidades*

*BASF ya es tradición en América del Sur. En 2006 cumplió 95 años de actividad en la región, 50 años en Perú y 45 años de la marca Suvinil. Esta historia empezó en 1911, con la instalación de una oficina de representación comercial de productos para las industrias textil y del cuero, en Río de Janeiro, Brasil. En 1956, la construcción del Complejo Químico de Guaratinguetá, en San Pablo, Brasil, el más importante centro productivo de la empresa en América del Sur, consolidó su presencia en la región.*

*Líder en los sectores en los que actúa, BASF es conocida como The Chemical Company. Está junto a sus clientes ofreciéndoles una amplia gama de productos, que contempla las necesidades de los más variados mercados: construcción, automotriz, agricultura y nutrición, farmacéutico, cosmética, textil, cueros, embalajes, electrónica y energía y petroquímica, entre otros. Mucho más que productos y soluciones innovadoras, BASF cultiva la relación con sus socios, siembra principios de responsabilidad socio ambiental, y está siempre atenta al océano de oportunidades para crecer junto con los clientes.*

*Esta retrospectiva de los principales acontecimientos de 2006 contiene ejemplos significativos de una actuación enmarcada por la acción pionera, el profesionalismo y la pasión de nuestros casi 5 mil colaboradores en la región. Esos valores del mejor equipo en la industria se colocan al servicio del desarrollo de miles de clientes en América del Sur.*

# Juntos, desbravando novos mares

*Juntos, explorando nuevos mares*



# Construindo o futuro

Apesar dos nossos esforços em planejar e criar alternativas de sucesso mútuo, ao longo de 2006 nos deparamos com desafios importantes na América do Sul, que exigiram de nossas equipes esforço extraordinário em prol dos resultados. Nesse peculiar cenário, a aquisição mundial da Engelhard e dos negócios de químicos para construção da Degussa fortalece a nossa posição de fornecedores da indústria da construção e automobilística. Esses dois setores devem crescer significativamente nos próximos anos na América do Sul. Diante disso, compramos, sobretudo, um grande potencial na região. Precisamos aproveitá-lo, identificando as oportunidades de sinergias com as outras atividades existentes na organização e transformando-as em bons negócios. Existem iniciativas na empresa que buscam encontrar novas oportunidades no mercado. O *perspectives*, lançado mundialmente em 2006, é um programa que estimula as equipes de vendas e marketing a entender as demandas e expectativas dos clientes e ajudá-los a atingir ainda mais o sucesso.

Além disso, a melhor equipe na indústria também tem o desafio de identificar possibilidades de crescimento em cada país e tirar proveito de todas as chances significativas na região. Temos forte presença no Brasil e na Argentina e potencial nos demais países. É o caso da indústria da mineração, da relevância da aquicultura do Chile ou das flores para exportação do Equador e da Colômbia.

## ■ Construyendo el futuro

*A pesar de nuestros esfuerzos por planificar y crear alternativas de éxito mutuo, a lo largo de 2006 enfrentamos importantes desafíos en América del Sur, que exigieron de nuestros equipos un esfuerzo extraordinario para alcanzar los resultados. En ese escenario en particular, la adquisición mundial de Engelhard y de los negocios de químicos para la construcción de Degussa, fortalecen nuestra posición de proveedores de las industrias de la construcción y automotriz. Esos dos sectores deben crecer significativamente durante los próximos años en América del Sur. Frente a esto, compramos, sobretudo, un gran potencial en la región. Debemos aprovecharlo, identificando las oportunidades de sinergias con las otras actividades existentes en la organización y transformarlas en buenos negocios. Existen iniciativas en la empresa dirigidas a encontrar nuevas oportunidades en el mercado. El programa *perspectives*, lanzado mundialmente en 2006, estimula a los equipos de ventas y marketing a entender las demandas y expectativas de los clientes y ayudarlos a tener aún más éxito. Además, el mejor equipo en la industria tiene también el desafío de identificar las posibilidades de crecimiento en cada país y sacar provecho de todas las posibilidades significativas en la región. Tenemos fuerte presencia en Brasil y en la Argentina y en los demás países hay un gran potencial. Es el caso de la industria de la minería, de la relevancia de la acuicultura en Chile o de las flores para exportación en Ecuador y Colombia.*

*Da esquerda para a direita: Fernando Figueiredo, vice-presidente de Químicos, Comunicação Social e Jurídico para a América do Sul; Rui Goerck, vice-presidente de Tintas e Vernizes para a América do Sul, Fábrica de Guaratinguetá, Infra-estrutura Brasil e presidente do Conselho Curador da Fundação Espaço ECO; Walter Dissinger, vice-presidente de Produtos para Agricultura para a América Latina e Química Fina para a América do Sul; Thomas Franck, vice-presidente de Finanças, Administração e Business Centers para a América do Sul; e Rolf-Dieter Acker, presidente da BASF para a América do Sul*

*De izquierda para derecha: Fernando Figueiredo, vicepresidente de Químicos, Comunicación Social y Jurídico para América del Sur; Rui Goerck, vicepresidente de Pinturas y Barnices América del Sur, Fábrica de Guaratinguetá, Infraestructura Brasil y presidente del Consejo de Conversación de la Fundación Espaço ECO; Walter Dissinger, vicepresidente de Productos para la Agricultura para América Latina y Química Fina para América del Sur; Thomas Franck, vicepresidente de Finanzas, Administración y Business Centers para América del Sur; y Rolf-Dieter Acker, presidente de BASF para América del Sur*

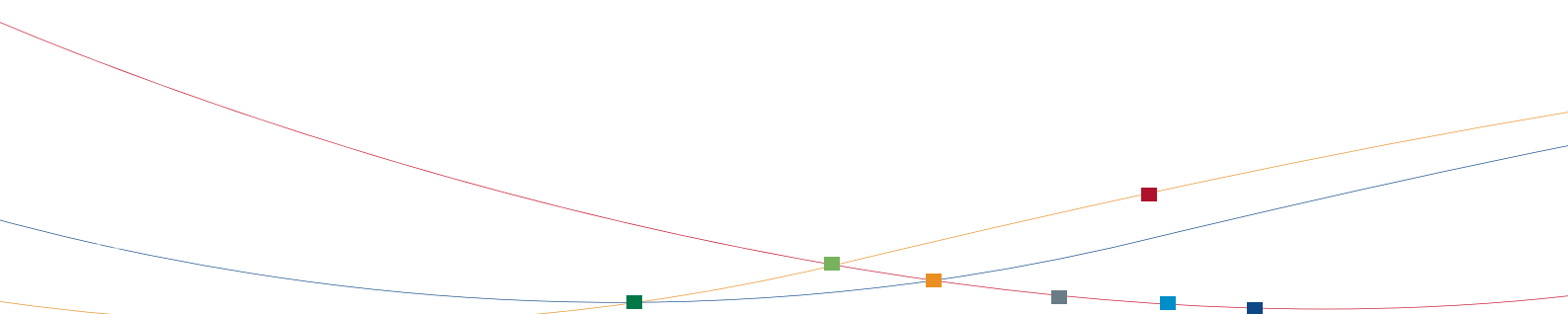
Outro aspecto que nos diferencia no mercado é a integração da sustentabilidade na estratégia de nossos negócios. Essa postura confere força e legitimidade às relações com os nossos públicos de interesse (clientes, comunidade, autoridades e colaboradores). Um dos marcos do ano foi o lançamento no Brasil da Matriz de Sustentabilidade, metodologia de gestão que nos auxiliou a colocar em prática o conceito de sustentabilidade nos negócios. O Brasil é o piloto na adoção da Matriz para o Grupo no mundo. O mapeamento das iniciativas sustentáveis em andamento na empresa resultou em 216 exemplos de ações e processos em diferentes negócios e corporativos, os quais partem de uma única estratégia e estão interligados com todas as atividades da BASF. A Matriz nos ajudou a ter uma fotografia das ações existentes e será uma ferramenta de gestão para as ações futuras, tornando a sustentabilidade uma competência organizacional. E esse é justamente o passo seguinte, no qual já estamos trabalhando: desenvolver a competência individual dos colaboradores para que as decisões sejam espontâneas e conscientes.

216 ações  
e processos  
sustentáveis  
nos negócios

216 acciones y  
procesos sustentables  
en los negocios

*Otro aspecto que nos diferencia en el mercado, es la integración de la sustentabilidad en la estrategia de nuestros negocios. Esa postura confiere fuerza y legitimidad a las relaciones con nuestros públicos de interés (clientes, comunidad, autoridades y colaboradores).*

*Uno de los hitos del año fue el lanzamiento en Brasil de la Matriz de Sustentabilidad, metodología de gestión que nos ayudó a poner en práctica el concepto de sustentabilidad en los negocios. Brasil es la sede para la prueba piloto de adopción de la Matriz para el Grupo en el mundo. El relevamiento de las iniciativas sustentables en marcha en la empresa arrojó 216 ejemplos de acciones y procesos corporativos y de negocios, que parten de una estrategia única y están interconectados con todas las actividades de BASF. La Matriz nos ayudó a tener una fotografía de las acciones existentes y será una herramienta de gestión para las acciones futuras, haciendo de la sustentabilidad una competencia organizacional. Y éste es justamente el paso siguiente, en el cual ya estamos trabajando: desarrollar la competencia individual de los colaboradores para que las decisiones sean espontáneas y conscientes.*





Estar perto do cliente é sempre importante para o desenvolvimento mútuo dos negócios. A cooperação enseja confiança, facilita as soluções e abre caminho para a construção de um futuro promissor. De maneira geral, as indústrias químicas têm muitos produtos comparáveis. O que as distingue é a tecnologia e a inovação, ou seja, a capacidade de ser mais forte e ágil. Acredito que para sermos fortes e ágeis devemos ter clara visão do presente e a perspicácia para esquadrihar o futuro.

Tenho a certeza de que o ano de 2007 será melhor. Pequenas adversidades serão superadas. Precisamos ser otimistas na dose certa, já que os pessimistas são em geral cegos para as oportunidades. Nossa meta é crescer em conjunto com nossos clientes, entregando-lhes modelos e soluções de negócios cada vez mais inovadores. Para isso, eles precisam confiar na BASF, no profissionalismo, na paixão e no pioneirismo da melhor equipe na indústria.

#### **Rolf-Dieter Acker**

**Presidente da BASF para a América do Sul**



*Jürgen Hambrecht , presidente da Junta Diretiva do Grupo BASF, Kurt Bock, membro da Junta Diretiva do Grupo BASF responsável pela América do Sul, e Rolf-Dieter Acker, presidente da BASF para a América do Sul*  
*Jürgen Hambrecht, presidente de la Junta Directiva del Grupo BASF; Kurt Bock, miembro de la Junta Directiva del Grupo BASF, responsable por América del Sur y Rolf-Dieter Acker, presidente de BASF para América del Sur*

*Estar cerca del cliente es siempre importante para el desarrollo mutuo de los negocios. La cooperación da lugar a la confianza, facilita las soluciones y abre camino a la construcción de un futuro promisorio. En términos generales, las industrias químicas tienen muchos productos que son comparables. Lo que las distingue es la tecnología y la innovación, es decir, la capacidad de ser más fuertes y ágiles. Considero que para ser fuertes y ágiles debemos tener clara visión del presente y perspicacia para examinar el futuro.*

*Estoy seguro que el año 2007 será mejor. Vamos a superar las pequeñas adversidades. Debemos ser optimistas en la dosis justa, ya que los pesimistas, en general, se ciegan a las oportunidades. Nuestra meta es crecer en conjunto con nuestros clientes, entregándoles modelos y soluciones de negocios cada vez más innovadores. Para lograrlo, ellos necesitan confiar en BASF, en el profesionalismo, en la pasión y en la acción pionera del mejor equipo en la industria.*

#### *Rolf-Dieter Acker*

*Presidente de BASF para América del Sur*

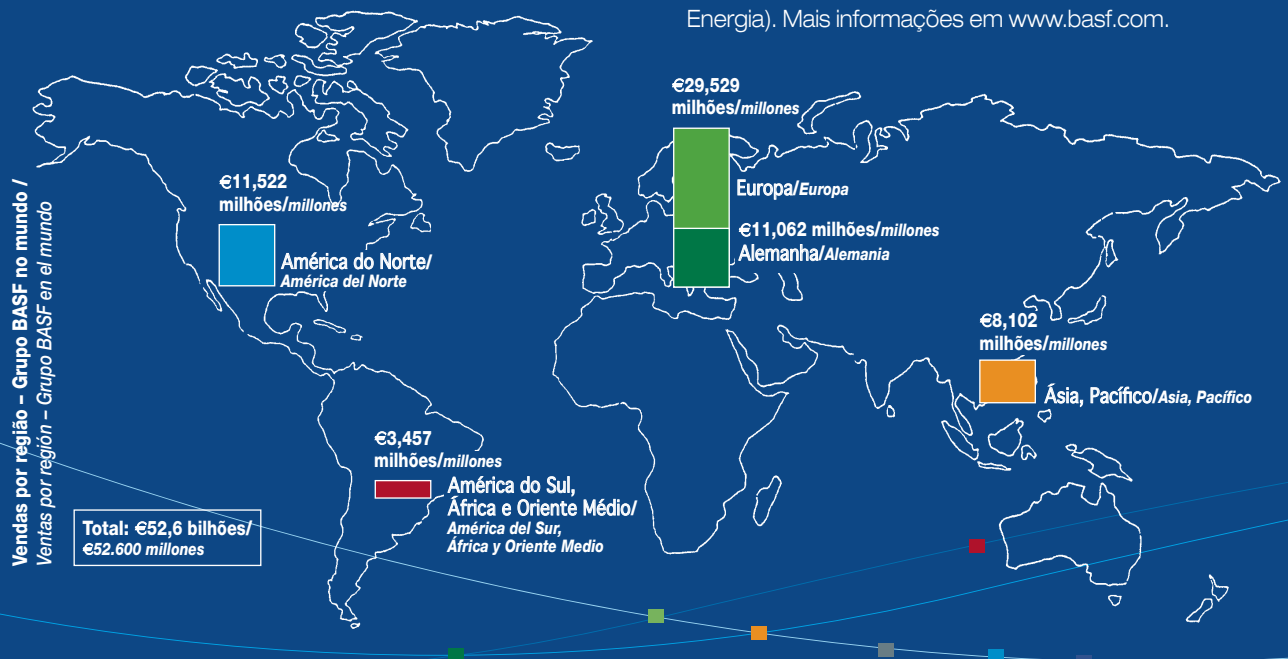
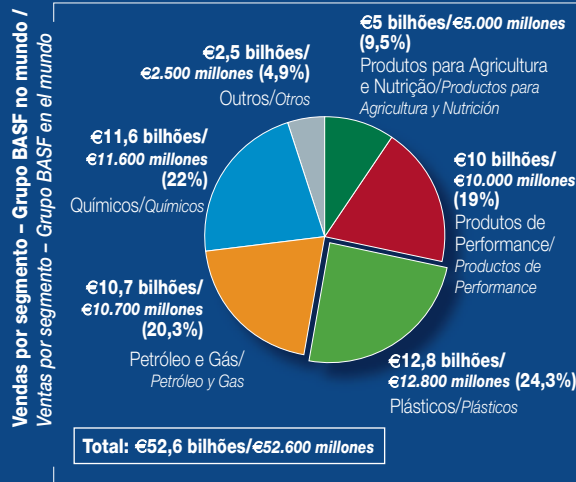
# desempenho

## desempeño 2006

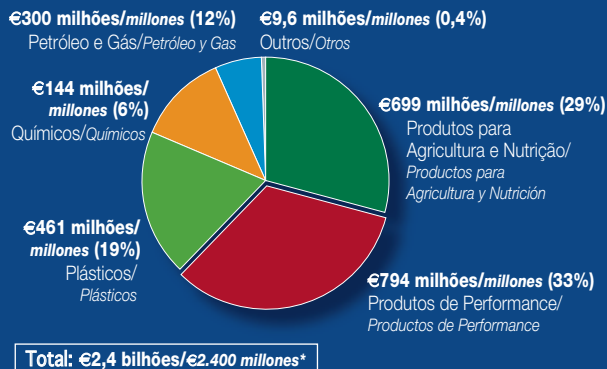
### Resultado mundial recorde

Em 2006, a BASF alcançou objetivos expressivos em âmbito mundial. Pela primeira vez em sua história, as vendas ultrapassaram a marca de €50 bilhões. Aumentaram em 23%, para €52,6 bilhões. O lucro das operações (EBIT) antes de itens especiais atingiu novo recorde de mais de €7,2 bilhões (crescimento de 18%). A empresa obteve novamente um rendimento superior no montante de €2,1 bilhões sobre seu custo de capital e cresceu mais rápido do que o mercado. Os novos negócios adquiridos em 2006 contribuíram com €4,2 bilhões para esse resultado.

Na América do Sul as vendas totalizaram aproximadamente €2,4 bilhões, abrangendo os negócios realizados pelas empresas do Grupo na região, incluindo a Wintershall Energia (na Argentina, voltada para a exploração e produção de petróleo e gás). Na região, a BASF contava com 4.948 colaboradores em 31 de dezembro de 2006 (também incluindo Wintershall Energia). Mais informações em [www.basf.com](http://www.basf.com).



Vendas por segmento – América do Sul /  
Ventas por segmento – América del Sur

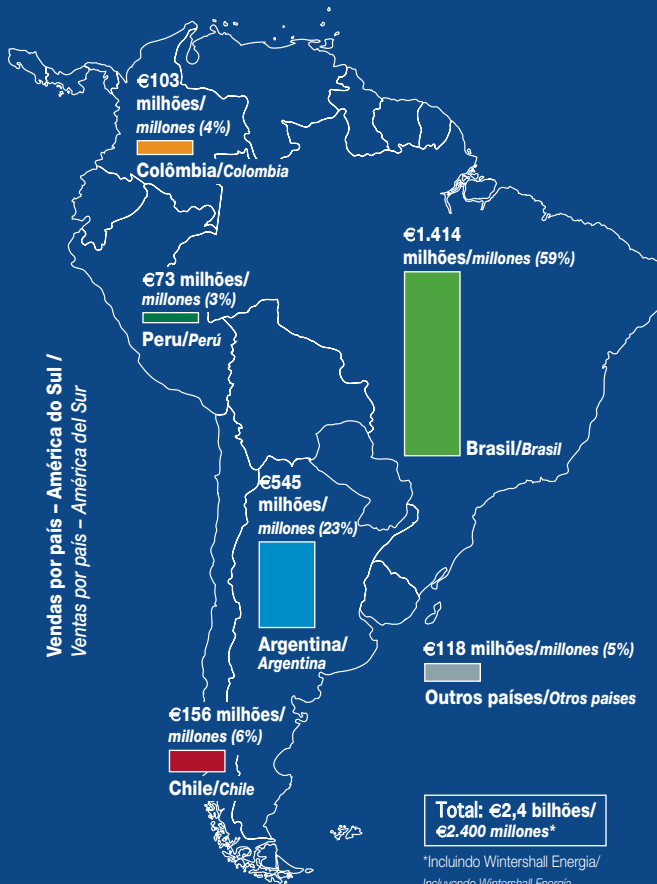


\*Incluindo Wintershall Energia/Incluyendo Wintershall Energia

### Resultado mundial record

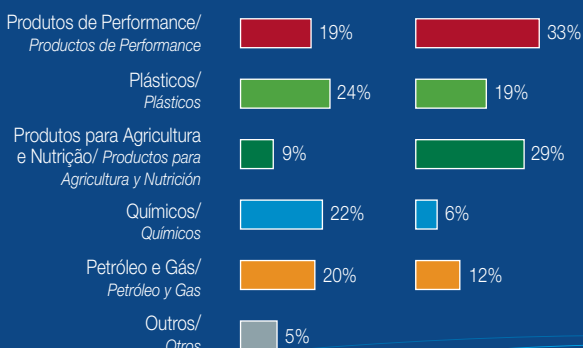
En 2006 BASF alcanzó objetivos notables a nivel mundial. Por primera vez en su historia, las ventas superaron la marca de €50.000 millones. Aumentaron un 23%, llegando a casi €52.600 millones. La ganancia de las operaciones (EBIT) antes de ítems especiales alcanzó un nuevo record, de más de €7.200 millones (un crecimiento del 18%). La empresa obtuvo nuevamente una prima mayor en el monto de €2.100 millones sobre el costo del capital y creció más rápido que el mercado. Los nuevos negocios adquiridos en 2006 contribuyeron con €4.200 millones a este resultado.

En América del Sur las ventas fueron de aproximadamente €2.400 millones. El resultado abarca los negocios realizados por las empresas del Grupo en la región, incluyendo a Wintershall Energía (en la Argentina, dedicada a la exploración y producción de petróleo y gas). En la región, BASF contaba con 4.948 colaboradores al 31 de diciembre de 2006 (incluyendo a Wintershall Energía). Más información en [www.basf.com](http://www.basf.com).



