



A Nestlé e a Criação de Valor Compartilhado

Juan Carlos Marroquín



Paul Bulcke
CEO of Nestlé S.A.

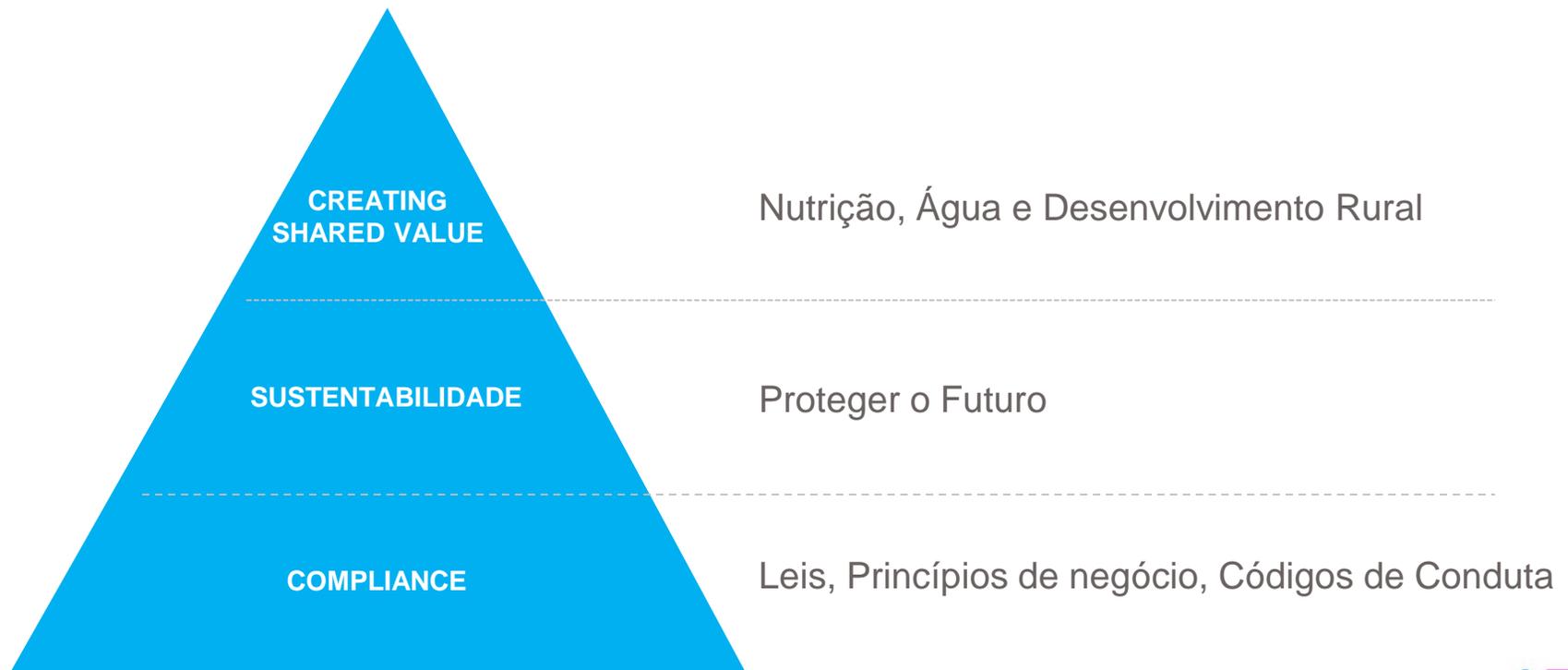


**Criando valor compartilhado e
conhecendo nossos compromissos**

Nestlé in society

Creating Shared Value
and meeting our commitments

Creating Shared Value



Nestlé no Mundo

400
FÁBRICAS

em regiões rurais
empregando mais
de 250 mil pessoas

MAIS DE 4M
PRODUTORES

e cerca de 760 mil
diretos

CERCA DE
400MIL
PRODUTORES
foram capacitados
em 2015

R\$120M
INVESTIDOS

em financiamento de
serviços e assistência
oferecida aos
produtores

No Brasil

LEITE

A Nestlé Brasil é a maior compradora única de leite cru do país (1.8 bi de litros/2015)

8% DO TOTAL PRODUZIDO NO BRASIL

100% do leite coletado pela Nestlé no Brasil tem 100% de rastreabilidade

+ DE 500 TESTES SÃO REALIZADOS PARA GARANTIR A QUALIDADE

COCOA

1.000 produtores beneficiados pelo Cocoa Plan e 100% de sustentabilidade na produção do Kit Kat

VEGETAIS

6,6 mil toneladas anuais compradas diretamente de pequenos produtores de vegetais

100% DE RASTREABILIDADE

Mas o que querem os consumidores?

“ O QUE ESTÁ NA MINHA COMIDA? DE ONDE ELA VEM? COMO ELA É FEITA?

