

 **Dados do Brasil**

The Nature
Conservancy 

Sumário Alimentos & Natureza
Apostando na
recuperação verde

Novembro de 2020



Sobre este estudo

Este foi, sem dúvida, um ano em que toda o setor de Alimentos, Bebidas e Agricultura (FB&A, em sua sigla em inglês) teve que explorar o que significa ser um serviço essencial. Desde a necessidade de redefinir completamente os protocolos de segurança para o bem-estar de funcionários e clientes até o entendimento da eficiência e do impacto de toda a cadeia de abastecimento para garantir prateleiras cheias, os líderes do setor foram forçados a tomar decisões difíceis ao preparar seu modelo de negócios para o futuro.

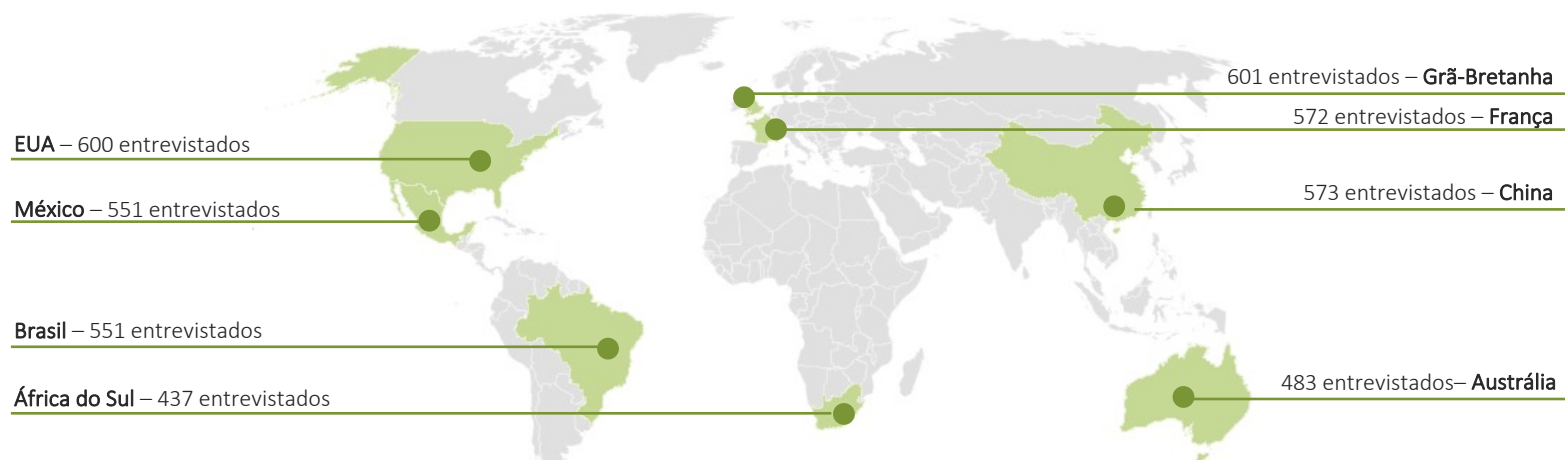
E mediante tudo isso, havia uma pergunta sem resposta sobre as oportunidades atuais e futuras de investimento por parte do setor de FB&A na Recuperação Verde. Em outras palavras - a sustentabilidade ainda é um foco central para empresas e consumidores e, em caso afirmativo, como os líderes do setor podem melhor contextualizar e planejar o investimento no futuro?

Para responder à essa indagação, a The Nature Conservancy fez uma parceria com a *Edelman Data x Intelligence* para abordar essas grandes questões. Valendo-nos da nossa confiança e conhecimento sobre a natureza, lançamos o *Food & Nature Digest* - uma série sobre o estado atual da sustentabilidade na produção de alimentos e bebidas, oferecendo uma exploração das expectativas dos consumidores informados e recomendações para líderes empresariais experientes do caminho a seguir.



Mercados Pesquisados

Pesquisa online em oito mercados, com um total de 4.368 entrevistados entre 9 e 24 de setembro de 2020.