\*Incluindo Wintershall Energia/Incluyendo Wintershall Energia

Vendas por segmento – Quadro comparativo /  
Ventas por segmento – Cuadro comparativo



**Grupo BASF / Grupo BASF**

€52,6 bilhões / €52.600 millones

**BASF América do Sul / BASF América del Sur**

€2,4 bilhões / €2.400 millones\*

Portfólio na América do Sul focado em Produtos para Agricultura e Tintas/Portafolio en América del Sur enfocado en Productos para Agricultura y Pinturas

\*Incluindo Wintershall Energia/Incluyendo Wintershall Energia



	2006	2005	Varição/Variación (%)
Vendas / Ventas	52,610	42,745	23.1
Resultado das operações antes dos impostos, depreciação e amortização (EBITDA) <i>Resultado de las operaciones antes de los impuestos, depreciación y amortización (EBITDA)</i>	9,723	8,233	18.1
Resultado das operações EBIT antes dos itens especiais <i>Resultado de las operaciones EBIT antes de los ítems especiales</i>	7,257	6,138	18.2
Resultado das operações EBIT <i>Resultado de las operaciones EBIT</i>	6,750	5,830	15.8
Resultado antes dos impostos e interesses dos acionistas minoritários <i>Resultado antes de los impuestos e intereses de los accionistas minoritarios</i>	6,527	5,926	10.1
Resultado líquido <i>Resultado líquido</i>	3,215	3,007	6.9
Rendimento por ação (em €) <i>Rendimiento por acción (en €)</i>	6,37	5,73	11.2
Resultado das operações (EBIT) em percentual de vendas <i>Resultado de las operaciones (EBIT) en porcentaje de ventas</i>	12.8	13.6	-
Rendimentos gerados por atividades operacionais <i>Rendimientos generados por actividades operacionales</i>	5,940	5,250	13.1
Adicionais aos ativos de longo prazo <sup>1</sup> <i>Adicionales a los activos de largo plazo<sup>1</sup></i>	10,039	2,523	297.9
Excluindo aquisições <i>Excluyendo adquisiciones</i>	2,425	1,937	25.2
Amortização e depreciação <sup>2</sup> <i>Amortización y depreciación<sup>2</sup></i>	2,973	2,403	23.7
Ativos por segmento (em 31 de dezembro) <sup>3</sup> <i>Activos por segmento (al 31 de diciembre)<sup>3</sup></i>	38,599	29,180	32.3
Despesas com pesquisa e desenvolvimento <i>Gastos en investigación y desarrollo</i>	1,277	1,064	20.0
Custos com pessoal <i>Costos de personal</i>	6,210	5,574	11.4
Número de colaboradores (em 31 de dezembro) <i>Número de colaboradores (al 31 de diciembre)</i>	95,247	80,945	17.7

<sup>1</sup> Bens e ativos, instalações e equipamentos intangíveis (inclusive aquisições)

<sup>1</sup> Bienes y activos, instalaciones y equipamientos intangibles (inclusive adquisiciones)

<sup>2</sup> Bens e ativos intangíveis, instalações e equipamentos, inventários e contas a receber derivadas de transações normais de negócios

<sup>2</sup> Bienes y activos intangibles, instalaciones y equipamientos, inventarios y cuentas a recibir derivadas de transacciones normales de negocios

<sup>3</sup> Antes do financiamento externo de obrigações com seguridade social

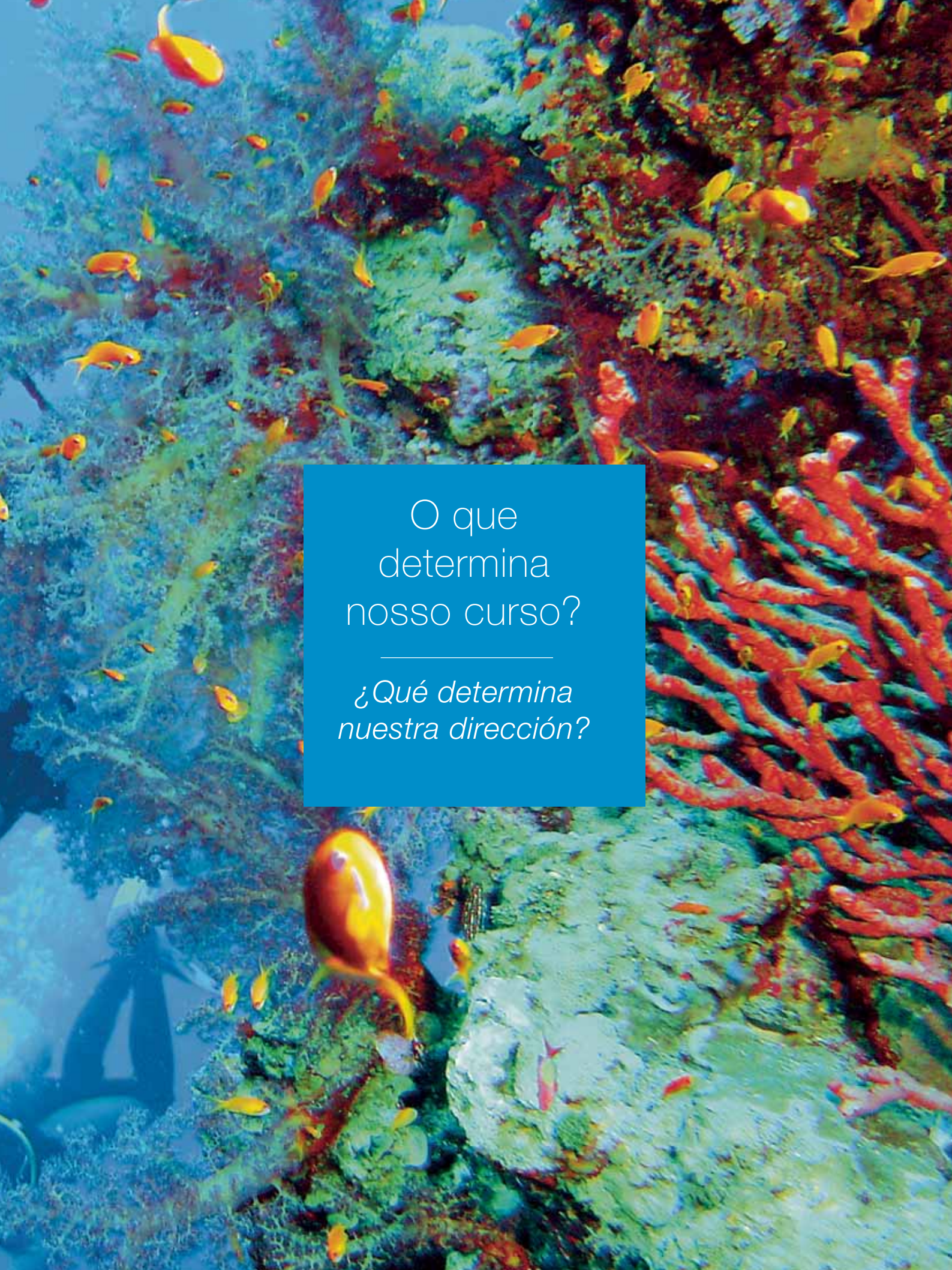
<sup>3</sup> Antes del financiamiento externo de obligaciones con seguridad social











O que  
determina  
nosso curso?

---

*¿Qué determina  
nuestra dirección?*



Idéias inovadoras, tecnologia de ponta e equipes preparadas. Um abrangente portfólio de produtos e serviços e um incrível potencial de sinergias internas. Com esse respaldo tecnológico e humano, a BASF mergulha fundo no oceano de oportunidades, trabalhando pelo sucesso dos clientes, atenta às oportunidades de desenvolvimento mútuo.

*Ideas innovadoras, tecnología de punta y equipos preparados. Un amplio portfolio de productos y servicios, y un increíble potencial de sinergias internas. Con ese respaldo tecnológico y humano, BASF bucea en un océano de oportunidades, trabajando para el éxito de sus clientes y generando el desarrollo mutuo.*



Inovação  
*Innovación*

## Ao lado dos clientes

A BASF na América do Sul aprimora constantemente sua estrutura de negócios e processos internos para dar respostas ágeis e eficientes às demandas do mercado. A organização está estruturada em centros de negócios – *Business Centers* – e uma plataforma de serviços regional. O modelo simplifica processos, amplia benefícios na relação com os clientes, a sinergia entre os negócios e as oportunidades nos principais mercados.

Ainda nessa linha de simplificação e ampliação de benefícios e sinergia, está a unificação das áreas técnicas, de infra-estrutura e de gestão de segurança, saúde e meio ambiente das unidades produtivas no Brasil. O conceito, conhecido como Site Virtual, será adotado na Argentina e no Chile em 2007. Os resultados obtidos entre 2005 e 2006 foram sinergia, integração e alinhamento estratégico das ações, que proporcionaram uma economia de €5 milhões, além de aumentar a troca de experiência dos colaboradores e otimização do tempo. Tais benefícios são extensivos aos clientes e tornam a empresa mais competitiva.

Olhar para o mercado com senso de oportunidade, ajustando frequentemente sua estrutura de serviços. É dessa forma que a BASF atende aos anseios dos clientes, sejam eles internos ou externos. Há exemplos variados de iniciativas que aproximam ainda mais a BASF do mercado. Um deles é a plataforma de tecnologia da informação, constantemente atualizada e reconhecida por oferecer soluções inteligentes e facilitar a maneira de fazer negócios. É o caso do consagrado modelo de comércio eletrônico, que pelo quarto ano consecutivo levou a BASF a ser eleita no Brasil líder em vendas *on-line* entre as indústrias químicas, de acordo com pesquisa da revista *Info Exame*. As unidades de negócio adotam a ferramenta, com destaque para plásticos, que realizam quase 100% das vendas de *commodities* via comércio eletrônico. Em tintas imobiliárias, a meta é alcançar 60% de vendas *on-line* em 2007.



e-solutions  
the easy way to do business

### ■ Junto a los clientes

*BASF en América del Sur mejora constantemente su estructura de negocios y procesos internos para dar respuestas ágiles y eficientes a las demandas del mercado. La organización está estructurada en centros de negocios – Business Centers – y una plataforma de servicios regional. El modelo simplifica los procesos, aumenta los beneficios en la relación con los clientes, la sinergia entre los negocios y las oportunidades en los principales mercados.*

*También en esta línea de simplificación y ampliación de beneficios y sinergia, está la unificación de las áreas técnicas, de infraestructura y de gestión de seguridad, salud y medio ambiente de las unidades productivas en Brasil. El concepto, conocido como Site Virtual, se adoptará en la Argentina y en Chile en 2007. Los resultados obtenidos entre 2005 y 2006 fueron sinergia, integración y alineamiento estratégico de las acciones, generando un ahorro de 5 millones de euros, además de aumentar el intercambio de experiencias entre los colaboradores y la optimización del tiempo. Estos beneficios se hacen extensivos a los clientes y dan mayor competitividad a la empresa. Mirar el mercado con el sentido de la oportunidad, ajustando frecuentemente la estructura de servicios. De esta forma BASF atiende las necesidades de los clientes, sean ellos internos o externos. Hay diversos ejemplos de iniciativas que acercan a BASF al mercado. Uno de ellos es la plataforma de tecnología de la información, constantemente actualizada y reconocida por ofrecer soluciones inteligentes y facilitar la manera de hacer negocios. Es el caso del consagrado modelo de e-commerce, que por cuarto año consecutivo llevó a BASF a ser elegida en Brasil líder en ventas online entre las industrias químicas, según una encuesta de la revista Info Exame.*



Colaboradores da/de BASF:  
Luciana Moreira, Renato Lantin e/y Maite Guerra

Para tornar todo esse processo de comercialização ainda mais eficiente, a BASF desenvolveu internamente o *Business Process Management*, tecnologia que acelera a aprovação de pedidos e de crédito. A plataforma de tecnologia da informação possibilitou também o desenvolvimento de programas de relacionamento com o cliente, como o *Customer Relationship Management* (CRM) – a exemplo dos programas ELO (voltado para o mercado de tintas imobiliárias), *Intelligence* (para o segmento agro), e o Clube dos Distribuidores (no Chile e no Peru).

Além de tecnologia sempre atualizada, a BASF melhorou ainda mais os processos de comércio exterior. O resultado do investimento foi a redução para cinco dias no tempo de importação de produtos e matérias-primas, benefício direto para os negócios da BASF e os clientes. A meta é chegar a um dia. Outro destaque é o desenvolvimento de uma ferramenta chamada *Vendor First Loss*, que facilita ao cliente a captação de crédito em instituições bancárias.

E por falar em soluções sob medida para os clientes, a Fundação Espaço ECO completou em 2006 um ano de atuação. O primeiro centro de excelência em ecoeficiência da América Latina é também um centro de inovação que oferece soluções para as unidades de negócio da BASF e ao mercado (mais informações [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br)). Em 2005, a Braskem, petroquímica brasileira, testou e aprovou a análise de ecoeficiência, ferramenta que compara o ciclo de vida de produtos e processos, e em 2006 fechou contrato para mais três anos de prestação de serviços. A Alcoa, produtora mundial de alumínio, também contratou os serviços da Fundação para a análise de ecoeficiência da cadeia do alumínio.

*Las unidades de negocios han adoptado esta herramienta, en especial el area de Plásticos, que realiza cerca del 100% de las ventas de commodities vía comercio electrónico. En Pinturas Decorativas, la meta es alcanzar el 60% de ventas online en 2007. Para hacer que todo este proceso de comercialización sea aún más eficiente, BASF desarrolló internamente el Business Process Management, tecnología que acelera la aprobación de pedidos y de crédito. La plataforma de tecnología de la información permitió también el desarrollo de programas de relación con el cliente CRM (Customer Relationship Management) – algunos ejemplos son los programas ELO (dirigidos al mercado de pinturas decorativas), Intelligence (para el segmento agro), y el Club de Distribuidores (en Chile y en Perú).*

*Además de la tecnología siempre actualizada, BASF mejoró aún más los procesos de comercio exterior. El resultado de la inversión, ha sido la reducción a cinco días en el tiempo necesario para la importación de productos y materias primas, lo que representa un beneficio directo para los negocios de BASF y para los clientes de Brasil. La meta es llegar a un día. También hay que destacar el desarrollo de la herramienta denominada Vendor First Loss, que le facilita al cliente la captación de crédito ante las instituciones bancarias. Y ya que hablamos de soluciones a medida para los clientes, la Fundación Espacio ECO, en 2006, cumplió un año de existencia. El primer centro de excelencia en ecoeficiencia de América Latina, es también un centro de innovación que ofrece soluciones para las unidades de negocios de BASF y para el mercado (más informaciones [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br)). En 2005, Braskem, petroquímica brasileira, probó y aprobó el análisis de ecoeficiencia, herramienta que compara el ciclo de vida de productos y procesos, y en 2006 hizo un contrato por tres años más de prestación del servicio. Alcoa, productora mundial de aluminio, también contrató los servicios de la Fundación para el análisis de ecoeficiencia de la cadena del aluminio.*

Em parceria com a GTZ (agência de cooperação do governo alemão), a Fundação iniciou o Programa Negócios Ecoeficientes de capacitação em ecoeficiência para pequenas e médias empresas. Implementado no Brasil em 2006, o programa consta de três módulos e ensina as organizações a melhorar a lucratividade e a produtividade sem perder de vista os resultados ambientais. A primeira edição do programa, inédito na BASF no mundo, reuniu cinco empresas, duas universidades e instituições representantes da indústria brasileira.

Internamente, os técnicos da Fundação desenvolveram estudos de ecoeficiência para várias unidades de negócio da BASF. Além disso, em uma iniciativa desvinculada do contexto dos negócios, a Fundação forneceu a metodologia para uma dissertação de mestrado desenvolvida na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, realizando uma análise de ecoeficiência que comparou o petrodiesel e o biodiesel de dendê.

*“A Fundação Espaço ECO e a Braskem têm estabelecido importante parceria no campo do desenvolvimento sustentável. Estamos implementando a análise de ecoeficiência e, graças a essa iniciativa, contamos hoje com vários usuários capacitados no uso da ferramenta, o que tem permitido desenvolver algumas iniciativas piloto em nossas unidades industriais. Dessa forma, a empresa passa a ter condições de atuar pró-ativamente na cadeia produtiva, reforçando o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável.”*

**Helcio Colodete – diretor de Saúde, Segurança e Meio Ambiente da Braskem, indústria petroquímica**



*En asociación con GTZ (Agencia de Cooperación del gobierno Alemán), la Fundación comenzó el Programa Negocios Ecoeficientes de capacitación en ecoeficiencia para pequeñas y medianas empresas. Establecido en Brasil en 2006, el programa consta de tres módulos y enseña a las organizaciones a mejorar las ganancias y la productividad sin perder de vista los resultados ambientales. La primera edición del programa, inédito en BASF en el mundo, reunió a cinco empresas, dos universidades e instituciones representantes de la industria brasilera.*

*Internamente, los técnicos de la Fundación desarrollaron estudios de ecoeficiencia para varias unidades de negocios de BASF. Además, en una iniciativa desvinculada del contexto de los negocios, la Fundación creó la metodología para una disertación de maestría desarrollada en la Escuela Politécnica de la Universidad de San Pablo, realizando un análisis de ecoeficiencia comparando el petrodiesel y el biodiesel de dendê (planta nativa brasilera).*

*“La Fundación Espacio Eco y Braskem han establecido una importante alianza en el área del desarrollo sustentable. Estamos implementando el análisis de ecoeficiencia y gracias a esta iniciativa, contamos hoy con varios usuarios con capacitación avanzada en el uso de la herramienta, lo que ha permitido desarrollar algunas iniciativas piloto en nuestras unidades industriales. De esta forma, la empresa está en condiciones de actuar proactivamente en la cadena productiva, reforzando su compromiso con el desarrollo sustentable.”*

**Helcio Colodete – director de Salud, Seguridad y Medio Ambiente de Braskem, industria petroquímica**



## Horizontes ampliados

Importante produtor de flores para exportação na Colômbia, o Grupo GR Chia comprava da BASF insumos para o cultivo das flores. Atentas às oportunidades de desenvolvimento conjunto, as equipes da BASF perceberam que havia potencial de contribuição para toda a cadeia de negócios do cliente, desde a plantação até a comercialização das flores, passando pela revisão nos processos de administração dos recursos humanos, logística, compras, finanças. Diante desse cenário, foram adotadas medidas que melhoraram a administração de pessoal e o processo produtivo, variáveis consideradas as mais importantes em toda a cadeia de valor. Mesmo assim, estão sendo analisadas oportunidades de negócios detectadas nos segmentos de plásticos, papel e especialidades químicas. Para 2007, o foco será a logística, pois atrasos no transporte prejudicam a qualidade das flores. Nas páginas seguintes estão outros exemplos de como a BASF atuou em 2006 seguindo o preceito do oceano azul de oportunidades.

*“O trabalho com a BASF nos permitiu ampliar horizontes para temas além do desenvolvimento de produtos químicos, como gestão de pessoas e assessoria técnica em processos produtivos. No GR Chia, consideramos a BASF como uma parceira de negócios no sentido mais amplo da palavra, o que, dentro de nossa seleção de fornecedores, realmente faz a diferença. O Projeto Cadeia de Valor representa para o GR Chia uma excelente oportunidade de transferência de conhecimento e crescimento mútuo do negócio.”*

**Javier Forero, gerente de logística e coordenador do Projeto Cadeia de Valor GR Chia**



GR Chia: oportunidades detectadas na cadeia de negócios  
GR Chia: oportunidades detectadas en la cadena de negocios

## Horizontes ampliados

*El Grupo GR Chia, importante productor de flores para exportación en Colombia, compraba a BASF insumos para el cultivo de flores. Los equipos de BASF, atentos a las oportunidades de desarrollo conjunto, percibieron que existía potencial para contribuir en la cadena de negocios del cliente, desde la plantación hasta la comercialización de las flores, pasando por la revisión en los procesos de administración de los recursos humanos, logística, compras y finanzas. Ante ese escenario, se adoptaron medidas que mejoraron la administración de personal y el proceso productivo, variables que son consideradas como las más importantes en toda la cadena de valor. Asimismo, se están analizando oportunidades de negocios detectadas en los sectores del plástico, del papel y de especialidades químicas. Para 2007, el énfasis estará en la logística, dado que los atrasos en el transporte perjudican la calidad de las flores. En las próximas páginas se presentan otros ejemplos de las actividades de BASF en 2006 siguiendo el precepto del océano azul de oportunidades.*

*“El trabajo con BASF nos permitió ampliar el horizonte a temas que van más allá del desarrollo de productos químicos, como la gestión de personas y el asesoramiento técnico en procesos productivos. En GR Chia, consideramos a BASF como un aliado del negocio, en el sentido más amplio de la palabra, lo que dentro de nuestra selección de proveedores realmente crea la diferencia. El proyecto de Cadena de Valor, representa para el GR Chia, una excelente oportunidad de transferencia de conocimiento y crecimiento mutuo del negocio”.*

**Javier Forero, gerente de logística y coordinador del Proyecto Cadena de Valor GR Chia**



## Agricultura e Nutrição

A BASF enfrentou desafios significativos no segmento. Na Argentina, os resultados melhoraram em comparação com o ano anterior. No Brasil, país que concentra o maior volume de negócios da empresa na região, não se alcançaram os resultados esperados. A valorização do real dificultou as exportações da produção agrícola e os efeitos dos problemas climáticos reduziram a produção, a rentabilidade do produtor e as vendas de defensivos.