40% da Geração Z diz que ingredientes de origem sustentável são muito importante na decisão de compra, seguida de Millennials (38%) e Geração X (34%)

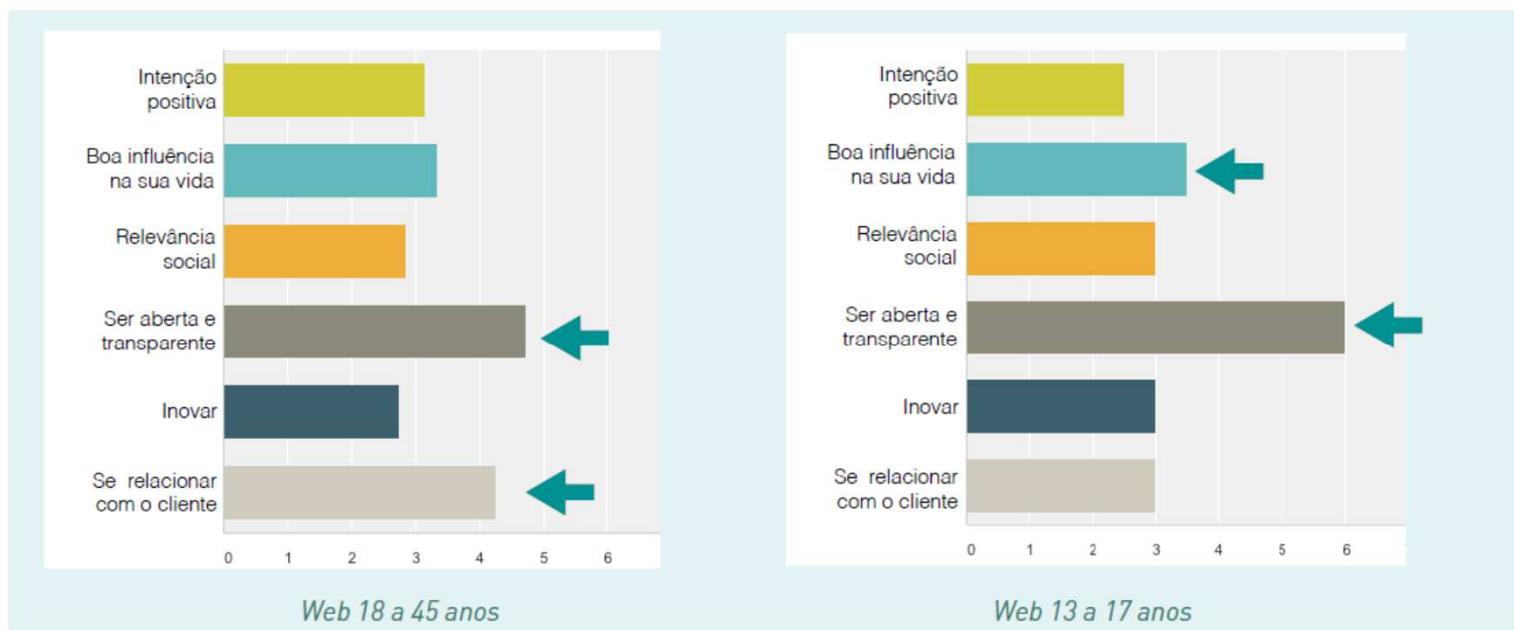
GERAÇÃO	MUITO IMPORTANTE	MUITO DESEJÁVEL SE FOR PARA PAGAR A MAIS
Z (< 20 anos)	30%	31%
Millennials (21-34)	33%	29%
X (35-49)	32%	26%
Baby boomers (50-64)	32%	23%
Silent Generation (65+)	24%	15%

Fonte: Nielsen (We are what we eat), January/15



Transparência, conhecer por dentro

É CADA VEZ MAIS NECESSÁRIO TER TRANSPARÊNCIA



* Pergunta: Coloque em ordem de importância as características que uma marca ou empresa devam ter para que você confie nela.



O CAFÉ
E A NESTLÉ
BRASIL

#1

NESCAFÉ

Solúvel, global

A Nestlé é líder mundial no mercado de cafés e pioneira na categoria de cápsulas

#1

NESPRESSO

cápsulas, global

Uma relação de valorização do produtor baseada na sustentabilidade e na Criação de Valor Compartilhado

#1

NESCAFÉ Dolce Gusto

multibebidas,
mercado brasileiro

Em 2015, a Nestlé Brasil comprou 6% de todo o café Conilon produzido no país

Código de Conduta 4C:

- ✓ Define **práticas inaceitáveis** como trabalho infantil, escravo; utilização de agrotóxicos banidos; corte de floresta primária, entre outras.
- ✓ Na **dimensão social**, por exemplo, tem como princípio a liberdade de associação dos trabalhadores bem como a liberdade de negociação.
- ✓ Outro princípio, na **dimensão ambiental**, é a conservação da biodiversidade e dos recursos hídricos.

