

Dezembro de 2017

# Gestão de riscos de desmatamento

**Análise das  
empresas respondentes  
ao Programa Forest  
do CDP**



Elaborado para:



# Sumário

<b>Sumário executivo</b> .....	<b>03</b>
<b>Introdução</b> .....	<b>06</b>
<b>Metodologia</b> .....	<b>08</b>
<b>Retrato das empresas analisadas</b> .....	<b>12</b>
<b>Riscos e oportunidades</b> .....	<b>16</b>
<b>Estratégias</b> .....	<b>32</b>
<b>Monitoramento e rastreabilidade</b> .....	<b>51</b>
<b>Conclusões e recomendações</b> .....	<b>59</b>
<b>Anexo I - Metodologia de scoring</b> .....	<b>60</b>
<b>Anexo II - Score das empresas avaliadas</b> .....	<b>66</b>
<b>Anexo III - Perguntas avaliadas</b> .....	<b>68</b>

# Sumário executivo

**E**ste relatório é resultado de uma parceria entre a FEBRABAN e o CDP, com o objetivo comum de integrar informações ambientais à tomada de decisões de negócios e políticas.

Reconhecendo a experiência do CDP com as principais forças de mercado, a FEBRABAN encomendou uma análise sobre riscos de desmatamento com base nas informações relatadas por companhias nacionais e internacionais ao CDP, que conta com a participação de mais 6.000 empresas, 800 investidores e 500 governos de todo o mundo.

Essa análise foi realizada com base nas respostas de 70 empresas ao Programa Forest do CDP em 2016 e que reportaram compras das commodities dos setores da pecuária, produtos florestais, soja e/ou óleo de palma no Brasil. O programa é liderado por investidores que, por meio de um questionário padronizado, convidam organizações de capital aberto a fornecer informações sobre como gerenciam os riscos diretos e indiretos do desmatamento. Da amostra de 70 empresas, duas subamostras foram utilizadas para complementar a avaliação: uma considerando apenas as empresas com operações físicas no Brasil (46 companhias) e outra, representando uma seleção de 22 companhias, para aprofundar a análise qualitativa das repostas.

Os quadros seguintes apresentam destaques das análises, que auxiliam a resumir a situação das empresas avaliadas em relação aos seguintes aspectos abordados no questionário: riscos e oportunidades; estratégias; e monitoramento e rastreabilidade, seguidas de um resumo das recomendações ao setor financeiro.



## RISCOS E OPORTUNIDADES

- ▲ A maioria das empresas com operações no Brasil já avalia o risco de desmatamento de maneira integrada à avaliação de riscos da companhia.
- ▲ Essas empresas sofreram mais impactos financeiros derivados do desmatamento nos últimos cinco anos do que a média global<sup>1</sup>.
- ▲ As empresas que mais reportaram impactos reputacionais são aquelas envolvidas na cadeia de produtos da pecuária.
- ▲ Os impactos físicos decorrentes do desmatamento foram reportados por todas as cadeias avaliadas.
- ▲ Os principais impactos reportados foram: aumento dos custos operacionais, danos à imagem e interrupção de fornecimento.
- ▲ As oportunidades mais citadas foram: aumento do valor da marca e suprimento da demanda por produtos sustentáveis.

## ESTRATÉGIAS

- ▲ Grande parte das empresas com operações no Brasil já possui algum tipo de compromisso envolvendo redução de desmatamento<sup>2</sup>. Dentre os critérios de maior incidência estão “legalidade” e “desmatamento zero”.
- ▲ As cadeias com maior porcentagem de produtos certificados são as de produtos florestais e óleo de palma.
- ▲ A quase totalidade das empresas possui algum tipo ação de engajamento com fornecedores para produção de matéria-prima sustentável.
- ▲ No entanto, essas iniciativas são realizadas, em sua maioria, apenas com o primeiro elo da cadeia e com um grupo específico de fornecedores.
- ▲ As ações de engajamento com maior representatividade baseiam-se em:
  - encorajar a adoção de sistemas de certificação; e
  - coletar indicadores socioambientais.

<sup>1</sup> 59% nas empresas com operações no Brasil contra 40% nas empresas com relacionamento com o Brasil e 33% na amostra global.

<sup>2</sup> 89% nas empresas com operações no Brasil contra 70% da amostra global.

## MONITRAMENTO E RASTREABILIDADE

- ▲ A quase totalidade das empresas com operações no Brasil já possui algum sistema de monitoramento e rastreamento dos itens produzidos e/ou consumidos.
- ▲ No entanto, a porcentagem de itens produzidos e/ou consumidos monitorados varia amplamente, assim como o nível de rastreabilidade ao longo da cadeia.
- ▲ Na cadeia de produtos da pecuária, a maioria das empresas apresenta um sistema robusto, porém com limitações de cobertura geográfica e de rastreabilidade.
- ▲ Em iniciativas de monitoramento e rastreabilidade de produtos de soja, destacam-se parcerias com o terceiro setor.
- ▲ No caso de produtos florestais e óleo de palma, há uma clara orientação para adoção de certificações consolidadas no mercado.

## RECOMENDAÇÕES AO SETOR FINANCEIRO

- ▲ Considerando que as empresas com operações no Brasil se mostraram mais suscetíveis a impactos financeiros derivados do desmatamento do que as demais, este deve ser um elemento presente nas avaliações de risco das instituições financeiras.
- ▲ Uma avaliação caso a caso ainda se faz necessária, uma vez que os sistemas de monitoramento adotados pelas empresas variam de acordo com cadeia de fornecimento, elo de atuação da empresa, porte e estágio de amadurecimento das suas práticas de sustentabilidade.
- ▲ Empresas atuantes nas cadeias de pecuária e soja devem ser consideradas prioritárias na avaliação de risco.
- ▲ Atenção especial deve ser dada à cobertura dos sistemas de monitoramento quanto a abrangência ou restrições geográficas, porcentagem de itens produzidos/adquiridos, porcentagem dos fornecedores engajados e elos da cadeia envolvidos.

# Introdução

O desmatamento se tornou uma prática inaceitável pela opinião pública, traduzindo-se em riscos físicos, reputacionais e regulatórios para os mais variados grupos de empresas e para os bancos que as financiam. Isso ocorreu porque as florestas têm o potencial de mitigar, pelo menos, um terço das emissões cuja redução é necessária para alcançar o objetivo global, construído no Acordo de Paris, de limitar o aumento da temperatura abaixo dos 2°C<sup>3</sup>, comparado aos limites pré-industriais. Elas também conservam um capital natural ainda subestimado, considerando os mais variados serviços ecossistêmicos, como fornecimento de matérias-primas, água, regulação do clima, ciclagem de materiais, entre muitos outros.

À medida que as tendências de mercado se movem na direção de maior rastreabilidade, transparência e aumento de produtividade diante de uma realidade de recursos naturais escassos, aliar produção com conservação é determinante para a competitividade do Brasil.

Um número cada vez maior de investidores está estabelecendo políticas de investimentos e empréstimos que valorizam a gestão de riscos de desmatamento. Em 2017, 380 investidores institucionais com ativos de US\$ 29 trilhões pediram a mais de 500 empresas que divulgassem, por meio do reporte ao CDP, como gerenciam os riscos diretos e indiretos do desmatamento. Em 2015, o Fundo de Pensão do Governo Norueguês excluiu 11 empresas de sua carteira de investimento devido a preocupações relacionadas ao desmatamento.

Por exercerem pressão sobre as florestas, produtos da pecuária, soja, produtos florestais e óleo de palma são globalmente consideradas commodities de risco e têm sido objeto de compromissos e políticas globais de combate ao desmatamento. Como exemplo, em 2016, mais de 140 corporações de todo o mundo, que produzem ou compram essas commodities, reportaram ao CDP compromissos para reduzir ou eliminar o desmatamento e a degradação das florestas.

---

<sup>3</sup> IPCC, 2014: "Climate Change 2014: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change" [Core Writing Team, R.K. Pachauri and L.A. Meyer (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, 151 pp.

É crescente também o entendimento pelo mercado da corresponsabilidade das empresas em relação à sua cadeia de valor e o papel de diligência das instituições financeiras quanto às atividades que financiam, bem como seu dever fiduciário em integrar riscos ambientais à tomada de decisão. O exemplo mais notório nesse sentido vem do “Financial Stability Board”, por meio das recomendações da “Task-Force on Climate-Related Financial Disclosures”, que reconhece a gestão dos riscos climáticos como um dever fiduciário e que a mudança climática impacta o capital natural com implicações financeiras para as mais variadas atividades econômicas.

Sendo assim, os bancos têm um papel estratégico para fomentar um modelo de desenvolvimento que valorize o capital natural, combinando produção com o uso responsável dos recursos naturais.

Considerando que o agronegócio representa cerca de 25% do PIB do Brasil e a importância dessa atividade nas carteiras de crédito dos bancos públicos e privados, a gestão do risco de desmatamento, aliada ao aumento da produtividade desse setor, será determinante para assegurar a perenidade dos negócios e manter a sua competitividade em curto, médio e longo prazos.



# Metodologia

**C**om base nas 187 respostas completas recebidas em 2016 para o Programa Forest do CDP liderado por investidores, foram selecionadas três amostras.

**Amostra de 70 empresas** – Empresas que reportaram compras e/ou operações no Brasil envolvendo pelo menos uma das quatro commodities consideradas neste relatório (pecuária, produtos florestais, soja e óleo de palma). Utilizada para as análises quantitativas;

**Subamostra de 46 empresas** – Recorte da amostra de 70 empresas, considerando apenas aquelas que possuem operações físicas no Brasil. Utilizada para complementar a análise quantitativa; e

**Subamostra de 22 empresas** – Recorte da subamostra de 46 empresas. Feita para complementação qualitativa da análise.



As empresas contidas em cada uma dessas amostras estão listadas abaixo.

## Amostra de 70 empresas

- ▲ Agropalma
- ▲ Ahlstrom Corporation
- ▲ Ajinomoto
- ▲ ADM
- ▲ Associated British Foods
- ▲ Avon
- ▲ Boots UK
- ▲ Brambles
- ▲ Bunge
- ▲ Cargill
- ▲ Carrefour
- ▲ Colgate Palmolive
- ▲ Crest Nicholson
- ▲ Danone
- ▲ Domtar Corporation
- ▲ DS Smith
- ▲ Empresas CMPC
- ▲ Fibria
- ▲ General Mills
- ▲ Grupo André Maggi
- ▲ Grupo Bimbo
- ▲ Grupo Herdez
- ▲ Herman Miller
- ▲ Home Retail Group
- ▲ Inditex
- ▲ International Paper
- ▲ Itochu Corporation
- ▲ Sainsbury
- ▲ JBS
- ▲ Jerónimo Martins
- ▲ Johnson & Johnson
- ▲ Kellogg Company
- ▲ Kimberly-Clark Corporation
- ▲ Kimberly-Clark de México
- ▲ Klabin
- ▲ Lojas Renner
- ▲ L'Oréal
- ▲ **Marfrig Global Foods**
- ▲ Mars
- ▲ Marubeni Corporation
- ▲ McDonald's Corporation
- ▲ Minerva Foods
- ▲ Mondi
- ▲ Multi-Color NACPG
- ▲ N Brown Group
- ▲ Natura
- ▲ **Nestlé**
- ▲ Nippon Paper Industries
- ▲ Oji Holdings Corporation
- ▲ Orkla ASA
- ▲ PepsiCo
- ▲ Reckitt Benckiser
- ▲ Saint-Gobain
- ▲ Sappi
- ▲ Sekisui Chemical
- ▲ Shiseido
- ▲ Skanska AB
- ▲ SLC Agrícola
- ▲ Smurfit Kappa Group
- ▲ Sofidel
- ▲ SWM
- ▲ Tesco
- ▲ Tetra Pak
- ▲ Toyo Seikan Group
- ▲ Travis Perkins
- ▲ **Unilever**
- ▲ Wesfarmers
- ▲ WestRock Company
- ▲ Williams-Sonoma
- ▲ Woolworths Holdings

## Subamostra de 46 empresas

- ▲ Agropalma
- ▲ Ahlstrom Corporation
- ▲ Ajinomoto
- ▲ ADM
- ▲ Associated British Foods
- ▲ Avon
- ▲ Brambles
- ▲ Bunge
- ▲ Cargill
- ▲ Carrefour
- ▲ Colgate Palmolive
- ▲ Danone
- ▲ Empresas CMPC
- ▲ Fibria
- ▲ General Mills
- ▲ Grupo André Maggi
- ▲ Grupo Bimbo
- ▲ Herman Miller
- ▲ Inditex
- ▲ International Paper
- ▲ JBS
- ▲ Johnson & Johnson
- ▲ Kellogg Company
- ▲ Kimberly-Clark Corporation
- ▲ Klabin
- ▲ Lojas Renner
- ▲ L'Oréal
- ▲ **Marfrig Global Foods**
- ▲ Mars
- ▲ Marubeni Corporation
- ▲ McDonald's Corporation
- ▲ Minerva Foods
- ▲ Natura
- ▲ **Nestlé**
- ▲ Nippon Paper Industries
- ▲ Oji Holdings Corporation
- ▲ PepsiCo
- ▲ Reckitt Benckiser
- ▲ Saint-Gobain
- ▲ Sappi
- ▲ SLC Agrícola
- ▲ Smurfit Kappa Group
- ▲ SWM
- ▲ Tetra Pak
- ▲ **Unilever**
- ▲ WestRock Company

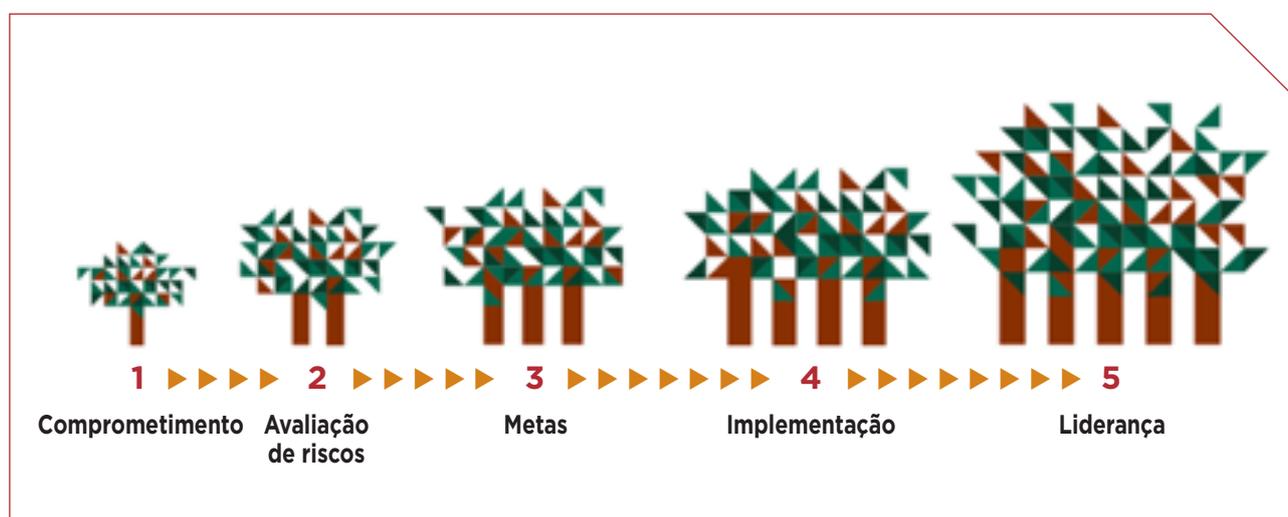
## Subamostra de 22 empresas

- ▲ Agropalma
- ▲ Avon
- ▲ ADM
- ▲ Amaggi
- ▲ Bunge
- ▲ Cargil
- ▲ Carrefour
- ▲ Colgate Palmolive Company
- ▲ Danone
- ▲ Fibria
- ▲ JBS
- ▲ Johnson & Johnson
- ▲ Kimberly Clark Corporation
- ▲ Klabin
- ▲ L'Oreal
- ▲ **Marfrig Global Foods**
- ▲ Minerva
- ▲ Natura
- ▲ **Nestlé**
- ▲ SLC Agrícola
- ▲ Tetra Pak
- ▲ **Unilever**

A análise qualitativa das 22 empresas teve como finalidade obter elementos complementares para avaliar o estágio de maturidade da gestão dos riscos de desmatamento diretos e indiretos das companhias brasileiras.

Para essa análise, três benchmarks globais foram definidos como referência, considerando empresas que alcançaram a pontuação A na qualificação do CDP (scoring): **Marfrig, Nestlé e Unilever**. A nota A corresponde ao nível de liderança em uma jornada que passa pelos aspectos mostrados na Figura 1 a seguir.

### Figura 1 – Mapa do caminho da maturidade de uma empresa para atingir a liderança, de acordo com a metodologia de scoring CDP



O **Anexo I** deste documento detalha a metodologia de scoring do CDP para o Programa Forest.

O **Anexo II** lista as notas obtidas pelas empresas consideradas neste estudo para cada commodity que reportaram.

É importante notar que, pelas particularidades de cada setor, os dados do CDP são estratificados por commodity e as empresas reportam, na maioria dos casos, para mais de uma commodity, razão pela qual em muitos casos os percentuais não totalizam 100 por cento.

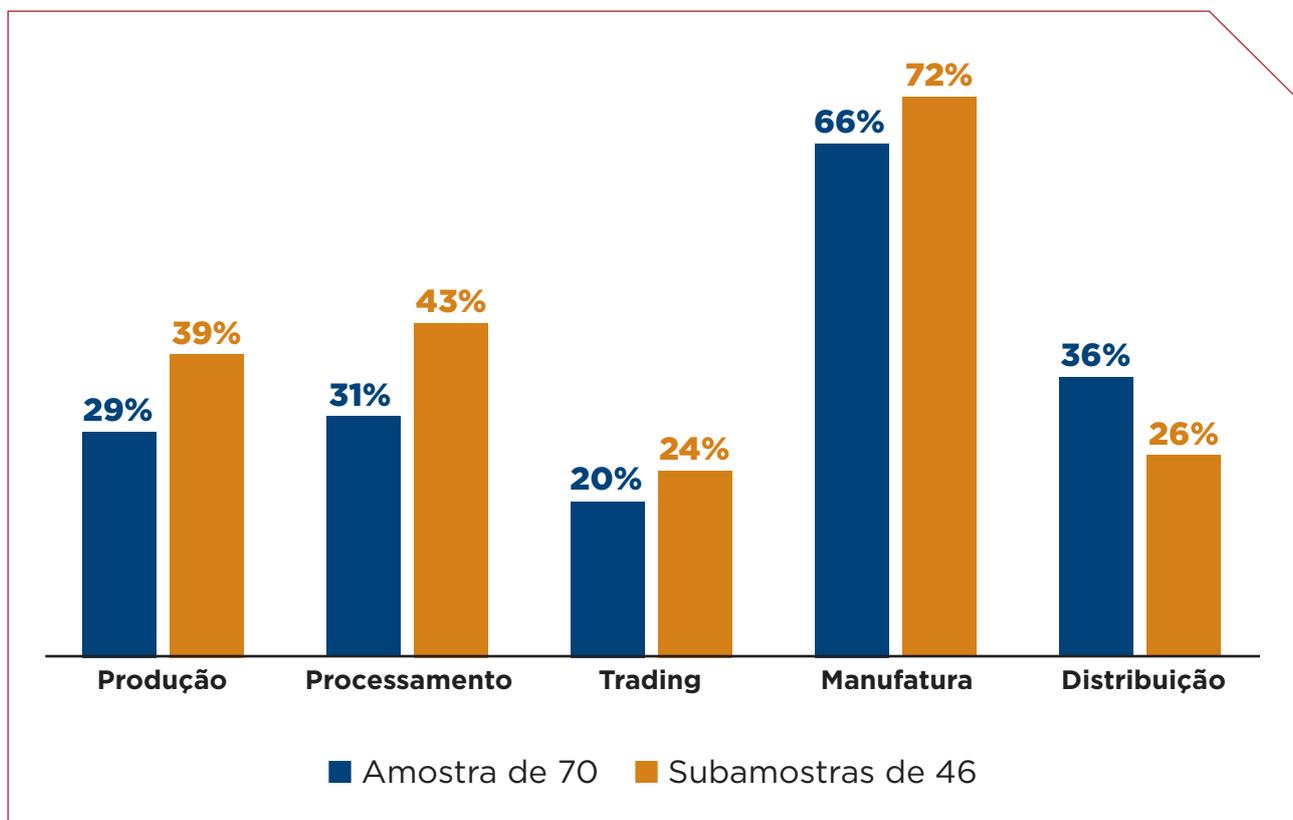
O **Anexo III** apresenta a lista de perguntas do Questionário do CDP do Programa Forest 2016 que foram utilizadas neste estudo, assim como o detalhamento da estratificação utilizada em cada uma das perguntas analisadas.

# Retrato das empresas analisadas

## Contexto geral

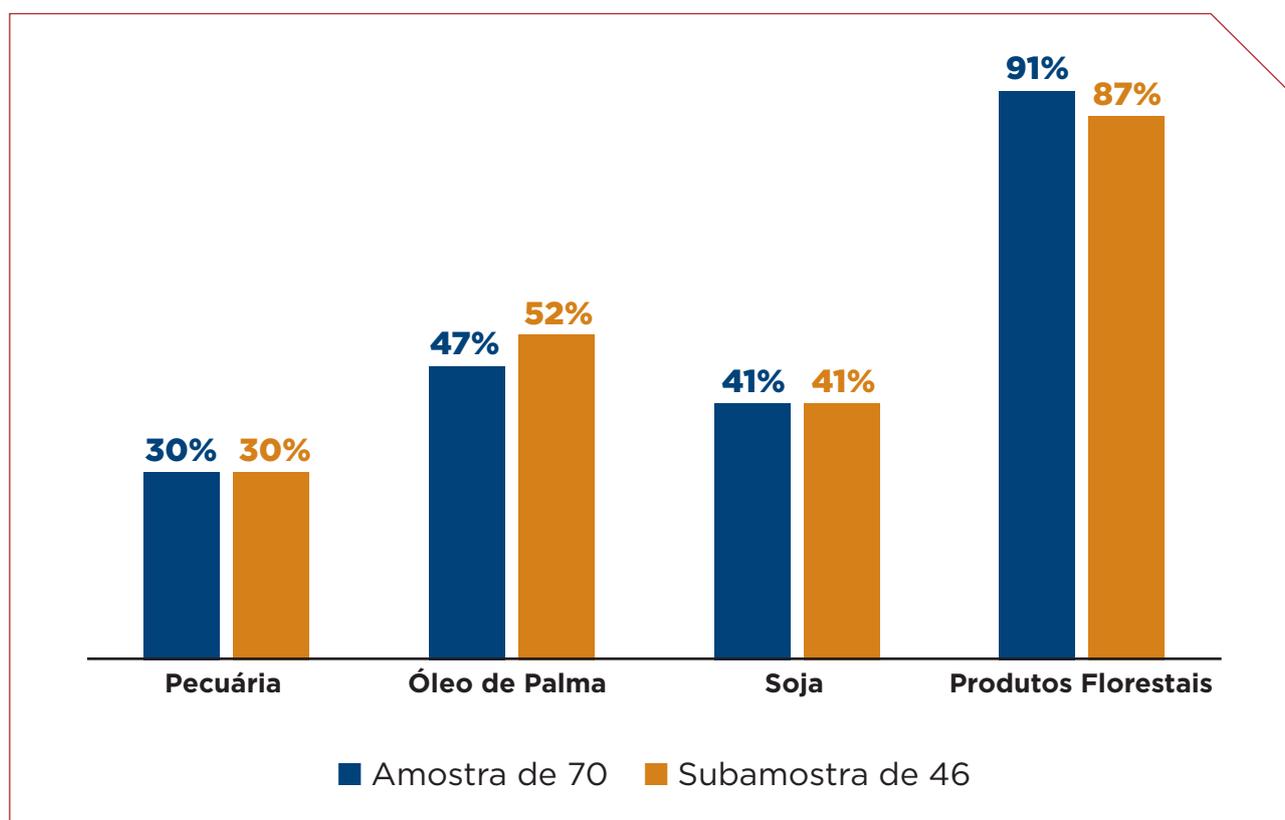
Da amostra de 70 empresas, a maioria (66%) opera na manufatura de produtos contendo uma ou mais das commodities de risco quando se trata de desmatamento. Na sequência, estão as empresas que atuam no varejo ou na distribuição (36%), no processamento (31%) e na produção (29%), com traders sendo as menos significativas (20%). A principal diferença em relação à subamostra apenas de empresas com operações físicas no Brasil é que, nesta última, há maior representatividade de processadores (43%) e produtores (39%), ainda que a classe mais representada seja de empresas que realizam a manufatura (72%).

## Gráfico 1 - Distribuição das empresas respondentes por elo da cadeia



Em relação às commodities consideradas, para a amostra de 70 empresas a grande maioria reportou compras ou operações com produtos de origem florestal (91%), seguido de óleo de palma (47%), soja (41%) e produtos da pecuária (30%). Ressalta-se que as empresas podem reportar para mais de um produto. Como demonstrado no gráfico abaixo, a subamostra de 46 empresas seguiu a mesma tendência.