A BASF adota como estratégia a inovação em produtos e novos modelos de negócios para agregar valor aos clientes. Entre as ações desenvolvidas em 2006, ferramentas financeiras colocadas à disposição dos clientes possibilitaram a venda de defensivos em dólar. A medida representou uma alternativa interessante para o produtor que vende sua safra com preços atrelados à moeda americana. Para a safra 2006/2007 a BASF desenvolveu operações em parceria com *tradings* para troca de grãos em algumas culturas e regiões. No Brasil, a ênfase em 2007 será nas parcerias, facilitadas pelo Programa *Intelligence* de relacionamento com os clientes agro, e nas pesquisas em biotecnologia.

Os negócios relacionados ao segmento de nutrição animal, por outro lado, apresentaram crescimento de 41% em comparação com 2006, acima do índice de 8% do mercado. A América do Sul está se tornando o produtor de proteína animal mais competitivo do mundo, com ênfase para o frango do Brasil, o salmão do Chile e o gado da Argentina. O diferencial da BASF nesse mercado em expansão está na oferta de produtos de qualidade e serviços diferenciados, como o estudo de ecoeficiência desenvolvido para o produto Natuphos®, um aditivo produzido para a avicultura e suinocultura. Nutrição humana também não deixou a desejar e fechou o ano com um desempenho superior a 2005. O crescimento mais significativo resultou das vendas de Divergan®, estabilizador para a cerveja.

41% de  
crescimento em  
nutrição animal

41% de  
crecimiento en  
nutrición animal

### ■ Agricultura y Nutrición

*BASF enfrentó desafíos significativos en este segmento. En la Argentina, los resultados mejoraron en comparación con el año anterior. En Brasil, país que concentra el mayor volumen de negocios de la empresa en la región, no se alcanzaron los resultados esperados. La valorización del real dificultó las exportaciones de la producción agrícola y los efectos de los problemas climáticos redujeron la producción, la rentabilidad del productor y las ventas de fitosanitarios.*

*BASF adopta como estrategia la innovación en productos y nuevos modelos de negocios para agregar valor a los procesos de los clientes. Entre las acciones desarrolladas en 2006, las herramientas financieras puestas a disposición de los clientes posibilitaron la venta de fitosanitarios en dólares. Esta medida representó una alternativa interesante para el productor que cobra en la moneda estadounidense, pero debe cumplir con sus compromisos en moneda local. Para la campaña 2006/2007 BASF desarrolló operaciones en asociación con tradings para el intercambio de granos en algunos cultivos y regiones. En Brasil, el énfasis en 2007 serán las alianzas, facilitadas por el Programa Intelligence de relacionamiento con los clientes, y en la investigación en biotecnología.*

*Los negocios relacionados con el sector de nutrición animal, por otro lado, presentaron un crecimiento del 41% en comparación con 2006, superior al índice del 8% del mercado. América del Sur se está convirtiendo en el productor de proteína animal más competitivo del mundo, en particular, de pollo en Brasil, de salmón en Chile y de ganado en Argentina. El diferencial de BASF en ese mercado en expansión está en la oferta de productos de calidad y servicios diferenciados, como el estudio de ecoeficiencia desarrollado para el producto Natuphos®, un aditivo producido para la avicultura y la cría de porcinos. El área de nutrición humana también se destacó y cerró el año con un desempeño superior a 2005. El crecimiento más significativo fue el resultado de las ventas de Divergan®, un estabilizador para la cerveza.*





*“Os produtos da Família F500 são diferenciados. Eles vão além do simples controle de doenças, melhoram a produtividade e a qualidade da lavoura.”*

*Sidney Hideo Fujivara, engenheiro agrônomo, produtor e comercializador de batatas e cereais de Capão Bonito, SP (à direita), ao lado de Cláudio Oliveira, gerente de desenvolvimento de mercado da BASF no Brasil*

*“Los productos de la Familia F500 se diferencian. Van más allá del simple control de enfermedades, mejoran la productividad y la calidad del trabajo.”*

*Sydney Hideo Fujivara, ingeniero agrônomo, productor y comercializador de papas y cereales de Capão Bonito (SP), junto a Claudio Oliveira, gerente de desarrollo de mercado de BASF en Brasil*

## Inovação na saúde das plantas

Lançado no Brasil no fim de 2005, o conceito de Efeito Fisiológico foi apresentado nos países da América do Sul com foco na melhoria da qualidade e produtividade das culturas. Equipe mundial de cientistas da empresa, em parceria com universidades e entidades de pesquisa, comprovou o benefício do princípio ativo F500, presente nos produtos Opera®, Cabrio Top® e Comet®, para a fisiologia das plantas, contribuindo para o aumento médio de 10% a 15% na produtividade. Esses resultados levaram o Ministério da Agricultura no Brasil a aprovar a inclusão dos benefícios do F500 na bula do produto Opera®. Mundialmente, a marca da BASF por trás do conceito de Efeito Fisiológico chama-se AgCelence™.

## Innovación en la salud de las plantas

Lanzado en Brasil a fines de 2005 se presentó a los países de América del Sur el concepto de Efecto Fisiológico, con foco en el mejoramiento de la calidad y productividad de los cultivos. Un equipo mundial de científicos de la empresa, en asociación con universidades y entidades de investigación, comprobó el beneficio del principio activo F500 presente en los productos Opera®, Cabrio Top® y Comet®, para la fisiología de las plantas, contribuyendo a un aumento promedio del 10% al 15% en la productividad. Esos resultados llevaron al Ministerio de Agricultura de Brasil a aprobar la inclusión de los beneficios del F500 en el prospecto del producto Opera®. Mundialmente, la marca de BASF correspondiente al concepto de efecto fisiológico, se llama AgCelence™.

## Lançamentos

- No Brasil, o fungicida Cantus® para o café
- Na Argentina, o herbicida Interfield® para combater as doenças do milho e girassol na entressafra da soja
- No Chile, o fungicida Podexal® para controle das doenças da madeira nos cortes de poda de uvas e frutas
- No Paraguai, o fungicida Allegro® e a tecnologia Clearfield®
- Na Colômbia, Aguila® para mamão e hortaliças
- No Equador, Opal® para banana
- Na Venezuela, Break Thru® para arroz, milho e sorgo e hortaliças
- No segmento de nutrição animal, a BASF apresentou na Argentina duas novas linhas de ácidos orgânicos não-corrosivos, Lupro-Mix® e Luprosil®, utilizados na prevenção e no combate da contaminação microbiana de alimentos balanceados e cereais

## Monitoramento de doenças da soja

Cerca de 500 unidades de monitoramento de doenças (Minilabs), instaladas gratuitamente pela BASF na região (450 no Brasil, 31 na Argentina e 8 na Bolívia, Paraguai e Uruguai), auxiliam o produtor a identificar com precisão e rapidez as principais doenças foliares da soja, como a ferrugem. A vantagem para o agricultor é utilizar o produto no momento certo e na quantidade correta. Na safra passada, os Minilabs identificaram 722 casos de ferrugem no Brasil e desde o início da safra 2006/2007 foram confirmados cerca de 2 mil casos.



## USINA DE SOLUÇÕES



### Lanzamientos

- En Brasil, el fungicida Cantus® para el café
- En la Argentina, el herbicida Interfield® para combatir malezas en intersemebra de maíz-soja y girasol-soja
- En Chile, el fungicida Podexal® para el control de las enfermedades de la madera en los cortes de poda de uvas y frutas
- En Paraguay, el fungicida Allegro® y la tecnología Clearfield®.
- En Colombia, Aguila® para papaya y hortalizas
- En Ecuador, Opal® para banano
- En Venezuela, Break Thru® para el arroz, maíz, sorgo y hortalizas
- En el sector de la nutrición animal, BASF presentó en la Argentina dos nuevas líneas de ácidos orgánicos no corrosivos, Lupro-Mix® y Luprosil®, utilizados en la prevención y control de la contaminación microbiana de alimentos balanceados y cereales.

### Control de enfermedades de la soja

Cerca de 500 unidades de control de enfermedades (Minilabs) instaladas gratuitamente por BASF en la región (450 en Brasil, 31 en la Argentina y 8 en Bolívia, Paraguay y Uruguay) ayudan al productor a identificar con precisión y rapidez las principales enfermedades foliares de la soja, como la roya. El agricultor utiliza el producto en el momento adecuado y en la cantidad correcta. En la campaña pasada, los Minilabs identificaron 722 casos de roya en Brasil y desde el comienzo de la campaña 2006/2007, se confirmaron cerca de 2.000 casos.



Laboratório Global de Desenvolvimento e Formulações de Produtos para Agricultura, em Guaratinguetá, recebeu investimentos de €1,99 milhão. Além disso, €3,150 milhões foram empregados na expansão do Laboratório de Resíduos e Estudos Ambientais da Agro Laboratório Global de Desarrollo y Formulación de Productos para la Agricultura, en Guaratinguetá, en el que se invirtieron €1,99 millones. Además, €3,150 millones fueron empleados en la expansión del Laboratorio de Residuos y Estudios Ambientales de Agro



### Transferência de conhecimento

Especialistas em cana-de-açúcar contratados pela BASF no Brasil debateram com produtores, em fóruns intitulados Usina de Soluções, temas como tecnologia e oportunidades do mercado. A empresa também colocou à disposição de distribuidores e produtores especialistas em assuntos de interesse dos dois setores. Profissionais da USP ajudaram os distribuidores a estruturar a estratégia do negócio. Para os produtores, a BASF organizou projeto piloto de consultoria com seis grandes agricultores para gerenciar sua cadeia de valor.

### Investimentos em tecnologia

A BASF intensificou o investimento na pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias e produtos. Inaugurou no Brasil o primeiro Laboratório Global de Desenvolvimento de Formulações de Produtos para Agricultura na América Latina e o quarto da BASF no mundo. Também iniciou a expansão e a transferência do Laboratório Global de Resíduos e Estudos Ambientais de Produtos para Agricultura, de Resende (RJ) para Guaratinguetá (SP).

### Transferencia de conocimiento

Especialistas en caña de azúcar contratados por BASF en Brasil debatieron con los productores, en foros denominados Usina de Soluciones, temas como tecnología y oportunidades del mercado. La empresa también puso a disposición de distribuidores y productores especialistas en asuntos de interés de los dos sectores. Hubo profesionales de la USP (Universidad de San Pablo) que ayudaron a los distribuidores a estructurar la estrategia del negocio. Para los productores, BASF organizó un proyecto piloto de consultoría con seis grandes agricultores para administrar su cadena de valor.

### Inversiones en tecnología

BASF intensificó la inversión en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías y productos. Inauguró en Brasil el primer Laboratorio Global de Desarrollo de Formulación de Productos para la Agricultura en América Latina y el cuarto en el mundo. También inició la expansión y la transferencia del Laboratorio Global de Residuos y Estudios Ambientales de Productos para la Agricultura, de Resende (RJ – Brasil) a Guaratinguetá (SP – Brasil).

## Tecnologia eficaz

O Sistema de Produção Clearfield® Arroz consiste na combinação das sementes certificadas portadoras da Tecnologia Clearfield® (Irga 422 CL, Tuno CL e Sator CL) com o herbicida Only®, bem como na adoção do Programa de Monitoramento nas lavouras. O Sistema promove o uso adequado da tecnologia, além de ser eficaz no controle do arroz vermelho e de outras plantas daninhas. Com foco na sustentabilidade do negócio, a BASF anunciou para toda a cadeia produtiva do arroz no Brasil o novo modelo de cobrança de indenização pelo uso não-autorizado de sua tecnologia (*outras informações [www.agro.basf.com.br](http://www.agro.basf.com.br)*).

## Segurança de produto

Um amplo processo por trás do produto visa a garantir a sustentabilidade da cadeia – o produto, o meio ambiente e as pessoas que o manuseiam. No Brasil, a empresa é uma das principais mantenedoras do Programa de Destinação de Embalagens, em parceria com o InpEV (Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias), tendo investido €1,2 milhão em 2006. Em outra iniciativa, o Programa EPI (Equipamentos de Proteção Individual) completou nove anos. Nesse período, viabilizou a venda de mais de 262 mil kits, 40,6 mil apenas em 2006. Os agricultores recebem orientação sobre a correta utilização dos equipamentos e podem comprá-los sob condições especiais (*mais informações, [www.agro.basf.com.br](http://www.agro.basf.com.br)*).

€1,2 milhão  
investidos no  
Programa de  
Destinação de  
Embalagens Vazias

€1,2 millones invertidos  
en el Programa de  
Destino de Envases Vacios

### Tecnología eficaz

*El Sistema de Producción Clearfield® Arroz consiste en la combinación de las semillas certificadas portadoras de la Tecnología Clearfield® (Irga 422 CL, Tuno CL y Sator CL) con el herbicida Only®, así como la adopción del Programa de Monitoreo en los cultivos. El sistema promueve el uso adecuado de la tecnología, además de ser eficaz en el control del arroz rojo y de otras malezas. Poniendo el foco en la sustentabilidad del negocio, BASF anunció para toda la cadena productiva del arroz en Brasil el nuevo modelo de cobranza de indemnización por el uso no autorizado de su tecnología. (Más información en [www.agro.basf.com.br](http://www.agro.basf.com.br))*

### Seguridad del producto

*Un amplio proceso que está por detrás del producto busca garantizar la sustentabilidad de la cadena – el producto, el medio ambiente y las personas que lo manejan. En Brasil, la empresa es una de las principales sostenedoras del Programa de Destino de Envases Vacios, en asociación con el InpEV (Instituto Nacional de Procesamiento de Envases Vacios), con una inversión de €1,2 millones en 2006. Otra iniciativa es el Programa EPI (Equipamientos de Protección Individual) que cumplió nueve años y viabilizó la venta de cerca de 262 mil kits y en 2006 fueron 40.600 kits. Los agricultores reciben orientación sobre la correcta utilización de los equipos y pueden comprarlos en condiciones especiales (más información [www.agro.basf.com.br](http://www.agro.basf.com.br)).*







Química na Vida conscientiza sobre a prevenção de acidentes domésticos  
Química en la Vida conscientiza sobre la prevención de accidentes domésticos

## Negócios sustentáveis

O Projeto Química na Vida – Como Prevenir Acidentes Domésticos conscientiza e orienta sobre a prevenção de acidentes domésticos envolvendo produtos químicos. O projeto é dirigido a alunos do ensino fundamental de áreas agrícolas do Brasil e envolve professores, pais e a comunidade. Em outra iniciativa, a BASF apoiou o Projeto Parceria Rural, do Governo do Mato Grosso, de qualificação profissional de trabalhadores rurais.

## Cadeia integrada do salmão

A BASF oferece soluções integradas para a cadeia de produção do salmão, importante indústria de exportação do Chile. Além dos produtos para a nutrição animal, a fábrica de Aislapol, no Chile, produz caixas para transporte do salmão, depósitos refrigerados e outros itens que beneficiam igualmente a indústria da refrigeração. Também fornece o Palatal®, resina especial para fabricação de tanques destinados à criação dos salmonídeos.

*“A BASF tem um excelente alinhamento comercial com a Coopercitrus, fato que contribui para o nosso sucesso. Essa forte parceria contempla também projetos socioambientais e outras iniciativas importantes para nosso crescimento dentro da cadeia de valor da Coopercitrus. Em 2006, a BASF nos assessorou em um projeto de desenvolvimento de lideranças e já estamos trabalhando em um programa de planejamento estratégico.”*

**Jair Guessi, gerente comercial de insumos – Coopercitrus (Cooperativa dos Cafeicultores e Citricultores, São Paulo)**

## Negocios sustentables

*El Proyecto Química en la Vida – Cómo Prevenir Accidentes Domésticos, conscientiza y orienta sobre la prevención de accidentes domésticos relacionados con productos químicos. El proyecto está dirigido a alumnos de enseñanza básica de áreas agrícolas de Brasil e involucra a profesores, padres y comunidad. En otra iniciativa, BASF apoyó el Proyecto Parceria Rural, del Gobierno de Mato Grosso, en Brasil, de calificación profesional para trabajadores rurales.*

## Cadena integrada del salmón

*BASF ofrece soluciones integradas para la cadena de producción del salmón, importante industria de exportación de Chile. Además de los productos para nutrición animal, la fábrica de Aislapol, en Chile, produce cajas para transporte del salmón, depósitos refrigerados y otros elementos que benefician igualmente a la industria de la refrigeración. También provee el Palatal®, resina especial para la fabricación de tanques destinados a la producción de salmonídeos.*

*“BASF tiene un excelente alineamiento comercial con Coopercitrus, hecho que contribuye a nuestro éxito. Esa fuerte alianza contempla también proyectos socio-ambientales y otras iniciativas importantes para nuestro crecimiento dentro de las cadenas de valor de Coopercitrus. En 2006, BASF nos asesoró en un proyecto de desarrollo de liderazgo y ya estamos trabajando en un programa de planificación estratégica”.*

**Jair Guessi, gerente comercial de insumos – Coopercitrus (Cooperativa de Productores de Café y Cítricos, San Pablo, Brasil)**



# Construção

A aquisição do negócio de químicos para construção da Degussa ampliou a oferta de produtos da BASF para a construção e o potencial das sinergias internas. As seguintes linhas de produtos passaram a fazer parte do portfólio da empresa: aditivos para concreto, argamassas para reparo e produtos à base de resinas para pavimentos industriais. A aquisição trouxe vantagens para o aprimoramento das soluções oferecidas a um setor que requer elevado grau de especialidade. Os produtos inovadores e com tecnologia de ponta são empregados na construção de estações de metrô, rodovias, portos, barragens para usinas hidrelétricas, instalações para produção de energia renovável, em pisos especiais para indústrias e em muitas frentes que requerem soluções químicas altamente especializadas. Um exemplo de produto desenvolvido pela BASF antes mesmo da aquisição e que integra o especializado portfólio é o Butonal®. Trata-se de um modificador de asfalto para misturas a quente e emulsões asfálticas. A utilização do Butonal® por concessionárias viárias do Equador resultou no aumento de durabilidade do asfalto na ordem de 50%.

Químicos para construção: alta tecnologia em revestimento para pisos e outras estruturas  
Químicos para construcción: alta tecnología en revestimiento para pisos y otras estructuras



Soluções  
aprimoradas  
para o setor da  
construção

*Soluciones con valor para  
el sector de construcción*

## ■ Construcción

*La adquisición del negocio de químicos para la construcción de Degussa amplió la oferta de productos de BASF para la construcción y el potencial de las sinergias internas. Las siguientes líneas de productos se sumaron a la cartera de la empresa: aditivos para concreto, argamassas para reparación y productos en base a resinas para pavimentos industriales. La adquisición trajo ventajas al sector, ya que requiere elevado grado de especialidad. Los productos innovadores y con tecnología de punta son utilizados en la construcción de estaciones de subterráneo, en carreteras, puertos, represas para usinas hidroeléctricas, instalaciones para la producción de energía renovable, en pisos especiales para industrias y en muchos frentes que requieren soluciones químicas altamente especializadas. Un ejemplo de producto desarrollado por BASF, inclusive antes de la adquisición y que integra el portfolio especializado, es el Butonal®. Se trata de un modificador de asfalto para mezclas en caliente y emulsiones asfálticas. El Butonal®, cuando fue utilizado por empresas concesionarias viales en Ecuador, aumentó la durabilidad del asfalto en aproximadamente un 50%.*



*"O grande valor da parceria entre a Fiat e a BASF é o comprometimento.*

*A BASF soube nos ouvir e em conjunto com os nossos técnicos desenvolveu um piso adequado às nossas necessidades, resistente ao alto trânsito de empilhadeiras e de baixa manutenção."*

*Victor Francisco Ambrosi, gerente de Tecnologia Central/Engenharia Ambiental e Energia da Fiat Automóveis S.A. (à esquerda), ao lado de Fernando Matias, diretor de Químicos para Construção da BASF*

*"El gran valor de la alianza entre Fiat y BASF es el compromiso. BASF supo oírnos y junto con nuestros técnicos desarrolló un piso adecuado a nuestras necesidades, resistente al alto tránsito de elevadores de carga y con bajo mantenimiento".*

*Victor Francisco Ambrosi, Gerente de Tecnología Central/ Ingeniería Ambiental y Energía de Fiat Automóviles S.A. (a la izquierda), junto a Fernando Matias, director de Químicos para la Construcción de BASF*



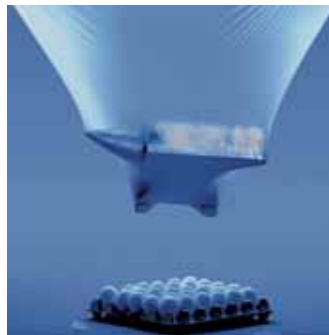
## Parceria antecipa necessidade do mercado

Como integrante da Comissão Setorial de Poliuretanos da Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), a BASF contribuiu para a elaboração de norma técnica na Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que regulamenta a utilização da espuma rígida de poliuretano em painéis para a construção civil. A norma promove o emprego do poliuretano e assegura sua aplicação de forma correta.

## Tintas imobiliárias

A marca Suvinil completou 45 anos e pelo quinto ano consecutivo é a mais lembrada em sua categoria por 39% dos consumidores brasileiros, conforme pesquisa Top of Mind da Folha de S. Paulo. Em 2006, a marca registrou 3% de crescimento em comparação com o ano anterior. Em dezembro, o incremento nas vendas foi de 10% em relação ao mesmo mês de 2005. O resultado reflete a aceitação de inovações como o Color Test. A BASF é pioneira e única fabricante a oferecer essa prova de cor no mercado. A Suvinil se consagrou no Prêmio Artesp, da Associação dos Revendedores de Tintas do Estado de São Paulo. Em 15 categorias, conquistou sete prêmios e dois reconhecimentos institucionais. Um dos motivos que explicam tamanho sucesso é a estratégia de negócios baseada no conceito de renovação, inovação que transforma a tinta em item de decoração.