Responsabilidade com os produtores e com a qualidade do café que chega à fábrica e ao consumidor

Compromisso de assegurar que seus fornecedores cumpram além das leis nacionais, os **Princípios Nestlé de Gestão Empresarial e Código de Conduta do Fornecedor**

NESCAFÉ Plan desde 2011

Garantia da
Qualidade dos
Insumos

Estímulo ao
Empreendedorismo

Aumento da
Eficiência Ambiental
e Social dos
produtores

Promovendo:

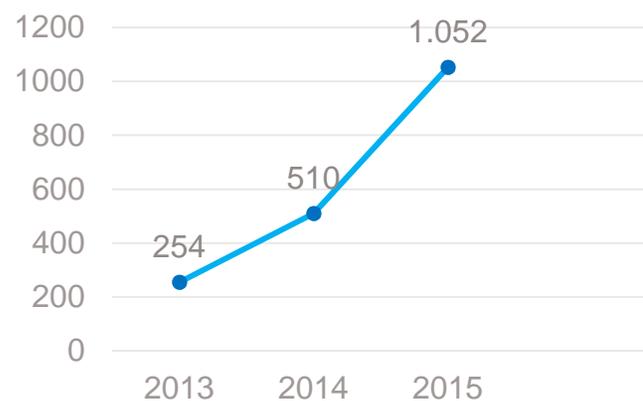
Treinamentos

Maximização
de Recursos e
Produtividade

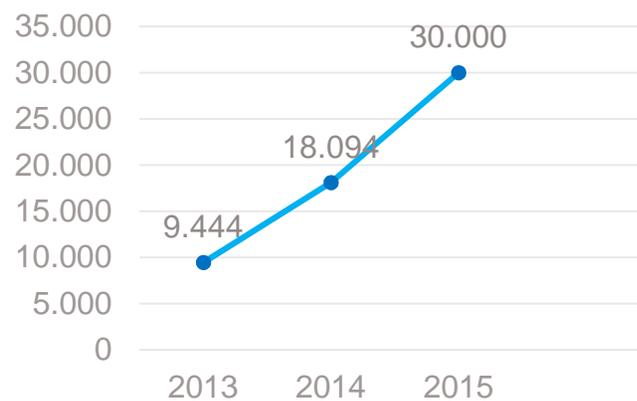
Apoio Técnico

Redução
de Impacto
Ambiental

CAFEICULTORES COM LICENÇA 4C NO BRASIL:



VOLUME DE CAFÉ COMPRADO DE PRODUTORES DO NESCAFÉ PLAN (EM TONELADAS):



No Brasil,
o programa
já facilitou a
distribuição de

9,9M
DE MUDAS
DE CAFÉ



ANUALMENTE,
INVESTE
R\$315M
na compra de café
Conilon dos estados
do Espírito Santo,
Minas Gerais e
Rondônia

Este café é utilizado
na produção de
NESCAFÉ para o
MERCADO
BRASILEIRO E
INTERNACIONAL

2/3 DA PRODUÇÃO DE
NESCAFÉ DA FÁBRICA DE
ARARAS É EXPORTADA



Para Nespresso,
compra

30,0 mil t/ano
(sul de Minas, cerrado
mineiro e Espírito Santo)

Mais de
90%

do total é classificado
AAA

46% possui Certificados Rainforest Alliance



1

E a instalação da primeira fábrica de NESCAFÉ Dolce Gusto fora da Europa – localizada em Montes Claros (MG) – abre novas possibilidades de promoção do café do Brasil para o mundo...

3

Já identificamos café compatível com os atributos sensoriais do robusta Vietnã, no Espírito Santo, e, em Minas Gerais e Bahia, para a substituição do arábica lavado

5

E, como forma de incentivo, a Nestlé lança para os produtores de todo o Brasil o Concurso Colheita Premiada

2

Investimento em pesquisas para garantir a oferta de cafés nacionais com os mesmos perfis dos utilizados nos blends de NESCAFÉ® Dolce Gusto®

4

A iniciativa expande as possibilidades de variedades cultivadas pelos produtores e aprimora a qualidade do café



Fábrica NDG: Triplo Zero



6

Realizado em parceria com Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e organizado pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA)

7

A iniciativa avaliou o café com base na qualidade Nestlé, com acompanhamento da BSCA e auditoria da Safe Trace

Primeiro café da marca 100% Brasileiro para a série especial NESCAFÉ® Dolce Gusto: CATUAI DO CERRADO

O CAFÉ DO BRASIL QUE SERÁ LEVADO PARA O MUNDO... Catuai do Cerrado!



Flávio Ruiz Pequini, do município de Coromandel (MG)



Desafio: Youth e a Geração Futura de Produtores Rurais

- 1 Tornar campo atrativo para o jovem | retenção | capacitação | inserir inovação | desenvolvimento de pessoas
- 2 Evitar a informalidade
- 3 Idade média do produtor no mundo – 69 anos
- 4 Idade média do produtor no Brasil – 58 anos

Obrigado!