## Gráfico 2 - Empresas respondentes distribuídas por produtos com risco de desmatamento

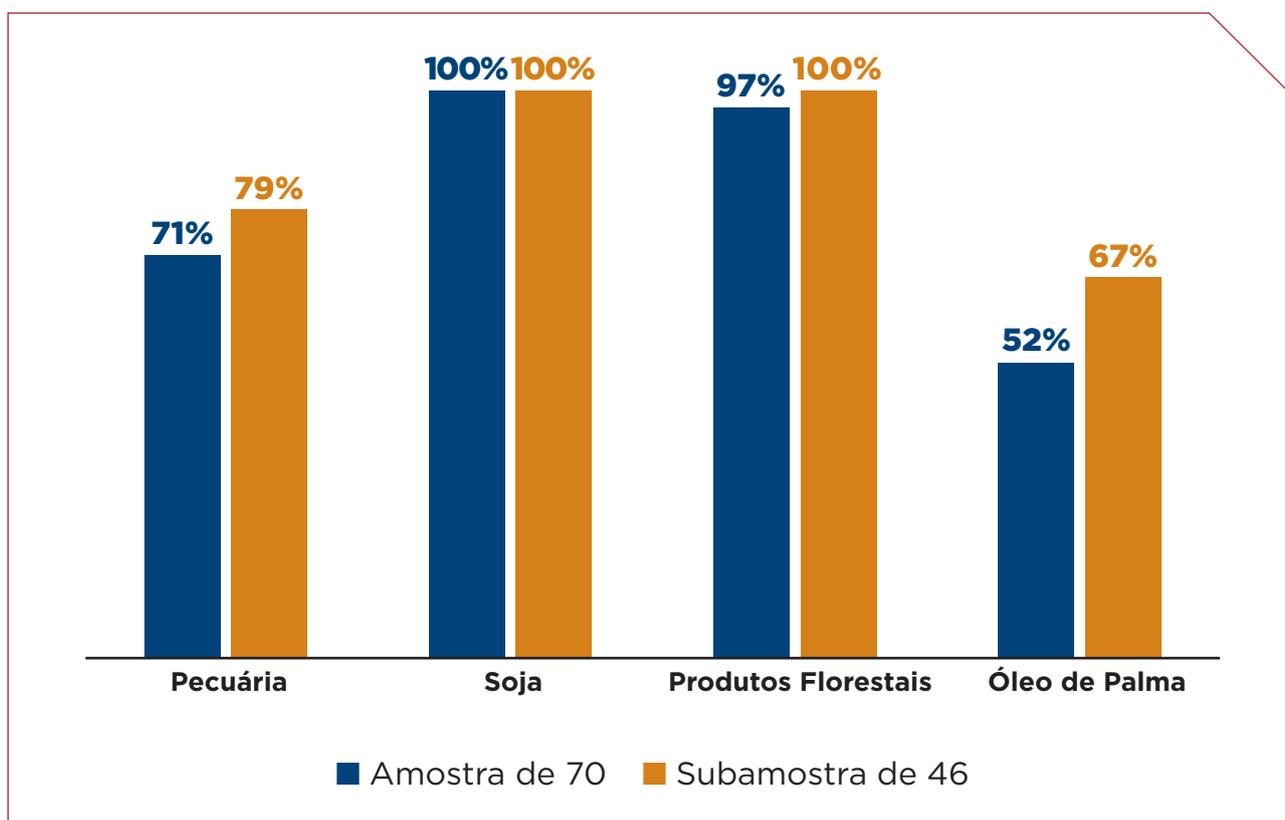


## Mapa das commodities

Por se tratar de uma amostra de empresas com operações físicas ou que reportaram compras de commodities advindas do Brasil, naturalmente o país se destaca como principal fornecedor de matéria-prima, mas outros players importantes no comércio internacional de commodities são citados.

Em relação à pecuária, 71% dos respondentes apontaram o Brasil como país de origem de seu suprimento, seguido pelos Estados Unidos (43%). No caso da soja, o Brasil é apontado como país de origem por 100% dos respondentes, nas duas amostras, seguido pela Índia e pela Argentina, apontadas por 50% dos respondentes. No caso dos produtos florestais, 97% na amostra de 70, e 100% na subamostra de 46, reportaram que essa matéria-prima é proveniente do Brasil, seguido pelos Estados Unidos (70%) e pelo Canadá (59%). Para o óleo de palma, os países do Sudoeste Asiático dominam o mercado, sendo a Indonésia apontada como origem por 100% dos respondentes, e a Malásia por 94%. O Brasil é apontado por 52% das empresas como origem dessa matéria-prima.

### Gráfico 3 - Empresas que reportaram compra das commodities e/ou sua produção, originárias do Brasil



A quantidade de empresas que reportaram que mais da metade do seu faturamento depende das quatro commodities com elevado risco devido ao desmatamento é maior para os respondentes de produtos florestais (33%), seguido de produtos da pecuária (14%), óleo de palma (13%) e soja (11%).

**“Para gerir os riscos ambientais e sociais associados a produção dessas commodities, nós temos trabalhado para liderar a indústria e plataformas multi-stakeholders rumo a uma mudança transformacional nas práticas de produção e compra. Como vice-presidente do Comitê de Sustentabilidade do Consumer Goods Forum e membro fundador do Tropical Forest Alliance, nós trabalhamos com estratégias de cadeias de valor, por meio de guias de compra sustentáveis, iniciativas regionais e políticas internacionais. Estamos executando nosso plano Unilever Sustainable Living e o Unilever Sustainable Agriculture Code. Cada produto tem sua própria estratégia de compra”.**

**Unilever**

Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

**“Em 7 de maio de 2015, ADM anunciou seu novo compromisso de não desmatar e de desenvolver uma cadeia de valor agrícola rastreável e transparente, de maneira a proteger as florestas em todo o mundo. O compromisso inclui critérios como não desmatamento, não expansão em áreas úmidas e não exploração de pessoas, com foco nas cadeias produtivas de óleo de palma e soja”.**

**ADM**

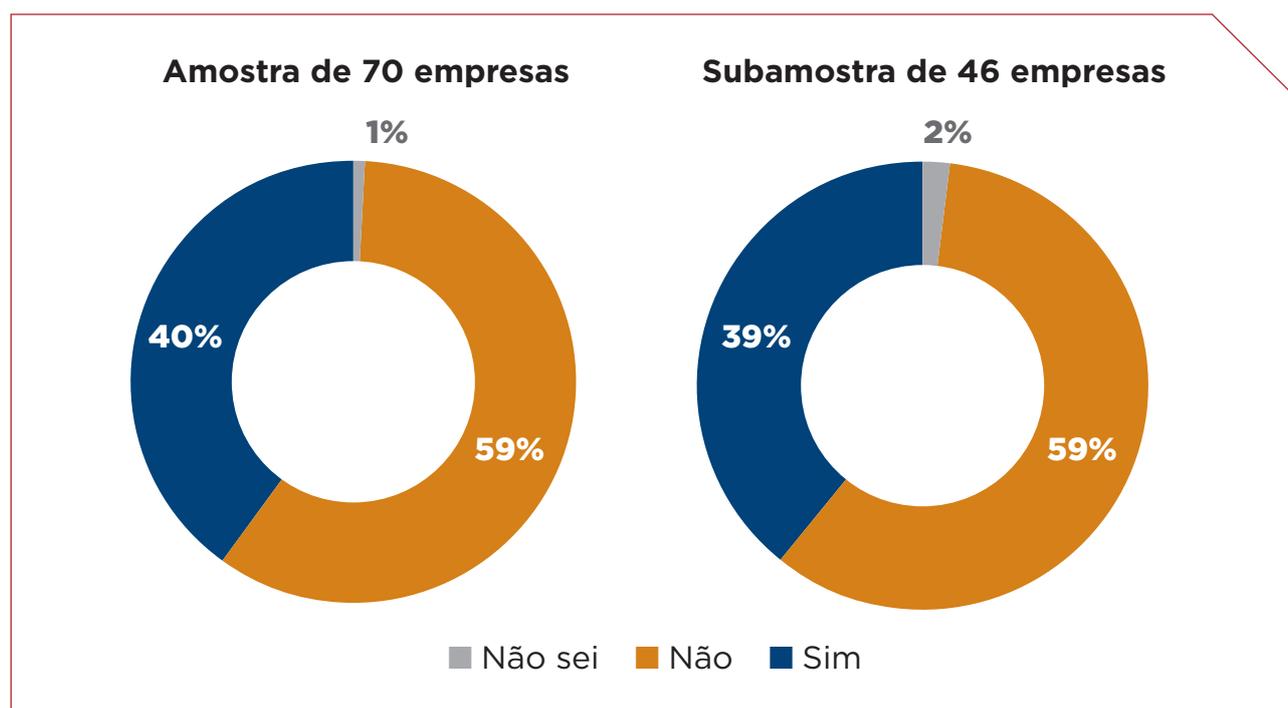
Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

# Riscos e oportunidades

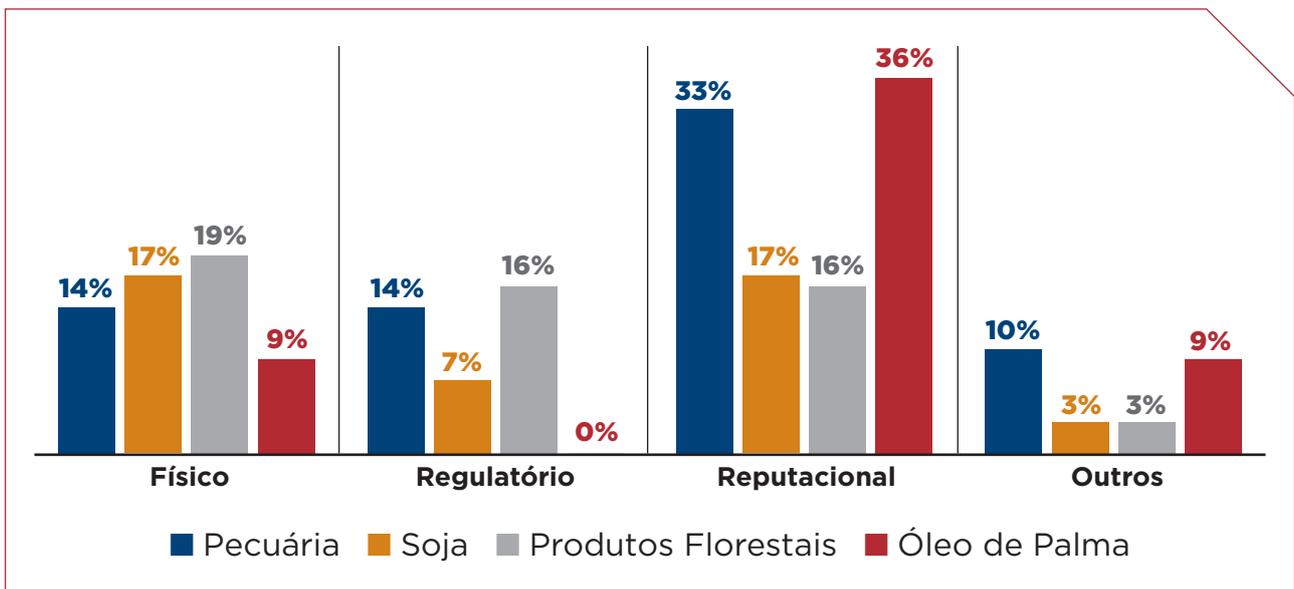
## Impactos causados pelo desmatamento

Das 70 empresas analisadas, 40% relataram ter sofrido algum impacto financeiro relacionado ao desmatamento. Este percentual atinge 59% quando apenas as 46 empresas com operações físicas no Brasil são contempladas. Considerando que na amostra global apenas 30% relataram algum impacto financeiro relacionado ao desmatamento, percebe-se que as empresas com operações físicas no Brasil estão significativamente mais expostas a esses impactos.

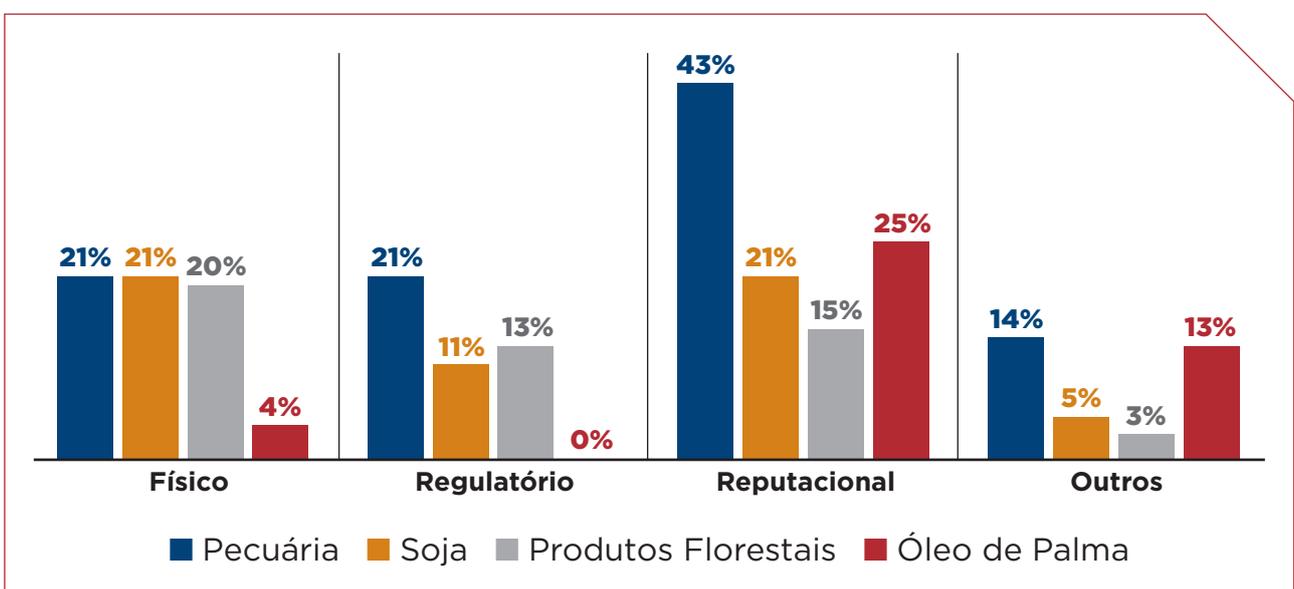
### Gráfico 4 - Empresas que reportaram impactos financeiros relacionados ao desmatamento nos últimos cinco anos



Quando avaliados os tipos de risco que tiveram como consequência algum impacto financeiro no negócio causado pelo desmatamento, tanto para pecuária como para óleo de palma, o mais significativo foi o risco reputacional, sentido por 33% e 36% das empresas destes setores, respectivamente. No caso da soja, os riscos físicos e reputacionais apresentaram igual importância (17%); para produtos florestais os riscos físicos foram os mais significativos (19%).

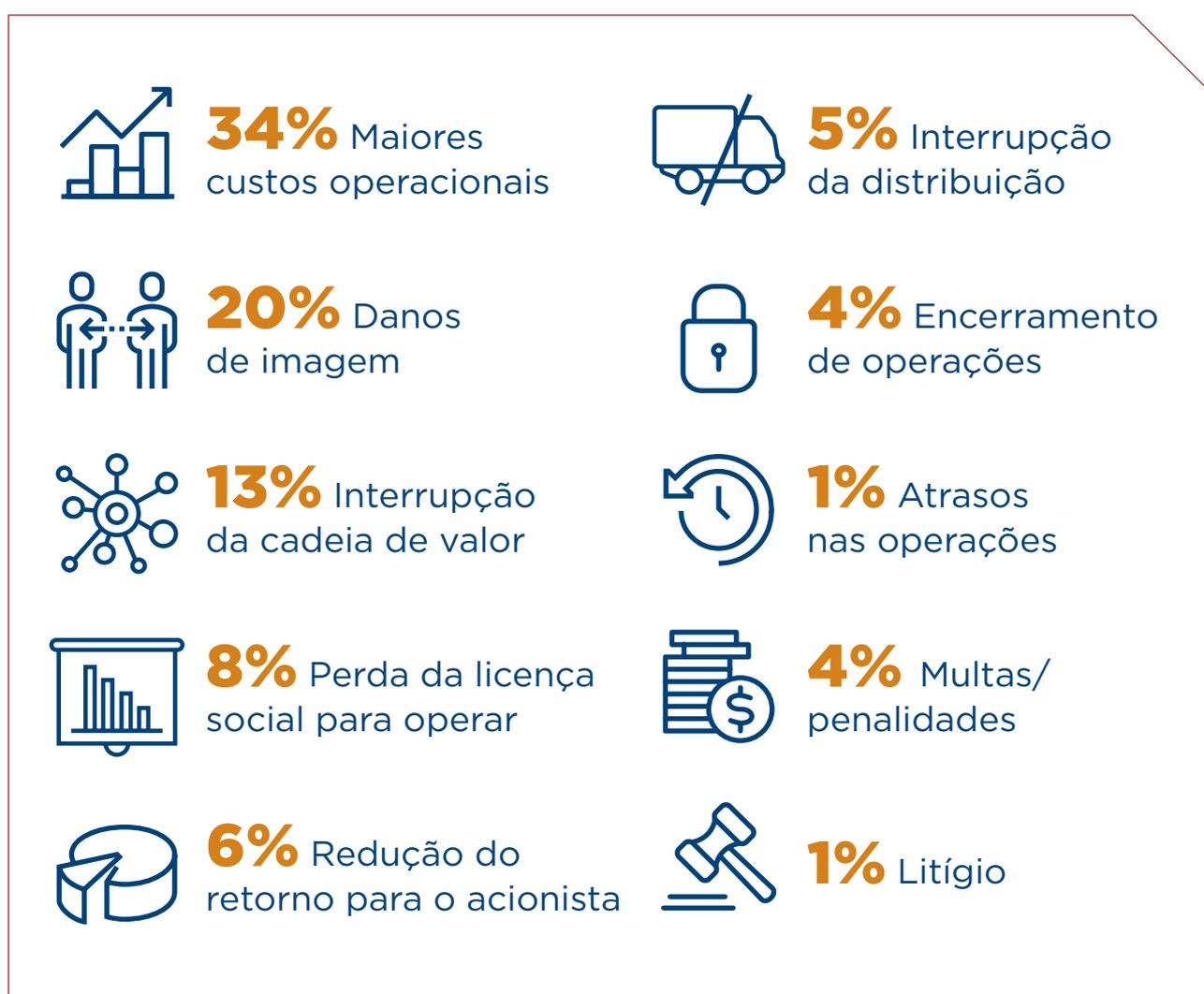
**Gráfico 5 – Riscos que levaram a impactos financeiros (Amostra de 70)**

Quando essas respostas são contrastadas com a subamostra de empresas com operações físicas no Brasil, percebe-se que um número maior de empresas do setor de pecuária (43%) já sofreu algum impacto reputacional, e que as questões regulatórias e físicas também se tornam importantes no setor, ainda que em menor proporção. Para a soja, os riscos físicos e reputacionais continuam sendo igualmente significativos (21%). A principal mudança ocorre no setor de óleo de palma: como possui operações mais modestas no Brasil, as empresas que atuam nesse setor e que possuem operações físicas no país estão menos expostas a riscos reputacionais.

**Gráfico 6 – Riscos que levaram a impactos financeiros (Subamostra de 46)**

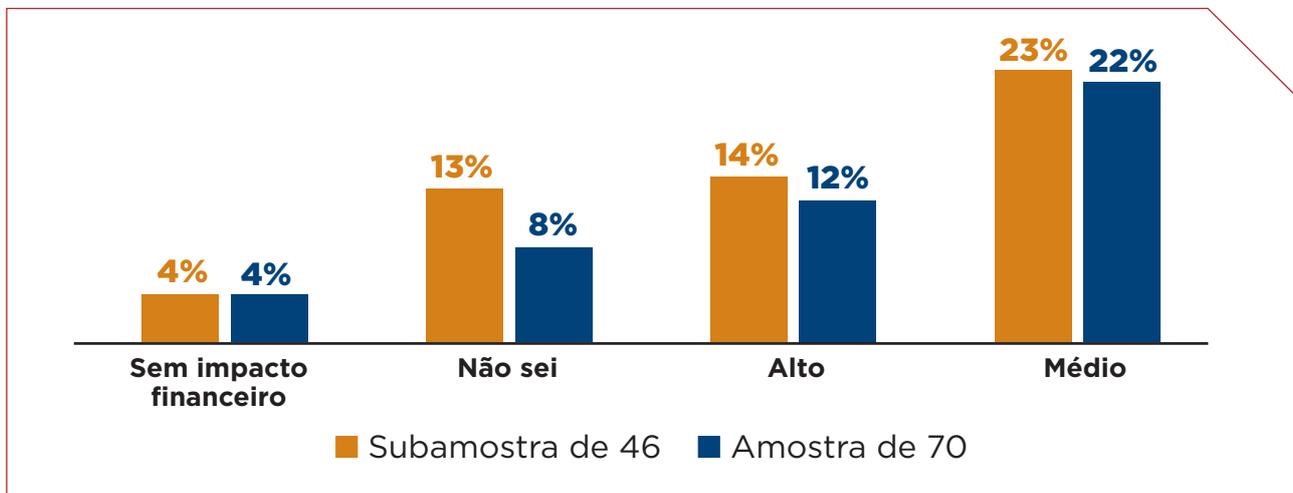
Considerando as 46 empresas com operações no Brasil (Figura 2), os impactos mais recorrentes, ou seja, mais citados entre as diferentes companhias, foram: aumento dos custos operacionais, citado por 34% das empresas; danos à imagem, mencionado por 20%, e interrupção na cadeia de valor (13%).

## Figura 2 - Tipos de impactos financeiros relacionados ao desmatamento reportados pelas empresas com operações no Brasil



As empresas reportaram ainda a intensidade do impacto financeiro relacionado ao desmatamento considerando o seu faturamento. Levando em conta as respostas para as quatro commodities, 20% das empresas reportaram ter sofrido impactos de intensidade média.

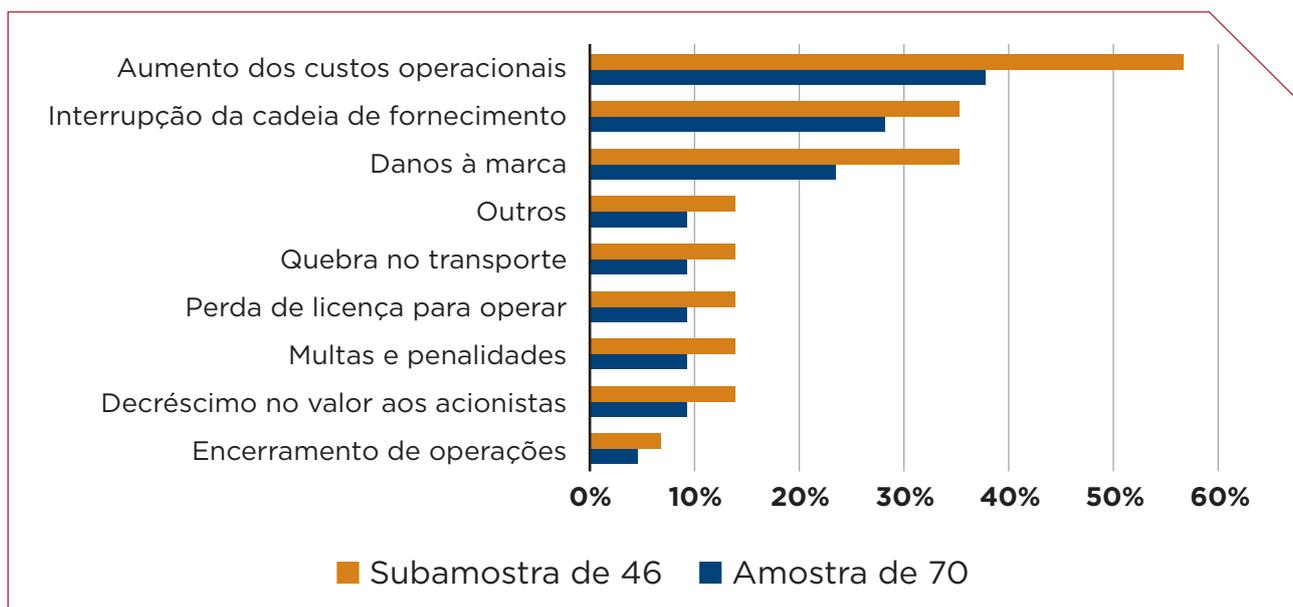
## Gráfico 7 – Média de intensidade de impactos financeiros relacionados ao desmatamento nas amostras de 46 e 70 empresas



### Pecuária

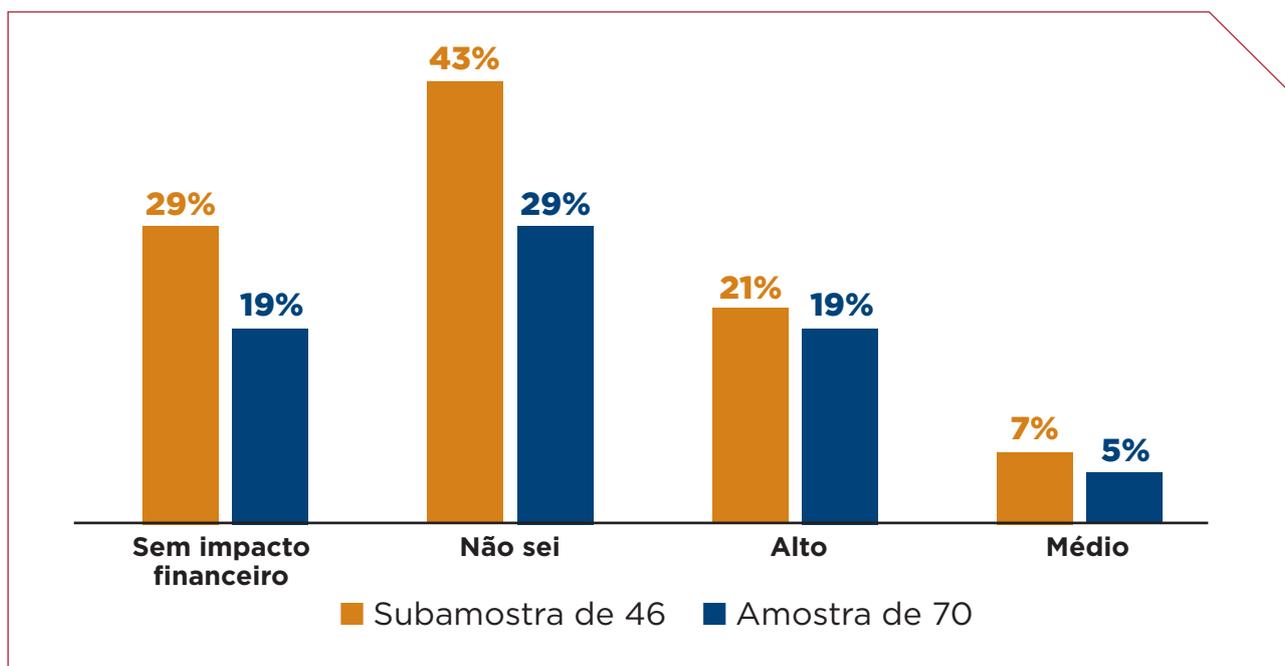
Em relação à pecuária, os principais impactos citados foram os mesmos nas duas amostras: aumento dos custos operacionais, interrupção de suprimento e danos de imagem. Apesar da semelhança em relação aos principais impactos financeiros, sua ocorrência foi significativamente maior na amostra de empresas com operações apenas no Brasil.

## Gráfico 8 – Tipos de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, citados pelas empresas da cadeia da pecuária



Analisando apenas essa cadeia, 20% das empresas afirmam ter sofrido algum impacto financeiro de intensidade alta, em comparação com seu faturamento.