A marca Casablanca, presente apenas na Argentina, passou por intensa renovação: modernização do logotipo e da embalagem e atualização do portfólio. Em 2004, a BASF foi a primeira empresa a substituir a matéria-prima derivada do petróleo por garrafas pet na composição de esmaltes e vernizes. Em 2006, retirou 70 milhões de garrafas do meio ambiente.



## Alianza que antecipa la necesidad del mercado

Como integrante de la Comisión Sectorial de Poliuretanos de Abiquim (Asociación Brasileña de la Industria Química), BASF contribuyó a la elaboración de la norma técnica en la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (Abnt) que regula la utilización de espuma rígida de poliuretano en paneles para la construcción civil. La norma promueve el uso del poliuretano y asegura su correcta aplicación.

## Pinturas decorativas

La marca Suvinil cumplió 45 años y por quinto año consecutivo es la más recordada en su categoría por el 39% de los consumidores brasileños. La encuesta Top of Mind fue realizada por el diario Folha de S. Paulo. El año 2006, la marca registró el 3% de crecimiento en comparación con el año anterior. En diciembre, el incremento de las ventas fue del 10% en relación al mismo mes de 2005. El resultado refleja la aceptación por parte del mercado de innovaciones como el Color Test. BASF es la compañía pionera y única fabricante que ofrece esta prueba de color en el mercado.

Suvinil también se consagró en el Premio Artesp, de la Asociación de Revendedores de Pinturas del Estado de San Pablo. De 15 categorías, conquistó siete premios y dos reconocimientos institucionales. Uno de los motivos que explican tal éxito es la estrategia de negocios basada en el concepto de renovación, innovación que transforma la pintura en un elemento de decoración.

En la Argentina, la marca Casablanca, presente solo en ese mercado, tuvo una intensa renovación. La modernización del logotipo y del embalaje con la actualización de la línea de productos. En 2004, BASF fue la primera empresa en sustituir la materia prima derivada del petróleo por botellas pet en la composición de esmaltes y barnices. En 2006 retiró del medio ambiente 70 millones de botellas.



*Efeito Suviniil. Renovar é fácil. É só querer. |  
Efecto Suviniil. Renovar es fácil. Solo hay que querer. |*



## ELO do Futuro

Em 2003, com a criação do Programa ELO, a marca Suvinil estabeleceu um padrão inédito e inovador em termos de relacionamento, de investimento e de serviços direcionados aos distribuidores do segmento de tintas imobiliárias. Na esteira do sucesso do Programa ELO, em 2006 nasceu o ELO do Futuro, que promove o relacionamento entre a primeira e a segunda geração dos clientes. A BASF proporcionou a troca de experiências entre filhos de clientes sobre temas de interesse do dia-a-dia da administração dos negócios, impulsionando a gestão.

**Profissionalismo da equipe, serviços, marca e relacionamento são os principais atributos percebidos pelos distribuidores, segundo pesquisa realizada pela Pricewaterhouse Coopers Auditores Independentes sobre o Programa ELO:**

*“Antigamente tanto fazia quem eu era. A Suvinil me tratava igual a todo mundo. Agora o gerente de vendas entende do meu negócio.”*

*“Há dois anos, a gente comprava Suvinil por obrigação. Hoje a BASF é o nosso melhor fornecedor, é o parceiro estratégico.”*



Programa ELO:  
participação de  
600 clientes de  
tintas imobiliárias

*Programa ELO:  
participación de  
600 clientes de  
pinturas decorativas*

## ELO del Futuro

*En 2003, con la creación del Programa ELO, la marca Suvinil estableció un nivel inédito e innovador en cuanto a relaciones, inversión y servicios dirigidos a los distribuidores del segmento de pinturas decorativas. En la misma línea de éxito del Programa ELO, en 2006 nació el ELO del Futuro, que promueve la relación entre la primera y la segunda generación de clientes. BASF promovió el intercambio de experiencias entre los hijos de los clientes sobre temas de interés cotidiano dentro de la administración de los negocios, impulsando la gestión.*

**Profesionalismo del equipo, servicios, marca y relaciones, son los principales atributos del Programa ELO detectados por los distribuidores, según una encuesta realizada por Pricewaterhouse Coopers Auditores Independentes:**

*“Antes no importaba quien era yo. Suvinil me trataba igual que a todos. Ahora el gerente de ventas entiende mi negocio.”*

*“Hace dos años, comprábamos Suvinil por obligación. Hoy BASF es nuestro mejor proveedor, es un aliado estratégico.”*



## Inovações no mercado

(Mais detalhes em [www.suvinil.com.br](http://www.suvinil.com.br))

- **Suvinil Color Test:** menor embalagem do sistema tintométrico, com 202,5 mililitros, ganhou embalagem de plástico com tampa de rosca. Possibilita o teste da cor aplicada antes da compra final. Cerca de 20 mil embalagens são vendidas por mês.
- **Suvinil Esmalte Seca Rápido:** a expectativa era que fossem vendidos 30 mil litros/mês, o que representa 3% da venda de esmalte. No último trimestre do ano, contudo, foram vendidas 400 mil unidades, ou 12% da venda total de esmaltes. Os benefícios do produto explicam o sucesso: além da secagem rápida, é base água e mais amigável, porque não tem cheiro e o profissional pode reutilizar o pincel.
- **Embalagem retangular:** primeira do mercado. Tem nove litros, fácil de transportar, mais leve, tem alça emborrachada, simplifica a diluição e a utilização do rolo.
- **Embalagem empilhável:** facilita o armazenamento no ponto-de-venda.
- **Ampliação do prazo de validade em um ano:** a linha base solvente da Suvinil passou a ter vida útil de quatro anos e a base água, de três.
- **Novo conceito para Casablanca:** a marca remodelou o logotipo, as cores da embalagem e ganhou novo catálogo de cores.
- **Nova campanha publicitária:** o slogan *Efeito Suvinil. Renovar é fácil. É só querer.* invadiu os pontos-de-venda de todo o Brasil, está em anúncios de revistas e jornais e também na televisão.

## Innovaciones en el mercado

(Más detalles en [www.suvinil.com.br](http://www.suvinil.com.br))

- **Suvinil Color Test:** el envase más pequeño del sistema tintométrico, contiene 202,5 mililitros, de plástico con tapa a rosca. Permite hacer la prueba del color a aplicar antes de la compra final. Se venden cerca de 20 mil envases por mes.
- **Suvinil Esmalte Seca Rápido:** la expectativa era vender 30 mil litros/mes, lo que representa un 3% de la venta de esmalte. En el último trimestre del año, sin embargo, se vendieron 400 mil unidades, o sea el 12% de la venta total de esmaltes. Los beneficios del producto explican el éxito: además de que se seca rápido, es a base de agua y es más amigable, porque no tiene olor y el profesional puede reutilizar el pincel.
- **Envase rectangular:** Es el primero en el mercado. Contiene nueve litros, es fácil de transportar, más liviano, tiene manija de goma, facilita la dilución y el uso de rodillo.
- **Envase apilable:** facilita el almacenamiento en el punto de venta.
- **Ampliación del plazo de validez en un año:** la línea a base de solvente de Suvinil pasó a tener una vida útil de cuatro años y la línea a base de agua, tres.
- **Nuevo concepto para Casablanca:** la marca renovó el logotipo, los colores del envase y creó un nuevo catálogo de colores.
- **Nueva campaña publicitaria:** el slogan Efecto Suvinil "Renovar es fácil. Sólo hay que querer", invadió los puntos de venta en todo Brasil. Se encuentran en los avisos en diarios y revistas y también en televisión.





# Automotivo

Um das boas notícias do ano no setor automotivo foi a aquisição da Engelhard, que fortaleceu o *know-how* da BASF, o excelente relacionamento com os clientes e consolida a plataforma de pesquisa e desenvolvimento, incluindo propriedades tecnológicas mundiais. Todas essas vantagens potenciais serão repassadas aos clientes.

Na América do Sul, o foco dos negócios é a produção de catalisadores automotivos, diesel e para motos, na fábrica de Indaiatuba (SP). A produção de catalisadores automotivos é um negócio inédito para a BASF, agora líder no mercado.

## Tintas automobilísticas

Como líder do segmento de tintas automobilísticas na América do Sul, a BASF encerrou o ano com avanço nas vendas para os clientes tradicionais e obtenção de contratos significativos. Implementou no Brasil conceito bem-sucedido na Argentina, conhecido como CPU (custo por unidade, em que a montadora paga por carro pintado), e passou a fornecer com exclusividade para a General Motors em Gravataí (RS), no Brasil. O êxito no relacionamento com a montadora lhe rendeu o *General Motors LAAM 2005 Supplier Merit Award* (Prêmio Mérito Fornecedores) por suas atividades no Mercosul. Também iniciou com sucesso testes e homologações na Fiat de Betim (MG), no Brasil. Na Argentina, a BASF detém 80% da participação no segmento, que está em expansão.

A automatização do Laboratório ATA (Assistência Técnica em Aplicação), na Argentina e no Brasil, permitiu simular e padronizar as linhas de pintura das montadoras.



## ■ Automotriz

*Una de las buenas noticias del año en el segmento automotriz fue la adquisición de Engelhard. La adquisición fortalece el know-how de BASF, la excelente relación con los clientes del sector automotriz y consolida la plataforma de investigación y desarrollo, incluyendo propiedades tecnológicas mundiales. Todas esas ventajas potenciales se transferirán a los clientes.*

*En América del Sur, el foco de los negocios está en la producción de catalizadores automotrices y diesel para motos, en la fábrica de Indaiatuba (SP). La producción de catalizadores automotrices es un negocio inédito para BASF, que es ahora líder en el mercado.*

## Pinturas automotrices

*Como líder del segmento de pinturas automotrices en América del Sur, BASF cerró el año con el avance de las ventas a los clientes tradicionales y el logro de contratos significativos. En Brasil implementó un concepto, adoptado con éxito en la Argentina, conocido como CPU (costo por unidad, por el cual la empresa de ensamblado paga por automóvil pintado), y empezó a proveer en forma exclusiva para General Motors en Gravataí. El éxito en la relación con la terminal automotriz la hizo merecedora del General Motors LAAM 2005 Supplier Merit Award (Premio Mérito Proveedores) por sus actividades en el Mercosur. También comenzó con éxito pruebas y homologaciones en Fiat de Betim, Minas Gerais, Brasil. En la Argentina, BASF tiene el 80% de la participación en el sector y la producción nacional de vehículos está en crecimiento.*

*La automatización del Laboratorio ATA (Asistencia Técnica en Aplicación), en la Argentina y en Brasil, permite simular y uniformizar las líneas de pintura de las empresas de automotrices.*





## Repintura é destaque na América do Sul

A BASF é líder em repintura na América do Sul, exceto no Brasil, onde vem melhorando paulatinamente os resultados. Em 2006, consolidou-se com os produtos de alta tecnologia da linha Glasurit e da linha 90 base água, esta última composta por soluções amigáveis com o meio ambiente introduzidas ao longo do ano em concessionárias Audi, Mercedes-Benz e BMW da região. Na linha de produtos de tecnologia tradicional, a marca Salcomix consolidou-se na América do Sul, com significativa atuação nas encarroçadoras. Esse é um nicho de mercado que seguiu em desenvolvimento, com a implementação do conceito CPU (custo por unidade). As ações de transferência de conhecimento das equipes técnicas para os clientes foram aprimoradas. Um exemplo foi a globalização do conceito de desenvolvimento profissional, agora denominado *Refinish Competence Centre*, que utiliza o mesmo material didático seja na Argentina ou na Alemanha. Capacitação e projetos de incentivo aos profissionais das oficinas fazem parte da preocupação com a qualidade dos serviços. Nesse sentido, realizou-se na Argentina o concurso de melhor pintor do país, cujo prêmio foi entregue na Automechanika, a maior feira de autopeças da região.



Ultradur® High Speed: produto ecoeficiente  
Ultradur® High Speed: producto ecoeficiente



## Repintura se destaca em América del Sur

*BASF es líder en repintura en América del Sur, excepto en Brasil, donde paulatinamente está mejorando los resultados. En 2006, se afirmó con los productos de alta tecnología de la línea Glasurit y de la línea 90 base agua, esta última compuesta por soluciones amigables introducidas a lo largo del año en concesionarias Audi, Mercedes Benz y BMW de la región. En la línea de productos de tecnología tradicional, la marca Salcomix se consolidó en la región, con una actuación significativa en las concesionarias. Ese es un nicho de mercado que siguió en desarrollo, con la implementación del concepto CPU (costo por unidad).*

*Se mejoraron las acciones de transferencia de conocimiento de los equipos técnicos hacia los clientes. Un ejemplo fue la globalización del concepto de desarrollo profesional, denominado ahora Refinish Competence Centre, que utiliza el mismo material didáctico en la Argentina y en Alemania. La capacitación y proyectos de incentivo a los profesionales de talleres son parte de la preocupación por la calidad de los servicios. En este sentido, en la Argentina se realizó el concurso para elegir el mejor pintor del país, y el premio se entregó en el evento Automechanika, la feria de autopartes más importante de la región.*





Capacitação profissional potencializa a alta tecnologia dos produtos BASF  
La capacitación profesional potencia la alta tecnología de los productos BASF

### **Ecoeficiência em plásticos de engenharia**

Estudos demonstraram que os produtos feitos de Ultradur® High Speed são mais ecoeficientes. O material recebeu o selo de ecoeficiência da Associação de Controle Técnico Alemão. Sua baixa viscosidade barateia a produção de plásticos injetados, utilizados para fazer componentes eletroeletrônicos, como conectores. Por utilizar nanotecnologia para aumentar a fluidez sem perder as propriedades do plástico, obtém-se economia de até 30% no tempo de processo de injeção. Outro destaque do ano foi o Neopolen®, utilizado em pára-choques e encostos de cabeça. As vendas do produto em comparação com 2005 cresceram 48,5% na América do Sul, com destaque para o Brasil.

### **Poliuretanos nos ônibus e nos carros**

Em parceria com fornecedores e clientes, a BASF desenvolveu uma série de soluções utilizando sistemas de poliuretano. A cada lançamento de um veículo, são desenvolvidas opções específicas para o tipo de conforto desejado. Algumas dessas foram aplicadas no Fiat Idea. A BASF também oferece Cellasto® para a indústria automobilística, aplicado na suspensão dos veículos.

### **Ecoeficiencia en plásticos de ingeniería**

*Hay estudios que demostraron que los productos realizados en Ultradur® High Speed son más ecoeficientes. El producto recibió el sello de ecoeficiencia de la Asociación de Control Técnico Alemán. Su baja viscosidad reduce el costo de la producción de plásticos inyectados, utilizados para hacer componentes electrónicos, como conectores. Por utilizar nanotecnología para aumentar la fluidez sin perder las propiedades del plástico, disminuye hasta un 30% la duración del proceso de inyección. Otro producto que se destacó durante el año fue el Neopolen®, utilizado en paragolpes y apoyacabezas. Las ventas del producto, comparado con el 2005 crecieron el 48,5% en América del Sur, destacándose Brasil.*

### **Poliuretanos en ómnibus y automóviles**

*Junto con proveedores y clientes BASF desarrolló una serie de soluciones utilizando sistemas de poliuretano. Para cada lanzamiento de un nuevo vehículo, se realizan soluciones específicas de acuerdo al tipo de confort deseado. Algunas de ellas fueron aplicadas en el Fiat Idea. BASF ofrece también el Cellasto® para la industria automotriz, aplicado en la suspensión de los vehículos.*



# Energia, Químicos e Petroquímicos

A BASF tem posição de liderança na venda de metilaminas (utilizadas em produtos para agricultura, tratamento de água, microbicidas, borracha, entre outras utilidades) e dimetilformamida (DMF), um solvente empregado nos mais variados segmentos (como fibras têxteis, couro sintético, farmacêutico, petróleo e gás, entre outros). Alguns produtos importados como o ácido fórmico (utilizado principalmente no segmento de couros) e o NPG (aplicado em resinas para tinta em pó) têm igualmente presença marcante na região. Entre os destaques da atuação da BASF no segmento estão o fornecimento de aMDEA (para tratamento de gás natural) para a Petrobras, a atuação no mercado de biodiesel, e o contrato de fornecimento de metabissulfito de sódio (produto químico inorgânico utilizado nos mercados alimentício e farmacêutico e nos processos químicos em geral) para a empresa Química Geral do Nordeste, no Brasil.

## Tecnologia BASF na Petrobras

A Unidade de Dessulfurização (UD) da Petrobras em Carmópolis (SE) reduziu os custos com a purificação de gás natural ao utilizar a aMDEA da BASF, tecnologia líder na purificação de gases. Os resultados abriram caminho para outros projetos na Petrobras, que detém a exploração de gás natural no Brasil. A BASF venceu a licitação para fornecer aMDEA para a maior plataforma do País, a P50 na Bacia de Campos (RJ), que entrou em operação em 2006.

Petrobras utiliza aMDEA da BASF na purificação de gases

*Petrobras utiliza aMDEA de BASF en la purificación de gases*

## ■ Energia, Químicos y Petroquímicos

*BASF tiene una posición de liderazgo en la venta de metilaminas (utilizadas en productos para la agricultura, tratamiento del agua, microbicidas, caucho, entre otros usos) y dimetilformamida – DMF – (un solvente utilizado en los más variados segmentos, como fibras textiles, cuero sintético, farmacéutico, petróleo y gas, y otros). Algunos productos importados como el ácido fórmico (utilizado principalmente en el segmento de cueros) y el NPG (aplicado en resinas para pintura en polvo) tienen igualmente una importante presencia en la región.*

*Lo que se destaca de la actuación de BASF en este segmento es la provisión de aMDEA (para el tratamiento de gas natural) a Petrobras, la participación en el mercado de biodiesel y el contrato de suministro de metabissulfito de sodio (producto químico inorgánico utilizado en los mercados de alimentos y farmacéutico y en los procesos químicos en general) para la empresa Química Geral do Nordeste, en Brasil.*

## Tecnología BASF en Petrobras

*La Unidad de Desulfurización (UD) de Petrobras en Carmópolis (SE), Brasil, redujo los costos con la purificación de gas natural al utilizar aMDEA de BASF, tecnología líder en la purificación de gases. Los resultados le abrieron camino a otros proyectos en Petrobras, que detenta la explotación de gas natural en Brasil. BASF ganó la licitación para proveer aMDEA en la plataforma de mayor tamaño del país, a P50 en la Cuenca de Campos (RJ), que entró en operación en 2006.*



BASF lidera mercado de catalisadores  
automotivos e desenvolve tecnologia  
de ponta na purificação de gases  
BASF es líder en el mercado de catalizadores  
automotrices y desarrolla tecnología de  
punta en la purificación de gases







## Biocombustíveis

A BASF desenvolve produtos para toda a cadeia de fabricação do combustível biodegradável derivado de fontes renováveis, conhecido como biodiesel. São produtos para a proteção das lavouras de onde são extraídos óleos vegetais ou etanol. Os catalisadores auxiliam na produção acelerando a reação química. E há ainda os aditivos, que melhoram as propriedades do biodiesel.



## Tecnologia inédita no mercado

Os aditivos para biodiesel (Kerobit® – antioxidante) chegaram ao mercado em 2006. O marcador para álcool anidro (corante Sudan® M Laranja 265), lançado em dezembro de 2005, teve suas vendas incrementadas em 2006. O produto é usado no Brasil em atendimento à resolução da Agência Nacional do Petróleo (ANP), que obriga à adição de corante laranja para controlar e diferenciar os distintos combustíveis utilizados para abastecer os automóveis movidos a álcool.

## Biocombustibles

BASF desarrolla productos para toda la cadena de producción del combustible biodegradable derivado de fuentes renovables, conocido como biodiesel. Son productos para la protección de cultivos de donde se extraen aceites vegetales o etanol. Los catalizadores contribuyen en la producción acelerando la reacción química. Y están también los aditivos, que mejoran las propiedades del biodiesel.

## Tecnología inédita en el mercado

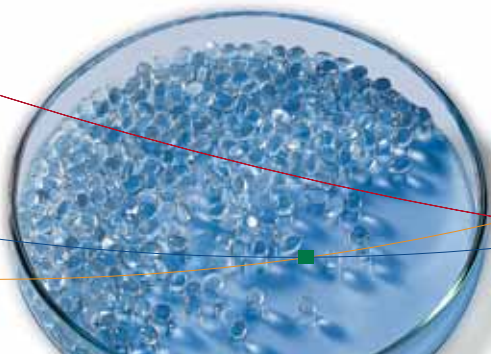
Los aditivos para Biodiesel (Kerobit – antioxidante) llegaron al mercado en 2006. El marcador para alcohol anhidro (colorante Sudan® M Naranja 265), lanzado en diciembre de 2005, aumentó sus ventas en 2006. El producto se usa en Brasil de acuerdo a la resolución de la Agencia Nacional de Petróleo (ANP) que obliga la adición de colorante naranja para controlar y diferenciar los distintos combustibles utilizados para abastecer automóviles que utilizan alcohol.