TOMADORES DE DECISÃO DA FB&A

- Têm mais de 18 anos
- Trabalham em uma empresa de Agricultura ou de Alimentos e Bebidas com mais de 250 funcionários
- Ocupam cargos de liderança (diretores de áreas, membros do Conselho Administrativo e outros cargos altos)
- Tomam decisões estratégicas para a empresa



TRABALHADORES DA FB&A

- Têm mais de 18 anos
- Trabalham em uma empresa de Agricultura ou de Alimentos e Bebidas com mais de 250 funcionários
- Não ocupam cargos de liderança e não são tomadores de decisões estratégicas para a empresa
- Inclui funcionários que trabalham ou não em escritórios corporativos (por exemplo: produção, manufatura, etc.)



CONSUMIDORES INFORMADOS

- Têm de 25 a 64 anos
- Têm curso superior ou pós-graduação
- Têm renda qualificada
- São consumidores frequente de notícias relacionadas ao comércio, à agricultura, sustentabilidade ou ao setor de alimentos e bebidas
- Inclui acionistas de empresas de agricultura, alimentos ou bebidas

Confiança no setor de FB&A

Confiança que o setor de FB&A fará a coisa certa
% dos que concordam; as três principais áreas



Consumidores
informados



Consumidores
informados

Brasil

76%

Funcionários de
empresas

86%

Brasil

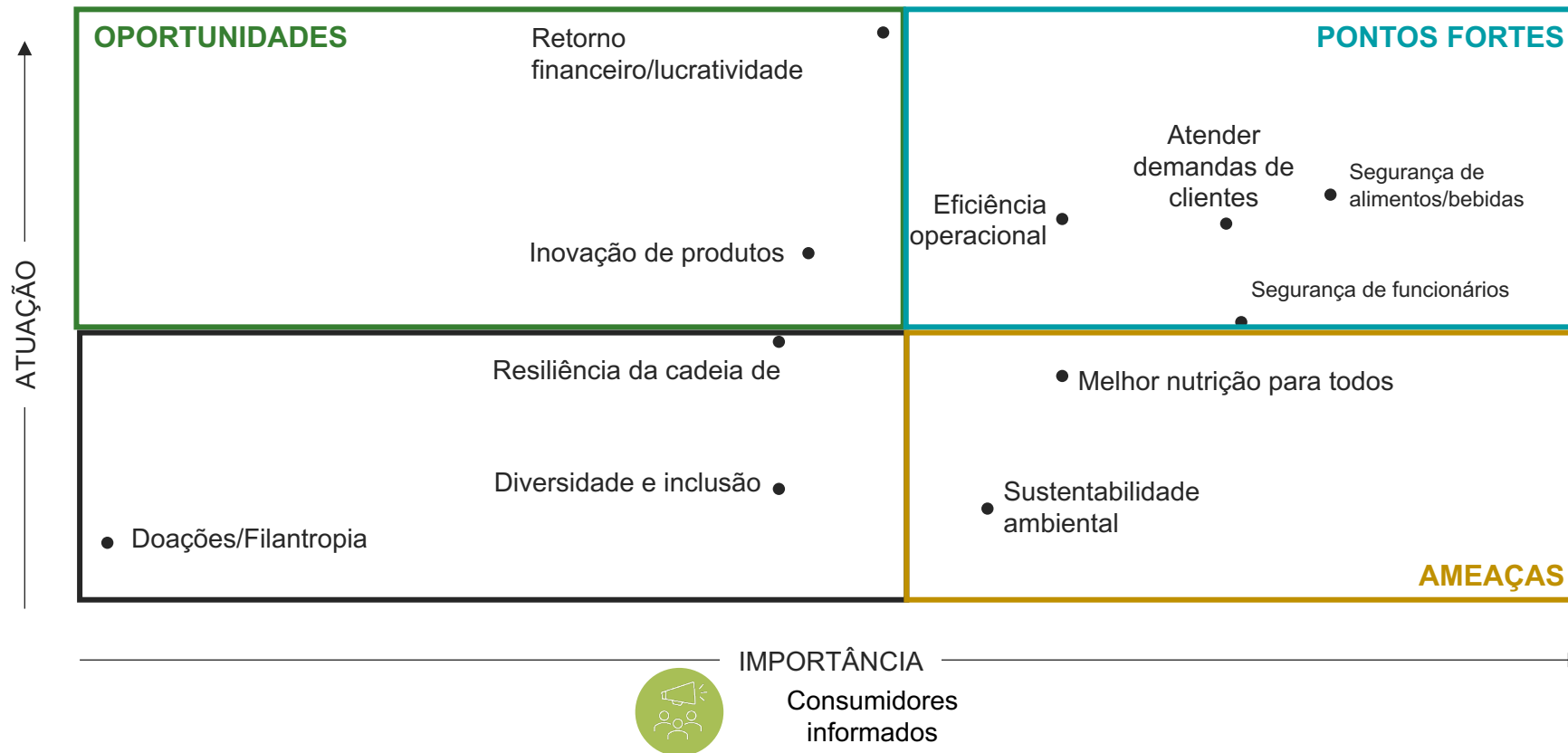


A confiança no setor é
aproximadamente
13% maior entre
funcionários de
empresas FB&A

Apesar de tudo isso, os consumidores acham que as empresas de FB&A demoram a cumprir seus compromissos de sustentabilidade

Importância por desempenho de áreas-chave para empresas de FB&A

% entrega, % importante, duas áreas mais importantes

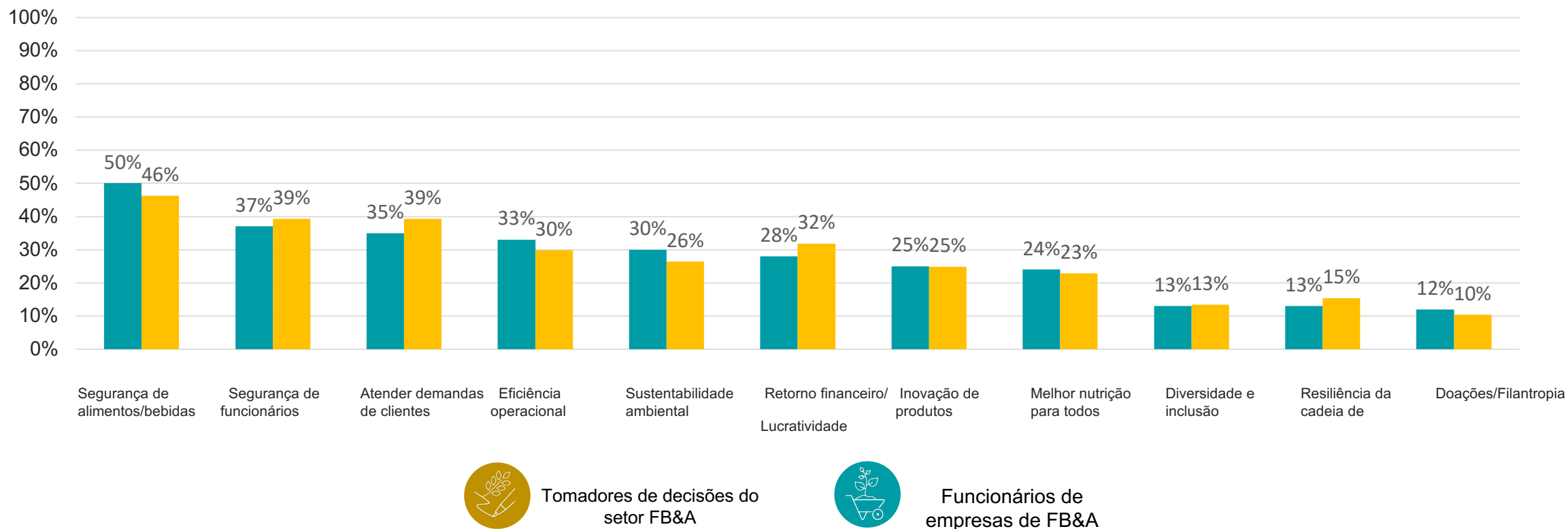


P7: Qual a importância de uma empresa média de alimentos, bebidas ou agricultura se concentrar em cada um dos itens a seguir? Base: Consumidores informados