### Gráfico 9 – Intensidade de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, para a cadeia de pecuária, nas amostras de 46 e 70 empresas



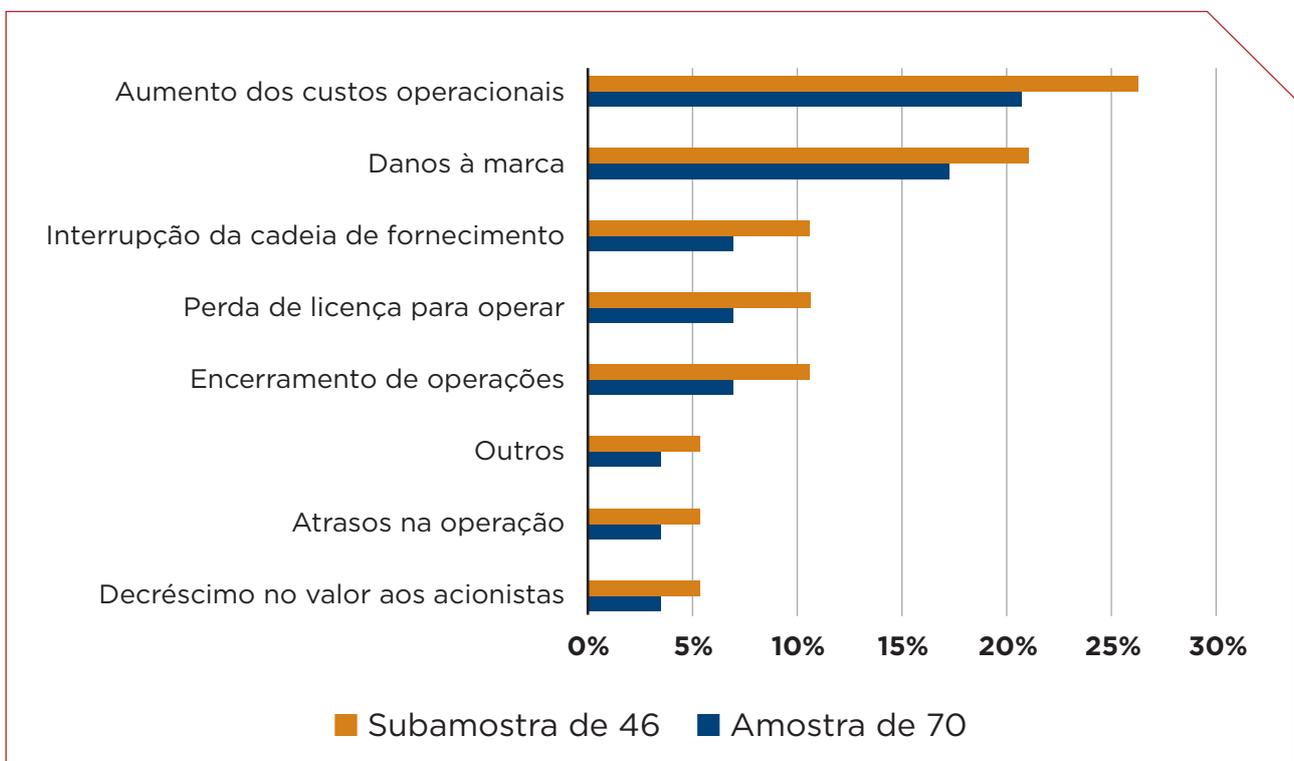
A análise qualitativa das repostas permitiu identificar que a maioria das empresas do setor da pecuária citou a influência da pressão de organizações não governamentais (ONGs), como Greenpeace globalmente e outras ONGs locais, por uma cadeia de pecuária livre de desmatamento. Organizações como a JBS, Marfrig e Minerva mencionaram a campanha “Farra do Boi”, de 2008, e seus desdobramentos. Grandes empresas de manufatura, como a Unilever e a Nestlé, também citaram campanhas de ONGs internacionais. Apesar de parecer pouco significativo na análise quantitativa, empresas da base da cadeia produtiva descreveram graves impactos no fornecimento decorrentes de secas extremas, vinculadas ao desmatamento da Amazônia, que afetou o regime de chuvas na região Sudeste do país<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> [http://philip.inpa.gov.br/publ\\_livres/2015/Rios\\_voadores-S%C3%A9rie\\_completa.pdf](http://philip.inpa.gov.br/publ_livres/2015/Rios_voadores-S%C3%A9rie_completa.pdf)

## Soja

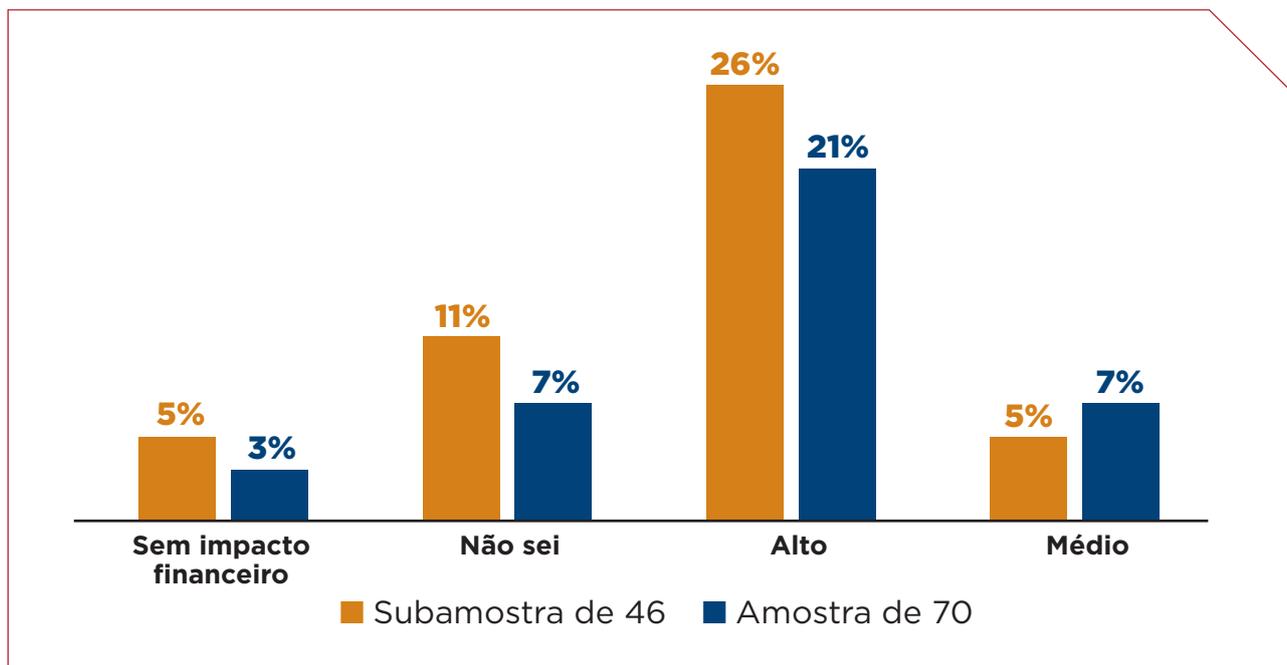
Assim como observado para a pecuária, não houve diferença entre as duas amostras no que diz respeito aos impactos de maior incidência na cadeia da soja. Aumento dos custos operacionais e danos de imagem foram os impactos citados com mais frequência pelas empresas respondentes. Em relação à ocorrência, empresas com operações no Brasil novamente relataram ter sofrido uma quantidade maior de impactos.

### Gráfico 10 – Tipos de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, citados pelas empresas da cadeia da soja



No que diz respeito à intensidade dos impactos financeiros do desmatamento em relação ao faturamento das empresas, 26% das respondentes com operações no Brasil relataram ter sofrido impactos de alta intensidade.

## Gráfico 11 – Intensidade de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, para a cadeia de soja, nas amostras de 46 e 70 empresas

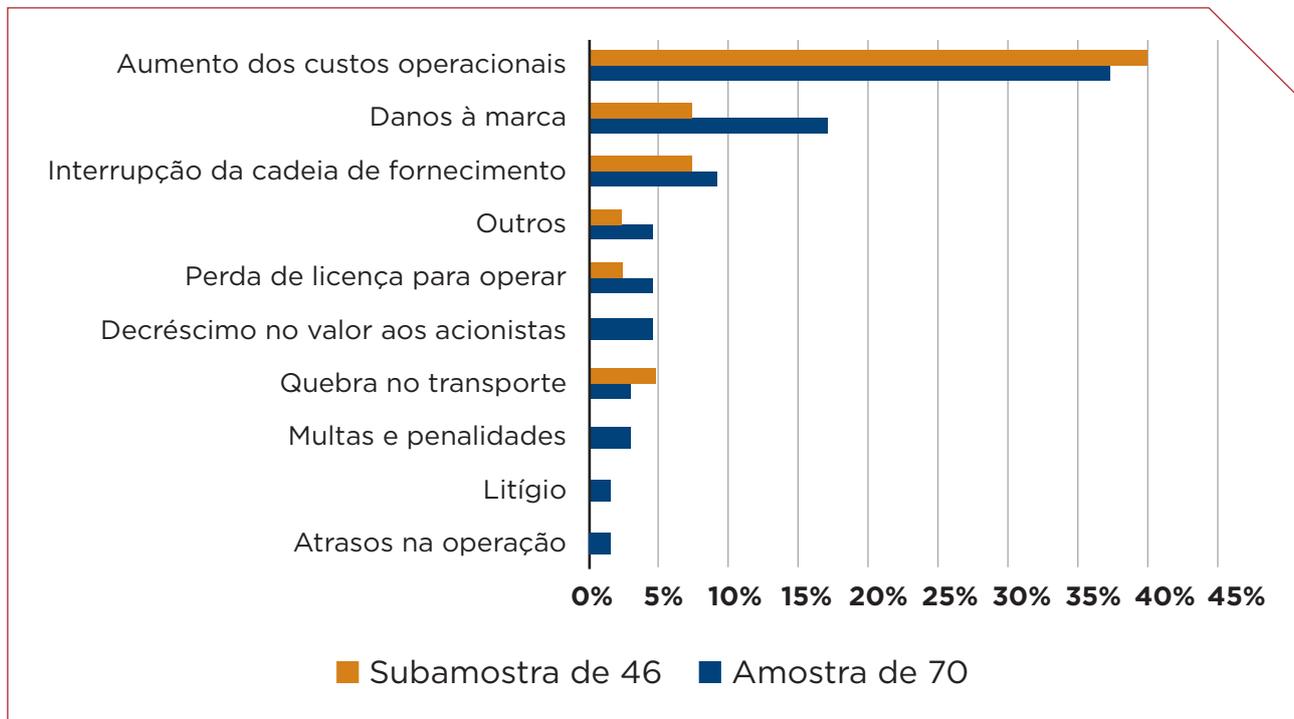


De acordo com a qualificação dos impactos para empresas atuantes no setor da soja, percebe-se que clientes intermediários e consumidor final têm papel protagonista na busca por produtos mais sustentáveis, o que não foi observado no setor de pecuária. Esse aspecto foi mencionado pelas empresas independentemente do elo da cadeia, tanto pela ADM e pela Cargill, atuando como produtoras, processadoras e traders, como pela JBS, como processadora e manufaturadora de alimentos, ou Nestlé e Unilever, como manufaturadoras finais de alimentos. Adicionalmente, os elos da base da cadeia também reportaram a influência da ação de ONGs, por meio de campanhas, e o efeito de eventos climáticos extremos, como secas provenientes do desmatamento.

### Produtos florestais

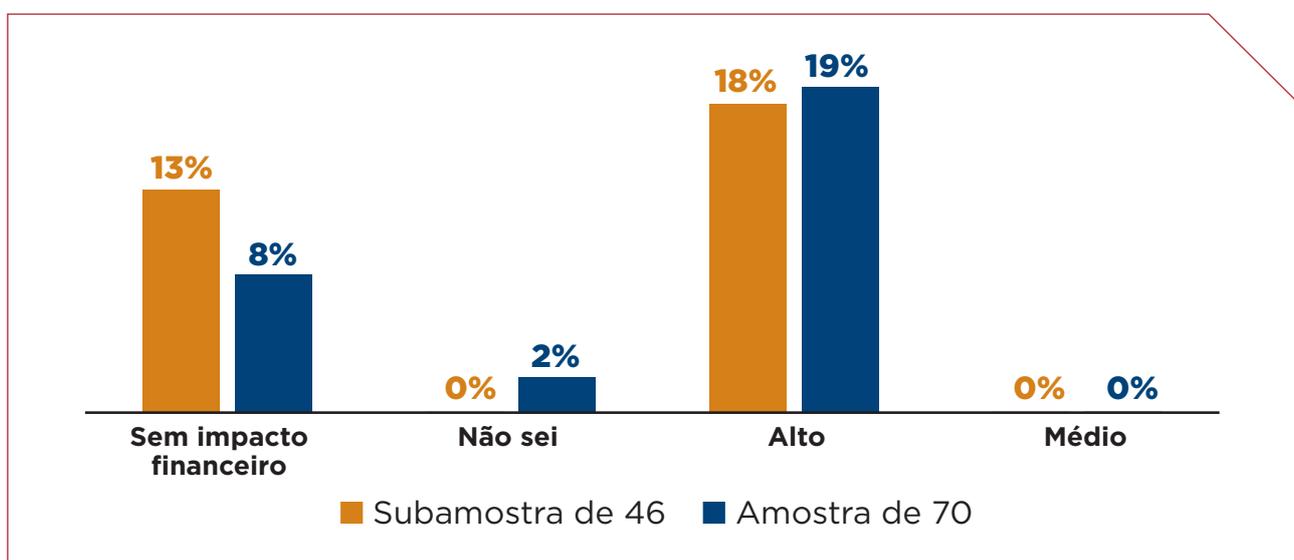
Para produtos florestais, nas duas amostras o principal impacto reportado foi o aumento dos custos operacionais. É interessante notar que impactos decorrentes de danos à marca se mostraram mais relevantes na amostra de 70 empresas do que na subamostra das 46 companhias com operações no Brasil. Esse fato pode sinalizar a menor relevância deste vetor para o desmatamento no país. Vale ressaltar que, na amostra do CDP, a maioria das empresas do setor florestal está vinculada à produção de papel e celulose, e não à de madeira sólida tropical.

## Gráfico 12 – Tipos de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, citados pelas empresas da cadeia de produtos florestais



Quanto à intensidade dos impactos financeiros advindos do desmatamento em relação ao faturamento da empresa, 18% do setor relatou ter sofrido impacto de alta intensidade.

## Gráfico 13 – Intensidade de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, para a cadeia de produtos florestais, nas amostras de 46 e 70 empresas

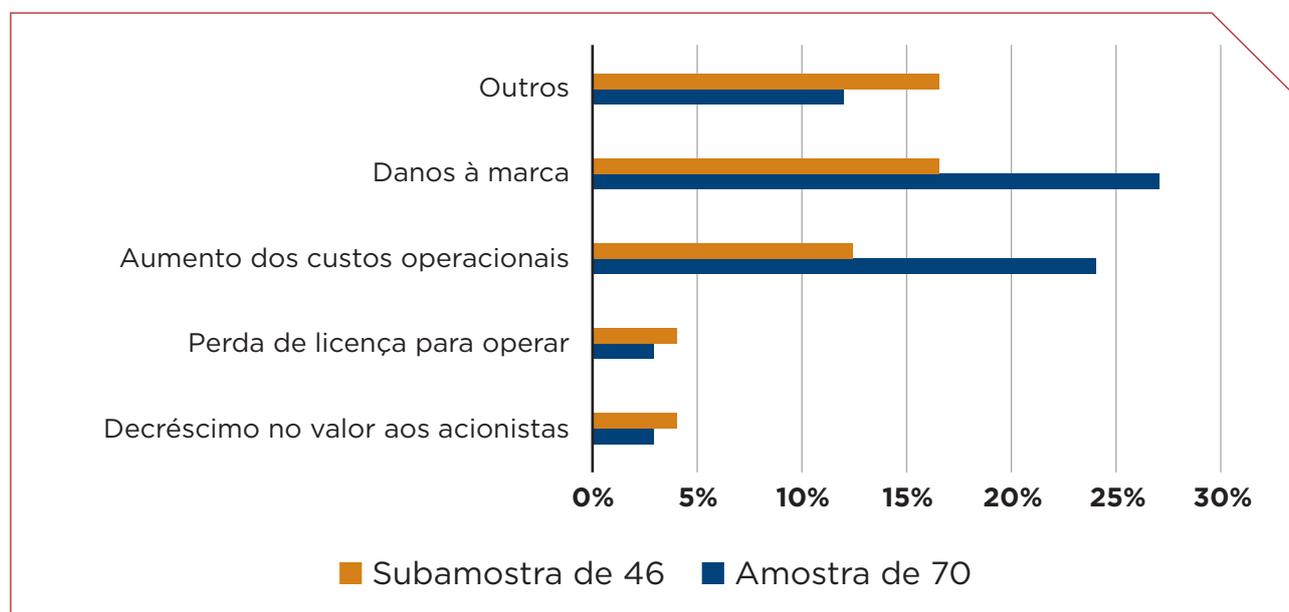


Diferentemente do observado para as outras commodities, o detalhamento qualitativo das respostas para produtos florestais indica a importância de requerimentos legais e regulatórios como vetor de mudança. Mesmo empresas como a Nestlé e a Inditex, que reportaram ações de ONGs, apontam medidas para evitar o desmatamento relacionadas à cobrança de legalidade. Algumas empresas, como a Tetra Pak, citaram ainda regulamentações e requerimentos específicos de alguns países, como a U.S. Lacey Act, dos Estados Unidos, EU Timber Regulation, União Europeia, e a Australian Illegal Logging Prohibition Act, da Austrália.

### Óleo de palma

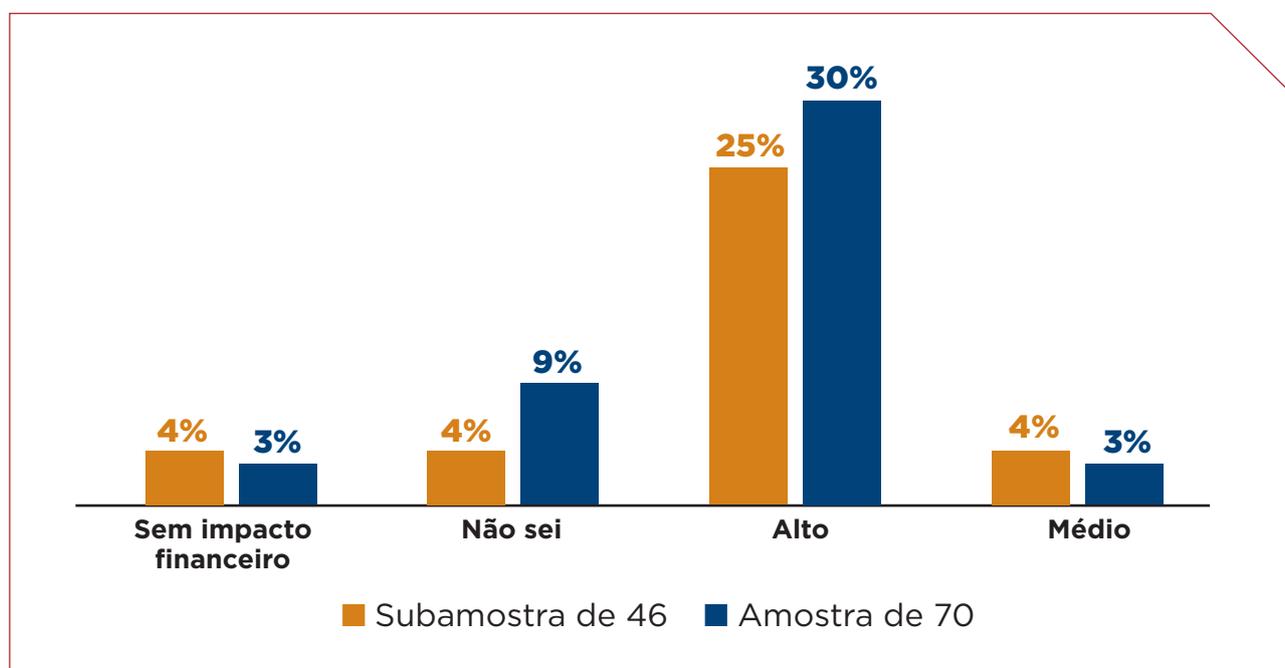
Para o óleo de palma, é interessante notar que para os principais impactos mencionados – danos à marca e aumento dos custos operacionais – a maior incidência se dá na amostra de 70 empresas. Esse quadro pode estar relacionado com a baixa correlação que o setor possui no Brasil com o desmatamento, e conseqüentemente, menor exposição ao risco.

### Gráfico 14 – Impactos financeiros relacionados ao desmatamento, citados pelas empresas da cadeia de óleo de palma



Na cadeia produtiva de óleo de palma 25% das empresas com operações no Brasil reportaram ter sofrido impactos financeiros relacionados ao desmatamento de intensidade alta, em comparação com seu faturamento.

### Gráfico 15 – Intensidade de impactos financeiros relacionados ao desmatamento, para a cadeia de óleo de palma, nas amostras de 46 e 70 empresas

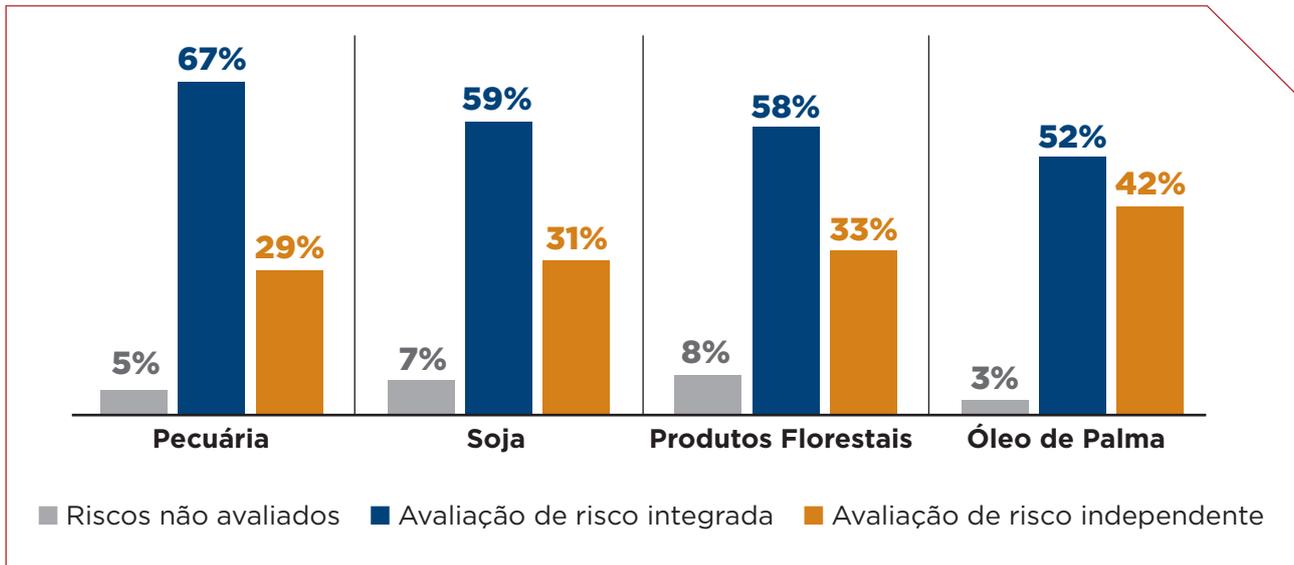


### Gestão de riscos e oportunidades associadas ao desmatamento

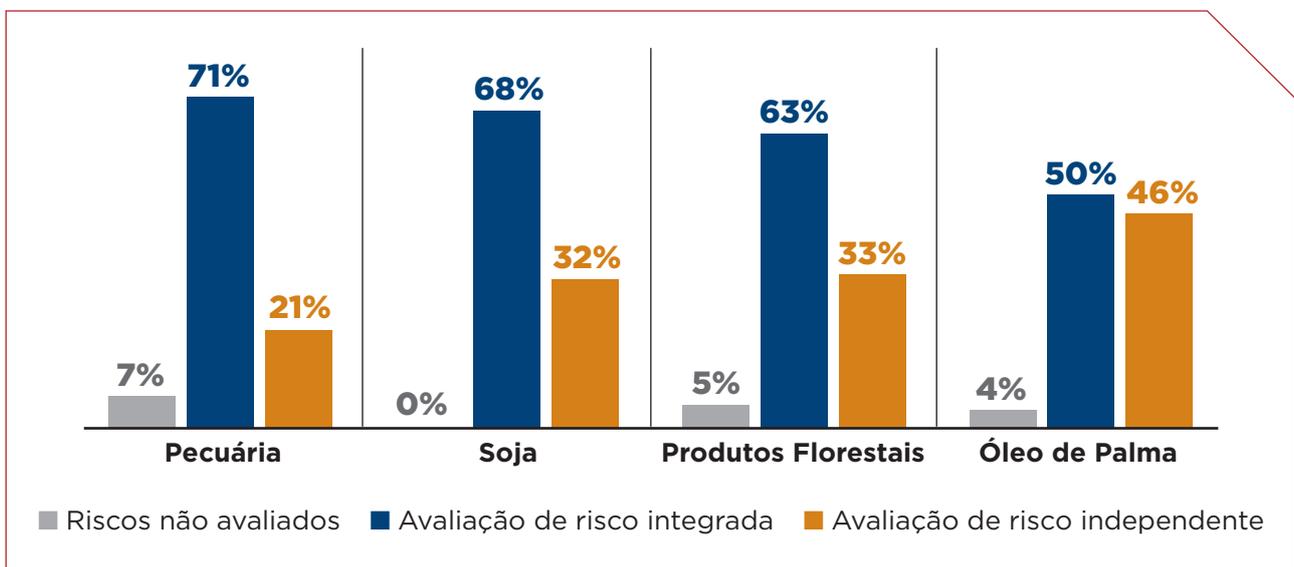
A maioria dos respondentes reportou procedimentos de gestão de riscos de desmatamento integrados à avaliação geral de riscos das empresas para todas as commodities avaliadas, conforme gráficos a seguir. Quando são consideradas apenas as empresas com operações no Brasil, os números relativos à avaliação do risco de desmatamento, seja integrada ou independente, aumentam, e diminui a proporção de companhias que não avalia esse risco.