## Poliuretano

As propriedades térmicas do poliuretano podem ampliar as oportunidades de aplicação do produto no segmento petroquímico. Grupos de trabalho empenharam-se em estudar e testar o poliuretano no isolamento de tubulações, cabos para transporte de energia, produção de mangueiras de pressão e isolamento térmico sob e acima da água. Mundialmente, essas aplicações são amplamente utilizadas, fato que oferece boas perspectivas de negócios para a região.

## Poliuretano

Las propiedades térmicas del poliuretano pueden ampliar las oportunidades de aplicación del producto en el segmento petroquímico. Los grupos de trabajo se dedicaron a estudiar y probar el poliuretano para el aislamiento de cañerías, cables para transporte de energía, producción de mangueras de presión y aislamiento térmico debajo y arriba del agua. En el mundo, esas aplicaciones son ampliamente utilizadas, hecho que ofrece buenas perspectivas de negocios para la región.



75 mil barris de petróleo produzidos por día, com  
reservas para mais 10 anos de produção  
75 mil barriles de petróleo producidos por día, con  
reservas para más 10 años de producción



## Petróleo e Gás

Wintershall Energia S.A. é uma subsidiária de Wintershall AG, Kassel, principal filial europeia da BASF AG. Na Argentina desde 1978, dedica-se à exploração e produção de petróleo e gás natural para o mercado nacional, exportando o excedente. É um dos mais importantes produtores do país, quinto em reservas e produção, de acordo com suas participações em 2005. Até 2010 estão previstos investimentos de €119,5 milhões para exploração e €143,4 milhões para produção de hidrocarbonetos, totalizando mais de €238,9 milhões para os próximos cinco anos.

No começo de 2006, concluiu-se o desenvolvimento dos depósitos de gás de Carina e Áries, com forte incremento no volume de gás produzido na Terra do Fogo pelo consórcio CMA-1 (Total Austral, 37,5%; Wintershall Energia, 37,5% e Pan American Energy, 25%). Ao longo do ano, a perfuração de mais de 30 poços produtores e a instalação de estações de compressão nas áreas de Aguada Pichana e San Roque, na província de Neuquén, Argentina, incrementaram a produção de gás. A empresa continua investindo na exploração na Cuenca Neuquina para aumentar as reservas e compensar a queda na produção dos poços existentes

## Petróleo y Gas

Wintershall Energia S.A. es una subsidiaria de Wintershall AG, Kassel, principal filial europea de BASF AG. La empresa está en la Argentina desde 1978 y se dedica a la exploración y producción de petróleo y gas natural. La producción se destina al mercado nacional y el excedente se exporta. Es uno de los más importantes productores de la Argentina, quinto en reservas y producción, de acuerdo con sus participaciones en 2005. Hasta el año 2010 la empresa prevé inversiones por €119,5 millones para exploración y €143,4 millones para producción de hidrocarburos, lo que representa un total de más de €238,9 millones para los próximos cinco años.

A principios de 2006 se concluyó el desarrollo de los depósitos de gas de Carina y Aries, permitiendo un fuerte incremento en el volumen de gas producido en Tierra del Fuego por el consorcio CMA-1 (Total Austral, 37,5%; Wintershall Energía, 37,5% y Pan American Energy, 25%). Además, a lo largo del año se hicieron inversiones en las zonas de Aguada Pichana y San Roque, en la provincia de Neuquén, Argentina, perforando más de 30 pozos productores e instalando plantas compresoras para incrementar la producción de gas. La empresa continúa invirtiendo en la explotación en la Cuenca Neuquina para incrementar sus reservas y compensar la caída en la producción en los pozos existentes.

## Couro, Têxtil, Papel e Tintas

Em 2006, a BASF inaugurou o Centro de Competência Regional em Couro Automotivo, na Argentina, instalado na fábrica de Tortuguitas. No laboratório, que recebeu investimento de €500 mil, são desenvolvidos novos produtos, novas tecnologias e pesquisas para melhorar ainda mais o processo de elaboração do couro em suas três etapas. Também tiveram início as obras de renovação e expansão do Centro de Competência Regional em Couro para Estofamento no Brasil. A BASF lançou uma série de produtos que ajudam a preservar o meio ambiente: o Eusapon® LD 4001 para couros e a linha Helizarin® ECO para o setor têxtil.

Para o segmento de papel e adesivos, a empresa desenvolveu o Acronal® V210, alto brilho, com solvente sem odor. O produto destina-se à fabricação de etiquetas com melhor estabilidade mecânica para atender à nova geração de máquinas aplicadoras de adesivos de alta velocidade.



### ■ Couro, Textil, Papel y Pinturas

*En 2006 BASF inauguró el Centro de Competencia Regional en Couro para Automóviles, en la Argentina, instalado en la fábrica de Tortuguitas. En el laboratorio, que recibió una inversión de €500 mil, se desarrollan nuevos productos, nuevas tecnologías e investigaciones para mejorar aún más el proceso de elaboración del couro en sus tres etapas. Se iniciaron también las obras de renovación y expansión del Centro de Competencia Regional en Couro para Tapizado en Brasil. BASF lanzó también una serie de productos que ayudan a preservar el medio ambiente: el Eusapon® LD 4001 para cueros y la línea Helizarin® ECO para el sector textil.*

*Para el segmento de papel y adhesivos, BASF desarrolló el Acronal® V210, alto brillo, con solvente sin olor. El producto se destina a la fabricación de etiquetas con mejor estabilidad mecánica para proveer a la nueva generación de máquinas de alta velocidad para la aplicación de adhesivos.*



**Inauguração do Centro de Competência Regional em Couro Automotivo, na Argentina: laboratório recebeu investimento de €500 mil**  
*Inauguración del Centro de Competencia Regional en Cueros para Automóviles, en la Argentina: se invirtieron de €500 mil en el laboratorio*



Brenda Abejón Basset, filha de Sonja Basset,  
colaboradora da BASF Argentina, participou de  
campanha publicitária corporativa  
Brenda Abejón Basset, hija de Sonja Basset,  
colaboradora de BASF Argentina, participó en la  
campaña publicitaria corporativa



Outra novidade do ano para a fabricação de papel foram os produtos da Linha Solar®, que auxiliam no alveamento ótico do papel para impressão, e os corantes castanhos da Linha Basazol®. Já na área têxtil, um estudo de ecoeficiência realizado pela Fundação Espaço ECO comprovou os benefícios do sistema de branqueamento utilizado pela BASF no Grupo Vicunha, indústria têxtil brasileira, em comparação com o sistema empregado anteriormente.

*Otra novedad del año para la fabricación de papel fueron los productos de la Línea Solar® que contribuyen al blanqueo óptico del papel para impresión, y los colorantes castaños de la Línea Basazol®.*

*En el área textil, un estudio de ecoeficiencia realizado por la Fundación Espacio ECO comprobó los beneficios del sistema de blanqueo utilizado por BASF en el Grupo Vicunha, empresa brasileña de la industria textil, en comparación con el sistema utilizado anteriormente.*

## Soluções para a indústria de tintas

A BASF está presente em toda a cadeia da indústria de tintas imobiliárias, automobilísticas e de repintura. Desenvolve matérias-primas básicas para a produção das marcas próprias (Suvinil, Glasurit, Casablanca), como também de outros clientes (Coral, Sherwin Williams, entre outros), sem distinção, com a mesma qualidade e tecnologia. É ao mesmo tempo fornecedora e cliente de seus próprios produtos e, como tal, assume uma postura ética no gerenciamento das relações com o mercado. Para tanto, adota modelos de negócios apropriados que permitem atuar de modo responsável e incrementar o relacionamento com seus parceiros.

Com a aquisição dos negócios da Engelhard, a BASF complementa o portfólio de pigmentos – a empresa já tinha o Paliocrom® e agora tem também uma linha completa de pigmentos perolizados. Nas aplicações pigmentárias, a Linha Luconyl® P de preparações para tinta em pó ganhou novas cores em 2006. O Laboratório de Controle de Qualidade de Pigmentos, em Guaratinguetá (SP), recebeu investimentos. Houve ainda a expansão da Linha Sicoflush® de preparações pigmentárias base solvente. Uma nova tecnologia de matérias-primas para tintas com baixo odor, em substituição aos solventes, bem como produtos alto brilho sem solvente, foi apresentada.

Um dos lançamentos mais significativos do ano é resultado de pesquisa na área de nanotecnologia para polímeros. O Col9® reúne uma série de propriedades até então inviáveis em um único polímero, como maior permeabilidade ao vapor da água, baixa absorção de sujeira, reduzida sensibilidade à água, resistência ao fogo e a riscos.



## Soluciones para la industria de pinturas

*BASF está presente en toda la cadena de la industria de pinturas decorativas, automotrices y de repintura. Desarrolla materias primas básicas para la producción de marcas propias (Suvinil, Glasurit, Casablanca), y también de clientes (Coral, Sherwin Williams, entre otros) sin distinción, con la misma calidad y tecnología. Es al mismo tiempo proveedora y cliente de sus propios productos y, como tal, asume una postura ética en el gerenciamento de las relaciones con el mercado. Para ello, adopta modelos de negocios apropiados que permiten actuar de manera responsable e incrementar la relación con sus socios comerciales.*

*Con la adquisición de los negocios de Engelhard, BASF complementa el portfolio de pigmentos – la empresa ya tenía el Paliocrom® y ahora tiene también una línea completa de pigmentos perlados. En las aplicaciones pigmentarias, en 2006, la Línea Luconyl® P de preparaciones para pintura en polvo logró nuevos colores. Se invirtió en el Laboratorio de Control de Calidad de Pigmentos, en Guaratinguetá (SP) y se expandió la Línea Sicoflush® de preparaciones pigmentarias base solvente. Se presentó una nueva tecnología en materias primas para pinturas con poco olor, en reemplazo de los solventes, así como productos de alto brillo sin solvente.*

*Uno de los lanzamientos más significativos del año es resultado de la investigación en el área de nanotecnología para polímeros. El Col9® reúne una serie de propiedades hasta este momento impensables en un único polímero, como mayor permeabilidad al vapor de agua, baja absorción de la suciedad, reducida sensibilidad al agua y resistencia al fuego y a los rayones.*

*Produto amigável com o meio ambiente: a inovadora linha Palliotan®, utilizada em tintas industriais e imobiliárias, combina pigmentos orgânicos e inorgânicos como alternativa às tintas que contêm chumbo na composição*

*Producto amigable con el medio ambiente: la innovadora línea Palliotan®, utilizada en pinturas industriales y decorativas, combina pigmentos orgánicos e inorgánicos como alternativa para las pinturas que contienen plomo en la composición*





## Farmacêutico e Cosmético

Os cuidados com a saúde e a beleza têm impulsionado os setores cosmético e farmacêutico em toda a América do Sul. Nesse cenário, a BASF se destacou e cresceu 33% em cosméticos. As relações de confiança são particularmente importantes nesses setores de mercado, pois os produtos destinados ao consumidor final exigem anos de desenvolvimento conjunto entre as grandes marcas e a BASF.

### Beleza e saúde preservadas

As intensas pesquisas de produtos que beneficiam a saúde e proporcionam bem-estar e beleza alçaram a BASF como uma das empresas líderes mundiais nos setores cosmético e farmacêutico. As mais recentes soluções, apresentadas ao mercado em 2006, são os novos desintegrantes de comprimidos Kollidon® CL-F e CI-SF, que facilitam a assimilação dos ingredientes ativos dos medicamentos pelo organismo. A Coenzima Q10 (CoQ10) é um novo ingrediente para aplicação em suplementos alimentares lançado globalmente em 2006. Com a idade, a capacidade de o organismo produzir a CoQ10 é reduzida, afetando o seu bom funcionamento, aumentando o risco de doenças e acelerando o processo de envelhecimento.

BASF cresceu 33%  
no mercado  
de cosméticos

*BASF creció 33% en  
el mercado de cosméticos*

### ■ Farmacéutico y Cosmético

*Los cuidados de la salud y la belleza han dado impulso a los sectores cosmético y farmacéutico en toda América del Sur. En este escenario BASF se destacó con un crecimiento del 33% en cosméticos. Las relaciones de confianza son particularmente importantes en estos sectores de mercado, pues los productos destinados al consumidor final exigen años de desarrollo conjunto entre las grandes marcas y BASF.*

### Belleza y salud preservadas

*Las intensas investigaciones en productos que benefician la salud y proporcionan bienestar y belleza, ubicaron a BASF como una de las empresas líderes mundiales en los sectores cosmético y farmacéutico. Las soluciones más recientes presentadas al mercado en 2006, son los nuevos desintegrantes de comprimidos Kollidon® CL-F y CI-SF que facilitan la asimilación de los ingredientes activos de los medicamentos por el organismo. La Coenzima Q10 (CoQ10) es un nuevo ingrediente para la aplicación en suplementos dietarios, lanzado globalmente en 2006. Con la edad, la capacidad del organismo de producir la coenzima CoQ10 se reduce, afectando su buen funcionamiento, aumentando el riesgo de enfermedades y acelerando el proceso de envejecimiento.*





O Uvinul® A Plus, um filtro ultravioleta para proteção da pele contra os danos da radiação UVA, foi utilizado pelo O Boticário, empresa brasileira de perfumes e cosméticos, em sua recém-lançada Linha Active de cuidados faciais diários. A Revlon, por sua vez, utilizou o Luviset® Clear, um polímero de alta fixação e resistência à umidade, desenvolvido especialmente para géis de fixação capilar. Esses projetos e muitos outros foram desenvolvidos em conjunto com a área de pesquisa da BASF. É o caso do tradicional Laboratório Andrómaco, da Argentina, que, com a ajuda da BASF, está desenvolvendo uma linha de protetores solares e de emolientes com vitamina E.

*“Temos encontrado na BASF abertura para compartilhar sua experiência e capacidade técnica. O conhecimento pode ser adequado às empresas de menor tamanho, levando-se em consideração as diferenças culturais e de negócios. Esse é um aspecto fundamental na colaboração bem-sucedida com os clientes.”*

**Pablo Roviralta, gerente-geral – Laboratórios Andrómaco**

*El Uvinul® A Plus, un filtro ultravioleta para la protección de la piel contra los daños de la radiación UVA, ha sido utilizado por El Boticario, empresa brasilera de perfumes y cosméticos, en su recién lanzada Línea Active de cuidados faciales diarios. Revlon, a su vez, utilizó el Luviset® Clear, un polímero de alta fijación y resistencia a la humedad, desarrollado especialmente para geles de fijación capilar. Esos proyectos y muchos otros han sido desarrollados en conjunto con el área de investigación de BASF. Es el caso del tradicional Laboratorio Andrómaco de Argentina, que con la ayuda de BASF, está desarrollando una línea de protectores solares y de emolientes con vitamina E.*

*“Hemos encontrado en BASF apertura para compartir su experiencia y capacidad técnica. El conocimiento puede adecuarse a empresas de menor tamaño, teniendo en cuenta las diferencias culturales y de negocios. Ese es un aspecto fundamental en la colaboración exitosa con los clientes.”*

**Pablo Roviralta, gerente-general – Laboratorios Andrómaco**

# Embalagens, Eletrônicos (linha branca e eletrônicos) e Outros

A proximidade com os parceiros amplia as possibilidades de aprimoramento da tecnologia e a busca de soluções para melhorar a qualidade dos produtos e reduzir os custos na cadeia produtiva do cliente.

## Solução inteligente

Alternativa interessante para os clientes é a implementação do sistema de *big bag* plástico retornável em substituição às embalagens de papelão e *pallets* de madeira. O sistema amplia o espaço disponível para armazenagem e reduz os custos de embalagem, pois o *big bag* é reutilizável. Depois disso, ele é destinado à reciclagem e a matéria-prima, reaproveitada.

## Três vezes BIC

Pelo terceiro ano consecutivo, a BASF conquistou o Prêmio BIC na categoria *Top Supplier*. O reconhecimento posiciona a empresa como uma das fornecedoras estratégicas da BIC em toda a sua cadeia de produtos e serviços.

Prêmio BIC pelo  
terceiro ano  
consecutivo

*Premio Bic por tercer  
año consecutivo*

## Embalagens, Electro electrónicos (Linha Blanca y electrónicos) y otros

*La proximidad con los aliados comerciales amplía las posibilidades de perfeccionamiento de la tecnología y la búsqueda de soluciones para mejorar la calidad de los productos y reducir los costos en la cadena productiva del cliente.*

## Solución inteligente

*Una alternativa interesante para los clientes es la implementación del sistema de "big bag plástico retornable", en reemplazo de envases de cartón y pallets de madera. El sistema amplía el espacio disponible para almacenamiento y reduce los costos de embalaje, pues el big bag es reutilizable. Después se lo recicla y la materia prima es reaprovechada.*

## Tres veces BIC

*Por tercer año consecutivo, BASF ganó el Premio del cliente BIC en la categoría Top Supplier. Este reconocimiento posiciona a la empresa como una de las proveedoras estratégicas de BIC en toda su cadena de productos y servicios.*



Equipe da BASF recebe Prêmio BIC na categoria Top Supplier pelo terceiro ano seguido  
Equipo de BASF ganó el Premio BIC en la categoría Top Supplier por tercer año consecutivo





### **Abastecimento nota 10**

Com o propósito de otimizar processos logísticos, com vantagens para a gestão dos negócios e de seus clientes, a BASF vem explorando oportunidades de implementação de depósitos associados à VMI (*Vendor Management Inventory*). Trata-se de silos para armazenamento de matéria-prima fornecida ao cliente, associados a uma ferramenta eletrônica que permite visualizar o estoque e o nível de consumo. Como a informação é lançada no SAP R/3, é possível planejar a reposição da matéria-prima. O VMI foi implementado nos silos da BSH Continental, empresa do setor de eletrodomésticos, e a BASF avalia de forma contínua projetos semelhantes, pois acredita que essa colaboração ajuda os clientes a atingir ainda mais o sucesso.

### **Proteção e cor prontas na medida certa**

No segmento de tintas industriais, o destaque é o *Coil Coating* (chapas pré-pintadas para eletrodomésticos e chapas pré-moldadas) e o *Foil Coating* (verniz para proteger a madeira). A produção, concentrada na Argentina, país que abriga um dos centros de desenvolvimento de *Coil Coating* da BASF no mundo, contempla todo o mercado de eletrodomésticos e moveleiro regional. A BASF é líder mundial no segmento.

### **Abastecimento nota 10**

*Con el propósito de optimizar procesos logísticos, con ventajas para la gestión de los negocios y de sus clientes, BASF está explorando oportunidades de aplicación de silos asociados al VMI (Vendor Management Inventory). Se trata de depósitos para almacenamiento de materia prima para el cliente, asociados a una herramienta electrónica que permite visualizar el stock y el nivel de consumo. Como la información es lanzada en el SAP R/3, es posible planificar la reposición de la materia prima. El VMI fue aplicado en los silos de la BSH Continental, empresa internacional del sector electrodoméstico, y BASF evalúa de forma continua proyectos semejantes, pues considera que esa colaboración ayuda a los clientes a alcanzar un grado mayor de éxito.*

### **Protección y color listos en la medida justa**

*En el segmento de pinturas industriales, lo que se destaca es el Coil Coating (chapas prepintadas para electrodomésticos y chapas premoldadas) y el Foil Coating (barniz para proteger la madera). La producción, concentrada en la Argentina, país que cuenta con uno de los centros de desarrollo de Coil Coating de BASF en el mundo, contempla todo el mercado de electrodomésticos y de muebles regional. BASF es líder mundial en este sector.*





Colaboradores da/de BASF: João Benedito de Souza,  
Juliana Meira e/y Sandro Tomita





Qual energia  
nos guiará  
amanhã?

---

*¿Qué energía nos  
guiará mañana?*



Um dos pilares da estratégia BASF 2015 é assegurar o desenvolvimento sustentável, conceito intrinsecamente relacionado à história da empresa e aos seus valores – profissionalismo, pioneirismo e paixão.

*Uno de los pilares de la estrategia BASF 2015 es asegurar el desarrollo sustentable, concepto intrínsecamente relacionado con la historia de la empresa y sus valores – acción pionera, pasión y profesionalismo.*

Profissionalismo,  
Pioneirismo  
e Paixão

*Profesionalismo,  
Acción pionera y Pasión*

## Do conceito à prática

O compromisso assumido pela organização com seus públicos de interesse (*stakeholders*) a coloca diante do desafio de encontrar soluções para questões de interesse crescente da sociedade, como as alterações climáticas, a segurança de produtos, o gerenciamento da cadeia de valor, padrões de trabalho e direitos humanos. Em 2006, a BASF deu mais um passo para assegurar o desenvolvimento sustentável: lançou no Brasil a Matriz de Sustentabilidade. O trabalho teve o apoio das consultorias Rever e Atitude Consulting, em parceria com a Accountability, organização internacionalmente reconhecida na área de sustentabilidade. A metodologia dá sentido prático ao conceito e o internaliza de maneira real e consistente nos negócios. Tem-se, com isso, uma transparente ferramenta para as equipes colocarem em prática o conceito de sustentabilidade. A Matriz oferece parâmetros de identificação dos aspectos sustentáveis de cada negócio dentro da organização e dá um sentido de unidade às ações implementadas. O mérito da metodologia está em alçar a sustentabilidade de mero conceito para a condição de competência organizacional e individual. Nesse primeiro momento, os líderes e agentes de mudança identificam claramente as oportunidades de negócios sustentáveis e têm a nítida consciência da importância dessa competência para a organização: os seus valores – profissionalismo, pioneirismo e paixão –, posicionamento e reputação na sociedade. O desafio é envolver todos os colaboradores.