P9: Com base em informação que você possui, quão bem a empresa média de alimentos, bebidas ou agricultura cumpre cada um dos itens a seguir? Base: Consumidores informados

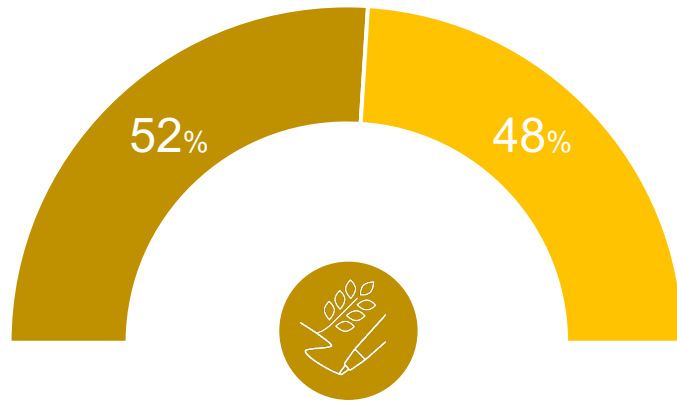
Prioridades da empresa atual classificadas por importância

Prioridades da empresa por importância
% Classificadas entre as três primeiras

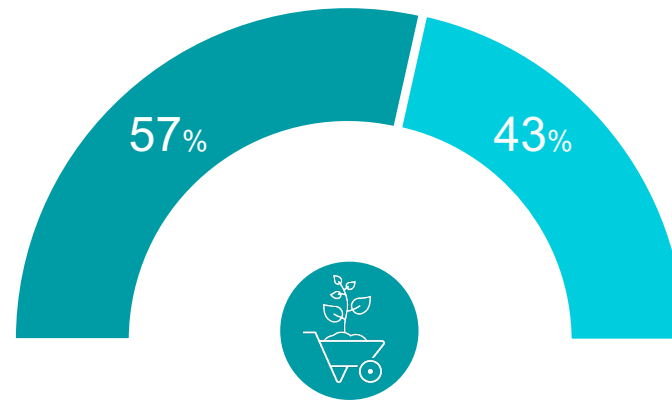


Priorizar fazer o bem para o meio ambiente versus não causar danos

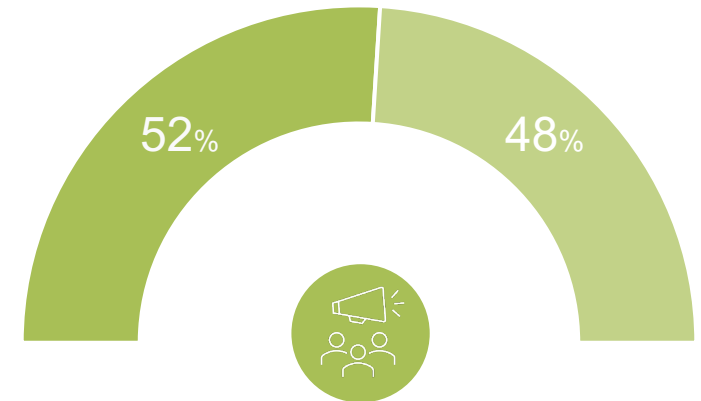
Prioridades para empresas médias de FB&A
% Selecionadas