Esse fato pode estar associado à maior exposição das empresas ao risco do desmatamento no contexto nacional em relação à média global, já que a mesma tendência foi observada na seção de impactos.

**Gráfico 16 – Avaliação de risco de desmatamento por setor (Amostra de 70)**



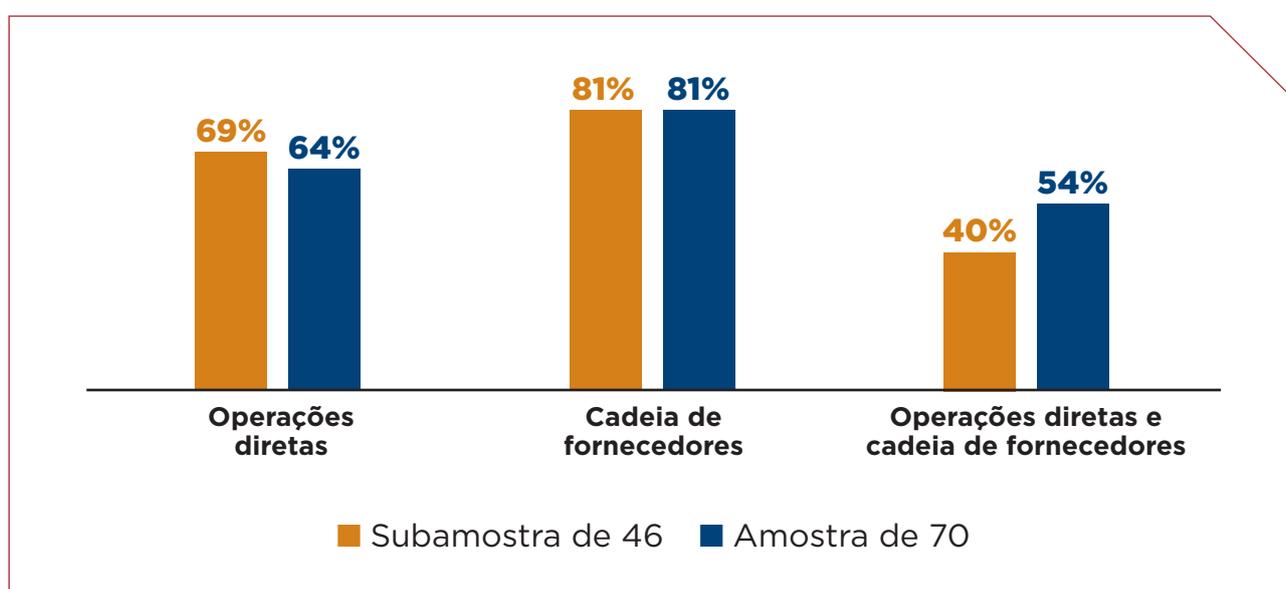
**Gráfico 17 – Avaliação do risco de desmatamento por setor (subamostra de 46)**



As respostas mostraram que são poucas as empresas que não analisam o risco de desmatamento e que, na maior parte delas, este é considerado na avaliação integrada de riscos. Nas duas amostras, a avaliação de risco independente, ou seja, a existência de um processo específico para analisar questões vinculadas ao desmatamento, não é prática comum, tendo apenas maior significância para a cadeia de óleo de palma.

Cerca de 80% das empresas também reportaram que esses procedimentos de avaliação de risco se aplicam a, pelo menos, um elo da sua cadeia de valor. Há pouca variação em relação à subamostra de empresas com operações físicas no Brasil. Apesar dos índices elevados, na avaliação qualitativa das respostas percebe-se que aquelas que incluem a cadeia de fornecedores, na grande maioria dos casos, consideram apenas os fornecedores diretos.

### Gráfico 18 – Cobertura dos sistemas de avaliação de risco de desmatamento para empresas com operações no Brasil



### Processos para avaliação dos riscos de desmatamento

Em relação ao processo adotado para avaliação do risco de desmatamento, a maior parte das 70 empresas possui um conselho específico para avaliação de riscos (58%), avalia o risco de desmatamento anualmente (50%) e o faz para a empresa toda (71%). Em relação ao horizonte de tempo considerado para a análise, os períodos mais citados foram mais de seis anos (28%) e de um a três anos (27%).

Considerando a subamostra de 46 empresas, a maior parte também possui um conselho específico para avaliação de riscos (62%), mas analisa o risco de desmatamento com menor frequência, a cada seis meses (46%), e igualmente para a companhia toda (70%). Em relação ao horizonte de tempo em que esses riscos são avaliados, os períodos mais citados foram mais de seis anos (34%) e de um a três anos (24%).

A diferença entre as amostras quanto à frequência da avaliação de risco: anualmente para a amostra de 70 e semestralmente na subamostra de 46 empresas, pode ser um indicativo da maior necessidade de agilidade nas respostas das companhias com operações físicas no Brasil, ou seja, quando se está mais próximo da operação.

Analisando as respostas detalhadas para o setor de pecuária, as empresas com relacionamento mais próximo com agentes da base da cadeia, como JBS, Marfrig e Minerva, desenvolveram mecanismos próprios de gestão de risco de desmatamento nas suas cadeias de fornecimento. Todas consideram a avaliação sistematizada de aspectos legais dos seus fornecedores diretos, como lista de áreas embargadas, sobreposição com áreas protegidas, Cadastro Ambiental Rural e Guia de Transporte Animal (GTA)<sup>5</sup>, documento oficial por meio do qual é possível identificar a origem, ainda que coletiva, dos animais, e monitoramento por imagem de satélite das propriedades para as quais possuem informações geográficas.

Ressalta-se que em nenhum dos casos o monitoramento é realizado para 100% dos fornecedores, ainda que existam números muito próximos a esse, e todos trabalham apenas no primeiro elo da cadeia (fornecedor direto). Dentre as informações mais coletadas está o polígono (conjunto de coordenadas geográficas) do empreendimento de origem dos animais, ou seja, do fornecedor direto. No entanto, também foi relatado que existem casos nos quais não há a disponibilidade do polígono completo do fornecedor, e é possível apenas registrar uma coordenada aproximada da origem.

Um sistema de destaque é o da Marfrig, que reportou o uso de uma ferramenta interna chamada Request for Information (RFI), por meio da qual solicita informações dos fornecedores diretos, incluindo GTAs<sup>6</sup>, que permite rastrear o município e o estabelecimento dos quais o seu fornecedor direto adquiriu os animais, ou seja, o fornecedor indireto. O sistema RFI ainda requer dados dos fornecedores desses fornecedores. Uma iniciativa de vanguarda, mas que ainda possui uma taxa de resposta, de certa forma limitada, de 60%.

Para a soja, inicialmente a avaliação de risco é feita no âmbito corporativo, ou seja, globalmente, e uma vez que regiões críticas são identificadas, são desenhadas ações específicas de gestão de risco por região. Nesses casos, as empresas do setor reportaram

<sup>5</sup> <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/transito-animal>

<sup>6</sup> <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/transito-animal/arquivos-transito-internacional/ManualGTABovinoBubalinos21.0.pdf>

suas ações apenas para as geografias delimitadas, e não para suas operações globais; por exemplo, Brasil, Paraguai e Argentina foram as regiões críticas mais citadas pelas empresas avaliadas. Um grupo de empresas (Carrefour, Cargil, L’Oreal e Unilever) detalhou seus procedimentos de avaliação de risco contendo pelo menos rastreabilidade e atendimento legal, além de outras questões sociais e ambientais.

No caso de produtos florestais, empresas relevantes no setor, como Fibria, Klabin, Kimberly-Clark e Tetra Pak, possuem seus procedimentos internos personalizados para avaliação do risco de desmatamento, mas de alguma maneira vinculados com princípios, critérios e indicadores de padrões de certificações florestais. Isso mostra a relevância das certificações no setor como orientadoras das práticas de referência.

### Oportunidades percebidas com a redução do desmatamento

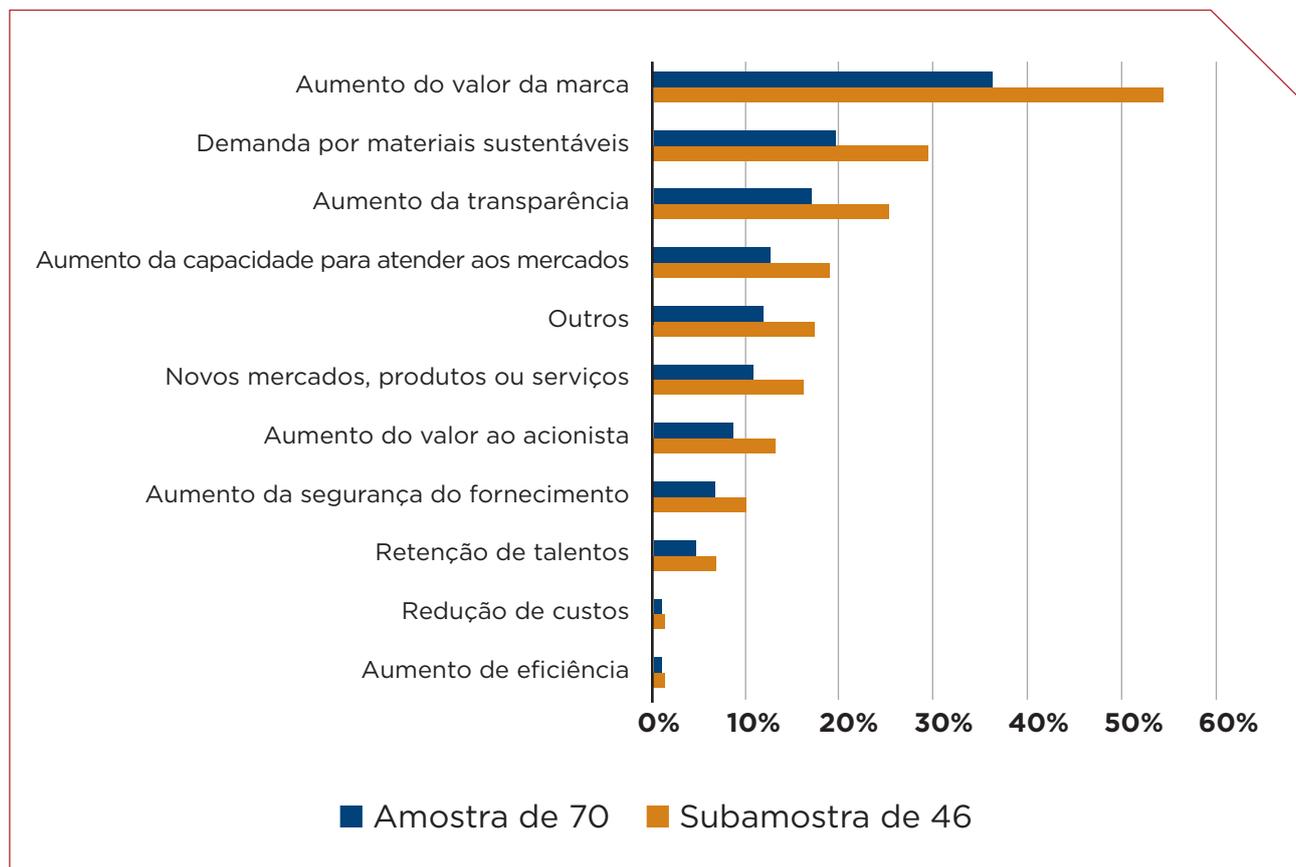
Quando questionados se observam novas oportunidades de negócios a partir do suprimento sustentável de commodities para todos os setores, mais de 80% das empresas responderam afirmativamente, com destaque para produtos florestais (91%) e óleo de palma (94%). Quando apenas as companhias com operações no Brasil são consideradas, a identificação de oportunidades é ainda mais frequente. A figura abaixo expressa as mais significativas para empresas com operações no Brasil.

**Figura 3 – Oportunidades reportadas com mais frequência pelas empresas que relataram compras e/ou operações no Brasil envolvendo as quatro commodities de risco**



Para todas as commodities, as oportunidades mais citadas na amostra de 70 empresas relacionam-se ao aumento do valor da marca: 38% dos casos para a pecuária, 24% para a soja, 44% para produtos florestais e 39% para óleo de palma. Na subamostra de empresas com operações físicas no Brasil, esse número é ainda mais relevante, indo para 57% no caso da pecuária, 37% da soja, 70% dos produtos florestais e 54% óleo de palma. No gráfico abaixo, percebe-se a mesma tendência, de maneira que as empresas com operações físicas no Brasil, apesar de estarem mais expostas a riscos, também identificam maiores oportunidades com a redução do desmatamento, principalmente aumento do valor da marca.

### Gráfico 19 – Oportunidades identificadas pelas empresas, consequentes da redução desmatamento



## Benchmarks

Todos os benchmarks analisados reportaram ter sofrido algum impacto decorrente de riscos associados ao desmatamento.

**Marfrig** - Experenciou dois tipos de impacto: físico e reputacional. O impacto físico foi decorrente de eventos climáticos extremos, principalmente secas, que acarretaram aumento dos custos operacionais e interrupção do fornecimento, e, como resposta, teve maior diversificação de sua rede de fornecedores. O impacto reputacional derivou da ação de campanhas do Greenpeace, gerando danos de imagem e multas. Como estratégia, houve alinhamento com diferentes políticas de combate ao desmatamento, aumento do investimento em tecnologias e criação do Programa Marfrig Club.

**Nestlé** - Os únicos impactos reportados pela Nestlé estão vinculados a riscos reputacionais, promovidos por ações de campanhas de ONGs e mudança no comportamento do consumidor. Como resposta, foi criada uma plataforma de abordagens colaborativas, envolvendo fornecedores, comunidades e colaboradores no desenvolvimento de estratégias de rastreabilidade.

**Unilever** - Também experenciou impactos físicos e reputacionais. Os físicos se deram devido a mudanças na temperatura, precipitações extremas, secas e ciclones, e os reputacionais devido à demanda por melhorias nas condições sanitárias e melhor rastreabilidade dos produtos. Sua estratégia está vinculada a ações junto ao Consumer Good Forum, aumento da aquisição de produtos certificados e engajamento com pequenos produtores.

**“A organização não governamental Greenpeace tem monitorado a cadeia produtiva da pecuária desde 2007. Em 2009, depois de um longo período de investigação, foi publicado o relatório “Slaughtering the Amazon”, o qual exibia a relação entre empresas processadoras de carne, fornecedores ligados a desmatamento e trabalho escravo a produtos oferecidos no mercado ao consumidor final. JBS era uma das empresas listadas, e isso trouxe impactos negativos para a imagem da JBS e seus consumidores”.**

### JBS

Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

**“O aumento no nível de compreensão, ações de campanhas lideradas por ONGs, e o aumento da preocupação com transparência com todas as commodities levou à implementação de programas específicos para gerir aspectos vinculados ao desmatamento, questões sociais e ambientais e de direitos humanos”.**

### Nestlé

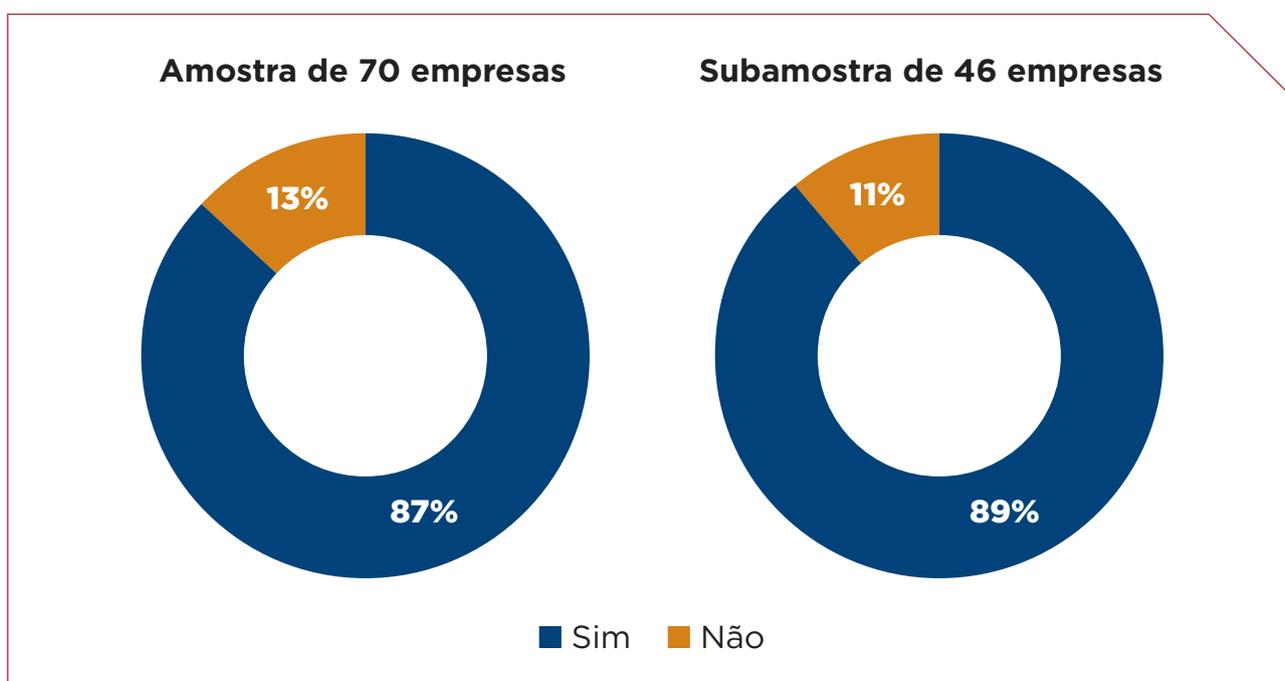
Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

# Estratégias

## Políticas e compromissos de redução de desmatamento

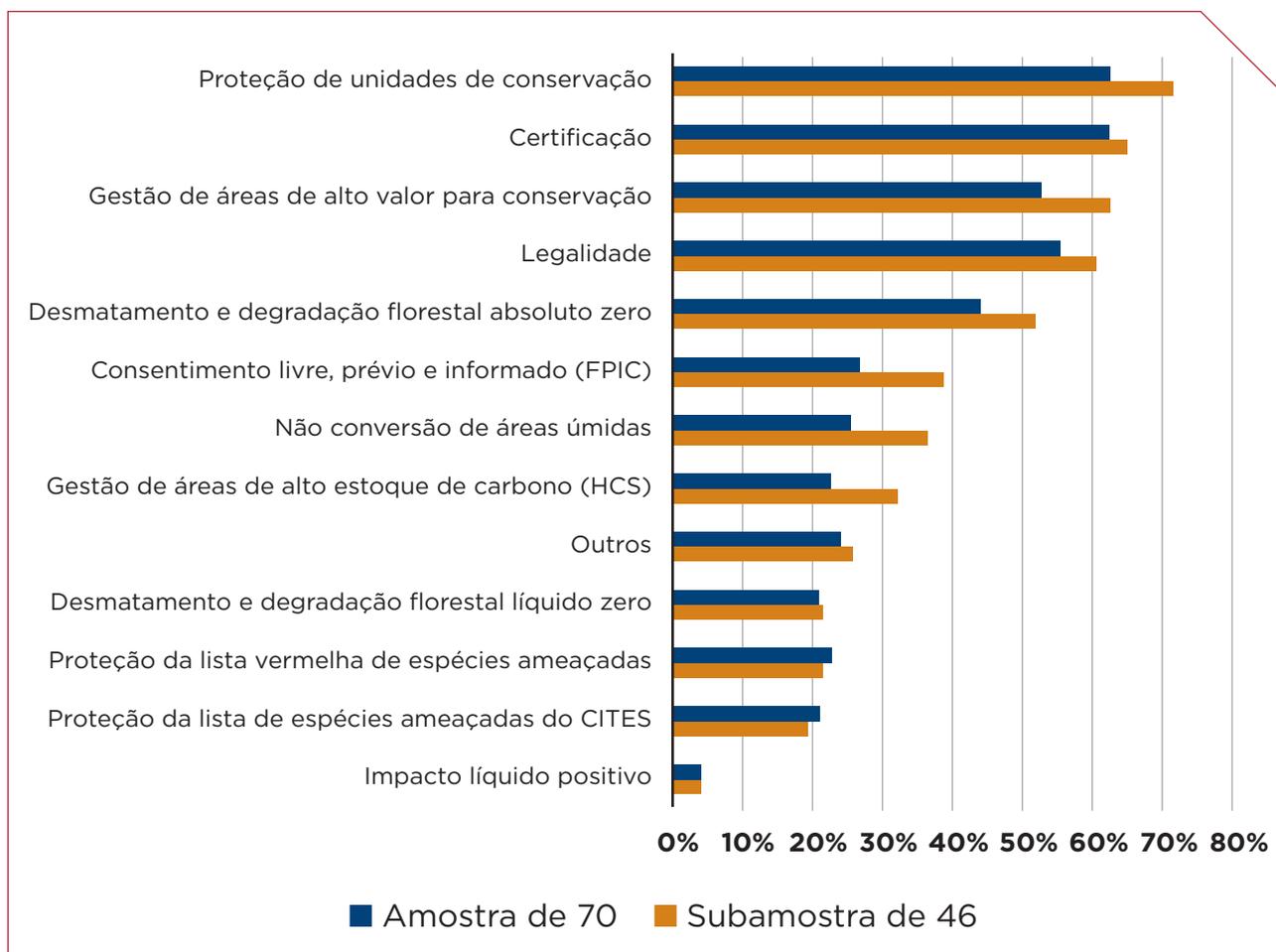
Quanto à existência de compromissos relacionados à redução do desmatamento, não houve diferença entre as amostras. Em ambos os casos, mais de 85% relataram possuir algum tipo de compromisso.

### Gráfico 20 - Empresas que apresentam compromissos para redução de desmatamento



Quando observados os critérios explicitamente contidos nesses compromissos, desmatamento zero absoluto tem maior incidência na amostra de empresas com operações no Brasil. No caso dos compromissos com o desmatamento líquido zero, as duas amostras apresentaram resultados muito parecidos, com apenas um ponto percentual de diferença. Os critérios de maior destaque na amostra com operações no Brasil foram: proteção de unidades de conservação (72%), certificação (65%), gestão de áreas com alto valor para a conservação (63%) e legalidade (61%). Interessante notar como apenas 61% citam legalidade, ainda que esse número supere o de empresas com compromissos explícitos de desmatamento absoluto zero (52%) e desmatamento líquido zero (22%).

## Gráfico 21 – Critérios citados nos compromissos reportados pelas empresas



Em relação às commodities, para empresas com operações no Brasil, 100% das que atuam na cadeia de pecuária têm compromissos relacionados à redução do desmatamento, 95% das empresas para soja, 80% das empresas para produtos florestais e 88% das empresas para óleo de palma. Estes números são um pouco maiores do que os relatados para a amostra de 70 empresas, demonstrando que no Brasil já é forte na sensibilização das corporações em relação ao tema.

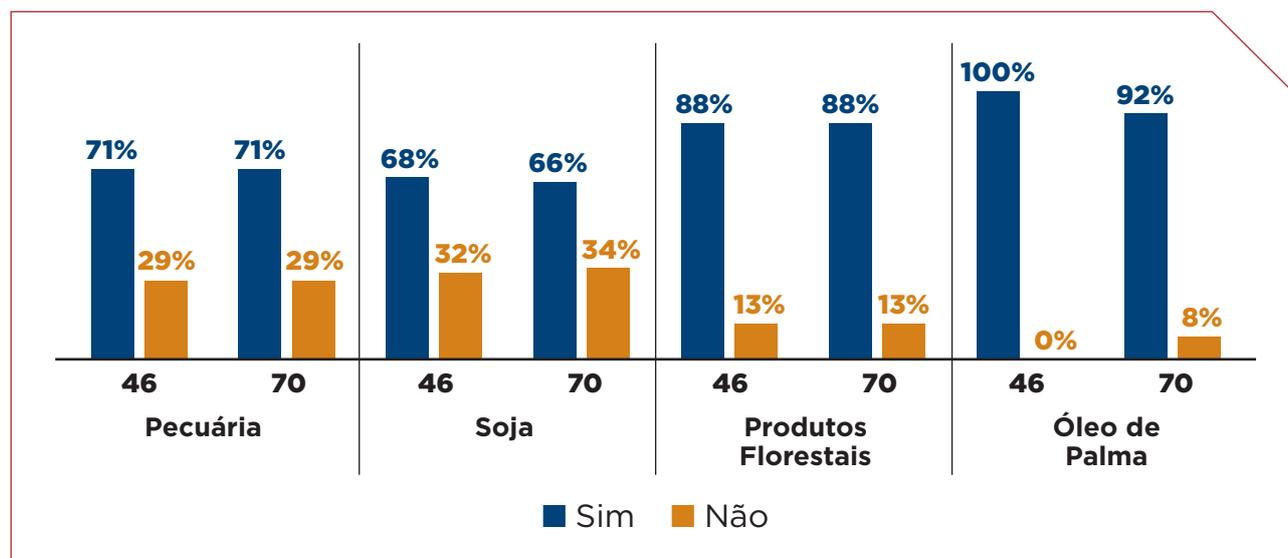
Considerando a cobertura operacional dos respondentes com operações no Brasil, em 61% dos casos os compromissos se aplicam tanto para as operações próprias, como para, ao menos, algum elo da cadeia de fornecimento. Em 24% dos casos, o compromisso se aplica apenas para a cadeia de fornecimento e, em apenas 2%, incluem exclusivamente operações próprias. Esses números não diferem significativamente da amostra de 70 empresas com relações com o Brasil.

Ao avaliar a cobertura dos compromissos em relação às operações próprias, 76% das empresas os aplicam para 100% dos produtos, 7% para uma faixa de 91 a 99% dos produtos e, o restante, em outras proporções. Tendência similar é observada nas empresas com algum tipo de relação com o Brasil: 77% dos compromissos cobrem 100% dos produtos, 4% uma faixa entre 91-99%, e, o restante, pulverizado nas demais opções.

Além disso, 24% dos respondentes não definiram nenhum horizonte de tempo para implementação dos compromissos, 15% tinham como meta a implementação até 2015, 30% até 2020, 7% até 2025, 4% até 2030, e o restante distribuído em menores proporções. Tendência equivalente foi encontrada na amostra de 70 empresas, com 31% das empresas sem horizonte de tempo determinado para implementação os compromissos, 30% com prazo de 2020, 13% com prazo de 2015, 3% até 2030, e o restante pulverizado em outros anos.