Matriz de  
Sustentabilidade:  
conceito na prática  
dos negócios

*Matriz de Sustentabilidad:  
concepto en la práctica  
de los negocios*

### ■ Del concepto a la práctica

*El compromiso asumido por la organización con sus públicos de interés (stakeholders) la coloca frente al desafío de encontrar soluciones a asuntos de interés creciente en la sociedad, como los cambios climáticos, la seguridad de productos, el gerenciamento de la cadena de valor, normas de trabajo y derechos humanos. En 2006, BASF dio un paso más para asegurar el desarrollo sustentable: lanzó en Brasil la Matriz de Sustentabilidad. El trabajo tuvo el apoyo de las consultoras Rever y Atitude Consulting, en asociación con Accountability, una organización internacionalmente reconocida en el área de sustentabilidad. La metodología da sentido práctico al concepto y lo internaliza en forma real y consistente en los negocios. Se logra así una herramienta transparente para que los equipos pongan en práctica el concepto de sustentabilidad. La Matriz ofrece parámetros de identificación de los aspectos sustentables de cada negocio dentro de la organización y da un sentido de unidad a las acciones implementadas. El mérito de la metodología consiste en elevar la sustentabilidad del mero concepto a la condición de competencia organizacional e individual. En este primer momento, los líderes y agentes de cambio identifican claramente las oportunidades de negocios sustentables y tienen clara conciencia de la importancia de esa competencia para la organización: sus valores – profesionalismo, acción pionera y pasión – posicionamiento y reputación en la sociedad. El desafío es involucrar a todos los colaboradores.*





Um dos atributos que diferenciam a BASF no mercado é a integração transparente e efetiva das práticas ambientais e sociais aos negócios. Reforça essa postura o comprometimento com os preceitos do *Global Compact*, do Instituto Ethos, da Fundação Abrinq, do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), entre outros, e os reconhecimentos conquistados. Pelo terceiro ano consecutivo no Brasil, a BASF figura entre as 10 empresas-modelo do *Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa*. A publicação analisou a relação entre prioridades estratégicas de 201 empresas, suas práticas de gestão e as questões relevantes de sustentabilidade. As empresas também responderam a um questionário, baseado nos Indicadores do Instituto Ethos, sobre valores e transparência, meio ambiente e relacionamento com os públicos (funcionários, consumidores, clientes, fornecedores, comunidade, sociedade e governo). A BASF obteve média 8,6 na avaliação dos indicadores, excetuando-se relacionamento com funcionários e fornecedores. Em consequência dessa constatação, um dos desafios para 2007 é melhorar ainda mais o diálogo com esses públicos.

A BASF também foi eleita a mais admirada do setor químico no Brasil, segundo pesquisa da revista *CartaCapital* e *TNS InterScience Informação e Tecnologia* com mais de 1.800 executivos de 600 empresas, em 49 diferentes setores.

Única do setor  
químico entre as 10  
empresas-modelo  
do Brasil

Única del segmento químico  
entre las 10 empresas-  
modelo de Brasil



*Uno de los atributos que diferencian a BASF en el mercado es la integración transparente y efectiva de las prácticas ambientales y sociales en los negocios. Refuerza esa postura el compromiso con los preceptos del Global Compact, del Instituto Ethos, de la Fundación Abrinq, del Grupo de Institutos Fundaciones y Empresas (Gife), entre otros, y los reconocimientos conquistados. Por tercer año consecutivo, BASF figura en la Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa – la única representante del segmento químico entre las 10 empresas-modelo de Brasil. La publicación analizó la relación entre prioridades estratégicas de 201 empresas, sus prácticas de gestión y cuestiones relevantes de sustentabilidad. Las empresas también respondieron un cuestionario, basado en los Indicadores del Instituto Ethos, sobre valores y transparencia, medio ambiente y relación con los públicos (empleados, consumidores, clientes, proveedores, comunidad, sociedad y gobierno). BASF obtuvo un promedio de 8,6 en la evaluación de los indicadores, exceptuando la relación con los empleados y proveedores. En función de esa constatación, uno de los desafíos para 2007 es mejorar aún más el diálogo con esos públicos.*







*Projeto Química que Crea Lazos: apoio a projetos de reparação em escolas na Colômbia*  
*Proyecto Química que Crea Lazos: apoyo a proyectos de reparación en escuelas en Colombia*

## Educação impulsiona o desenvolvimento

Para a BASF, a educação é condição básica para o desenvolvimento das comunidades próximas às suas unidades produtivas. Assim sendo, a empresa promove investimentos sistemáticos com esse foco nas áreas de meio ambiente, saúde, cultura e educação. O Programa ReAção, o apoio à Fundação Conin – Cooperadora para la Nutrición Infantil, a cooperação com a Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo y EduCrea, descritos a seguir, são exemplos de ações iniciadas em 2006. Veja na tabela da página 72 os principais investimentos sociais da BASF na América do Sul.

*BASF ha sido elegida también como la más admirada del sector químico en el país, según una encuesta de la revista CartaCapital y TNS InterScience Información e Tecnología realizada a más de 1.800 ejecutivos de 600 empresas, en 49 sectores diferentes.*

## La educación impulsa el desarrollo

*Para BASF, la educación es la condición básica para el desarrollo de las comunidades cercanas a sus unidades productivas. De esta forma la empresa promueve inversiones sistemáticas con ese foco en las áreas de medio ambiente, salud, cultura y educación. El Programa ReAcción, el apoyo a la Fundación Conin, Cooperadora para la Nutrición Infantil, la cooperación con la Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo y EduCrea, que se describen a continuación, son ejemplos de acciones iniciadas en 2006. En la tabla de la página 74 es posible consultar las principales inversiones sociales de BASF en América del Sur.*



## Influenciando o processo da educação

Em uma iniciativa inédita e inovadora no segmento químico, a BASF lançou o Programa ReAção de melhoria da qualidade do ensino de ciências no município de Guaratinguetá (SP), no Brasil, onde está localizada a principal unidade produtiva da empresa na América do Sul. Trata-se de um curso de capacitação em ciências para professores e coordenadores pedagógicos da educação infantil e do ensino fundamental até a 8ª série. Os professores aprendem para depois ensinar em sala de aula. O programa tem duração de três anos e está baseado nos Parâmetros Curriculares Nacionais do Ministério da Educação, que definem as metas para o aprendizado no País. Ao mesmo tempo em que melhora a qualidade do ensino, o programa amplia o conhecimento e a compreensão da importância das ciências na vida das pessoas, o que é salutar para o diálogo franco e transparente entre a empresa e a comunidade. Até 2008, a BASF deve investir €109,9 mil no programa, que tem ainda como mérito o fato de ser replicável e sustentável. São parceiros da BASF no ReAção o Instituto de Química da Universidade de São Paulo, a Secretaria Municipal de Educação e Cultura de Guaratinguetá e a Fundação Espaço ECO. O programa conta ainda com o apoio da Universidade de York, na Inglaterra, e da Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo.



Programa ReAção: cerca de  
500 educadores capacitados e  
10 mil estudantes beneficiados

*Programa ReAcción: cerca de  
500 educadores capacitados y  
10 mil estudiantes beneficiados*

## Influyendo en el proceso de educación

*En una iniciativa inédita e innovadora en el segmento químico, BASF lanzó el Programa ReAcción de mejora de la calidad de la enseñanza de ciencias en el municipio de Guaratinguetá, Brasil, donde está ubicada la principal unidad productiva de la empresa en América del Sur. Se trata de un curso de capacitación en ciencias para maestros y coordinadores pedagógicos en educación infantil y enseñanza básica hasta 8º año. Los maestros aprenden para después enseñar en la clase.*

*El programa tiene una duración de tres años y se basa en los Parámetros Curriculares Nacionales del Ministerio de Educación, que definen las metas de aprendizaje en el país. Al mismo tiempo que mejora la calidad de la enseñanza, el Programa amplía el conocimiento y la comprensión de la importancia de las ciencias en la vida de la gente, y esto es saludable para el diálogo franco y transparente entre la empresa y la comunidad. Para 2008 BASF debe invertir €109,9 mil en el Programa, que tiene también como mérito el hecho de ser replicable y sustentable. Los asociados de BASF en el programa ReAcción son el Instituto de Química de la Universidad de San Pablo, la Secretaría Municipal de Educación y Cultura de Guaratinguetá y la Fundación Espacio ECO. El programa cuenta también con el apoyo de la Universidad de York, Inglaterra, y de la Fundación de Amparo a la Investigación en el Estado de San Pablo.*



*“O programa mudou a maneira de pensar e de ensinar. Antes, nós falávamos e as crianças ouviam. Hoje, elas também falam, refletem, criticam”*  
Ana Maria Pimentel, professora da Escola Municipal Maria Aparecida Broca Meirelles  
*“El Programa cambió la manera de pensar y de enseñar. Antes, nosotros hablábamos y los niños escuchaban. Hoy ellos también hablan, reflexionan, critican”*  
Ana Maria Pimentel, maestra de la Escuela Municipal Maria Aparecida Broca Meirelles

*“A aproximação universidade–indústria pode contribuir para a melhoria do ensino e para o desenvolvimento de projetos com a participação de pesquisadores, alunos de graduação, pós-graduação e pós-doutores.”*

**Professor Hans Viertler, coordenador do Programa ReAção na USP e diretor do Instituto de Química**

*“As aulas são legais porque têm experiência. Aprendi que o ar tem peso. Nunca havia pensado nisso, nem percebido.”*

**Lucas Augusto de Siqueira, aluno da Escola Municipal Maria Aparecida Broca Meirelles, sobre o Programa ReAção**

*“Ele faz muitas experiências e isso nos motiva a pensar, a aprender coisas que a gente não sabia e que estão bem na nossa frente.”*

**Rosana Helena Arruda, mãe do Lucas**

*“El acercamiento universidad–industria puede contribuir a mejorar la enseñanza y a desarrollar proyectos con la participación de investigadores, alumnos de grado, posgrado y doctorado.”*

**Profesor Hans Viertler, coordinador del Programa ReAcción en la USP y director del Instituto de Química.**

*“Las clases son buenas porque se realizan experimentos. Aprendí que el aire tiene peso. Nunca había pensado en eso, no me había dado cuenta.”*

**Lucas Augusto de Siqueira, alumno de la Escuela Municipal Maria Aparecida Broca Meirelles, sobre el Programa ReAcción**

*“Él hace muchos experimentos y eso nos motiva a pensar, a aprender cosas que uno no sabía y que tenemos delante de los ojos.”*

**Rosana Helena Arruda, madre de Lucas**

## Combate à desnutrição infantil

A BASF lidera rede formada por associações do setor agrícola em apoio à Fundação Conin, na Argentina. Participam do projeto as seguintes associações, que contribuem com experiência, gestão, relações e selo de qualidade: *Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola*, *Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa* e *Asociación Argentina de Girasol*. A Fundação Conin está presente no Chile, na Argentina e no Paraguai e atua no sentido de promover a transformação e superar a desnutrição infantil. Esse apoio está em consonância com o conceito *InnovAcción Social*, criado pela BASF e orientado para a nutrição e a educação de crianças e jovens do país. Outro investimento social na Argentina é o *Programa Potenciar*, convênio de colaboração e cooperação entre a BASF e a *Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo*, criado por um cliente da BASF. O programa ajuda instituições de educação de pequenas localidades do interior do país, transformando o potencial do campo em ações concretas e de longo prazo.



Fundação Conin: BASF e entidades do setor agrícola  
juntas para superar a desnutrição infantil  
Fundación Conin: BASF y entidades del sector agrícola  
juntas para superar la desnutrición infantil

Conheça o trabalho  
da Fundação Conin  
no [www.basf.com.ar](http://www.basf.com.ar)

Conozca el trabajo de  
la Fundación Conin en  
[www.basf.com.ar](http://www.basf.com.ar)

## Lucha contra la desnutrición infantil

*BASF lidera una red formada por asociaciones del sector agrícola en apoyo a la Fundación Conin, en la Argentina. Participan en el proyecto las siguientes asociaciones, que aportan experiencia, gestión, relaciones y sello de calidad: Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA), Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID) y Asociación Argentina de Girasol, (ASAGIR). La Fundación Conin está presente en Chile, en la Argentina y en Paraguay y actúa para transformar la problemática social que da origen a la pobreza a través del abordaje integral de la desnutrición infantil. BASF se suma a CONIN para revertir la contradicción: Argentina país productor de alimentos con notables niveles de desnutrición infantil. Esta es una forma de garantizar el desarrollo sustentable de la sociedad e invertir en el futuro: los niños. Este apoyo está en consonancia con el concepto de InnovAcción Social, creado por BASF y orientado a la nutrición y educación de niños y jóvenes del país. Otra inversión social en la Argentina es el Programa Potenciar, convenio de colaboración y cooperación entre BASF y la Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo, creado por un cliente de BASF. El programa ayuda a instituciones de educación de pequeñas localidades del interior del país, transformando el potencial del campo en acciones concretas y de largo plazo.*





Relacionamento fortalecido com a comunidade  
Relación fortalecida con la comunidad

### **Portas abertas para a comunidade**

Em 2006, pela primeira vez a BASF organizou eventos de Portas Abertas integrados em seis unidades produtivas na América do Sul. Colaboradores e seus familiares, prestadores de serviços, a comunidade e públicos de interesse participaram de atividades especialmente planejadas para integrar os convidados e oferecer informação sobre produtos e processos produtivos. Outra novidade foi a participação de clientes no tradicional evento.

### ***Puertas abiertas a la comunidad***

*En 2006 por primera vez BASF organizó eventos de Puertas Abiertas integrados en seis unidades productivas en América del Sur. Colaboradores y sus familiares, prestadores de servicios, la comunidad y públicos de interés participaron en actividades especialmente planeadas para integrar a los invitados y ofrecer información sobre productos y procesos productivos. Otra novedad fue la participación de clientes en el tradicional evento.*

## Por uma atuação cada vez mais responsável

A gestão de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA) da BASF se baseia no Programa Responsible Care®. O programa prevê ações para o gerenciamento, transporte e distribuição de produtos químicos, segurança de processos, atendimento a emergências, relacionamento com a comunidade, proteção ambiental e segurança e saúde do trabalhador. Dada a sua abrangência e metas propostas, o programa contempla requisitos de normas internacionais como a ISO 14001 (ambiental) e a OHSAS 18001 (segurança e saúde ocupacional). Há 18 indicadores de performance para o Responsible Care®, padronizados em âmbito regional (veja informações sobre a gestão de SSMA no [www.basf.com.br/desenvolvimentosustentavel](http://www.basf.com.br/desenvolvimentosustentavel)).

Há seis anos, a gestão de SSMA da BASF na América do Sul está integrada com êxito, fato que contribui para reduzir a geração de efluentes, emissões e resíduos, e minimizar os impactos ambientais nas atividades produtivas. O Responsible Care® tem contribuído para a melhoria contínua do sistema de gestão de SSMA na empresa.



Estação de Tratamento de Efluentes, em Guaratinguetá  
Estación de Tratamiento de Efluentes, en Guaratinguetá

€2,5 milhões investidos na  
modernização da Estação de  
Tratamento de Efluentes

€2,5 millones invertidos en la  
modernización de la Estación  
de Tratamiento de Efluentes

## Por una actuación cada vez más responsable

La gestión de Seguridad, Salud y Medio Ambiente (SSMA) de BASF se basa en el Programa Responsible Care®. El Programa prevé acciones para el gerenciamento, transporte y distribución de productos químicos, seguridad de proceso, atención a emergencias, relación con la comunidad, protección ambiental y seguridad y salud del trabajador. Dado su alcance y metas propuestas, el Programa contempla requisitos de normas internacionales como la ISO 14001 (ambiental) y la OHSAS 18001 (seguridad y salud ocupacional). Hay 18 indicadores estandarizados de desempeño para el "Responsible Care", a nivel regional (ver informaciones sobre la gestión de SSMA en [www.basf.com.br/desenvolvimentosustentavel](http://www.basf.com.br/desenvolvimentosustentavel)). Desde hace seis años la gestión de SSMA de BASF en América del Sur está integrada con éxito, hecho que permite reducir la generación de efluentes, emisiones y residuos, y minimizar los impactos ambientales en las actividades productivas. El Responsible Care® ha contribuído para la mejora continua del sistema de gestión de SSMA en la empresa.





*Incinerador de Resíduos: modernização aumenta eficiência*  
*Incinerador de Resíduos: la modernización aumenta la eficiencia*

Em 2006, a empresa investiu €3,6 milhões na gestão de saúde, segurança e meio ambiente na América do Sul. Entre as ações, destacam-se a modernização e a automatização da Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) e do Incinerador de Resíduos, no Complexo Químico de Guaratinguetá, no Brasil.

A melhoria na eficiência do sistema reduzirá em 2,5 mil toneladas a quantidade de matérias-primas consumidas na estação anualmente e a geração de lodo em quase 25%. A modernização do Incinerador de Resíduos, por sua vez, diminuirá ainda mais as emissões para a atmosfera. Benefício bem-vindo, já que o incinerador faz parte do sistema de tratamento de resíduos da BASF e também presta serviços para clientes e instituições públicas. O incinerador tem capacidade para 3,6 mil toneladas/ano e queima os resíduos gerados em várias unidades da BASF no Brasil. Empresas interessadas podem contratar os serviços oferecidos pela BASF, que, além disso, processa gratuitamente resíduos hospitalares e farmacêuticos gerados no município de Guaratinguetá. Em 2006, o Instituto de Pesos e Medidas (Ipem) incinerou 120 mil isqueiros falsos que poderiam colocar em risco a saúde das pessoas caso fossem comercializados.

*En 2006, la empresa invirtió €3,6 millones en la gestión de salud, seguridad y medio ambiente en América del Sur. Entre las acciones, se destaca la modernización y automatización de la estación de Tratamiento de Efluentes y del Incinerador de Residuos, en el Complejo Químico de Guaratinguetá, Brasil.*

*La mejora en la eficiencia del sistema reducirá en 2.500 toneladas la cantidad de materias primas consumidas en la Estación anualmente y la generación de lodo en casi un 25%. La modernización del Incinerador de Residuos, a su vez, disminuirá aún más las emisiones de gases y metales a la atmósfera. Se trata de un beneficio bien recibido, ya que el incinerador forma parte del sistema de tratamiento de residuos de BASF y también presta servicios a clientes e instituciones públicas. El incinerador tiene una capacidad de 3.600 toneladas/año, e incinera los residuos generados en varias unidades de BASF en Brasil. Las empresas interesadas pueden contratar los servicios ofrecidos por BASF, que, además, procesa gratuitamente residuos hospitalarios y farmacéuticos generados en el municipio de Guaratinguetá. En 2006 el Instituto de Pesos y Medidas (Ipem) incineró 120.000 encendedores falsos que podrían poner en riesgo la salud de la población en caso de ser comercializados.*



## Mais segurança no transporte

A BASF dispõe de um sistema de resposta rápida e de atendimento para qualquer tipo de acidente. No caso de emergência envolvendo o transporte de produtos químicos, equipe própria ou contratada está de prontidão durante 24 horas. No Brasil, o sistema de atendimento é acionado pelo telefone 08000 112273; para os demais países, confira telefones no final da publicação, página 77. Durante o 3º Encontro Regional de Preparação e Atendimento a Emergências foi apresentado um novo conceito de trabalho para agilizar esse atendimento. O encontro reciclou conhecimentos de 35 bombeiros, técnicos, gerentes, convidados e os novos colaboradores das empresas adquiridas pela BASF em 2006 para atuar em eventuais emergências com produtos perigosos, acidentes no descarte de embalagens e técnicas e práticas de combate a incêndio. Os avanços no tratamento do assunto são significativos, mas ainda podem ser potencializados. Um dos desafios assumidos pela BASF é melhorar o gerenciamento do transporte, considerando aspectos como o aprimoramento dos mecanismos internos, as peculiaridades de infra-estrutura dos países e a conscientização dos parceiros.



## Más seguridad en el transporte

BASF dispone de un sistema de respuesta rápida y de atención para cualquier tipo de accidente. En caso de producirse una emergencia que incluya el transporte de productos químicos, el equipo propio o contratado permanece de guardia las 24 horas. En Brasil, el sistema de atención es accionado por teléfono 08000 112273; para los demás países, consulte teléfonos al final de la publicación, página 77. Durante el 3º Encuentro Regional de Preparación y Atención de Emergencias se presentó un nuevo concepto de trabajo para agilizar esa atención. El encuentro recicló los conocimientos de 35 bomberos, técnicos, gerentes, invitados y nuevos colaboradores de las empresas adquiridas por BASF en 2006 para actuar en eventuales emergencias con productos peligrosos, accidentes en la eliminación de envases y técnicas y prácticas de extinción de incendios. Los avances en el manejo del tema son significativos, pero todavía es posible optimizarlos. Uno de los desafíos asumidos por BASF es mejorar el gerenciamento del transporte considerando aspectos como el perfeccionamiento de los mecanismos internos, las peculiaridades de infraestructura de los países y la conscientización de sus aliados comerciales.





## Comportamento seguro é prioridade

As ações de segurança do trabalhador priorizam o comportamento seguro. Em uma das ações promovidas em 2006, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat) integrada aconteceu simultaneamente em todas as unidades da BASF no Brasil, sob o slogan *Você é Único. Proteja-se!*. Uma metodologia piloto de estímulo ao comportamento seguro, a partir da observação e do comprometimento dos colaboradores, foi colocada em prática nas maiores unidades da empresa no País, em Guaratinguetá e São Bernardo do Campo. Em 2007, será expandida para toda a América do Sul.

