

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 Lantín e/y Maíte 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 Espaço 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 brasileira.*

*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 brasileira).*

*“La Fundación Espaço 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 Cadeia 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 interseembra 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 Bolivia, 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%.

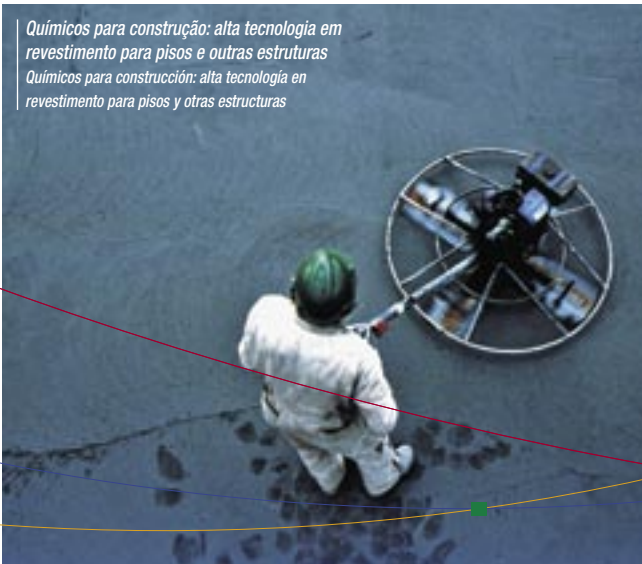
Soluções  
aprimoradas  
para o setor da  
construção

*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%.*

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





*"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*

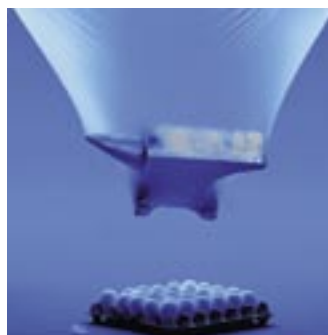
## Parceria antecipa necessidade do mercado

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 en 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 didático 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.

## 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.



## Biocombustibles

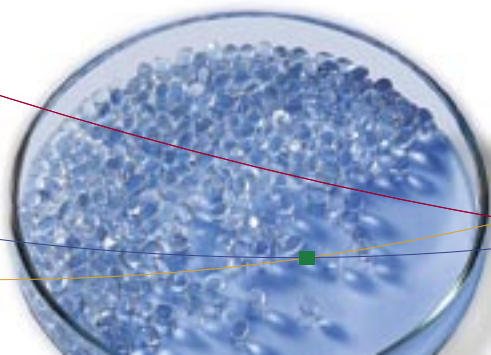
*BASF desarrolla productos para toda la cadena de producción del combustible biodegradable derivado de fuentes renovables, conocido como biodiesel. Son productos para la protección de cultivos de donde se extraen aceites vegetales o etanol. Los catalizadores contribuyen en la producción acelerando la 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

*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 Abeijón Basset, filha de Sonja Basset,  
colaboradora da BASF Argentina, participou de  
campanha publicitária corporativa  
Brenda Abeijón Basset, hija de Sonja Basset,  
colaboradora de BASF Argentina, participó en la  
campana publicitaria corporativa



Outra novidade do ano para a fabricação de papel foram os produtos da Linha Solar®, que auxiliam no alvejamento 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  
Paliotar®, 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  
Paliotar®, 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

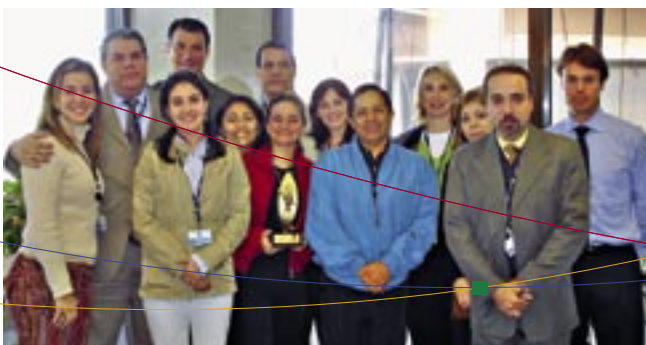
A proximidade com os parceiros amplia as possibilidades de aprimoramento da tecnologia e a busca de soluções para melhorar a qualidade dos produtos e reduzir os custos na cadeia produtiva do cliente.

## 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.

### **Abastecimiento 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 Inventor). 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.*