A maior representatividade de data-limite para execução dos compromissos é 2020, independente da amostra. Essa data-limite coincide com os prazos de compromissos e iniciativas globais de combate às mudanças climáticas e ao desmatamento, como o Consumers Good Forum, o Tropical Forest Alliance 2020 e o Acordo de Paris, que entra em vigor em 2020<sup>7</sup>, sugerindo a influência destas iniciativas como orientadoras das políticas corporativas.

## Gráfico 22 – Compromissos específicos para redução do desmatamento, por produtos reportados pelas empresas



<sup>7</sup> <https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/l09r01.pdf>  
<http://www.wri.org/faqs-about-how-paris-agreement-enters-force>  
<http://www.observatoriodoclima.eco.br/marco-legal-do-acordo-de-paris/>

Sobre compromissos específicos por commodities, há pouca ou quase nenhuma variação entre as amostras. Para pecuária, nas empresas com operações no Brasil, os critérios mais relevantes contidos nos compromissos foram legalidade (50%), desmatamento e degradação florestal zero (43%) e proteção de Unidades de Conservação (43%). Para soja, foram legalidade (53%), proteção de Unidades de Conservação (53%) e desmatamento e degradação zero (47%). Para produtos florestais foram certificação (68%), legalidade (65%) e proteção de Unidades de Conservação (60%). No caso do óleo de palma, a não conversão de áreas úmidas, áreas de alto valor para conservação e proteção de Unidades de Conservação aparecem com 79%, demonstrando forte influência da certificação internacional Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), do qual esses critérios são condicionantes.

A maioria das empresas também possui compromissos relacionados a padrões de produção sustentável que não estão vinculados a certificações de terceira parte. Para a amostra de 70 empresas, 63% das companhias da cadeia da pecuária possuem algum compromisso relacionado a padrões de produção sustentável, sendo 82% para soja, 71% para produtos florestais e 64% para óleo de palma. Já em comparação com a subamostra de 46 empresas, a única diferença ocorre na cadeia da pecuária, que apresenta maior porcentagem de empresas com compromissos relacionados a padrões de produção sustentável (71%).

Além de compromissos com a produção sustentável, algumas empresas também desenvolvem políticas de compras de produtos sustentáveis livres de desmatamento. A existência dessas políticas foi reportada em 74% das empresas compradoras de produtos da pecuária e soja, e 90% das companhias atuantes nas cadeias de produtos florestais e de óleo de palma.

No detalhamento de suas políticas, poucas empresas trazem informações adicionais sobre os compromissos. Algumas companhias, como JBS, Marfrig, Minerva, ADM, Bunge e Cargill, detalham o histórico de como esses compromissos foram assumidos com base nos vetores de pressão já citados, como campanhas de ONGs e pressão de consumidores, além dos grandes marcos e acordos globais assinados, como a The New York Forest Declaration (2014), o The Consumer Goods Forum e o Tropical Forest Alliance 2020, e regionais, principalmente o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) da pecuária e a Moratória da Soja.

De maneira interessante, algumas empresas, como a Kimberly-Clark, ressaltam já ter cumprido parte de seus compromissos, como o de adquirir 100% dos produtos florestais com certificação. Outras empresas, como a L'Oréal, explicitam em seus compromissos a aplicação das leis locais, em especial, leis anticorrupção, para diminuir o risco de que seus procedimentos de controle de desmatamento sejam burlados, e questões fundiárias, para garantir o uso sustentável da terra e evitar compra de produtos provenientes de áreas invadidas, conseqüentemente, com maior risco de associação ao desmatamento. Empresas como a Unilever possuem ainda o compromisso de reduzir a pegada de carbono em sua cadeia de suprimentos, considerando, nessa redução, a eliminação do desmatamento e a proteção de florestas com alto valor de conservação (ou High Conservation Value – HCV) e alto estoque de carbono (High Carbon Stock – HCS).

## **Certificação de produção sustentável**

Uma das principais estratégias para garantia de que os itens produzidos ou adquiridos sejam comprovadamente livres de desmatamento e atendam a outros critérios de sustentabilidade específicos por setor é o emprego de padrões voluntários de certificação auditados por uma terceira parte independente. Nesse modelo, grupos multistakeholder se formam, estabelecendo princípios, critérios e indicadores, e para que um produto seja certificado, por meio da obtenção de um selo, é necessária uma auditoria independente para verificar cumprimento dos indicadores estabelecidos. Os esquemas de certificação aplicáveis a produtos da pecuária, soja, produtos florestais e palma, também possuem critérios específicos para evitar desmatamento.

Em relação à utilização desses esquemas de certificação pelas empresas avaliadas, houve grande variação dependendo da cadeia produtiva em questão.

### **Pecuária**

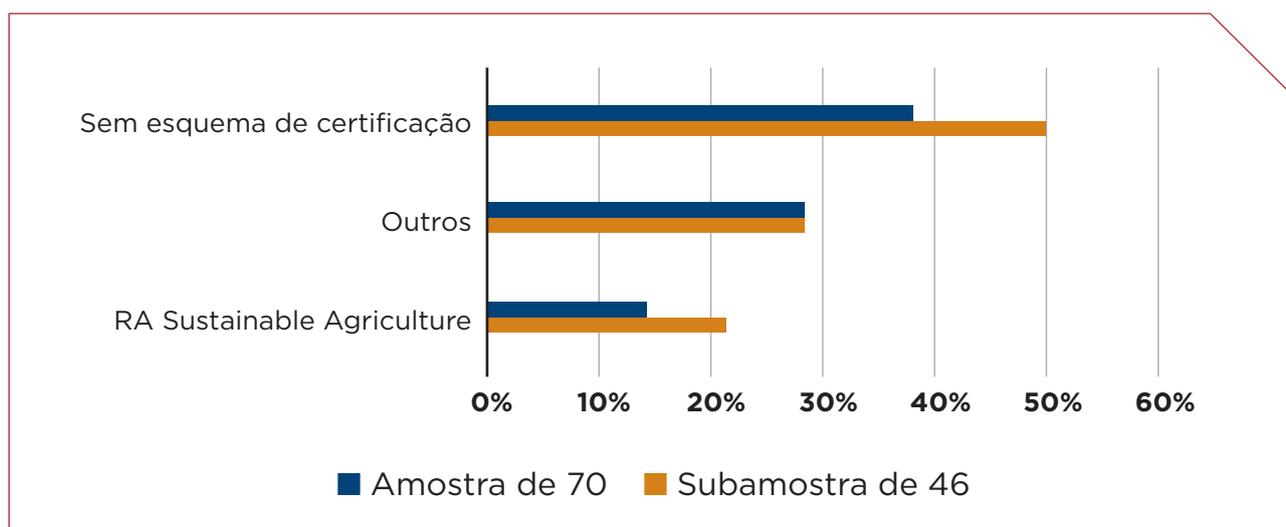
No caso da pecuária, como pode ser observado no gráfico a seguir, a maioria das empresas nas duas amostras não utiliza nenhum esquema de certificação como parte de sua estratégia, sendo que esse número é maior para as companhias com operação no Brasil. As empresas que reportaram alguma certificação, também nas duas amostras, apontaram o selo Rainforest Alliance Certified<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> <http://www.rainforest-alliance.org/articles/rainforest-alliance-certified-cattle>

É importante ressaltar que um número significativo de empresas apontou a opção “outros” e, ao analisar a qualificação dessas respostas, essas mencionam a utilização de guias de produção sustentável, similares à certificação, mas sem auditoria independente, ou o uso de princípios e critérios próprios com realização de auditorias internas, conduzidas pelas próprias empresas.

A baixa adoção da certificação na cadeia produtiva da pecuária está provavelmente associada aos altos custos de obtenção e manutenção das certificações, além de características inerentes à cadeia, como a dificuldade de rastreabilidade e a predominância de pequenos pecuaristas desarticulados, com carência de assistência técnica especializada, baixas produtividade e rentabilidade.

### Gráfico 23 – Empresas que reportaram certificação para produtos da pecuária



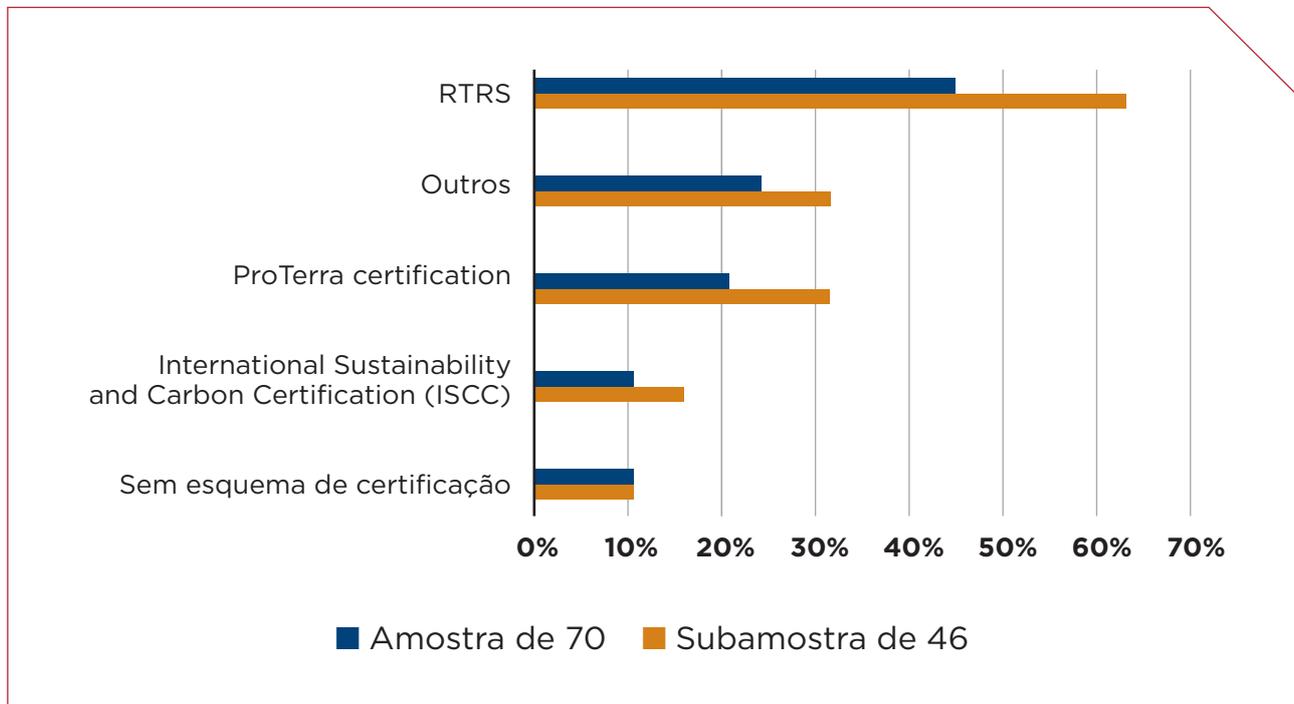
### Soja

Para soja, na amostra de 70 empresas, 45% indicaram obter a certificação Roundtable on Responsible Soy (RTRS)<sup>9</sup>, contra 63% da amostra de empresas com operações no Brasil, seguida da certificação ProTerra<sup>10</sup>, com 21% para a amostra de 70 empresas, e 32% para subamostra de 46 empresas. Percebe-se que, diferente da pecuária, a certificação para soja é um pouco mais presente, principalmente no caso da RTRS. As possíveis causas são a relevância das exportações para o setor e a pressão de consumidores internacionais.

<sup>9</sup> <http://www.responsiblesoy.org/?lang=pt>

<sup>10</sup> <http://www.cert-id.com.br/Certification/ProTerra>

## Gráfico 24 - Empresas que reportaram certificação para produtos de soja



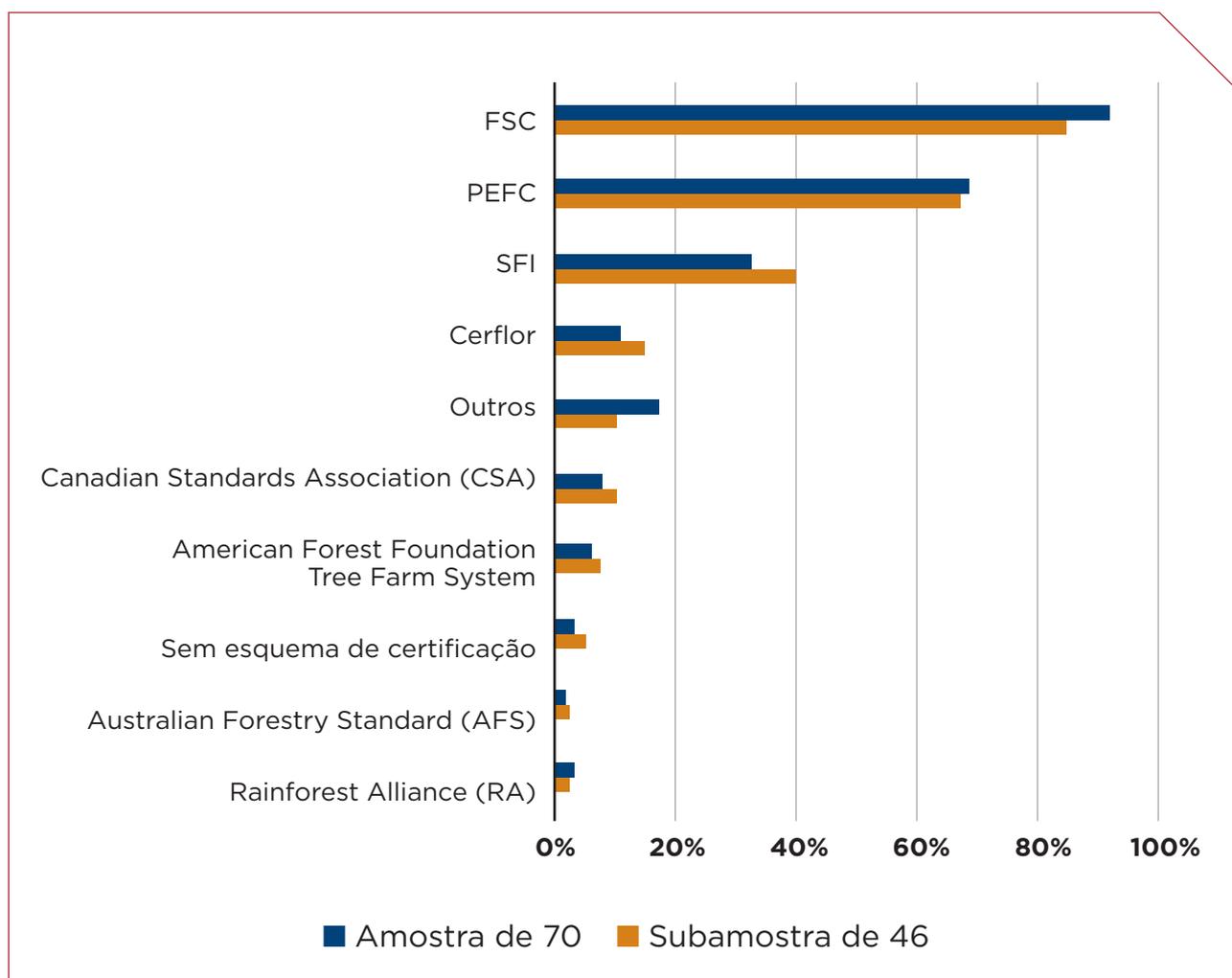
### Produtos florestais

Em produtos florestais, predominam as certificações Forest Stewardship Council – FSC<sup>11</sup>, citada por 92% e 85% dos respondentes nas amostras de 70 e 46 empresas, respectivamente, e Programme for the Endorsement of Forest Certification - PEFC<sup>12</sup>, citada por 69% e 68% das empresas, nas amostras de 70 e 46, respectivamente. A pouca variação entre as amostras segue a tendência do setor, inclusive para os demais aspectos avaliados neste estudo: a certificação para produtos florestais parece estar fortemente consolidada nos mercados globais e nacionais.

<sup>11</sup> <https://br.fsc.org/pt-br>

<sup>12</sup> <https://www.pefc.org/>

## Gráfico 25 - Empresas que reportaram certificação para produtos florestais

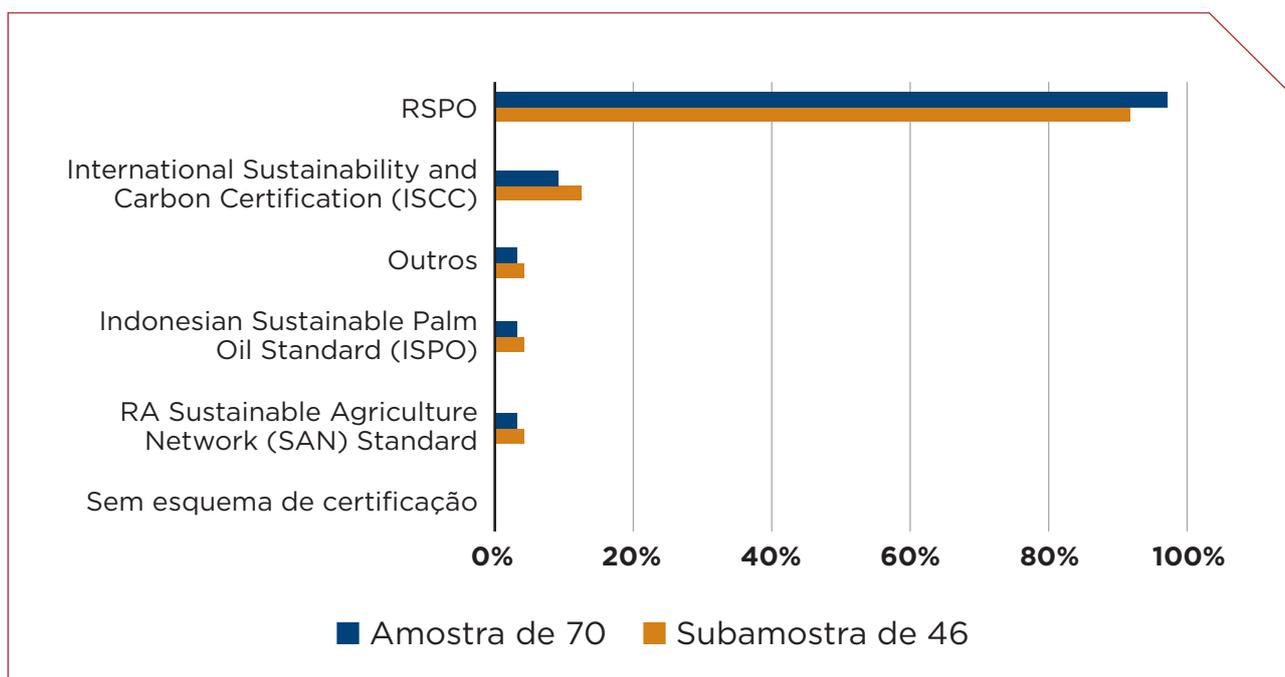


### Óleo de palma

Para óleo de palma, a Roundtable on Sustainable Palm Oil - RSPO<sup>13</sup> é citada por 97% dos respondentes na amostra de empresas com relações com o Brasil, e por 92% na amostra de empresas com operações no Brasil. Outras certificações também são citadas, mas com menor relevância. Infere-se, assim, uma forte relação desse setor com certificações, como ocorre no setor florestal. No caso da palma, no entanto, o mercado de certificações é extremamente concentrado na iniciativa RSPO.

<sup>13</sup> <http://www.rspo.org/>

## Gráfico 26 – Empresas que reportaram certificação para produtos de óleo de palma

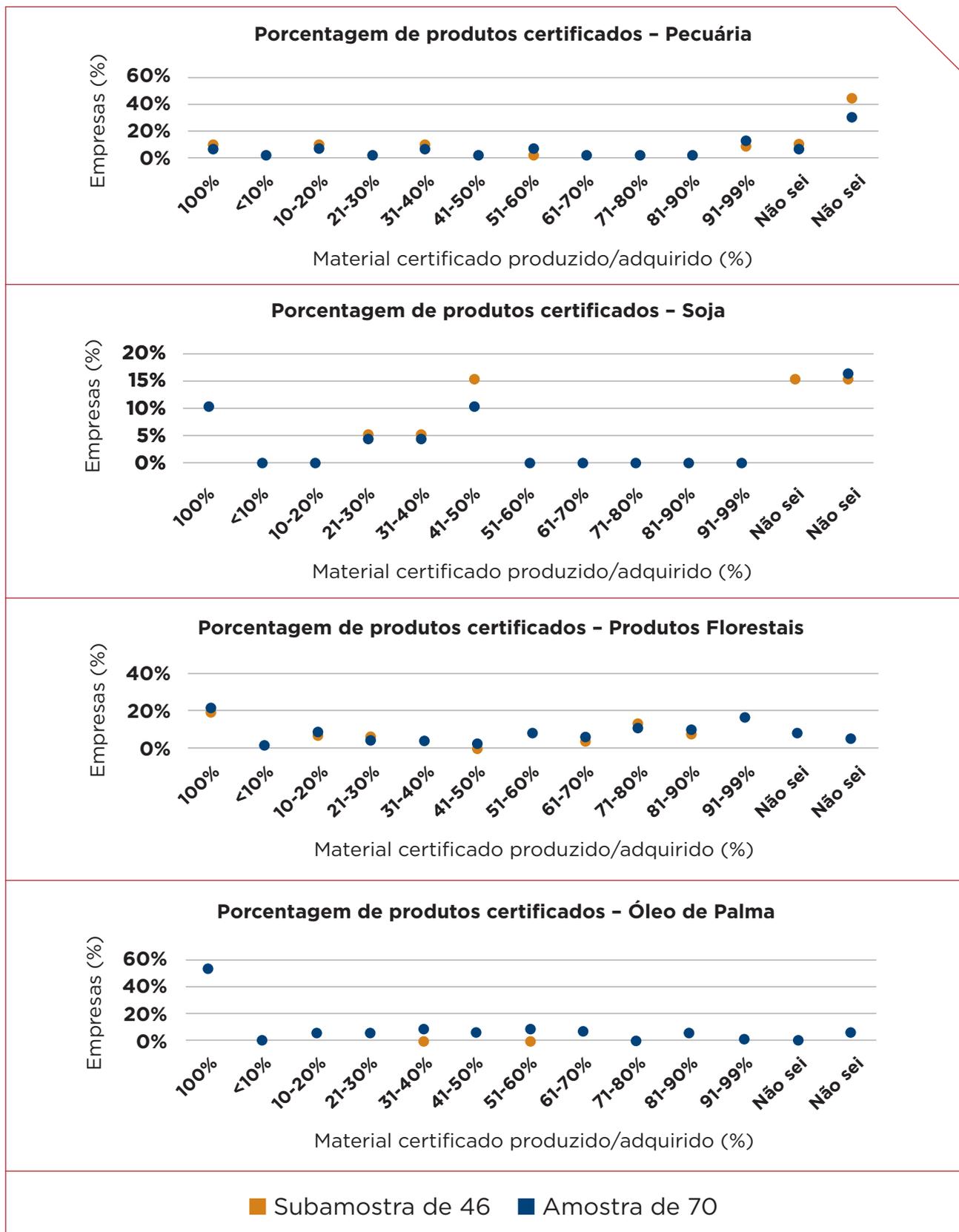


O percentual de produtos certificados nas empresas que relataram aderir a algum esquema de certificação varia amplamente, independente da amostra avaliada. No caso da pecuária, por exemplo, apenas 5% indicaram que 100% dos produtos da pecuária são certificados e 15% que este número é maior de 80%. Para soja, 10% reportaram que 100% da produção está certificada. Para produtos florestais, um percentual maior das empresas (42%) reportou que mais de 80% da sua produção é certificada. Em óleo de palma, 52% indicaram que 100% dos produtos possuem um selo de certificação.

Quando questionadas se possuem metas para certificação de terceira parte tanto nas operações diretas como na cadeia de valor, 39% reportaram que sim para pecuária e mencionaram certificações internacionais como o selo Rainforest Alliance Certified. Para soja, esse índice foi de 66% (RTRS e outras); para produtos florestais, 77% indicaram a Forest Stewardship – FSC e 52% o Programme for the Endorsement of Forest Certification – PEFC; para óleo de palma, 82% citaram a Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO.

As empresas também reportam indicadores de produção sustentável adicionais aos estabelecidos nas certificações de terceira parte. Para pecuária, 81% responderam que possuem indicadores, sendo que eles estão relacionados a produção sustentável (14%), compras sustentáveis (14%) e rastreabilidade (10%).

**Gráfico 27 – Distribuição dos percentuais de produtos certificados, por produto**



Em relação à soja, o percentual foi de 55% e os indicadores citados foram compras sustentáveis (21%), rastreabilidade (14%) e produção sustentável (10%). Para produtos florestais, o índice de empresas que contam com indicadores adicionais é de 66% e estão concentrados nas áreas de compras sustentáveis (28%), rastreabilidade (20%) e produção sustentável (14%). Já em óleo de palma, registra-se o percentual mais alto, com 82% das empresas reportando indicadores adicionais voltados a rastreabilidade (33%) e compras sustentáveis (30%), sendo a produção sustentável apontada por 9%.

Quanto ao desafio de assegurar o suprimento de commodities de forma sustentável, a maioria das empresas reportou que identificou fontes de matérias-primas suficientes para atender às suas necessidades operacionais: pecuária (86%), soja (76%), produtos florestais (92%), óleo de palma (76%). Esses números sofrem pouca variação quando comparados à amostra contendo apenas empresas com operações no Brasil: pecuária (93%), soja (89%), produtos florestais (93%) e óleo de palma (79%).