Tomadores de decisões em empresas de FB&A



Funcionários em empresas de FB&A

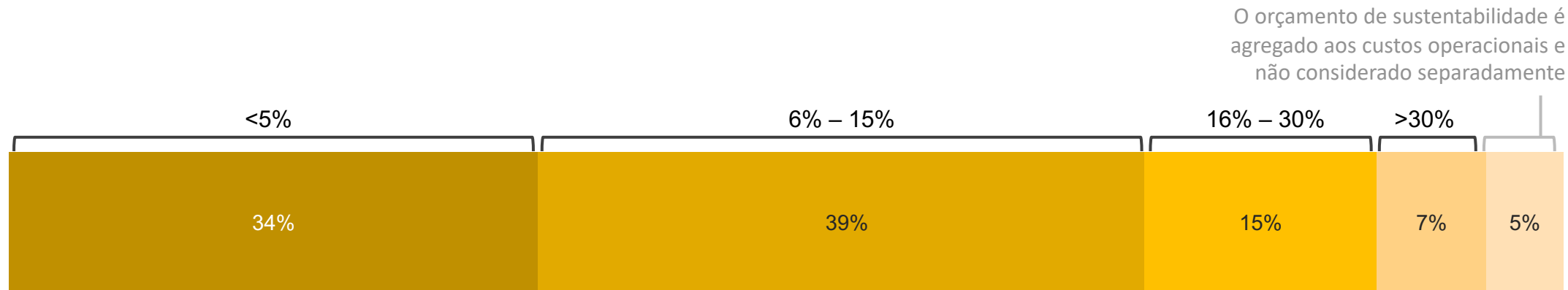


Consumidores informados

■ Não causar danos ao meio ambiente ■ Fazer bem ao meio ambiente

Porcentagem de ganhos alocados para a sustentabilidade ambiental

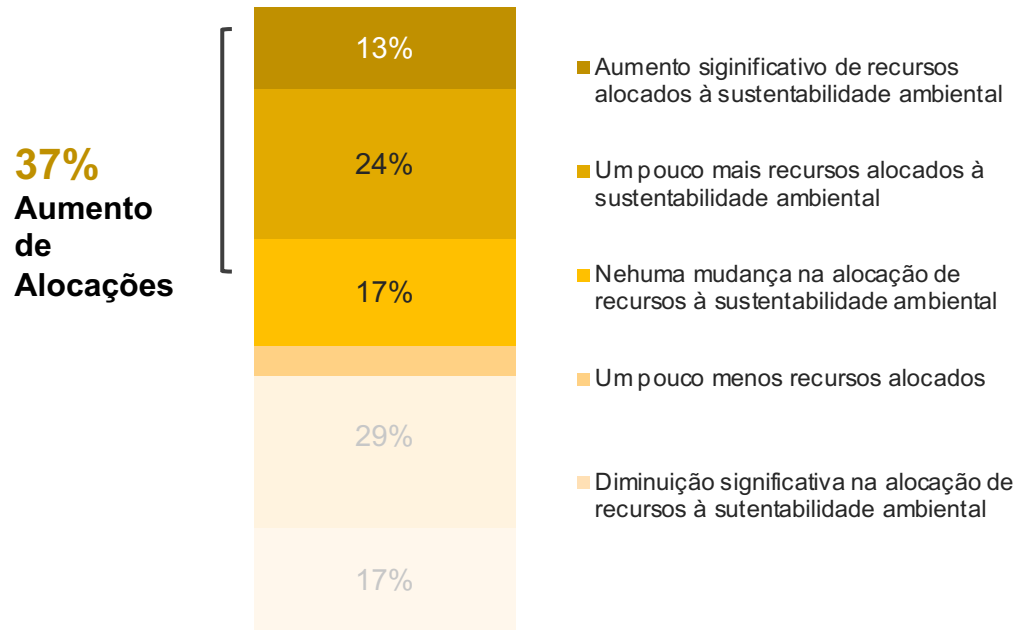
Porcentagem de ganhos alocados para a sustentabilidade ambiental
% Selecionadas



Tomadores de decisão em empresas de FB&A

Razões para aumentar as alocações à sustentabilidade ambiental

Mudanças nas alocações de recursos nos últimos 6-10 meses
% Selecionados



Razões para o aumento de recursos à sustentabilidade ambiental
% Selecionada

Necessidade de reduzir os impactos danosos ao planeta	57%
Aumento de ganhos proporcionaram investimento de mais recursos para iniciativas de sustentabilidade	51%
Nós dará uma vantagem competitiva	46%
Eventos recentes revelaram vulnerabilidades na nossa cadeia de abastecimento	35%
Mudanças regulatórias	30%
Ajuda a aumentar a participação no mercado	27%
Exigência/pressão de consumidores	24%
Crescente interesse de investidores ESG	24%
Exigência/pressão de ONGs ou grupos ativistas	14%
Outras empresas do setor estão investindo em sustentabilidade	14%
Ajudará a retenção de funcionários	11%
Exigência/pressão de acionistas	8%