## La prioridad es el comportamiento seguro

*Las acciones de seguridad del trabajador favorecen el comportamiento seguro. En una de las acciones promovidas en 2006, la Semana Interna de Prevención de Accidentes de Trabajo (Sipat) se realizó en todas las unidades de BASF en Brasil simultáneamente, bajo el slogan ¡Usted es único. Protéjase!. Fue puesta en práctica como proyecto piloto una metodología de estímulo al comportamiento seguro, a partir de la observación y compromiso de todos los colaboradores, en las mayores unidades de la empresa en el País: Guaratinguetá y São Bernardo do Campo. En 2007 se hará extensa a todas las unidades de América del Sur.*



## Segurança de produto e processos

Para cumprir uma de suas metas globais, a BASF está implementando um banco de dados em âmbito mundial com informações sobre substâncias químicas manuseadas em quantidades acima de uma tonelada. O sistema já foi adotado em todo o mundo e está em desenvolvimento na América do Sul, com mobilização de toda a empresa. A medida possibilitará maior agilidade, precisão e qualidade nos dados disponibilizados e contribui para o atendimento à nova legislação europeia – Reach (sigla do inglês, que significa registro, avaliação, autorização e restrição de produtos químicos) –, cuja entrada em vigor está prevista para junho de 2007. Ao importar um produto, o cliente receberá a ficha de segurança na língua do país em que está comprando.

A BASF também prioriza a capacitação dos colaboradores e medidas que garantem a segurança dos processos produtivos. Equipes de produção e engenharia, manutenção e segurança participaram de treinamento regional para aprofundar conhecimentos de sistemas de segurança e controle de processo e aprimorar as técnicas de análise de incidentes e acidentes.

**A BASF possui metas globais de segurança, saúde e meio ambiente alinhadas com a gestão de Atuação Responsável na América do Sul. Essas metas e a performance da organização estão disponíveis no bloco ambiental do Corporate Report da BASF ([www.basf.com](http://www.basf.com)).**



Comportamento seguro: conceito incorporado ao dia-a-dia  
Comportamiento seguro: concepto incorporado en el día a día



## Seguridad de producto y procesos

Para cumplir una de sus metas globales, BASF está implementando una base de datos a nivel mundial con información de sustancias químicas manejadas en una cantidad superior a una tonelada. El sistema ya fue adoptado en todo el mundo y está en desarrollo en América del Sur, movilizando a toda la empresa. La medida permitirá tener mayor agilidad, precisión y calidad en los datos disponibles y contribuye a la nueva legislación europea – REACH (sigla del inglés que significa registro, evaluación, autorización y restricción de productos químicos) –, que se prevé que entrará en vigencia en





junio de 2007. Al importar un producto, el cliente recibirá la ficha de seguridad en el idioma del país en que está comprando.

BASF también prioriza la capacitación de los colaboradores y medidas que garantizan la seguridad de los procesos productivos. Los equipos de producción e ingeniería, mantenimiento y seguridad participaron en el entrenamiento regional para profundizar conocimientos en sistemas de seguridad y control de proceso y perfeccionar las técnicas de análisis de incidentes y accidentes.

BASF posee metas globales de seguridad, salud y medio ambiente alineadas con la gestión de Actuación Responsable en América del Sur. Estas metas y el desempeño de la organización están disponibles en la sección ambiental del Corporate Report de BASF ([www.basf.com](http://www.basf.com)).



## As pessoas fazem acontecer

Uma das diretrizes da estratégia BASF 2015 é **formar a melhor equipe na indústria**. Desde 2004, a intensificação da transparência e do estímulo ao diálogo levou lideranças e colaboradores no Brasil a trabalhar em conjunto na elaboração de planos de ação específicos para as diversas unidades da empresa. Essa intensa mobilização reforçou o diálogo, criou um ambiente propício para as mudanças e qualificou e motivou os colaboradores. Estes, por sua vez, elegeram a BASF no Brasil como uma das Melhores Empresas para Trabalhar, segundo o *Guia Você S/A – Exame*, uma das publicações mais respeitadas do País. Entre 500 empresas analisadas, a BASF despontou como uma das 150 melhores. Em todos os países da América do Sul o diálogo é incentivado. Tanto é assim que a organização também está entre as 10 melhores para trabalhar na região, de acordo com pesquisa do Instituto Great Place to Work, com 420 mil funcionários de 1.183 empresas de nove países. Sondagens realizadas por importantes publicações na Argentina, Venezuela, Uruguai, Colômbia e Peru também reconheceram a BASF.

Essas conquistas revelam a evolução do diálogo, valorizam os colaboradores e a imagem da empresa no mercado. Uma equipe preparada, atuando em um ambiente reconhecido como um dos melhores para trabalhar, reflete positivamente na relação com os clientes. A Bússola da Liderança, instrumento global de orientação para colaboradores e gestores, também ajudou a ampliar e melhorar a qualidade dessa comunicação ao estabelecer os quatro principais direcionamentos para conduzir a empresa ao sucesso – clareza e senso de realidade; entusiasmo e inspiração; desenvolvimento e velocidade; liderança estratégica e operacional.

Incentivo ao  
diálogo coloca a  
BASF entre as 10  
melhores na região

*Diálogo y Comunicación  
ubica a BASF entre las 10  
mejores en la región*



### ■ *La gente hace que las cosas sucedan*

*Una de las directrices de la estrategia BASF 2015 es **formar el mejor equipo en la industria**. Desde 2004, la intensificación de la transparencia y del estímulo al diálogo llevó a los líderes y a los colaboradores en Brasil a trabajar en conjunto en la elaboración de planes de acción específicos para las diversas unidades de la empresa. Ese intenso movimiento reforzó el diálogo, creó un ambiente propicio para los cambios y calificó y motivó a los colaboradores. Estos, a su vez, eligieron a BASF Brasil como una de las Mejores Empresas para Trabajar, según la Guía Você S/A – Exame, una de las publicaciones más respetadas del país. Entre 500 empresas analizadas, BASF se destacó como una de las 150 mejores. En todos los países de América del Sur se promueve el diálogo. Tanto es así que la organización también está entre las 10 mejores para trabajar en la región, según encuesta del Instituto Great Place to Work a 420 mil empleados de 1.183 empresas de nueve países. Sondeos realizados por importantes publicaciones en Argentina, Venezuela, Uruguay, Colombia y Perú también hicieron un reconocimiento a BASF.*

*Estos logros revelan la evolución del diálogo, enaltecen a los colaboradores y la imagen de la empresa en el mercado. Un equipo preparado, que actúa en un ambiente reconocido como uno de los mejores para trabajar, se refleja positivamente en la relación con los clientes. La Brújula de Liderazgo, instrumento global de orientación a colaboradores y líderes, también ayudó a ampliar y mejorar la calidad de esa comunicación al establecer los cuatro principales direcionamientos para llevar la empresa al éxito – claridad y sentido de realidad; entusiasmo e inspiración; desarrollo y velocidad; liderazgo estratégico y operativo.*





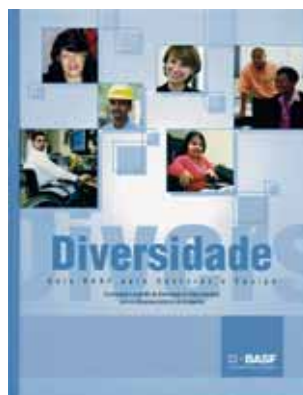
## Recursos Humanos integrados

O Projeto IntegraRH harmonizou políticas e diretrizes de recursos humanos para a América do Sul, com resultados como redução da complexidade e melhoria dos serviços. A troca de conhecimentos na região amplia o caminho para a inovação na gestão de pessoas com o que há de melhor na BASF e no mercado. O projeto reuniu cinco diretrizes – Treinamento, Desenvolvimento, Remuneração, Desenvolvimento Organizacional e Recrutamento e Seleção –, que abrangem 17 políticas de gestão de pessoas.

## Diversidade, um desafio constante

A valorização da diversidade é fundamental para a sustentabilidade, razão que torna a incorporação do conceito à gestão um desafio global para a empresa. Na América do Sul, há metas específicas relacionadas à conscientização dos colaboradores e à inclusão de negros, mulheres e deficientes. No caso específico do Brasil, a legislação prevê a contratação de portadores de deficiência. A BASF conta com 110 profissionais portadores de deficiência em seus quadros no País, número que representa 72% da exigência legal. A empresa vem desenvolvendo ações nas comunidades em que atua para sensibilizar, atrair e capacitar profissionais com necessidades especiais e incrementar a inclusão.

Entre as metas previstas, consta o Comitê de Valorização da Diversidade da BASF América do Sul, criado em 2003, e o *Guia da Diversidade*, lançado no Brasil em 2005. Como a promoção do tema não depende meramente de decisão administrativa, a BASF conscientiza e mobiliza lideranças e colaboradores acerca de sua relevância. Há muito a ser feito, mas os resultados vêm surgindo. Desde 2001, a organização desenvolve programas de desenvolvimento de colaboradores com potencial de liderança. Em 2006, 25% dos profissionais com esse perfil eram mulheres, índice superior aos 23% de 2005.



*Guia da Diversidade: disponível no endereço [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br)*  
*Guia de la Diversidad: disponible en el sitio [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br)*

## Recursos Humanos integrados

*El Proyecto IntegraRH armonizó políticas y directrices de recursos humanos para América del Sur, con resultados como la reducción de la complejidad y la mejora de los servicios. El intercambio de conocimientos en la región amplía el camino a la innovación en la gestión de personas con lo mejor de BASF y del mercado. El proyecto reunió cinco directrices – Capacitación, Desarrollo, Remuneración, Desarrollo Organizacional y Reclutamiento y Selección –, que abarcan 17 políticas de gestión de personal.*

## Diversidad: un desafío constante

*La valoración de la diversidad es fundamental para la sustentabilidad, es por eso que la incorporación del concepto a la gestión es un desafío global para la organización. En América del Sur, hay metas específicas relacionadas con la concientización de los colaboradores y con la incorporación de empleados de color, mujeres y discapacitados. En el caso específico de Brasil, la legislación prevé la contratación de discapacitados. BASF en Brasil cuenta con 110 profesionales discapacitados, en sus plantas y oficinas, número que representa un 72% de la exigencia legal. La empresa se encuentra desarrollando acciones junto con las comunidades en donde actúa para sensibilizar, atraer y capacitar profesionales con necesidades especiales e incrementar su inclusión.*

*Entre las metas previstas, consta el Comité de Valoración de la Diversidad de BASF América del Sur, creado en 2003, y la Guía de la Diversidad, lanzado en Brasil en 2005. Como la promoción del tema no depende meramente de una decisión administrativa, BASF conscientiza y moviliza a líderes y colaboradores sobre su relevancia. Hay mucho por hacer, pero los resultados ya están siendo visibles. Desde 2001, la organización implementa programas de desarrollo de colaboradores con potencial de liderazgo. En 2006, el 25% de los profesionales con ese perfil eran mujeres, índice superior al 23% de 2005.*



*Thiago Caro Cenjor, analista de sistemas de qualidade jr., do Laboratório de Desenvolvimento, Suporte Técnico, Unidade de Tintas e Vernizes em São Bernardo do Campo (SP)*  
*Thiago Caro Cenjor, analista de sistemas de calidad jr., del Laboratorio de Desarrollo, Soporte Técnico, Unidad de Pinturas y Barnices de São Bernardo do Campo (SP)*

### Conduta social

De acordo com seus Valores e Princípios, a BASF condena expressamente o trabalho infantil. A empresa respeita todas as normas e diretrizes internacionais sobre o assunto e desenvolve ações para melhorar a inclusão social na América do Sul. Também exige de seus parceiros comerciais declaração escrita de concordância com esse compromisso. Leia mais a respeito no endereço [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br).

### Conducta social

*De acuerdo con sus Valores y Principios, BASF condena expresamente el trabajo infantil. La empresa respeta todas las normas y directrices internacionales sobre el asunto y desarrolla acciones para mejorar la inclusión social en América del Sur. También exige de sus socios comerciales una declaración escrita de acuerdo con ese compromiso. Lea más con respecto al tema en la siguiente dirección electrónica: [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br)*

<b>Perfil do Colaborador / Perfil del colaborador</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Mulheres <i>Mujeres</i>	18%	22,5%	25%*
Negros <i>Colaboradores de color</i>	0,5%	3,9%	3,6%*
Mulheres em cargos de liderança <i>Mujeres en cargos de liderazgo</i>	12,5%	15%	17%
Negros em cargos de liderança <i>Colaboradores de color en cargos de liderazgo</i>	1,8%	1,8%	1,8%

\*percentual do total de colaboradores no Brasil

\*porcentaje del total de colaboradores en Brasil



## Desenvolvimento profissional

Em 2006, a BASF implementou projeto de treinamento global para capacitar as equipes de marketing e vendas a implementar o *perspectives* – iniciativa que visa a ajudar os clientes a atingir ainda mais o sucesso. Ao longo do ano, a empresa mobilizou 46.160 horas no treinamento de 3.429 colaboradores para responder às crescentes exigências do mercado. Entre os projetos no Brasil, a Academia de Liderança, criada em 2001, em parceria com a Fundação Dom Cabral, capacitou 83 líderes e colaboradores com potencial para assumir posições de liderança. A BASF também promove treinamentos específicos conforme as necessidades das unidades. No âmbito dos projetos corporativos, o Programa Falando de RH aborda, entre outros pontos, princípios individuais como bem-estar, sucesso e respeito aos valores da empresa. Em parceria com a Neuding Strategic Consultants, 2.194 colaboradores do Brasil participaram do Falando de RH durante o ano. A BASF tem como uma de suas premissas na gestão de pessoas atrair e desenvolver jovens talentos. O Programa Trainee, criado em 1987, é sucesso no mercado e traz para a empresa talentos com competência diferenciada. Cerca de 200 jovens já ingressaram na empresa pelo programa. Da mesma forma, o Programa de Estágio atrai estudantes de renomadas instituições de ensino para completar sua formação nas diversas áreas da empresa.



46.160 horas  
de capacitação  
para colaboradores

46.160 horas  
de capacitação  
para colaboradores

## Desarrollo profesional

En 2006, BASF implementó un proyecto de capacitación global para entrenar a los equipos de marketing y ventas en la implementación del programa *perspectives* – iniciativa que pretende ayudar a los clientes a tener aún más éxito. A lo largo del año, la empresa invirtió 46.160 horas en la capacitación de 3.429 colaboradores para dar respuesta a las crecientes exigencias del mercado. Entre los proyectos en Brasil, la Academia de Liderazgo, creada en 2001, en asociación con la Fundación Dom Cabral, capacitó a 83 líderes y colaboradores con potencial para asumir posiciones de liderazgo. BASF promueve también cursos de capacitación específicos dependiendo de las necesidades de cada unidad. Entre los proyectos corporativos, el Programa Hablando de RRHH aborda, entre otros temas, los principios individuales, como el bienestar, el éxito y el respeto por los valores de la empresa. En asociación con Neuding Strategic Consultants, 2.194 colaboradores de Brasil participaron en el programa Hablando de RRHH durante este año.

BASF tiene como una de sus premisas en la gestión de personas atraer y desarrollar jóvenes talentos. El Programa Trainee, creado en 1987, es un éxito en el mercado y trae a la empresa talentos con una competencia particular. Cerca de 200 jóvenes han ingresado a la empresa a través de este programa. De igual forma, el Programa de Pasantía atrae estudiantes de célebres instituciones de enseñanza para completar su formación en las diversas áreas de la empresa.



*Equipes de vendas e marketing em treinamento do programa perspectives  
Equipos de ventas y marketing en cursos de capacitación del programa perspectives*

### **Ainda mais perto dos clientes**

Noventa por cento das unidades de negócio da América do Sul participaram dos treinamentos previstos para o *perspectives*, programa que estimula as equipes de vendas e marketing a entender as demandas e expectativas dos clientes e ajudá-los a atingir ainda mais o sucesso. No total, 68 colaboradores foram capacitados em parceria com a Accenture Global.

### **Diálogo Social Regional**

A BASF é referência no mercado no tocante ao diálogo com as entidades representantes dos colaboradores – Intrab (Intersindical Nacional dos Trabalhadores na BASF), Comissões de Fábrica e CRTB (Coordenação Regional dos Trabalhadores na BASF). Em 2006, a empresa participou de reunião na Argentina para debater questões relacionadas ao tema com entidades da região. A transparência, seriedade e disposição para o diálogo configuram-se como um diferencial competitivo da empresa no mercado de trabalho.

### **Más cerca aún de los clientes**

*El 90% de las unidades de negocio de América del Sur participó en los cursos de capacitación previstos para perspectives, programa que estimula a los equipos de ventas y marketing a entender las demandas y expectativas de los clientes y ayudarlos a tener aún más éxito. En total, se han capacitado 68 colaboradores en asociación con Accenture Global.*

### **Diálogo Social Regional**

*BASF es un referente en el mercado en el diálogo con las entidades representantes de los colaboradores – Intrab (Intersindical Nacional de Trabajadores de BASF), Comisiones de Fábrica y CRTB (Coordinación Regional de Trabajadores de BASF). En 2006, la empresa participó en una reunión en la Argentina para debatir cuestiones relacionadas con este tema con entidades de la región. La transparencia, seriedad y disposición al diálogo configuran una diferencia competitiva de la empresa en el mercado de trabajo.*





# Investimentos nos colaboradores\*

## Inversões em los colaboradores\*

### Público interno / Público interno

Benefício Salário / Beneficio Salario	Argentina Argentina	Bolívia Bolivia	Brasil Brasil	Chile Chile	Colômbia Colombia	Equador Ecuador	Paraguai Paraguay	Peru Perú	Uruguai Uruguay	Venezuela Venezuela
Folha de pagamento (até 31/12/2006) Nómina (hasta 31/12/2006)	11.013,208	121,211	90.117,459	7.736,610	1.778,063	946,369	149,802	1.848,898	705,638	782,997
Encargos compulsórios Cargas obligatorias	2.409,785	16,037	32.516,133	–	152,498	80,171	12,640	1.129,932	99,563	26,022
Alimentação / Alimentación	508,134	2,106	2.013,526	198,891	–	–	5,599	67,619	24,198	–
Previdência privada / Plan de pensión	319,787	–	2.098,531	–	–	–	26,346	–	–	–
Cooperativa de crédito / Cooperativa de crédito	27,789	2,407	5.111,139	–	–	–	–	–	6,121	–
Assistência Médica / Atención Médica	138,454	8,789	5.195,140	58,591	64,169	30,730	8,271	100,743	–	61,376
Medicina Ocupacional / Medicina Ocupacional	19,803	–	1.066,380	68,101	8,367	–	–	11,626	0,448	0,412
Treinamento/Capacitação e Desenvolvimento / Capacitación y desarrollo	90,142	3,130	1.357,247	78,448	114,879	30,974	0,731	46,067	2,863	10,619
ADC – esporte, cultura e lazer / ADC – deporte, cultura y entretenimiento	–	–	667,702	2,947	2,245	–	–	33,416	–	–
Auxílio creche / Servicio de guardería	7,669	–	58,420	–	–	–	–	–	–	–
PPR / PPR	–	–	4.290,360	–	–	–	–	–	–	–
Brinquedos / Juguetes	–	–	19,748	2,895	1,547	–	0,030	2,102	–	–
Cestas de Natal / Canastas Navideñas	12,119	1,199	47,860	4,137	12,355	–	0,566	–	–	–
PAE / PAE	–	–	102,136	–	–	–	–	–	–	–
Transporte / Transporte	68,488	1,953	1.854,436	249,976	–	–	–	6,881	–	–
Outros <sup>1</sup> / Otros <sup>1</sup>	437,874	–	890,816	24,593	–	–	–	35,490	–	–
Média de investimento por colaborador / Media de inversión por colaborador	23,088	31,367	47,782	25,765	21,130	26,543	33,997	29,843	24,671	27,545

Em mil € (taxa em 31 de dezembro de 2006 para todos os países) / En mil € (tasa 31 diciembre de 2006 para todos los países)

<sup>1</sup> Engloba benefícios como seguro de vida, jubileu, dependência química, assistência odontológica, entre outros / Engloba beneficios como seguro de vida, becas estudiantiles, tickets canasta, entre otros

\*Não inclui Engelhard, Degussa, Aislapol (no Chile) e Wintershall Energia (na Argentina) / No incluye Engelhard, Degussa, Aislapol (en Chile) y Wintershall Energía (en Argentina)

## Indicadores laborais / Indicadores laborales

	Argentina <i>Argentina</i>	Bolívia <i>Bolivia</i>	Brasil <i>Brasil</i>	Chile <i>Chile</i>	Colômbia <i>Colombia</i>	Equador <i>Ecuador</i>	Paraguai <i>Paraguay</i>	Peru <i>Perú</i>	Uruguai <i>Uruguay</i>	Venezuela <i>Venezuela</i>
Número de colaboradores* (31/12/06) <i>Número de funcionarios (31/12/06)</i>	652	5	3.085	327	101	41	6	110	34	32
Empregados terceirizados / <i>Empleados terceros</i>	171	3	3.115	28	49	15	2	65	–	11
Estagiários / <i>Practicantes</i>	20	–	228	1	5	–	–	9	–	1
Horas de treinamento / <i>Horas de capacitación</i>	1.796	550	170.992	11.414	–	–	90	1.407	1.207	–
Mulheres na empresa / <i>Mujeres en la empresa</i>	131	1	753	86	43	7	1	30	12	15
Mulheres em cargo de liderança / <i>Mujeres en cargo de liderazgo</i>	4	–	50	4	7	1	–	7	1	2
Negros na empresa / <i>Colaboradores de color en la empresa</i>	–	–	116	–	–	–	–	–	–	–
Negros em cargos de liderança / <i>Colaboradores de color en cargos de liderazgo</i>	–	–	5	–	–	–	–	–	–	–
Deficientes / <i>Discapitados</i>	1	–	110	–	–	–	–	–	–	–