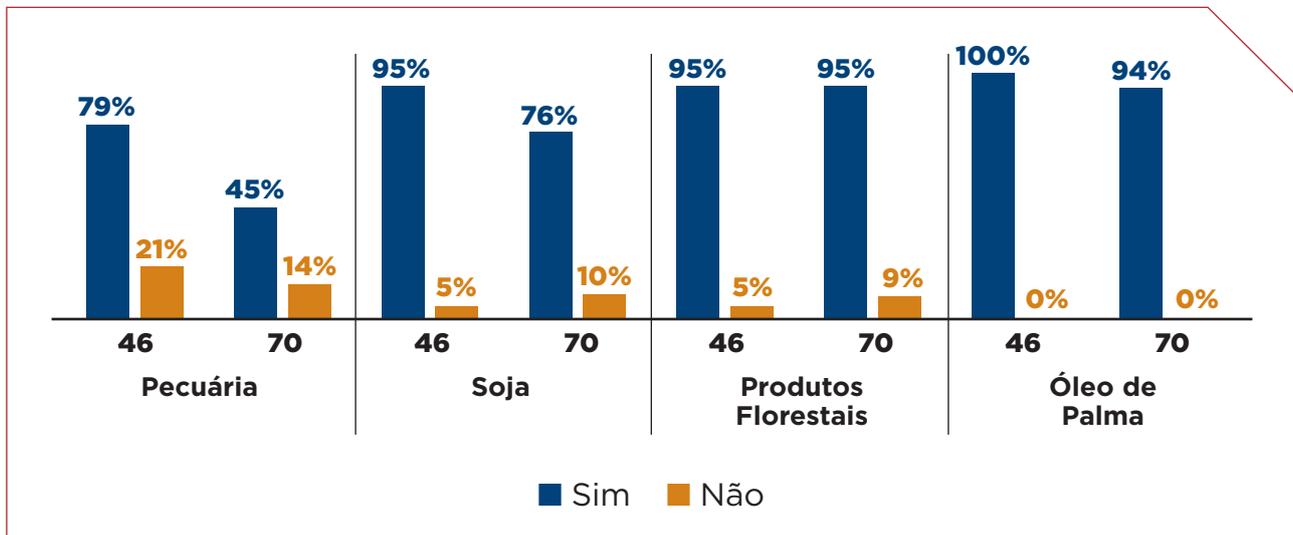
## **Iniciativas de engajamento**

Quanto ao envolvimento em iniciativas multistakeholder relacionadas à produção de commodities sustentáveis, altos índices de engajamento são encontrados nas respostas para todos os setores, com exceção da pecuária. Para este setor, na amostra de 70 empresas, apenas 45% delas estão envolvidas em algum tipo de iniciativa. Esse número aumenta significativamente para 79%, quando são consideradas apenas empresas com operações físicas no Brasil. Provavelmente, devido à maior exposição ao risco de desmatamento vinculado à cadeia da pecuária no contexto nacional.

Para Soja, observa-se uma tendência similar, ainda que menos expressiva: na amostra de empresas com algum relacionamento (compra ou venda) com o Brasil, 76% estão engajadas em algum tipo de iniciativa, e esse número aumenta para 95% quando analisadas apenas empresas com operações físicas no Brasil (incremento de 19 pontos percentuais).

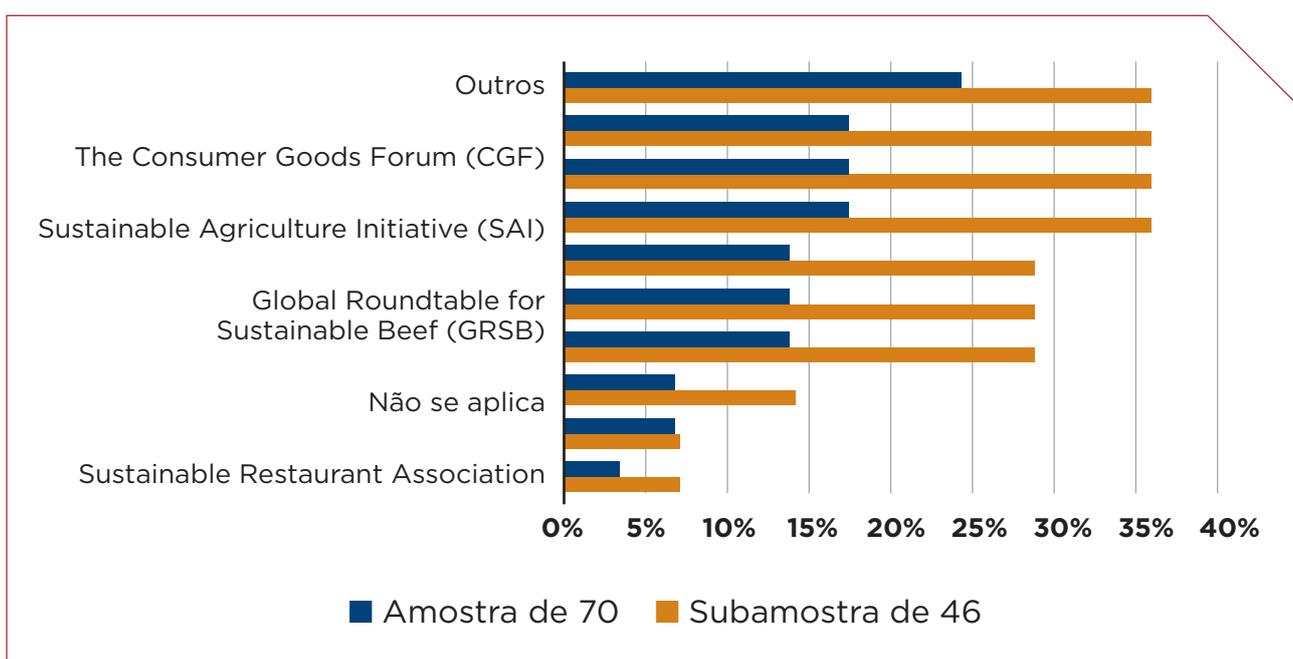
Para produtos florestais, não há variação entre as amostras, com 95% das empresas nos dois casos engajadas em iniciativas multistakeholder. No caso do óleo de palma, há uma pequena variação, indo de 94% na amostra de 70 empresas, para 100% na amostra de empresas com operações no Brasil.

## Gráfico 28 – Empresas envolvidas em iniciativas multistakeholders, por produtos



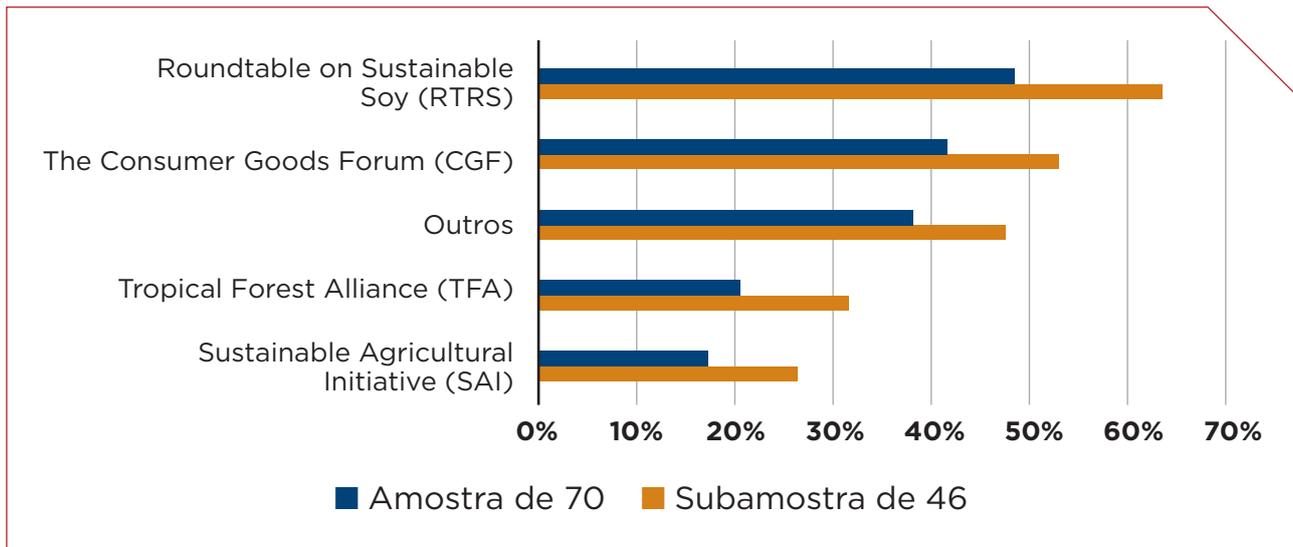
Avaliando-se o detalhe dessas iniciativas, no caso da pecuária, as iniciativas de destaque na amostra nacional são: o Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS), com 36%; o Tropical Forest Alliance (TFA), com 36%, e o Consumer Goods Forum (CGF), com 36%. O gráfico abaixo explicita a maior participação das empresas com operações no Brasil nesses fóruns.

## Gráfico 29 – Empresas que reportaram para pecuária e estão engajadas em iniciativas multistakeholder



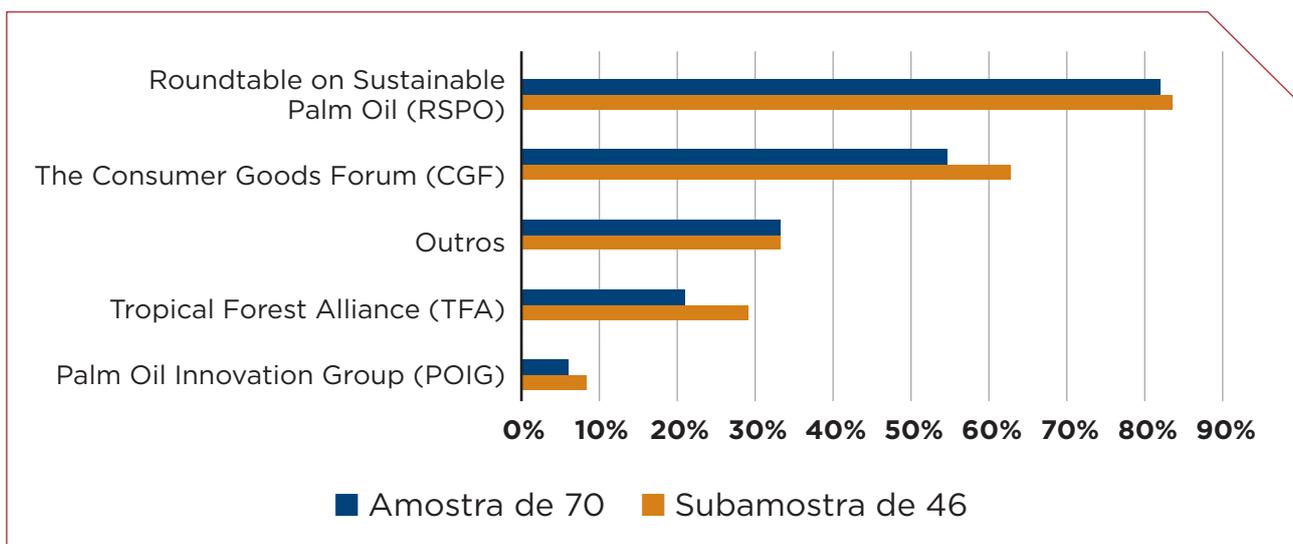
No caso da soja, as principais iniciativas reportadas são: o Roundtable on Sustainable Soy – RTRS (63%); o Consumer Good Forum (53%) e o Tropical Forest Alliance (32%). Novamente, observa-se um maior nível de engajamento na amostra com operações no Brasil.

### Gráfico 30 – Empresas que reportaram para soja e estão engajadas em iniciativas multistakeholder



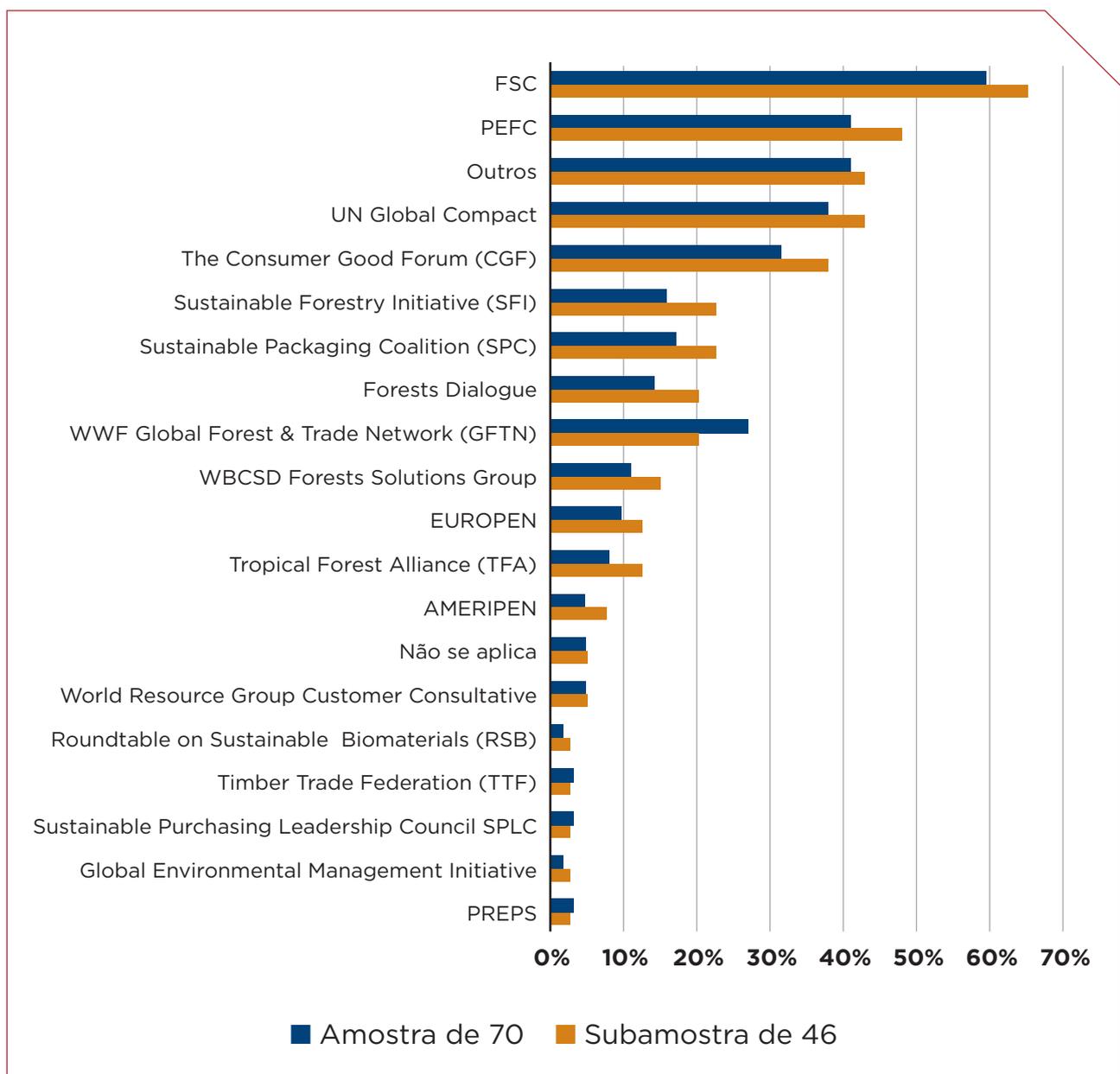
Em óleo de palma, predomina a iniciativa Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO, com 83%, e o The Consumer Goods Forum, com 63%.

### Gráfico 31 – Empresas que reportaram para óleo de palma e estão engajadas em iniciativas multistakeholder



Para produtos florestais, a iniciativa mais citada é o Forest Stewardship Council - FSC (65%), seguida por Programme for the Endorsement of Forest Certification - PEFC (48%), Pacto Global da ONU (43%), e The Consumer Good Forum (38%). Dessa vez, sem muita variação entre as amostras.

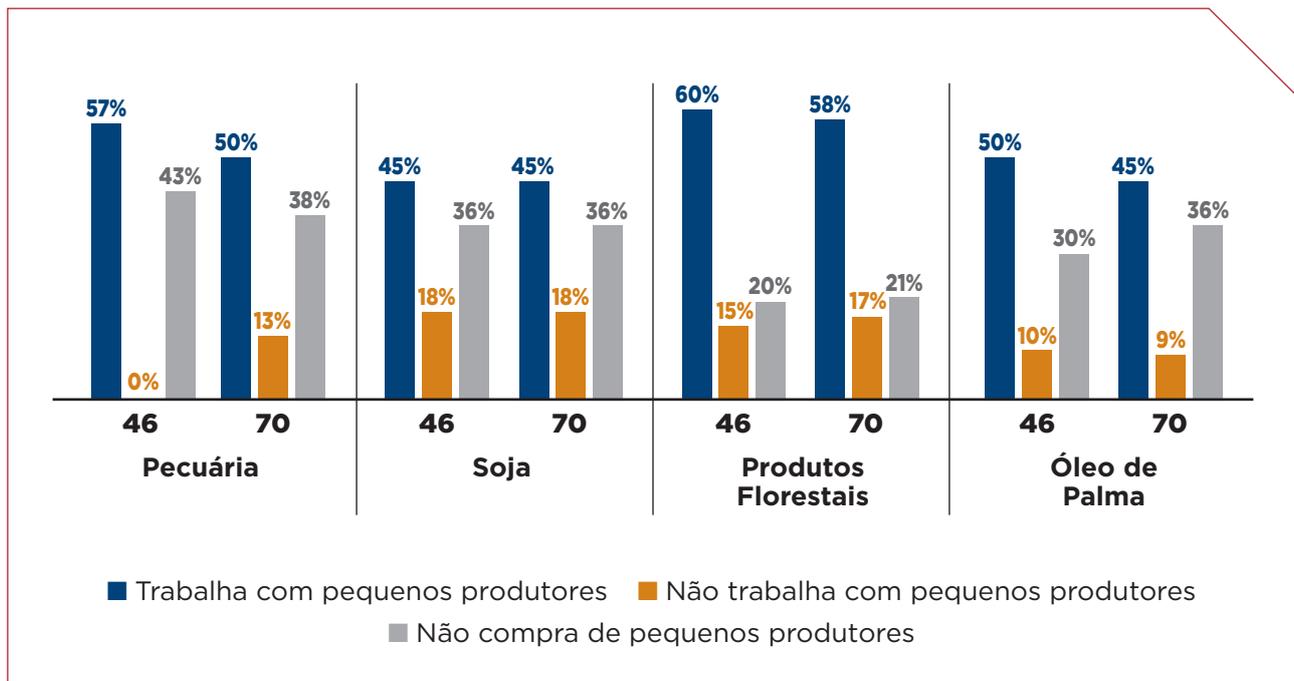
### Gráfico 32 - Empresas que reportaram para produtos florestais e estão engajadas em iniciativas multistakeholder



## Iniciativas com fornecedores e pequenos produtores

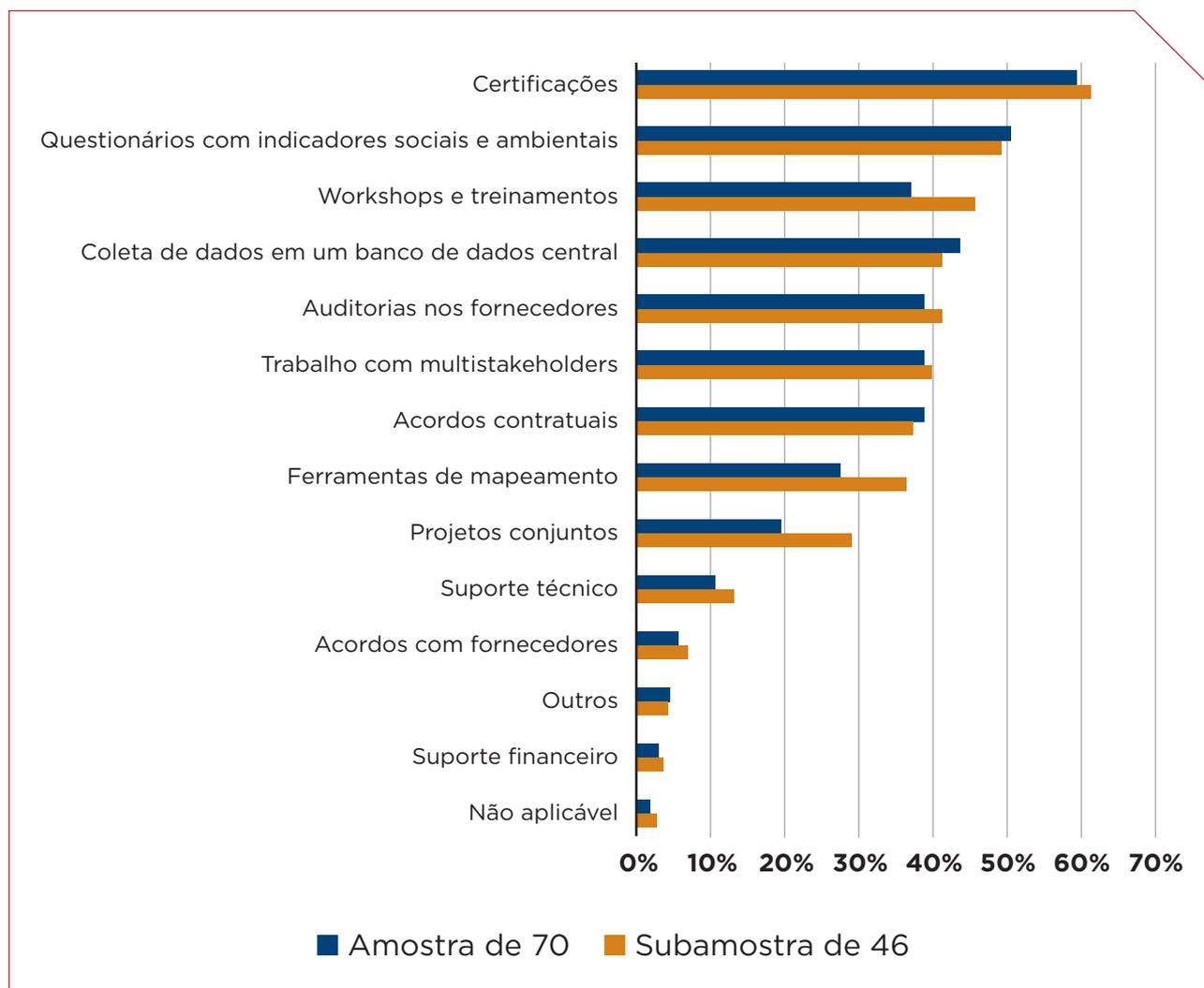
Considerando empresas do início da cadeia produtiva, como médios e grandes produtores, processadores e traders, um número significativo indica que está trabalhando com pequenos produtores para engajá-los e apoiá-los na adoção de práticas de manejo sustentável das florestas. Nesse sentido, 50% das empresas que responderam para pecuária possuem iniciativas com pequenos produtores: 45% para soja, 58% para produtos florestais e 45% para óleo de palma. Ou seja, em média, entre as commodities 50% das empresas já têm alguma iniciativa de engajamento com pequenos produtores.

### Gráfico 33 – Empresas que reportam iniciativas de engajamento com pequenos produtores



Ao analisar empresas de manufatura e distribuidoras, uma porcentagem ainda maior reportou iniciativas de engajamento com seus fornecedores: em média 93% nas duas amostras.

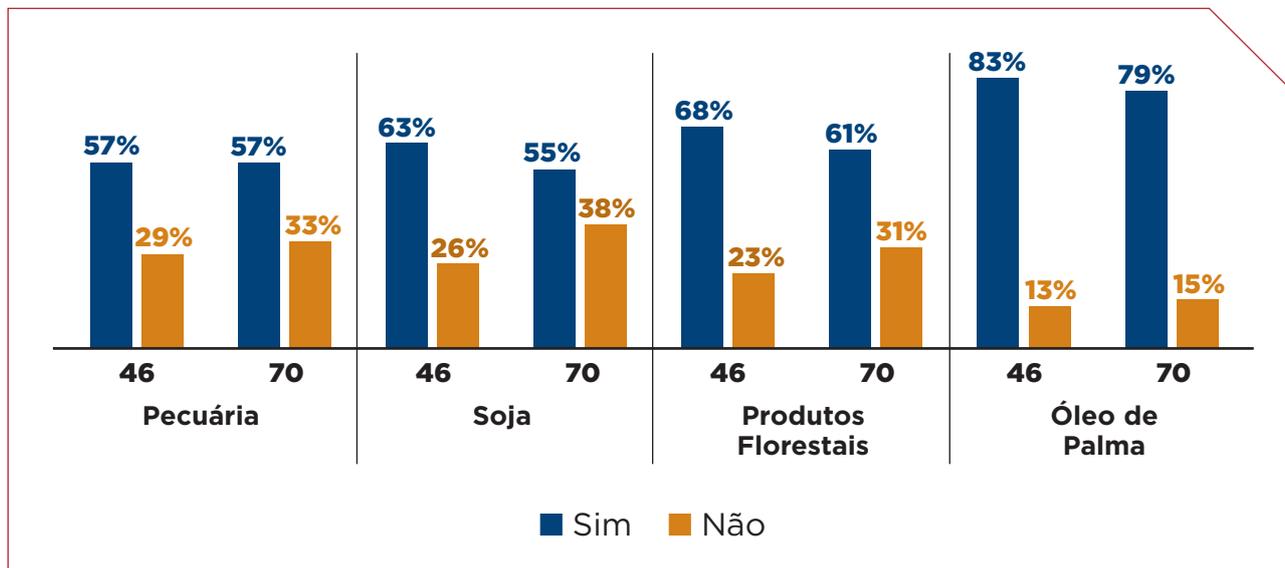
### Gráfico 34 - Ações de engajamento com fornecedores reportadas pelas empresas



As duas amostras seguem a mesma tendência. Considerando empresas com operações no Brasil, as ações mais reportadas foram: encorajamento para obtenção de certificações (59%), aplicação de questionários com indicadores sociais e ambientais (49%), e realização de workshops e treinamentos (45%). Essas ações são seguidas de coleta virtual de informações e armazenamento em um banco de dados central (41%), auditoria nos fornecedores (41%), e encorajamento à participação em iniciativas multistakeholder (39%).

Em relação ao alcance das medidas de gestão e mitigação de riscos de desmatamento, para pecuária, 57% responderam que estão trabalhando além do primeiro elo da sua cadeia de valor. Em relação à soja, esse percentual foi de 55%, aos produtos florestais 61% e ao óleo de palma apresentou o percentual mais alto, com 79%.

### Gráfico 35 – Empresas que reportam engajamento além do primeiro elo de fornecedores



A avaliação das respostas qualitativas de empresas tanto do setor de pecuária, como JBS e Marfrig, como com atuação na cadeia da soja, como ADM e Cargill, mostrou que as empresas, embora saibam explicitar o número de pequenos produtores e fornecedores engajados, não informam a sua representatividade, considerando o universo de fornecedores de determinado produto ou das próprias companhias.

Além disso, a maioria das iniciativas se concentra no bioma amazônico, com poucas exceções, que contemplam todo o território nacional, por exemplo, o Marfrig Club e o GTPS, no caso da pecuária; e no caso da soja, o programa Soja Plus, conduzido pela Abiove (Associação Brasileira de Óleos Vegetais), e o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Quanto a esse último, vale destacar que esta foi uma iniciativa citada por um respondente, responsável por financiar projetos individuais ou coletivos para a agricultura familiar, possuindo linhas de crédito “verdes” com o objetivo de garantir a produção sustentável<sup>14</sup>. Para produtos florestais e de óleo de palma, a maior parte das iniciativas detalhadas pelas empresas envolve suporte para facilitar a obtenção da certificação por parte de pequenos produtores e fornecedores.