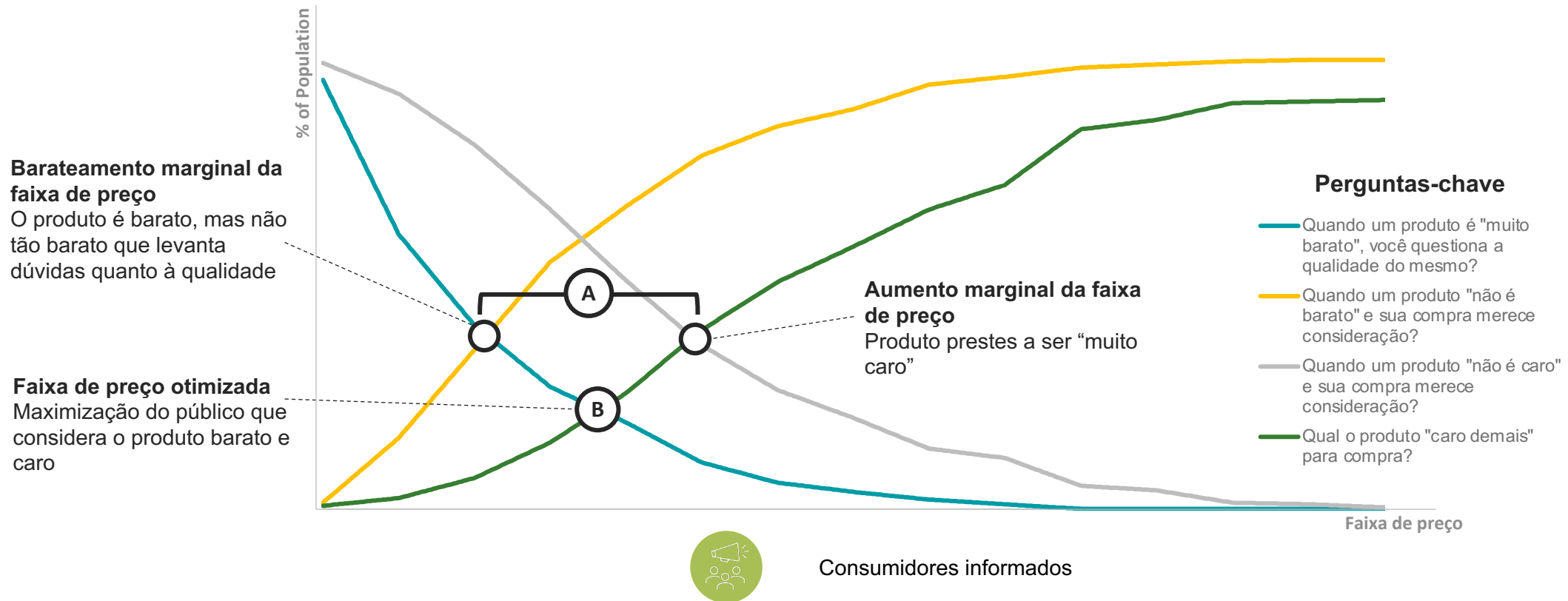


Tomadores de decisão de empresas de FB&A

Análise de sensibilidade às faixas de preços: Entendendo a estrutura

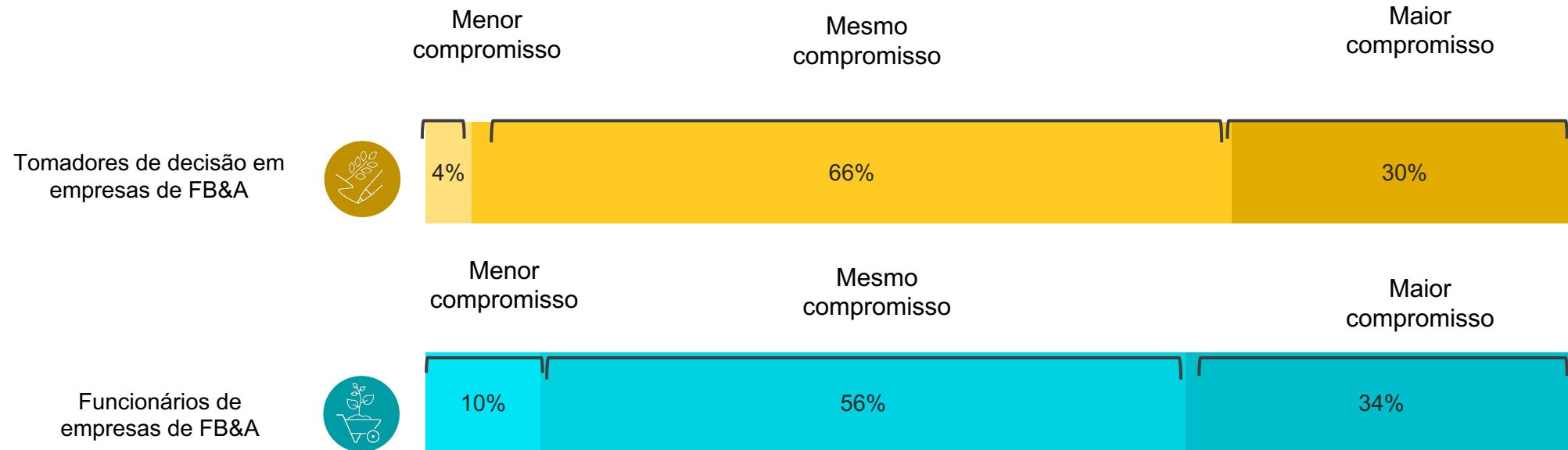
Pedimos aos consumidores que classificassem os preços esperados em relação a quatro perguntas-chave para mais de 80 produtos diferentes em uma cesta FB&A padrão nos mercados globais. A cesta média de bens explorada estava em uma faixa de US\$ 2,17 a US\$ 4,88 entre barateamento marginal e custo (A) com uma faixa de preço otimizada de \$ 3,66 (B).

Sensibilidade aos preços - Van Westendorp
Baseada em "Cesta de mercadorias padrão"



Percepções sobre os compromissos de sustentabilidade em comparação a outras empresas

Percepções sobre os compromissos de sustentabilidade em comparação a outras empresas
% Seleccionadas



- Minha empresa tem menor compromisso que o restante do setor
- Minha empresa tem o mesmo compromisso que o restante do setor
- Minha empresa tem maior compromisso que o restante do setor

Tendência a confiar em empresas de FB&A baseada na razão de seu investimento em sustentabilidade

Tendência a confiar em empresas de FB&A baseada na razão de seu investimento em sustentabilidade
 % que confiaria, Média das três principais razões

66%
confiaria

PERFORMANCE

Investe em sustentabilidade apenas para melhorar a imagem e evitar repercussões negativas

Exemplos

- Exigência/pressão de consumidores
- Exigência/pressão de acionistas
- Exigência/pressão de ONGs
- Porque outros no setor investem

71%
confiaria

PROCESSO

Investe em sustentabilidade como prática necessária operacional e de negócios

Exemplos

- Os regulamentos exigem
- É necessário para o processo de produção
- Pressão da cadeia de abastecimento
- Para se diferenciar de outras empresas

72%
confiaria

PREVENÇÃO

Investe em sustentabilidade como prevenção e mitigação de potenciais riscos de negócio

Exemplos

- Garantir o fornecimento de recursos naturais
- Manter um negócio resiliente
- Reduzir o risco operacional

71%
confiaria

PROATIVIDADE

Investe em sustentabilidade para melhorar o meio ambiente e a vida de futuras gerações

Exemplos

- É a coisa certa moralmente
- Reduzir o impacto do processo de produção
- Pelo dever de proteger a natureza e o meio ambiente
- Garantir recursos para as gerações futuras



Consumidores informados