### Idade dos colaboradores / *Edad de los colaboradores*

menores de 18 anos / <i>menores de 18 años</i>	–	–	11	–	–	–	–	–	–	–
de 18 a 20 anos / <i>de 18 a 20 años</i>	1	–	57	6	1	–	–	3	–	1
de 21 a 30 anos / <i>de 21 a 30 años</i>	142	1	910	57	28	9	1	26	6	5
de 31 a 40 anos / <i>de 31 a 40 años</i>	233	2	1.241	129	33	20	1	47	7	8
de 41 a 50 anos / <i>de 41 a 50 años</i>	178	2	895	114	35	8	2	29	14	15
maiores de 50 anos / <i>mayores de 50 años</i>	98	–	199	50	9	4	2	5	7	4
Total / <i>Total</i>	652	5	3.313	356	106	41	6	110	34	33

### Estado civil / *Estado civil*

Casados / <i>Casados</i>	340	4	1.958	209	52	31	5	57	23	18
Divorciados / <i>Divorciados</i>	10	–	97	2	4	–	–	2	1	2
Solteiros / <i>Solteros</i>	286	1	1.139	144	45	9	1	51	6	11
Viúvos / <i>Viudos</i>	2	–	9	1	1	–	–	–	1	–
Outros / <i>Otros</i>	14	–	110	–	4	1	–	–	3	2

### Nível de escolaridade / *Nivel de escolaridad*

Ensino fundamental / <i>Educación básica</i>	133	–	408	9	–	–	–	20	2	–
Ensino médio / <i>Educación media</i>	269	–	1.046	150	1	1	3	20	11	–
Superior completo / <i>Superior completo</i>	175	4	1.263	184	92	35	3	69	8	30
Superior incompleto / <i>Superior incompleto</i>	75	1	596	13	13	5	–	1	13	3

### Tempo de empresa / *Antigüedad en la empresa*

Menos de 5 anos / <i>Menos de 5 años</i>	164	2	1.113	106	62	15	–	75	5	16
de 5 a 10 anos / <i>de 5 a 10 años</i>	194	3	1.007	110	24	20	2	17	13	6
de 11 a 20 anos / <i>de 11 a 20 años</i>	198	–	879	108	14	6	4	16	10	6
de 21 a 30 anos / <i>de 21 a 30 años</i>	74	–	289	20	5	–	–	–	4	5
de 31 a 40 anos / <i>de 31 a 40 años</i>	21	–	25	9	1	–	–	2	2	–
mais de 40 anos / <i>más de 40 años</i>	1	–	–	3	–	–	–	–	–	–



# Investimentos socioambientais\*

## Principais projetos na América do Sul

País	Dimensão	Projeto	Objetivos	Meta do Milênio	Públicos	Número de beneficiados	Ano de criação	Valor investido em 2006 (em euros)	Desafios
Brasil	Educação	Projeto Crescer	Transformação social por meio da educação	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Jovens de baixa renda de São Bernardo do Campo e Guaratinguetá	194 jovens	1982	304,896	Sustentabilidade e replicabilidade
Brasil	Educação	Programa ReAção	Capacitação de educadores	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Educadores e estudantes da rede municipal de ensino de Guaratinguetá	500 educadores e 10 mil estudantes (da creche à 8ª série)	2006	54,933	Sustentabilidade e replicabilidade
Brasil	Educação	Semente do Amanhã	Capacitação de educadores	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos Meta 7 – Garantir a sustentabilidade do meio ambiente	Educadores e estudantes da rede municipal de ensino de Guaratinguetá	500 educadores e 6 mil estudantes de 1ª à 4ª séries	2005	29,298	Sustentabilidade e replicabilidade
Brasil	Meio Ambiente e Educação	Mata Viva	Recomposição da Mata Ciliar do Rio Paraíba do Sul	Meta 7 – Garantir a sustentabilidade do meio ambiente	Sociedade e meio ambiente		1984 (recomposição) 2004 (início da educação ambiental)	94,119	Sustentabilidade
Brasil	Meio Ambiente	Amiguinhos do Lixo	Doação de material reciclável da BASF e apoio na destinação	Meta 7 – Garantir a sustentabilidade do meio ambiente	Cooperativa de Reciclagem Amigos do Lixo e Comunidade do Bairro Engenheiro Neiva	60 agentes ambientais e 4 mil moradores do bairro Engenheiro Neiva	2004 (com o nome Amiguinhos do Lixo)	3,662	Aumentar a abrangência (hoje atende 40% da cidade)
Brasil	Meio Ambiente	Fundação Espaço ECO	Promover o desenvolvimento sustentável, oferecendo soluções em ecoeficiência, educação ambiental e reflorestamento	Meta 7 – Garantir a sustentabilidade do meio ambiente	Empresas, comunidades, público interno, escolas, meio ambiente, ONGs, universidades	1.219	2005	523,251	Sustentabilidade e replicabilidade

\*Não inclui Engelhard, Degussa, Aislapol (no Chile) e Wintershall Energia (na Argentina)



País	Dimensão	Projeto	Objetivos	Meta do Milênio	Públicos	Número de beneficiados	Ano de criação	Valor investido em 2006 (em euros)	Desafios
Chile	Educação	Apoio Escuela D-297 "Angelmo" de Quinta Normal	Doação de equipamentos de informática e doação de presentes de Natal	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Comunidade de Quinta Normal	320 estudantes do colégio	2005	560	Ampliar a ação, envolvendo o público interno
Argentina	Saúde	Conin	Elaborar um plano estratégico de fortalecimento e crescimento para a Fundação	Meta 1 – Erradicar a pobreza extrema e a fome	Crianças com desnutrição e educação para suas famílias	500	2006	11,915	Aumentar a abrangência do número de beneficiários
Argentina	Educação	Potenciar	Abordagem integral dos problemas de instituições educacionais de pequenas comunidades do interior do país	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Comunidade	1,5 mil crianças	2006	1,554	Ampliar a rede com nossos contatos comerciais
Argentina	Outros	Campanhas Solidárias	Campanhas pontuais (Natal Solidário, Mais Cor nas Escolas, Papel Reciclado para a Fundação Garrahan, etc.)	Meta 1 – Erradicar a pobreza extrema e a fome	Comunidade		2002	7,770	Manter campanhas com maior participação de voluntários internos
Argentina	Educação	Becas Estudiantiles	Facilitar o acesso à educação dos filhos de colaboradores	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Filhos de colaboradores	56	2002	8,703	Sustentabilidade
Argentina	Educação e Saúde	Mi Escuela Crece	Assistência a necessidades básicas das escolas públicas vizinhas	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Estudantes e educadores	2 mil	2002	11,656	Sustentabilidade
Colômbia	Educação	Química que Crea Lazos	Obras de reparação da infraestrutura da escola, parque infantil, mesas de pintura, entre outros	Meta 2 – Educação básica de qualidade para todos	Escola Puente Hamaca no município de Soracá	40	2006	13,495	Continuidade do projeto



# Inversiones socio-ambientales\*

## Principales proyectos en América del Sur

País	Dimensión	Proyecto	Objetivos	Meta del Milenio	Públicos	Número de beneficiados	Año de creación	Valor invertido en 2006 (en euros)	Desafíos
Brasil	Educación	Proyecto Crescer	Transformación social a través de la educación	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Jóvenes de bajos ingresos de São Bernardo Campo y Guaratinguetá	194 jóvenes	1982	304,896	Sustentabilidad y replicabilidad
Brasil	Educación	Programa ReAcción	Capacitación de educadores	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Educadores y estudiantes de la red municipal de enseñanza de Guaratinguetá	500 educadores y 10,000 estudiantes (desde guardería hasta 8º grado)	2006	54,933	Sustentabilidad y replicabilidad
Brasil	Educación	Semilla del Mañana	Capacitación de educadores	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos Meta 7 – Garantizar la sustentabilidad del medio ambiente	Educadores y estudiantes de la red municipal de enseñanza de Guaratinguetá	500 educadores y 6,000 estudiantes de 1º a 4º grado	2005	29,298	Sustentabilidad y replicabilidad
Brasil	Medio Ambiente y Educación	Mata Viva	Recomposición del Bosque en Galería del Río Paraíba do Sul	Meta 7 – Garantizar la sustentabilidad del medio ambiente	Sociedad y medio ambiente		1984 (recomposición) y 2004 (comienzo de la utilización para educación ambiental)	94,119	Sustentabilidad
Brasil	Medio Ambiente	Amiguitos de la Basura	Donación de material reciclable de BASF y apoyo al envío	Meta 7 – Garantizar la sustentabilidad del medio ambiente	Cooperativa de Reciclado Amigos de la Basura y Comunidad del Barrio Neiva	60 agentes ambientales y 4,000 habitantes del barrio Ingeniero Neiva	2004 (com el nombre Amiguitos de la Basura)	3,662	Aumentar el alcance (hoy atende al 40% de la ciudad)
Brasil	Medio Ambiente	Fundación Espacio ECO	Promover el desarrollo sustentable, aplicando soluciones en ecoeficiencia, educación ambiental y reforestación	Meta 7 – Garantizar la sustentabilidad del medio ambiente	Empresas, comunidades, público interno, escuelas, medio ambiente, ONGs, universidades		2005	523,251	Sustentabilidad y replicabilidad

\* No incluye Engelhard, Degussa, Aíslapol (en Chile) y Wintershall Energía (en Argentina)



País	Dimensión	Proyecto	Objetivos	Meta del Milenio	Públicos	Número de beneficiados	Año de creación	Valor invertido en 2006 (en euros)	Desafíos
Chile	Educación	Apoyo Escuela D-297 "Angelmo" de Quinta Normal	Donación de equipos de informática y donación de regalos de Navidad	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Comunidad de Quinta Normal	320 estudiantes del colegio	2005	560	Ampliar la acción, involucrando al público interno
Argentina	Salud	Conin – Sumar en red	Elaborar un plan estratégico de fortalecimiento y crecimiento para la Fundación	Meta 1 – Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Niños con desnutrición y educación para sus familias	500	2006	11,915	Aumentar el alcance de número de beneficiarios
Argentina	Educación	Potenciar	Abordaje integral de los problemas de las instituciones educativas de pequeñas comunidades del interior del país	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Comunidad	1.500 niños	2006	1,554	Ampliar la red con nuestros contactos comerciales
Argentina	Otros	Campañas Solidarias	Campañas puntuales (Navidad Solidaria, Más Color en las Escuelas, Papel Reciclado para la Fundación Garrahan, etc)	Meta 1 – Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Comunidad		2002	7,770	Mantener campañas con mayor participación de voluntarios internos
Argentina	Educación	Becas Estudiantiles	Facilitar el acceso a la educación de los hijos de los colaboradores	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Hijos de colaboradores	56	2002	8,703	Sustentabilidad
Argentina	Educación y Salud	Mi Escuela Crece	Asistencia a las necesidades básicas de escuelas vecinas	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Estudiantes y educadores	2.000	2002	11,656	Sustentabilidad
Colombia	Educación	Química que Crea Lazos	Obras de reparación de la infraestructura de la escuela, parque infantil, mesas de pintura, entre otros	Meta 2 – Educación básica de calidad para todos	Escuela Puente Hamaca en el municipio de Soracá	40	2006	13,495	Continuidad del proyecto

## **BASF S.A.**

### **Comunicação Social da BASF para a América do Sul**

*Comunicación Social de BASF para la América del Sur*

#### **Diretora Responsável / Directora Responsable**

Gislaine Rossetti (Conrerp 3.249)

#### **Conceito e Coordenação Geral / Concepto y Coordinación General**

Joelma Amaral (MTb/SP 45.104) e/y Patricia Pêcego (MTb/SP 26.957)

#### **Projeto Gráfico / Proyecto Gráfico**

D'Lippi Design + Print

#### **Textos e Edição / Textos y Edición**

Débora Baptista Falzetta (MTb/SP 25.953)

#### **Revisão do Português / Revisión del Portugués**

Ivan de Almeida

#### **Impressão / Impresos**

Margraf

#### **Tradução para o Espanhol / Traducción al Español**

Gabriela Cetlinas e/y Maria S. Vila (colaboração/colaboración)

#### **Revisão do Espanhol / Revisión del Español**

Carolina Capelloni, Celeste Rodolfo e/y Clara Alvarés

#### **Fotografias / Fotografías**

- Arquivo BASF / *Archivo BASF*: páginas 8, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 29, 33, 37, 38, 44, 52, 53, 56, 60, 73, 75
- Banco de Imagens BASF AG (Alemanha) / *Banco de Imágenes de BASF AG (Alemania)*: páginas 8, 9, 31, 32, 35, 36, 38, 40, 41, 42, 43, 45
- Banco de Imagens D'Lippi Design + Print: páginas 1, 10-11
- Andrés Lang: página 60
- Brenda Avella: página 68
- D&S Consultoria em Marketing e Comunicação: página 27
- Felipe Hellmeister: páginas 8, 65
- Fernando Venegas: página 39
- Jo Henkel: páginas 63, 73
- Juan Esteves: capa/tapa, páginas 2, 46-47
- João Athaide: páginas 57, 59, 62, 67
- Moro Publicidad: página 17
- Nellie Solitrenick: página 15
- Ricardo Keuchgerian: página 69
- Ricardo Niishimura: páginas 21, 58, 70
- Rodolfo Grabner: página 5
- Sérgio Ueda: página 30
- Steffen Jaenicke: páginas 8, 19, 25, 51, 55, 61, 70

Capa/tapa (Colaboradores da BASF): Maria Carolina Lemos, Sérgio Portella, Simone Brodt e/y Alexandre Pimentel



- Aislapol S.A.** | Av. Carrascal 3.791, Casilla 3238, Quinta Normal, Santiago de Chile – Chile  
tel. 56 2 640 7070 • fax 56 2 775 0936
- BASF S.A.** | Av. Brigadeiro Faria Lima 3.600, Itaim Bibi, São Paulo, SP – Brasil  
tel. 55 11 3043 2273 • fax 55 11 3043 2505  
SAC Repintura Automotiva 0800 0194488  
SAC Tintas Imobiliárias 0800 0191912  
Produtos para Agricultura 0800 0192500  
Serviço de Atendimento a Emergências 0800 0112273 • www.basf.com.br
- BASF Argentina S.A.** | Av. Corrientes, 327, Buenos Aires – Argentina  
tel. 54 11 4317 9600 • fax 54 11 4317 9700 • www.basf.com.ar
- BASF Bolivia S.R.L.** | Av. San Martín, 1.800, Piso 5, Edificio Tacuaral, Barrio Equipetrol,  
Santa Cruz de La Sierra – Bolivia • tel. 00 591 3 3141080 • fax 00 591 3 3141081
- BASF Chile S.A.** | Av. Carrascal, 3.851, Casilla 3238, Santiago de Chile – Chile  
tel. 56 2 640 7000 • fax 56 2 775 0936 • www.basf.cl
- BASF Construction Chemicals Argentina S.A.** | Ruta Panamericana, Km 47,5, Colectora Oeste, Escobar – Argentina  
tel. 54 3488 433000 • fax 54 3488 432828 • www.basf.com.ar
- BASF Construction Chemicals Brasil Indústria e Comércio de Produtos Químicos Ltda.** | Rua Costa Barros, 3.089, Vila Prudente, São Paulo – Brasil  
tel. 55 11 6108 5555 • fax 55 11 6108 5500 • www.basf.com.br
- BASF Ecuatoriana S.A.** | Av. República, 500 y Almagro, Edificio Pucará, Piso 12, Quito – Ecuador  
tel. 59 32 254 1100 • fax 59 32 256 9369
- BASF Paraguaya S.R.L.** | Independencia Nacional, 811, Piso 12, Edificio El Productor, Asunción – Paraguay  
tel. 59 521 498 401 • fax 59 521 498 403
- BASF Peruana S.A.** | Av. Oscar R. Benavides, 5.915, Callao, Lima – Peru  
tel. 51 1 5132500 • fax 51 1 5132518 • www.basf-peru.com.pe
- BASF Poliuretanos Ltda.** | Av. Papa João XXIII, 4.800, Mauá, São Paulo – Brasil  
tel. 55 11 4542 7200 • fax 55 11 4543 6739
- BASF Poliuretanos S.A.** | Cabo 1° Moreno, 2.370, Parque Industrial Burzaco, Buenos Aires – Argentina  
tel. 54 11 4299 6792 • fax 54 11 4299 1051
- BASF Química Colombiana S.A.** | Calle 99 # 69C 32, Bogotá – Colombia  
tel. 57 1 632 2260 fax 57 1 634 2050 www.basf.com.co
- BASF Uruguay S.A.** | Camino Ariel, 4.620, Montevideo – Uruguay  
tel. 59 82 355 1414/3183/3184 • fax 59 82 355 8868
- BASF Venezolana S.A.** | Av. Principal de Macaracuay, Multicentro Empresarial Macaracuay, Piso 10,  
Estado Miranda, Apdo Postal: 70316 y 70317, Los Ruices, Caracas – Venezuela  
tel. 58 212 256 0011/3430 • fax 58 212 256 3379
- Wintershall Energía S.A.** | Maipú 757, Piso 10, Buenos Aires – Argentina  
tel. 54 11 5554 2700 • fax 54 11 5554 2701
- Wintershall do Brasil Ltda.** | Praia de Botafogo, 501, Bloco B, 2° andar, Rio de Janeiro, RJ – Brasil  
tel. 55 21 2546 9906 • fax 55 21 2586 6281

O Relatório de Atividades América do Sul é a única publicação regional corporativa da BASF que consolida os principais acontecimentos do ano destinada a todos os seus públicos: colaboradores, parceiros e, principalmente, os clientes da empresa.

Além da versão em papel, o Relatório pode ser lido (também em inglês) nos endereços eletrônicos [www.basf.com.ar](http://www.basf.com.ar); [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br); [www.basf.com.cl](http://www.basf.com.cl); [www.basf.com.co](http://www.basf.com.co); [www.basf-peru.com.pe](http://www.basf-peru.com.pe).

Em âmbito global, a BASF edita o *Corporate Report*, seguindo os mais rigorosos indicadores mundiais para a elaboração de relatórios empresariais. A edição de 2006 está disponível no endereço [www.basf.com](http://www.basf.com), com os destaques mais relevantes relacionados ao desempenho financeiro, social e ambiental do Grupo BASF.

Esta publicação foi impressa em papel couché fosco (capa 230 g/m<sup>2</sup> e miolo 150 g/m<sup>2</sup>) da Suzano Papel e Celulose, cujo processo de fabricação conta com produtos BASF: Afranil® MG SA, Styronal® BD 611. O envelope foi confeccionado com papel alta alvura 170 g/m<sup>2</sup> da Suzano Papel e Celulose, que utilizou os seguintes produtos BASF no processo de fabricação: Basoplast® PR 8152 SA e Afranil® MG SA.

Publicado em abril de 2007.

*El Informe de Actividades América del Sur es la única publicación regional corporativa de BASF que consolida los principales acontecimientos del año, destinada a todos sus públicos: colaboradores, socios comerciales y, principalmente, clientes de la empresa.*

*Además de la versión impresa, el Informe de actividades puede ser leído (también en inglés) en las siguientes direcciones electrónicas: [www.basf.com.ar](http://www.basf.com.ar); [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br); [www.basf.com.cl](http://www.basf.com.cl); [www.basf.com.co](http://www.basf.com.co); [www.basf-peru.com.pe](http://www.basf-peru.com.pe).*

*En un ámbito global, BASF edita el Corporate Report, siguiendo los indicadores más rigurosos a nivel mundial para la elaboración de relatorios empresariales. La edición de 2006 está disponible en la dirección [www.basf.com](http://www.basf.com), con los datos más relevantes relacionados con el desempeño financiero, social y ambiental del Grupo BASF.*

*Esta publicación ha sido impresa en papel couché opaco (portada 230g/m<sup>2</sup> e interior 150g/m<sup>2</sup>) de Suzano Papel y Celulosa, cuyo proceso de fabricación se realiza con productos de BASF: Afranil® MG SA, Styronal® BD 611. El sobre ha sido confeccionado con papel de alto espesor 170g/m<sup>2</sup> de Suzano Papel y Celulosa, que utilizó los siguientes productos BASF en el proceso de fabricación: Basoplast® PR 8152 SA y Afranil® MG SA.*

*Publicado en abril de 2007.*

[www.basf.com.ar](http://www.basf.com.ar) • [www.basf.com.br](http://www.basf.com.br) • [www.basf.com.cl](http://www.basf.com.cl) • [www.basf.com.co](http://www.basf.com.co) • [www.basf-peru.com.pe](http://www.basf-peru.com.pe)



INSTITUTO  
**ETHOS**



World Business Council for  
Sustainable Development