<sup>14</sup> [http://ipam.org.br/wp-content/uploads/2017/04/boletim\\_pauta\\_n7-Pronaf.pdf](http://ipam.org.br/wp-content/uploads/2017/04/boletim_pauta_n7-Pronaf.pdf)

## Benchmarks

**Marfrig** - Foi a primeira empresa a assinar o acordo público com o Greenpeace, comprometendo-se a eliminar a compra de gado vinculado ao desmatamento no bioma amazônico. Marfrig também é signatária de todos os acordos e compromissos envolvendo redução de desmatamento nas cadeias produtivas em território brasileiro. Utiliza tecnologia geoespacial para monitorar 100% dos seus fornecedores diretos e também aplica um questionário solicitando informações sobre fornecedor indireto. Quanto à estratégia de engajamento, o programa Marfrig Club é um destaque, pois engaja fornecedores diretos para desenvolver melhores práticas ambientais, oferecendo um bônus aos produtores.

**Nestlé** - Assinou compromisso para gestão de desmatamento em 2011, desenvolvendo um “Guia de Compras Responsáveis” para ajudar funcionários e fornecedores na implementação desse acordo, além de assinar a New York Declaration on Forests, e o compromisso de redução de desmatamento do Consumer Goods Forum. O compromisso de não desmatamento é parte central em quatro produtos considerados de “alto impacto”: óleo de palma, soja, produtos da pecuária e produtos florestais. A empresa identifica possíveis lacunas socioambientais em seus fornecedores, desenvolve e implementa planos de ação conjuntos.

**Unilever** - Possui um plano de desenvolvimento sustentável chamado Unilever Sustainable Living Plan (USLP). Esse plano aplica a todos os produtos em seu portfólio e a todos os países. Tem três grandes objetivos, e um deles é eliminar o desmatamento de suas operações e de sua cadeia de fornecimento. Até 2020, pretende eliminar 100% do desmatamento de todas as matérias-primas utilizadas e, para isso, está engajando seus funcionários e fornecedores, governos e organizações não governamentais para desenvolver mapas dos caminhos colaborativos. A Unilever também realiza engajamento com fornecedores críticos, ajudando-os a desenvolver e implementar planos de boas práticas de manejo.

**“Em setembro de 2014, a Cargill endossou a New York Declaration on Forests. A empresa busca fazer sua parte reduzindo a perda de florestas nativas pela metade em suas cadeias de fornecimento até 2020 e a eliminando totalmente até 2030. Em 2015, a Cargill lançou sua Política para Florestas e 5 planos associados de específicos: Óleo de Palma Sustentável (Global); Soja Sustentável (Brasil); Soja Sustentável (Paraguai); Algodão e Milho Sustentável (Zambia); e Fibras Sustentáveis (Global). A Nossa política de florestas estipula princípios para gerir o risco de desmatamento em nossas cadeias de fornecimento, além de passos práticos para implementação de ações para eliminar o desmatamento de nossas cadeias em 2030”.**

### **Cargill**

Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

**“L’Oréal tem um compromisso de trabalhar com fornecedores para garantir práticas sustentáveis em: 1. Atendimento integral das legislações nos países nos quais possuem operações, e em especial leis anticorrupção e de posse de terras. 2. Consentimento livre prévio e informado de populações indígenas e comunidades locais potencialmente impactadas por novas plantações. 3. Conservação e restauração de Áreas de Alto Valor para a Conservação e Áreas de Alto Estoque de Carbono quando expandindo plantações. 4. Renúncia de conversão de áreas úmidas para instalação de novas plantações e a adoção de práticas que mantenham os sistemas hídricos nas plantações já existentes”.**

### **L’Oréal**

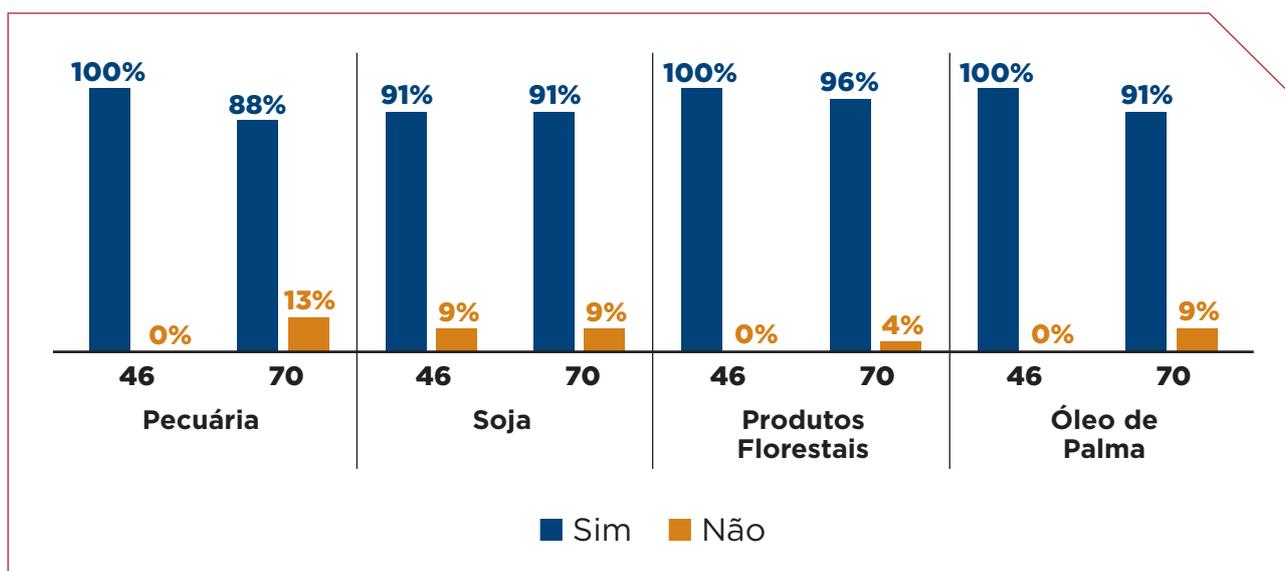
Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

# Monitoramento e rastreabilidade

Quando questionadas se possuem um sistema para monitorar e rastrear a origem de suas matérias-primas, a grande maioria reportou que sim para as quatro commodities: pecuária (88%), soja (91%), produtos florestais (96%) e óleo de palma (91%). Quando são avaliadas apenas empresas com operações no Brasil (gráfico a seguir), tanto para pecuária como para produtos florestais e óleo de palma, 100% possuem sistemas para rastrear a origem de seus produtos.

No entanto, esses sistemas de monitoramento e rastreabilidade não cobrem a totalidade dos itens produzidos e/ou consumidos. Na atividade da pecuária, 63% das empresas reportaram que o sistema contempla todos os produtos, sendo que para empresas com operações no Brasil esse número sobe para 71%. Para a soja, o percentual de empresas que possuem um sistema de monitoramento que cobre 100% da sua produção é de 45%, em ambas as amostras. Para produtos florestais, o número sobe para 79% na amostra maior e 85% na amostra de operações no Brasil. Já em óleo de palma, 36% indicaram um sistema que contempla todos os produtos na amostra de 70 empresas e 40% na subamostra de 46 companhias.

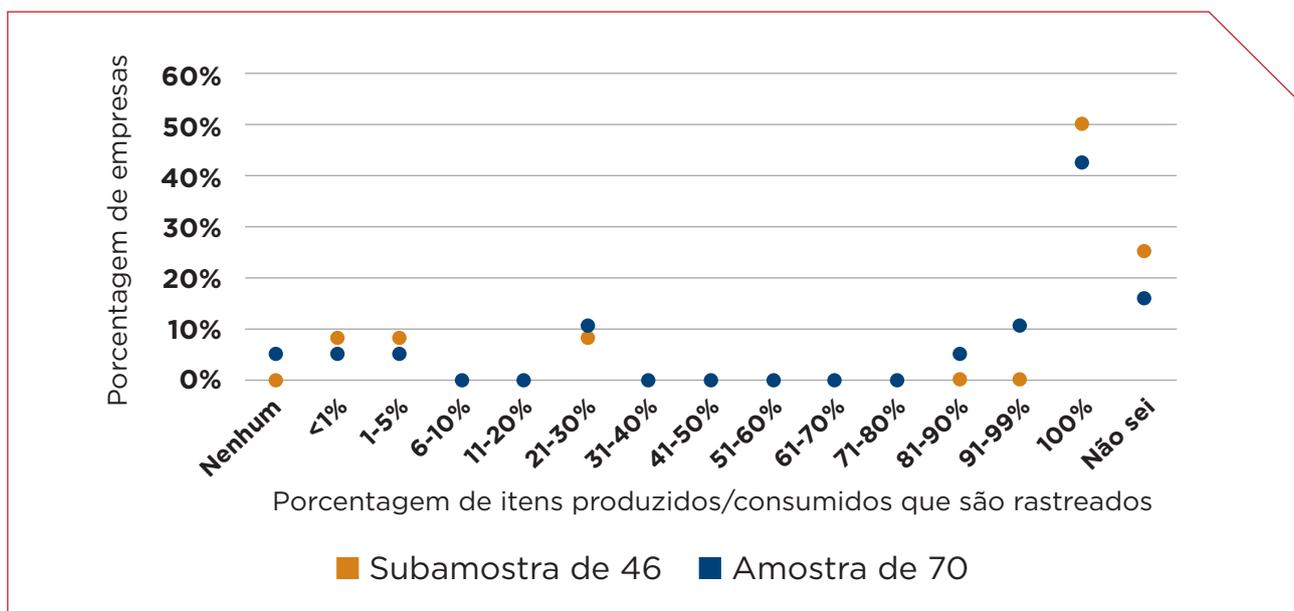
**Gráfico 36 - Empresas que reportaram possuir sistemas de rastreamento de origem de seus produtos**



## Pecuária

O detalhamento dessa questão revela que, no caso da pecuária, 58% dos respondentes (amostra de 70 empresas) contam com mais de 80% das suas operações com algum tipo de rastreabilidade. O número de companhias que monitora 100% da operação é maior na amostra de empresas com operações somente no Brasil (50% vs. 42%). Ainda assim, há uma quantidade considerável de empresas que não sabem especificar a cobertura operacional do seu sistema de monitoramento: 16%, na amostra de 70 empresas, e 25%, na subamostra de 46 empresas.

### Gráfico 37 – Nível de rastreabilidade dos respondentes para pecuária, em porcentagem da operação



A maior parte das empresas (32%) consegue rastrear a origem até a propriedade rural, pelo menos, até seu fornecedor direto. 21% das empresas conseguem identificar somente o país de origem da matéria-prima; 16%, o abatedouro; 11%, a região (como Estados e jurisdições subnacionais); e 5%, o curtiúme. A mesma tendência se observa nas empresas com operações no Brasil, sendo que 42% conseguem rastrear até a propriedade rural; 25% identificam apenas o país de origem; 17%, o abatedouro e 8%, a região.

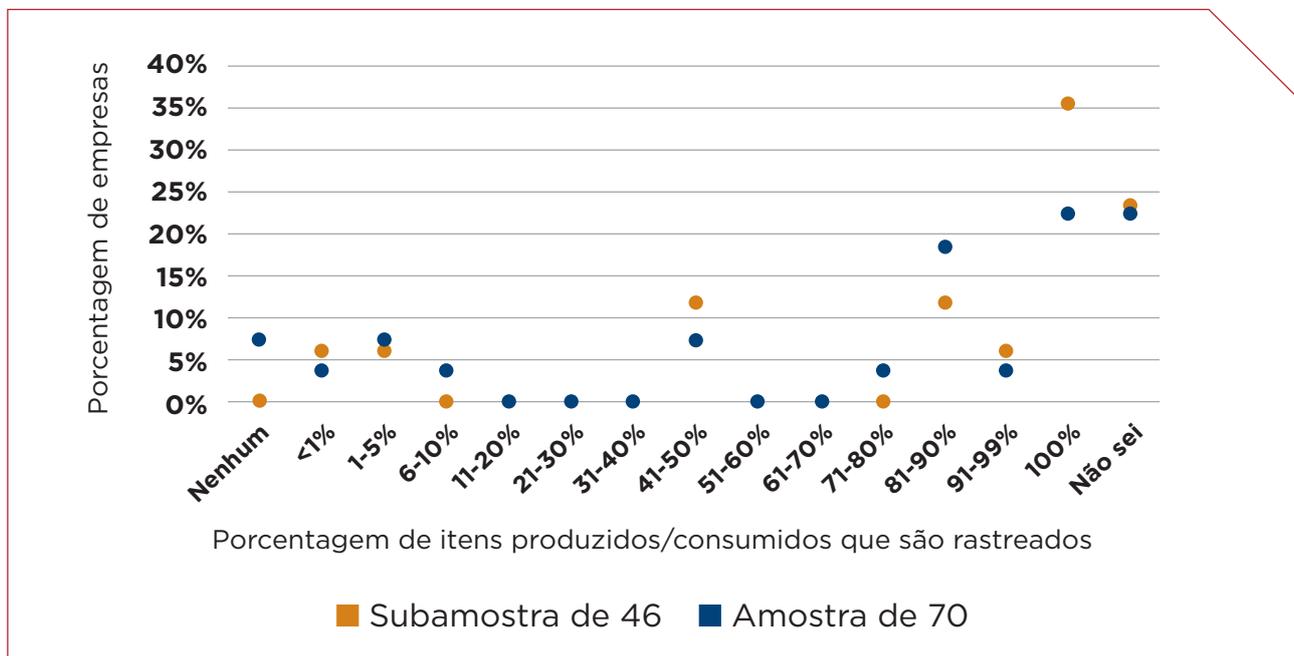
Na avaliação qualitativa das respostas, todos os grandes frigoríficos (JBS, Marfrig e Miner-va) descreveram a existência de sistemas robustos de rastreabilidade, com apoio de ferramentas e bases de dados georreferenciados, e realização de auditorias externas. Esses

sistemas ajudam a assegurar altos níveis de conformidade com a legislação e suas políticas corporativas. É possível, por exemplo, estimar até mesmo a margem de segurança das auditorias, que pode ser reportada como ocorre no caso da JBS. No entanto, nenhuma dessas empresas monitora fornecedores indiretos com base em informação primária, além de reportar a adoção desses sistemas de monitoramento apenas para a Amazônia.

## Soja

Para a soja, menos da metade conta com mais 80% das suas operações rastreadas, e um grupo ainda menor de empresas possui sistema de monitoramento e rastreabilidade que alcança 100% das operações. Na comparação com as empresas que reportaram operações no Brasil, a maior diferença está naquelas que monitoram 100% da operação, que sobe de 22% para 35%.

### Gráfico 38 – Nível de rastreabilidade dos respondentes para soja, em porcentagem da operação



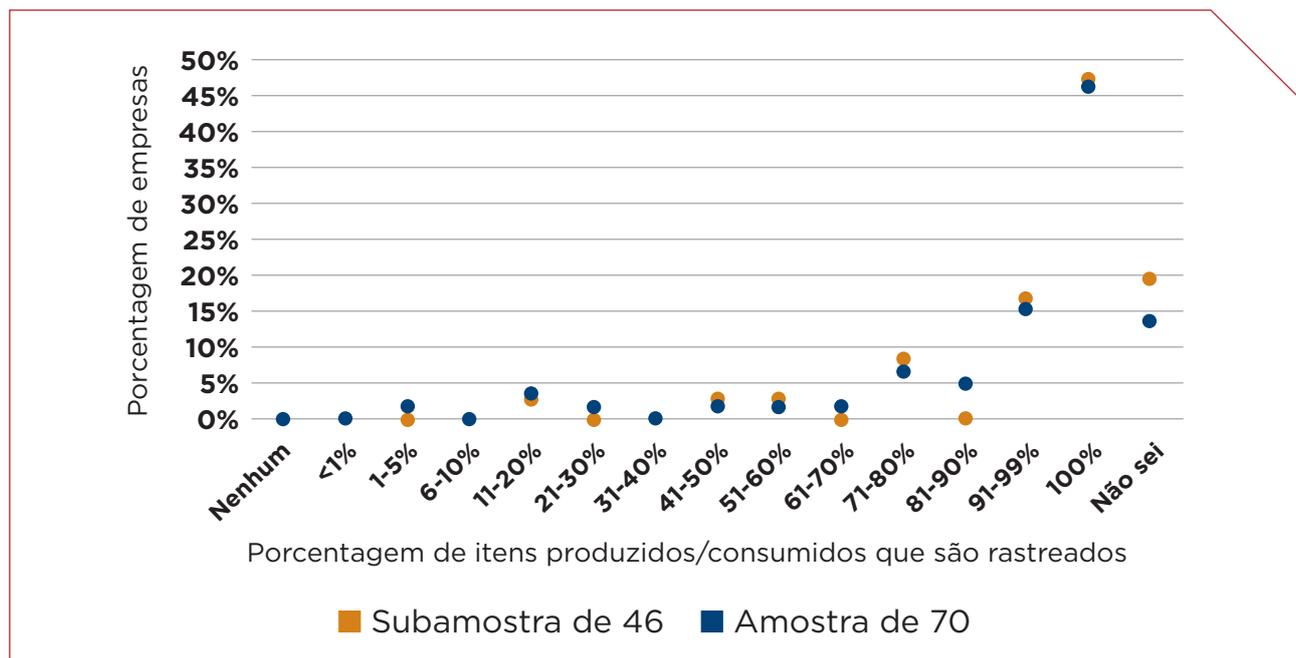
Em relação ao nível de rastreabilidade, a maioria consegue identificar o país de origem do produto (33%); 19%, a região (como estados e jurisdições subnacionais); 11%, a propriedade; e 7%, a unidade de processamento. O cenário se altera quando apenas empresas com operações no país são consideradas: 29% identifica o país; 24%, conhece a região; 18%, a propriedade; e 12%, a unidade de processamento.

Todas as grandes produtoras e traders, como ADM, Amaggi e Cargill, reportaram trabalhar com ONGs parceiras nas atividades de rastreabilidade de seus produtos, por exemplo, com o The Forest Trust (TFT) e a Aliança da Terra. Já empresas de estágios finais da cadeia produtiva, como L'Oreal e Unilever, mencionaram ferramentas vinculadas a esquemas de certificação, principalmente a RTRS, que auxiliam na rastreabilidade de origem.

## Produtos florestais

Os produtos florestais são os que apresentam os percentuais de monitoramento e rastreabilidade mais altos, com 66% dos respondentes indicando mais de 80% das suas operações cobertas, na amostra de 70 empresas, e quase 50% monitorando 100%, nas duas amostras. Ainda assim, 14% reportaram que não sabem identificar esse percentual.

### Gráfico 39 – Nível de rastreabilidade dos respondentes para produtos florestais, em porcentagem da operação



Em relação à rastreabilidade, 34% conseguem identificar o país de origem; 19%, a área florestal; 15%, a unidade de manejo florestal; 14%, a unidade de processamento; e 14%, a região. Quando são avaliadas apenas empresas com operações no Brasil, 33% identificam o país de origem; 17%, a unidade de manejo florestal e de processamento; e 11%, a região (como Estados e jurisdições subnacionais).

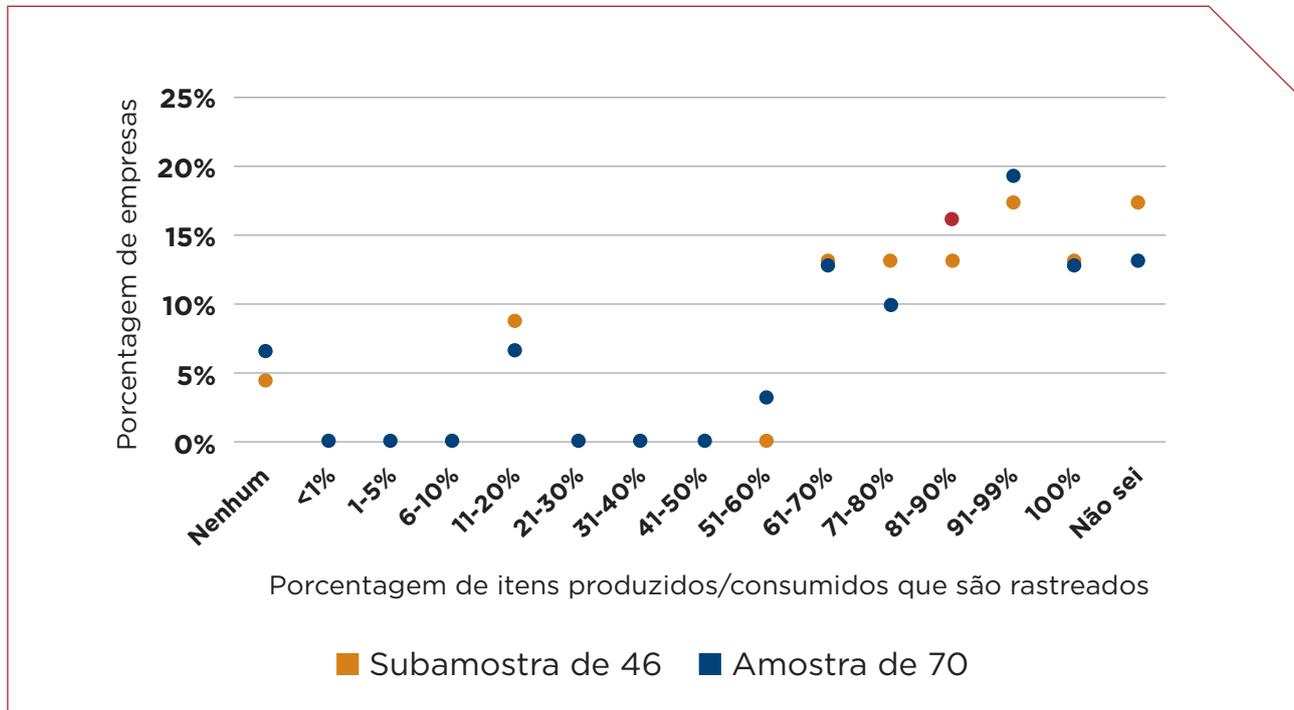
Empresas dos elos iniciais da cadeia, como Fibria e Klabin, valem-se dos sistemas e procedimentos recomendados pelas certificações de cadeia de custódia, mais uma vez, demonstrando forte presença dessas iniciativas, principalmente FSC e Cerflor/PEFC, como norteadoras de boas práticas. Já as empresas dos elos finais da cadeia, como Kimberly-Clark, Tetra Pak, L’Oreál e Unilever, valem-se de sistemas internos e softwares específicos para rastreabilidade desses materiais, nos quais as informações fornecidas pelos selos de certificação de custódia são inseridas.

Um caso de destaque é o da Unilever, que além de possuir um sistema interno, chamado Global Traceability System (GTS), por meio do qual reporta todos os volumes consumidos, cruzados com as informações verificadas dos selos de certificação de custódia, ainda cruza as informações de origem com informação geográfica do sistema Global Forest Watch (GFW) para calcular o potencial risco de desmatamento a partir das compras realizadas pela empresa.

### **Óleo de palma**

Em relação ao óleo de palma, 48% das empresas reportaram monitoramento e rastreabilidade em mais de 80% das suas operações. Outros 13% indicaram que não sabem a cobertura dos seus sistemas e 23% reportaram percentuais entre 60% e 80%. A amostra para empresas com operações no Brasil segue mais ou menos a mesma tendência, como ilustrado no gráfico a seguir.

## Gráfico 40 – Nível de rastreabilidade dos respondentes para produtos de óleo de palma, em porcentagem da operação



Em relação ao nível de rastreabilidade, 52% reportaram que conseguem identificar a usina de processamento da matéria-prima; 32% conhecem o país de origem; 3%, a unidade de manejo; 3%, a plantação; e 3%, a região (como Estados e jurisdições subnacionais). Para as empresas com operações no Brasil, 61% consegue rastrear até a unidade de processamento; 22% conseguem identificar o país; 4%, a unidade de manejo; 4%, as plantações; e 4%, diz ser não aplicável.

Quanto à qualificação desses sistemas, o setor parece ser um híbrido entre a soja e o setor florestal: empresas que atuam no início da cadeia reportaram muitas parcerias com ONGs para fazer a rastreabilidade e o monitoramento dos seus fornecedores, além de implementarem sistemas de certificação que incluem cadeia de custódia; empresas do final da cadeia utilizam, em sua maioria, as ferramentas do selo de certificação do Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) e International Carbon Certification System (ISCC).

## Benchmarks

**Marfrig** - Para todos seus fornecedores na Amazônia e que fazem parte do Marfrig Club é realizado um constante monitoramento geoespacial, auditado anualmente por terceira parte independente. Adicionalmente, são verificadas a lista de áreas embargadas por desmatamento ilegal do Ibama e a base de dados do Incra, para identificar qualquer irregularidade fundiária e indícios de invasões. Também são requisitadas as Guias de Transporte Animal (GTA), por meio das quais é possível obter informações do fornecedor indireto, e é solicitado o preenchimento de um formulário com informações dos fornecedores direto e indireto.

**Nestlé** - Trabalha em parceria com o The Forest Trust e o ProForest para mapeamento de todos os fornecedores até a fazenda ou a floresta. Ainda que se restrinja ao primeiro elo da cadeia, há a intenção de integrar esse sistema com sistemas de rastreamento dos seus fornecedores diretos, e colaborar para o desenvolvimento de melhor capacidade de rastreabilidade destes. Identifica a porcentagem de produtos rastreados para cada commodity e apresenta um plano de ação para atingimento de 100%.

**Unilever** - Possui sistemas de rastreabilidade específicos para cada commodity. Em todos os casos, rastreiam até a fazenda ou área florestal, coletando informações de localização geográfica de todos os fornecedores. Para alguns produtos, essa informação é compartilhada com organizações parceiras, como WRI (World Resources Institute), IDH (The Sustainable Trade Initiative) e CORE (Daemeter, Proforest and Rainforest Alliance), para avaliação de risco e desenvolvimento de um plano de monitoramento. Além disso, para produtos da pecuária realizam due diligence em cada fornecedor e, para produtos de soja, trabalham com a RTRS, com algumas linhas de produtos 100% certificadas. Identifica a porcentagem de produtos rastreados para cada commodity e apresenta um plano de ação para atingimento de 100%.

**“Nós definimos um procedimento específico para todas as unidades Marfrig Global Foods no Brasil. É um procedimento claro e que visa aumentar a conscientização dos produtores sobre os compromissos da empresa em garantir que os produtos adquiridos não vêm de áreas desmatadas. Nós trabalhamos diretamente com nossos fornecedores diretos para identificar os indiretos (segundo elo da cadeia), por meio da ferramenta RFI (Request For Information) desenvolvida para mapear e identificar os riscos de não cumprimento do compromisso. Essa ferramenta fornece o nome, propriedade e país do fornecedor indireto para ser verificada”.**

### **Marfrig**

Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

**“O Carrefour desenvolveu sua linha de produtos Carrefour Quality nos últimos 20 anos. Essa linha permitiu ao Carrefour ter um relacionamento direto com 25.000 produtores em todo o mundo (para todos tipos de produtos). Assim, também integramos a pecuária nessa abordagem, de maneira a conhecer a origem dos produtos. Esse programa foi desenvolvido principalmente no Brasil (as ações com pecuária do Carrefour são focadas no Brasil, já que a compra na Europa é regional). Fornecedores de carne do Carrefour Quality Line são regularmente auditados em relação aos métodos empregados de produção e rastreabilidade desde o sistema produtivo até as lojas e consumidor final”.**

### **Carrefour**

Trecho da resposta da empresa ao Programa Forest do CDP 2016

# Conclusões e recomendações

**D**estacamos, abaixo, alguns pontos que podem ser alvo da atenção dos bancos na avaliação de riscos de desmatamento em suas operações.

- ▲ A maior parte das empresas respondentes já adota algum sistema de avaliação de risco de desmatamento e/ou sistemas de rastreabilidade. Recomenda-se que estes sejam considerados pelas instituições financeiras em suas análises.
- ▲ No entanto, uma avaliação caso a caso ainda se faz necessária, já que esses mecanismos de avaliação de risco de desmatamento e sistemas de rastreabilidade variam amplamente de acordo com a cadeia de fornecimento, o elo de atuação da empresa, o porte da organização e o estágio de amadurecimento de suas práticas de sustentabilidade.
- ▲ Pecuária e soja devem ser consideradas cadeias produtivas críticas para avaliação e riscos de desmatamento, pois foram as que mais reportaram impactos reputacionais.
- ▲ A avaliação de risco e o sistema de monitoramento deve considerar todo o território nacional, já que grande parte dos compromissos e iniciativas se aplicam apenas para a Amazônia, deixando uma grande lacuna de risco em relação aos outros biomas, como o Cerrado, que também apresenta elevados índices de desmatamento.
- ▲ Para as cadeias florestal e de óleo de palma no Brasil, a obtenção de selos de certificação de sustentabilidade poderia ser fortemente considerada, pois demonstrou ser prática comum.
- ▲ No caso das cadeias da soja e da pecuária, a certificação representa um nicho de mercado e poderia ser considerada como critério adicional por ser indicativo de redução de risco.
- ▲ Um maior engajamento das empresas com seus fornecedores diretos poderia ser encorajado, já que não foi identificada nenhuma empresa que realiza engajamento com a totalidade de seus fornecedores.
- ▲ A avaliação do escopo e abrangência dos compromissos empresariais torna-se relevante, pois, na maioria dos casos analisados, ainda que exista uma política para redução do desmatamento, apenas uma porcentagem dos itens produzidos e/ou consumidos são de fato rastreados.
- ▲ Por fim, os estudos demonstraram que o risco de desmatamento, ainda que de maneira não uniforme, já é tratado pelas cadeias da soja, pecuária e produtos florestais. A atenção para o tema por parte dos bancos estimularia avanços na mitigação, com reflexos positivos na qualidade do portfólio de crédito das instituições financeiras.

# Anexo I

## Metodologia de scoring

A metodologia de scoring do CDP é orientada para nossa missão, com foco nos princípios e valores para uma economia sustentável e destacando os negócios. O scoring fornece um roteiro para as empresas alcançarem as melhores práticas ambientais; com elas, somos capazes de impulsionar mudanças de comportamento nas empresas para melhorar seu desempenho ambiental. As metodologias de scoring foram projetadas para incentivar ações que são aplicáveis, em certa medida, a todas as companhias, em todos os setores e em todas as geografias.

As metodologias do CDP são públicas e passam por um processo de revisão anual. Para conhecer melhor as metodologias e os demais materiais, acesse: <https://www.cdp.net/en/guidance/guidance-for-companies> e, para saber detalhes da nossa metodologia de scoring, há um material introdutório disponível neste [link](#).

Para critérios dessa análise realizada o CDP tomou como base a metodologia de scoring do Programa Forest (disponível [aqui](#)). Para realizar as análises, se faz necessário compreender os critérios de alocação de pontos do CDP, a estrutura de scoring, os critérios do A-list e a metodologia aplicados na pesquisa.

### Alocação de pontos

As empresas respondentes são avaliadas em quatro níveis consecutivos, que representam os passos que uma empresa desenvolve à medida que avança em direção à liderança ambiental. Os níveis são:

- ▲ **Disclosure (Divulgação);**
- ▲ **Awareness (Conscientização);**
- ▲ **Management (Gestão);**
- ▲ **Leadership (Liderança).**

No final da pontuação, o total de pontos que uma empresa recebeu por nível é dividido pelo número máximo que poderia ter sido concedido. A fração é então convertida para uma porcentagem, multiplicando-se por 100, e arredondada para o número inteiro mais próximo.

Uma pontuação mínima de 80% e/ou a presença de um número mínimo de indicadores em um nível será necessária para que a empresa seja avaliada no próximo nível. Se o limite de pontuação mínima não for alcançado, a empresa não será classificada no próximo nível (veja abaixo).

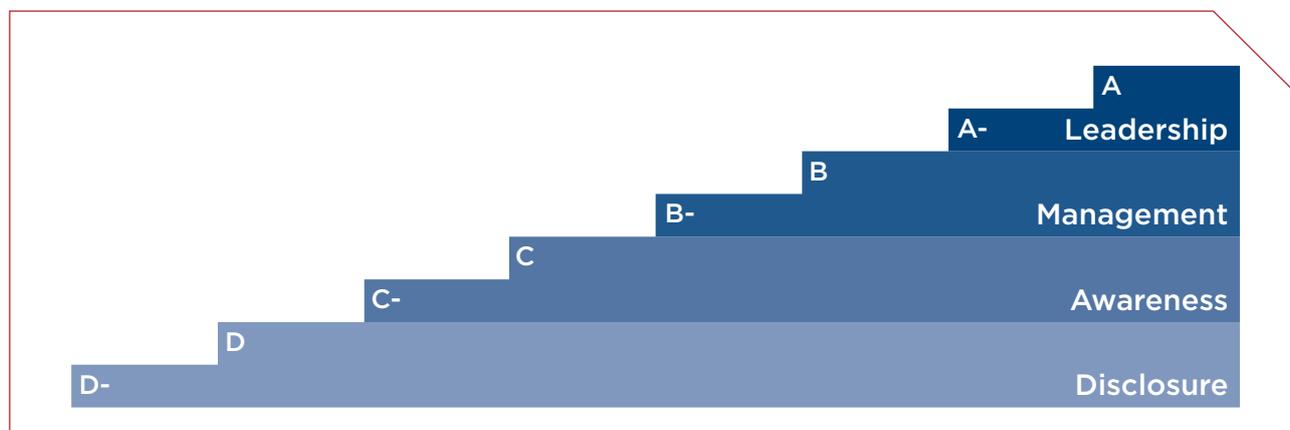
### Figura 1 - Nível de completude necessária em cada nível para receber cada nota

<b>Disclosure</b>	0 - 44%	D-
	45 - 79%	D
<b>Awareness</b>	0 - 44%	C-
	45 - 79%	C
<b>Management</b>	0-44%	B-
	45 - 79%	B
<b>Leadership</b>	0 - 79%	A-
	80 - 100%	A

Nem todas as empresas convidadas a responder ao CDP o fazem. As empresas que são solicitadas a divulgar seus dados e não conseguem fazê-lo ou não fornecem informações suficientes para a avaliação pelo CDP, recebem a pontuação F. Um F não indica uma falha na gestão ambiental da empresa, mas apenas que não há informação suficiente para que a companhia seja avaliada nesse quesito.

A nota final da empresa é dada com base no score obtido no nível mais alto alcançado. Por exemplo, a empresa XYZ obteve 88% no nível de Disclosure, 82% em Awareness e 65% em Management recebendo, então, um B. Se uma empresa obtiver menos de 44% em seu maior nível alcançado (com exceção de Liderança), seu índice de letras terá menos (-). Por exemplo, a empresa 123 alcançou 81% no nível de Disclosure e 42% no nível de Awareness resultando em um C-. No entanto, uma empresa deve atingir mais de 80% em Liderança para ser elegível para um A e, portanto, fazer parte da A-List (veja a seguir).

**Figura 2 – Mapa do caminho até obter o nível de liderança, em termos de score**



Os resultados serão comunicados aos respondedores com seu nível atual, indicando quais níveis estão atuando bem e quais aspectos precisam melhorar.

As perguntas podem incluir critérios para pontuação em mais de um nível. Todas as questões são pontuadas para o nível de Disclosure. Algumas das perguntas não têm pontuação para Awareness, Management e Leadership associada a elas.

O score do CDP ainda não faz qualquer avaliação dos impactos das atividades de mitigação de riscos ambientais ou de gerenciamento ambiental divulgadas pela empresa. A pontuação do CDP baseia-se exclusivamente em atividades e posições divulgadas na resposta do CDP, que são necessariamente de natureza limitada.

É importante esclarecer que a avaliação do CDP não considera a gama de outras ações da empresa não mencionadas na resposta, portanto os usuários do score devem estar conscientes de que as ações não citadas na resposta podem ser ambientalmente positivas ou negativas. Uma vez que as questões ambientais podem ser extremamente específicas para os contextos ambientais, geográficos, sociais e empresariais em que ocorrem, a avaliação do impacto e o desenvolvimento de medidas de impacto comparáveis só serão endereçadas nas futuras versões das metodologias do CDP, provavelmente junto ao desenvolvimento da metodologia específica setorial objeto do novo trabalho do CDP chamado [Reimagine disclosure](#).



## Disclosure level scoring

---

Toda questão nos questionários recebe uma pontuação para Disclosure. Em geral, o número de pontos atribuídos a cada questão depende da quantidade de dados solicitados e da sua importância relativa para os usuários de dados. Onde a informação é particularmente importante, as questões têm mais de um ponto anexo a uma única informação. Os módulos de questionário têm a pontuação de divulgação ponderada para indicar quais seções são mais importantes para os usuários de dados; os módulos com mais pontos alocados são de maior importância para os usuários de dados. Perguntas que permitem respostas de texto geralmente são marcadas de acordo com quantos dos pontos de dados necessários são fornecidos – todos os pontos de dados necessários são estabelecidos nas metodologias de pontuação.



## Awareness level scoring

---

A pontuação de Awareness mede a abrangência da avaliação de uma empresa de como as questões ambientais se cruzam com seus negócios. As avaliações das empresas devem incluir os impactos das atividades comerciais no meio ambiente e como essas atividades afetam as pessoas e os ecossistemas, bem como os impactos que o meio ambiente pode ter nas atividades comerciais. Isso influenciará o grau de risco comercial que uma determinada empresa enfrenta.

O score de Awareness não indica que uma empresa tenha tomado qualquer ação para abordar questões ambientais além de exames ou avaliações iniciais. A ação para resolver problemas é medida no próximo nível de pontuação – Management.

Para avançar para o nível de Management, uma empresa deve ter marcado em uma porcentagem mínimo os pontos de Awareness disponíveis, mostrando que avaliou uma ampla gama de questões ambientais e demonstrou um nível básico de conscientização sobre como essas questões se cruzam com seus negócios.



## Management level scoring

---

Os pontos de Management são premiados por respostas que fornecem evidências de ações associadas à boa gestão ambiental, conforme determinado pela metodologia de scoring. As respostas que representam uma gestão ambiental mais avançada têm mais pontos associados a elas.

Depois de avaliar como seus negócios afetam o meio ambiente e como o meio ambiente afeta seus negócios, uma empresa pode decidir quais as ações a serem tomadas para reduzir os impactos negativos. Podem ser feitos esforços para mitigar riscos, avançar na contabilização dos riscos, tornar as avaliações de risco mais robustas e abrangentes, implementar uma política ambiental e integrar questões ambientais na estratégia de negócios.

O score de Management recompensa a ação em todas essas áreas. Uma vez que as questões ambientais podem ser específicas do contexto e, muitas vezes, ser específicas para as operações comerciais de uma determinada empresa, é quase impossível recomendar um curso de ação específico como universalmente correto para todas as empresas, especialmente nas florestas e nos programas de água. A nota de Management, portanto, depende da divulgação das empresas de processos e procedimentos mais do julgamento de adequação ou eficácia das ações específicas empreendidas.



## Leadership level scoring

---

Para ganhar o status de Leadership, a resposta da empresa deve marcar pontos de liderança conforme detalhado na metodologia. Essas ações representam a melhor prática, conforme formulado por organizações que trabalham com CDP para promover a administração ambiental (por exemplo, CEO Water Mandate, CERES, WWF) e, em muitos casos, já foram relatados ao CDP por empresas que lideram políticas e práticas ambientais.

Para atingir o status de liderança no Programa Forest, uma empresa deve pontuar altamente em todos os outros níveis, além de divulgar ações que os marquem como líderes. Deve informar sobre todas as operações relevantes, cadeias de suprimentos e commodities, sem exclusões significativas, ter realizado uma avaliação de risco abrangente e completa de todas as operações e cadeias de suprimentos e comprometer-se com desmatamento zero em todas as operações e cadeias de suprimentos pelo menos até 2020.



## A-List

---

Para reconhecer as ações positivas e efetivas das empresas para mitigar os riscos decorrentes ao desmatamento, o CDP reconhece organizações que obtiveram um alto índice de liderança por meio da inclusão na A-List de seus respectivos programas. Para que uma empresa atinja o status de A-List, deve assegurar que vários itens sejam incluídos na sua resposta, bem como passar vários controles realizados pelo CDP após a submissão da resposta.

## Anexo II

# Score das empresas avaliadas

Nome da Empresa	Produtos da Pecuária	Palma	Soja	Produtos Florestais
Agropalma				
Ahlstrom Corporation				C
Ajinomoto		A-	B	B
ADM		B	B	B-
Associated British Foods		C	C	C
Avon		C		C-
Boots UK	B-	B	B-	B
Brambles				B
Bunge		B	C	
Cargill		A-	C	
Carrefour	C	B	B	B
Colgate Palmolive Company	B	B	B	B
Crest Nicholson				A-
Danone		B	B	B
Domtar Corporation				C
DS Smith				A-
Empresas CMPC				
Fibria				A-
General Mills		A-		C
Grupo André Maggi	B		B	B
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.		C		
Grupo Herdez				
Herman Miller				B
Home Retail Group				C
Inditex	A-			A
International Paper Company				
Itochu Corporation		C		C
Sainsbury	B	A-	B	B
JBS	A-		A-	A-
Jerónimo Martins SGPS S/A	B	A-	B	B
Johnson & Johnson				
Kellogg Company		A-		B

Nome da Empresa	Produtos da Pecuária	Palma	Soja	Produtos Florestais
Kimberly-Clark Corporation				A-
Kimberly-Clark de México S.A.B. de C.V.				A-
Klabin				A-
Lojas Renner	C-			C-
L'Oréal		A	A-	A
Marfrig Global Foods	A-	D	B	B
Mars	C	C	C	C
Marubeni Corporation	B	B	B	B
McDonald's Corporation	C	B	B	B
Minerva Foods	B			
Mondi				A
Multi-Color NACPG			D	B-
N Brown Group				A-
Natura Cosméticos		B		B
Nestlé	A-	A-	A-	A-
Nippon Paper Industries Co., Ltd.				B
Oji Holdings Corporation				B-
Orkla ASA		C	C	C
PepsiCo		B-		B-
Reckitt Benckiser	A-	A-	A-	A-
Saint-Gobain				B
Sappi				A-
Sekisui Chemical				B
Shiseido		B	B	B
Skanska AB				C
SLC Agrícola			C	
Smurfit Kappa Group				B
Sofidel				A-
SWM				B
Tesco	D	C	C	C
Tetra Pak				A
Toyo Seikan Group Holdings, Ltd.				C
Travis Perkins	C			B
Unilever	A	A	A	A
Wesfarmers	C	C	D	C
WestRock Company				B
Williams-Sonoma				B
Woolworths Holdings	C	A-	B	C

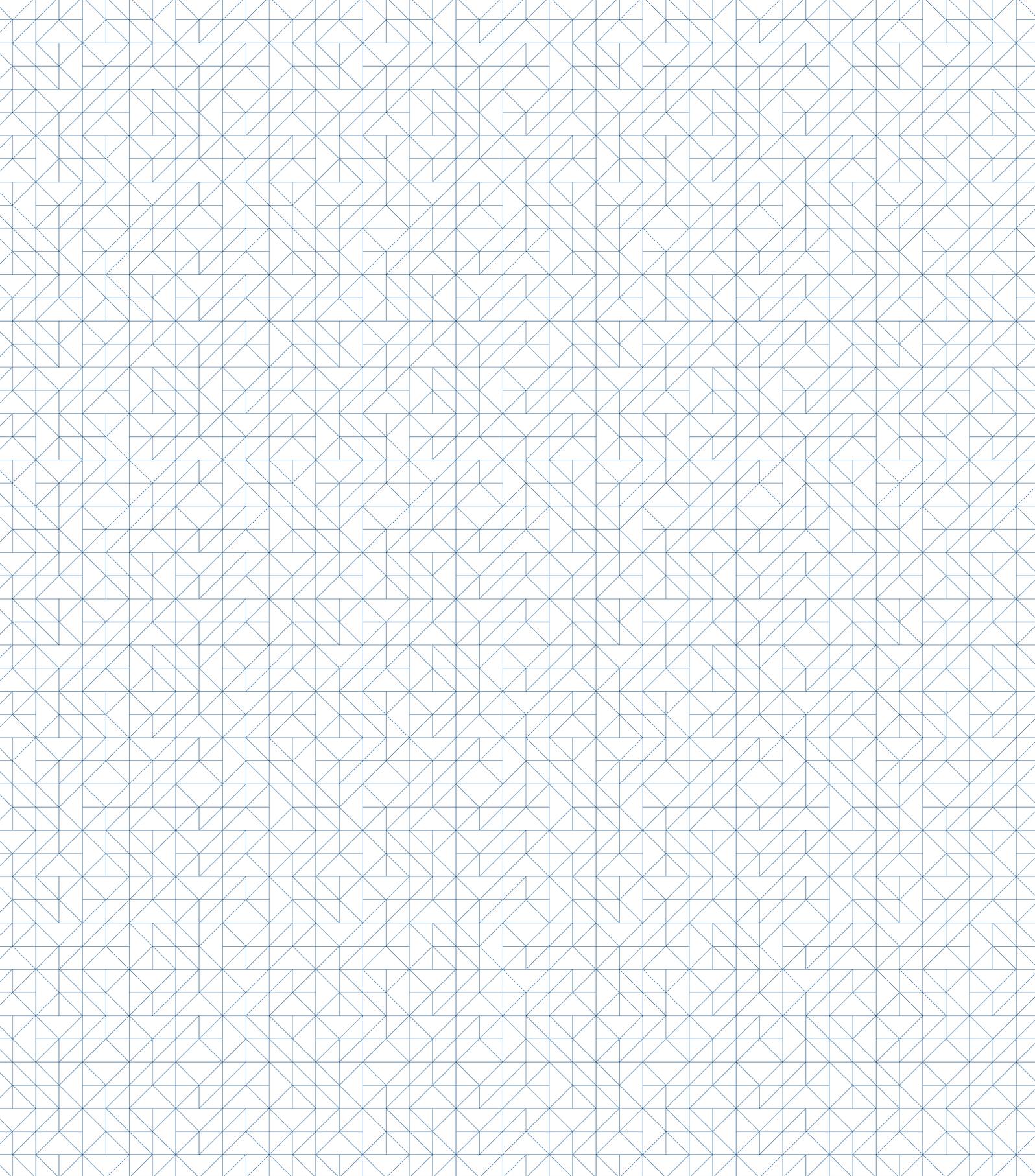
## Anexo III

# Perguntas avaliadas

<b>Código</b>	<b>Pergunta</b>	<b>Estratificação</b>	<b>Análise Quantitativa</b>	<b>Análise Qualitativa</b>
<b>F0.2</b>	Selecione as fases da cadeia de valor que melhor representam a área de operação relacionadas aos produtos de risco florestal. Se sua organização é diversificada ou verticalmente integrada, selecione todas as respostas pertinentes.	Elo	Sim	Sim
<b>F0.6</b>	Confirme os produtos que divulgará.	Commodity	Sim	Sim
<b>F1.1</b>	Como sua empresa utiliza os produtos selecionados? Forneça detalhes sobre a forma e a origem dos produtos que sua empresa utiliza ou produz.	Commodity	Sim	Não
<b>F1.2</b>	Indique a porcentagem das receitas do ano de referência subordinada aos produtos de risco florestal selecionados.	Commodity	Sim	Não
<b>F1.3</b>	Sua empresa sofreu impactos relacionados aos produtos de risco florestal que tenham gerado alguma alteração importante em suas operações empresariais, em suas receitas ou despesas nos últimos 5 anos?	Organização	Sim	Não
<b>F1.3a</b>	Identifique os impactos relacionados aos produtos de risco florestal que tenham gerado alguma alteração importante em suas operações empresariais, em suas receitas ou despesas nos últimos 5 anos.	Commodity	Sim	Sim
<b>F2.1</b>	Selecione a opção que melhor descreve os procedimentos da gestão de riscos e oportunidades relacionados ao desmatamento.	Commodity	Sim	Sim
<b>F2.1a</b>	Forneça mais detalhes sobre seus processos de gestão de riscos e oportunidades relacionados ao desmatamento.	Commodity	Sim	Não
<b>F4.1</b>	Você identificou oportunidades relacionadas à produção, comercialização ou abastecimento destes produtos de forma sustentável que têm o potencial para beneficiar sua empresa?	Commodity	Sim	Não

<b>Código</b>	<b>Pergunta</b>	<b>Estratificação</b>	<b>Análise Quantitativa</b>	<b>Análise Qualitativa</b>
<b>F4.1a</b>	Descreva as oportunidades relacionadas à produção, comercialização ou abastecimento sustentável destes produtos e a estratégia da sua organização para beneficiar-se delas.	Commodity	Sim	Não
<b>F5.2</b>	Sua empresa recolhe dados de produção e/ou consumo de seus produtos selecionados?	Commodity	Sim	Não
<b>F5.2a</b>	Informe seus dados de produção e/ou consumo, utilize a tabela abaixo.	Commodity	Sim	Não
<b>F6.1</b>	Sua empresa possui algum sistema em vigor para rastrear e monitorar a origem das matérias-primas de seus produtos selecionados?	Elo (PPT)	Sim	Não
<b>F6.1a</b>	Descreva o sistema em vigor para rastrear e monitorar a origem das matérias-primas de seus produtos selecionados.	Elo (PPT)	Sim	Sim
<b>F6.3</b>	Forneça detalhes sobre o nível de rastreabilidade de seus produtos selecionados.	Elo (MR)	Sim	Sim
<b>F6.3a</b>	Descreva a abordagem de sua empresa para o estabelecimento da rastreabilidade.	Elo (MR)	Não	Sim
<b>F8.1</b>	Sua empresa possui políticas que reconhecem o papel da redução do desmatamento para a mitigação das mudanças climáticas e, além disso, estabelece metas claras e orientações para a tomada de ação?	Organização	Sim	Não
<b>F8.2</b>	Sua organização assumiu o compromisso para reduzir ou acabar com o desmatamento e a degradação causada por suas operações diretas e/ou da cadeia de valor?	Organização	Sim	Não
<b>F8.2a</b>	Identifique quais dentre os seguintes critérios são especificamente afirmados pelo compromisso de sua empresa para reduzir ou acabar com o desmatamento e a degradação causada por suas operações diretas e/ou da cadeia de valor?	Organização	Sim	Sim
<b>F8.4</b>	Você possui políticas de sustentabilidade específicas para os produtos?	Commodity	Sim	Não

<b>Código</b>	<b>Pergunta</b>	<b>Estratificação</b>	<b>Análise Quantitativa</b>	<b>Análise Qualitativa</b>
<b>F9.1</b>	Você possui normas ambientais para a produção de matérias-primas para seus produtos selecionados, que não sejam os sistemas de certificação de terceiros?	Elo (PPT)	Sim	Não
<b>F9.2</b>	Sua empresa impõe normas de contratação que impactam seu abastecimento de produtos de risco florestal?	Elo (MR)	Sim	Não
<b>F9.3</b>	Você está envolvido em iniciativas, envolvendo múltiplas parcerias ou stakeholders, relacionadas à sustentabilidade destes produtos? Descreva o seu papel.	Commodity	Sim	Não
<b>F9.4</b>	Você especifica algum sistema de certificação de terceiros para seus produtos selecionados? Indique a porcentagem da produção e/ou consumo total atualmente certificada.	Commodity	Sim	Não
<b>F9.5</b>	Você possui metas quantificadas para os materiais certificados por terceiros em suas operações diretas e/ou da cadeia de valor?	Commodity	Sim	Não
<b>F9.6</b>	Você possui metas quantificadas para a produção sustentável e/ou contratos, que não seja a certificação de terceiros?	Commodity	Sim	Não
<b>F10.1</b>	Você identificou fontes suficientes de materiais sustentáveis para atender às suas necessidades operacionais? Explique o que está fazendo para garantir a segurança/continuidade do fornecimento.	Commodity	Sim	Não
<b>F10.2</b>	Você está trabalhando com pequenos agricultores para incentivar e oferecer apoio às práticas de manejo florestal sustentável?	Elo (PPT)	Sim	Sim
<b>F10.3</b>	Você está trabalhando com seus fornecedores diretos para oferecer apoio e para que eles melhorem a capacidade de fornecer materiais sustentáveis?	Elo (MR)	Sim	Sim
<b>F10.4</b>	Você está vai além do primeiro nível (Tier 1) de sua cadeia de valor para gerenciar e mitigar os riscos?	Commodity	Sim	Sim
<b>F11.1</b>	F11.1 Descreva os principais entraves ou desafios para que as operações diretas e as cadeias de valor não precisem desmatar.	Organização	Não	Sim



Elaborado para:

