

# EY Innovation Studio

## Despertando a inovação no agronegócio brasileiro

---

O agronegócio na era do consumidor moderno

Abril de 2022

# Para endereçar os desafios do setor e dos nossos clientes, o compromisso da EY com a cadeia do Agronegócio é uma prioridade estratégica

## Artigos, pesquisas e publicações



**CropLife**

O 5G e as oportunidades para o campo  
Do José Maria Silva da EY sobre as vantagens para tecnologia, Intel & IBM  
12 Nov 2022 | José Roberto Rocha

O futuro do agronegócio criado pelo consumidor para o pós-pandemia  
Priscila e sustentabilidade ambiental no Brasil: Para uma sustentabilidade mais uma estratégia de sustentabilidade  
04 Nov 2022 | Alessandra Rangel

Sustentabilidade: produção no campo deve atender consumidores cada vez mais exigentes  
Condições está associadas com níveis críticos ambientais em toda a cadeia de produção das empresas

EY Inovação \$ members exploring evolving food ecosystem,  
EY Inovação \$ membros explorando ecossistema em evolução

## Programas "Executivas do Agro 2022" e "EYIS"



Programa 2022 Executivas do Agro

EY Inovação \$ members exploring evolving food ecosystem,  
EY Inovação \$ membros explorando ecossistema em evolução

## Ferramentas e aceleradores digitais

**Visão computacional** - contagem de gado, suínos e aves por detecção de imagem de drones e câmeras fixas



**Data lake** - Consolidação de banco de dados público e privado fornecendo inteligência sobre diversas culturas Agro



## Pós Graduação | Especialização em Agronegócio



**Insper** Instituto de Ensino e Pesquisa

## Parcerias com os principais Hubs de inovação no agro



**AgTechGarage** **VENTURE HUB**

## Criação do Centro de Excelência do Agronegócio



# Em todo o mundo, a EY tem ajudado seus clientes a alcançar seu potencial global

## O que entregamos aos nossos clientes

O agronegócio está passando por uma transformação significativa e a EY está trabalhando com líderes do setor para gerenciar interrupções em quatro turnos fundamentais

### O que ouvimos<sup>1</sup>

**59%**

Crescimento é desafiador

**73%**

A Demanda do consumidor está mudando

**76%**

Os custos são mais difíceis controlar

**80%**

Os modelos operacionais precisam de mudanças significativas

A EY está ajudando seus clientes Agro através de:



Insights globais, **Pesquisa de mercado e Advanced Analytics**



Equipes multidisciplinares com **experiência "on-the-ground" no Setor Agrícola**



Resultados comprovados em todos os segmentos da indústria



Alavancagem através da **rede Global da EY** de benchmarks, melhores práticas e especialistas

Fonte: EY CPR Balance executive survey – Agribusiness



**Grande Cooperativa líder do seu setor**

Planejamento estratégico e redefinição do processo de valor da cooperativa para os cooperados  
Plano de transformação digital  
Redesenho da cadeia de valor

**Empresa líder de Crop e Seed com larga operação no Brasil**

Inteligência artificial e ferramentas de tecnologia para processos dinâmicos de logística e preços

**Top-3 produtor de Proteína Animal**

Revisão do planejamento estratégico e prioridades para o crescimento e transformação  
Definição no novo modelo de Supply-chain

**Empresa de Saúde Animal**

Planejamento estratégico - entender as principais tendências que poderiam transformar o mercado, como grandes inovações tecnológicas, mudanças nas necessidades e comportamento do consumidor

# No cone-sul, coordenamos nossa ação no AGRO através do Centro de Excelência EY de Agronegócios (CEA)

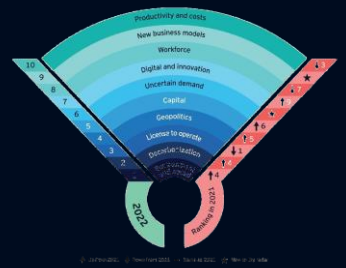
*Profissionais de diversas competências, especialistas e dedicados ao setor*



Programa de treinamento e mentoria para mulheres executivas e herdeiras



Think tank para antecipar tendências e inovação ligadas à cadeia de valor



Pesquisa de Riscos e Oportunidades no Agronegócio



Tendências globais para subsectores



Presença física no escritório EY de Ribeirão Preto



Programa de Especialização em Agronegócio



“Inovação no agronegócio e a qualificação do produtor brasileiro na era digital”



AgTechGarage



Parceria para conectar ecossistema de startups a soluções reais



# Por que criamos o programa? Discutir as grandes transformações causadas pela digitalização e integração das cadeias de valor

A modernização da cadeia produtiva tem demandado profissionais cada vez mais qualificados. As demandas são globais, o nível de exigência também. O país precisa de líderes capazes de transformar seus negócios



# O que o EYIS busca fomentar... E esse evento é parte dessa ação!

Trocar informações, discutir tendências e explorar o que há de mais moderno em tecnologias transformacionais

## Aprenda +

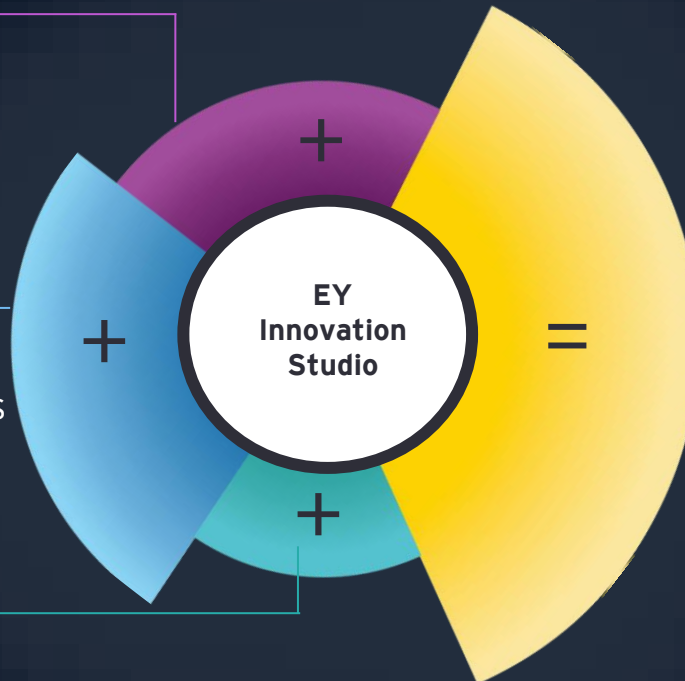
Exponha-se a tecnologias, capacidades e abordagens as quais você pode não ter sido exposto anteriormente.

## Conecte +

Interaja ativamente com um leque de participantes da indústria com os quais você não interagiria naturalmente.

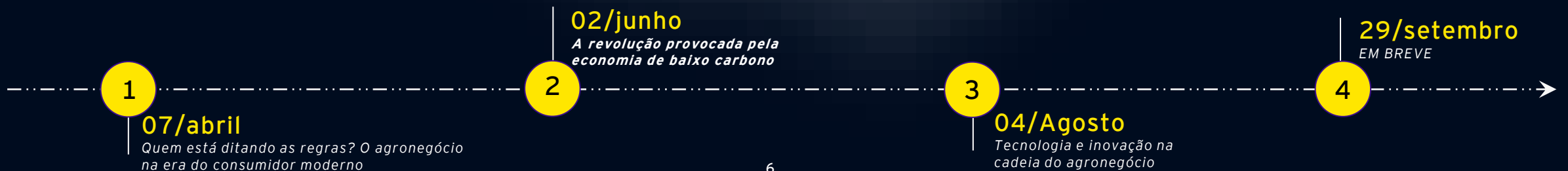
## Descubra +

Conecte os pontos de uma forma inesperada que mudará paradigmas e criará valor.



## Transformação positiva no ecossistema do agronegócio

- Pontos de vistas
- Discussões temáticas
- Aspectos regulatórios







# Quem está envolvido nesse ecossistema

## Participantes do EYIS



**45** Empresas do ecossistema Agro audiência da EYIS 2022, incluindo:

-  Participantes em posições relacionadas à inovação
-  Participantes em posições relacionadas à área financeira
-  organizações com mais de 10,000 funcionários
-  Organizações posicionadas no ranking maiores do Agro da Forbes



# Sessão 1: O agronegócio na era do consumidor moderno\*

## Agenda e especialistas envolvidos





# EY Innovation Studio

---

Quem está ditando as regras?  
O agronegócio na era do consumidor moderno

Plenária

# ■ O que é o EY Future Consumer Index?

O EY Future Consumer Index baseia-se em surveys conduzidos pela EY periodicamente para monitorar a mudança no comportamento e na percepção dos consumidores ao longo do tempo, identificando os segmentos emergentes. Por meio de indicadores longitudinais e da perspectiva sobre quais mudanças são reações temporárias à crise do COVID-19, que direcionam para transformações mais fundamentais, e como poderia ser o perfil do consumidor pós pandemia.

O último survey foi realizado entre o dia 28 de janeiro e 15 de fevereiro e cobriu 17.891 respondentes de 24 países



Confira [Future Consumer Index Landing page](#) em EY.com para todas as últimas informações relacionadas a esse survey



# ■ Neste último ano, os consumidores se direcionaram a **valores mais sustentáveis**, valorizando a **experiência**

## Planet first

Consomem mais conscientemente  
Otimista sobre o futuro  
Preferem os produtos locais  
Esperam transparência

## Affordability first

Financeiramente consciente  
Em grande parte inalterado  
Economizam e não gastam  
Priorizam mais o preço do que o planeta

## Health first

Mais preocupado  
Desconforto em espaços compartilhados  
Focado na saúde e segurança  
Reduz gastos não essenciais

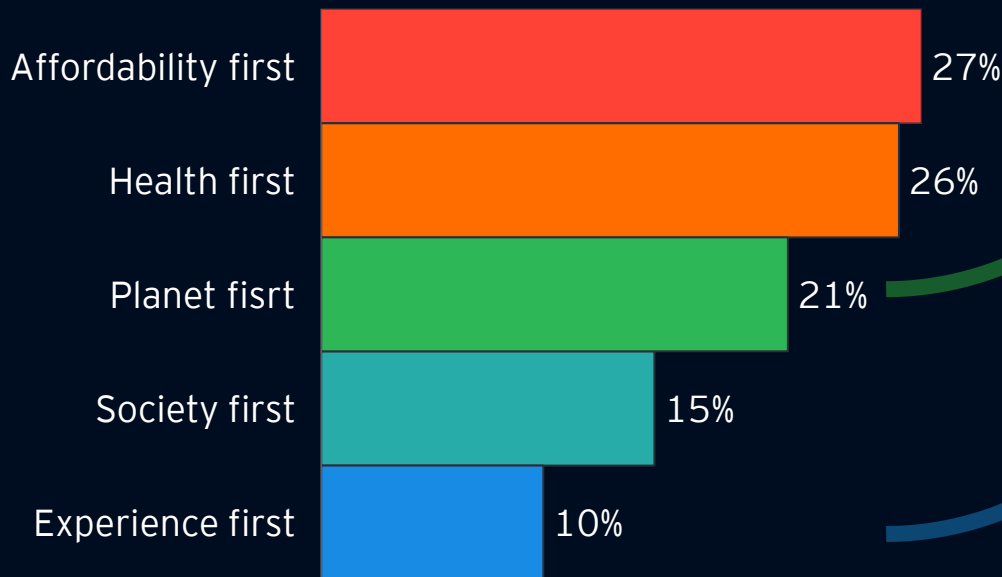
## Experience first

Despreocupado com o COVID  
Otimista financeiramente e socialmente  
Vivem pelo o momento  
Procuram o benefício pessoal

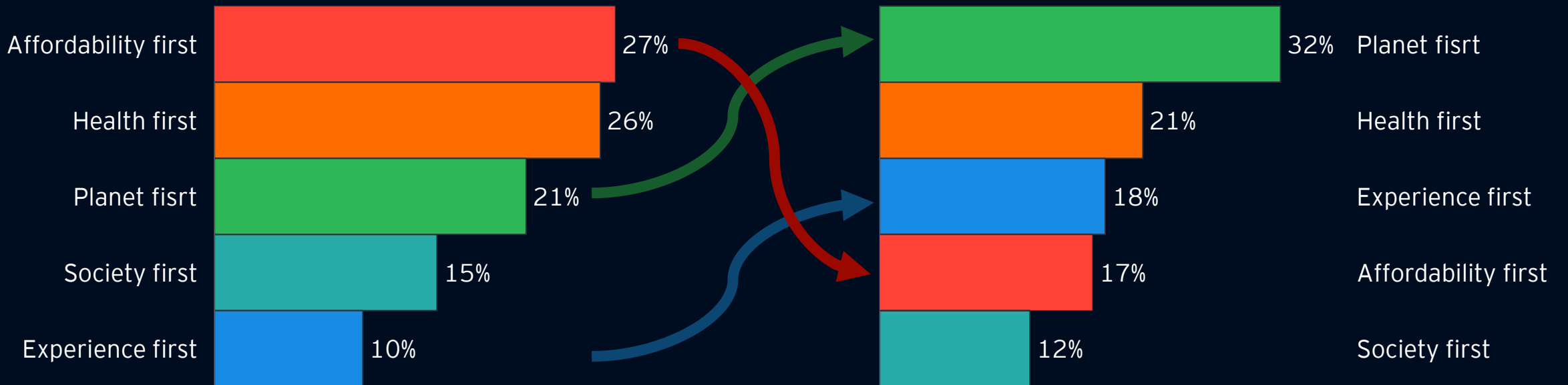
## Society first

Possuem menos e melhores coisas  
Acreditam que juntos é melhor  
Esperam mudanças de vida ao longo prazo  
Se sentem positivos sobre o futuro

### Fevereiro 2021



### Fevereiro 2022

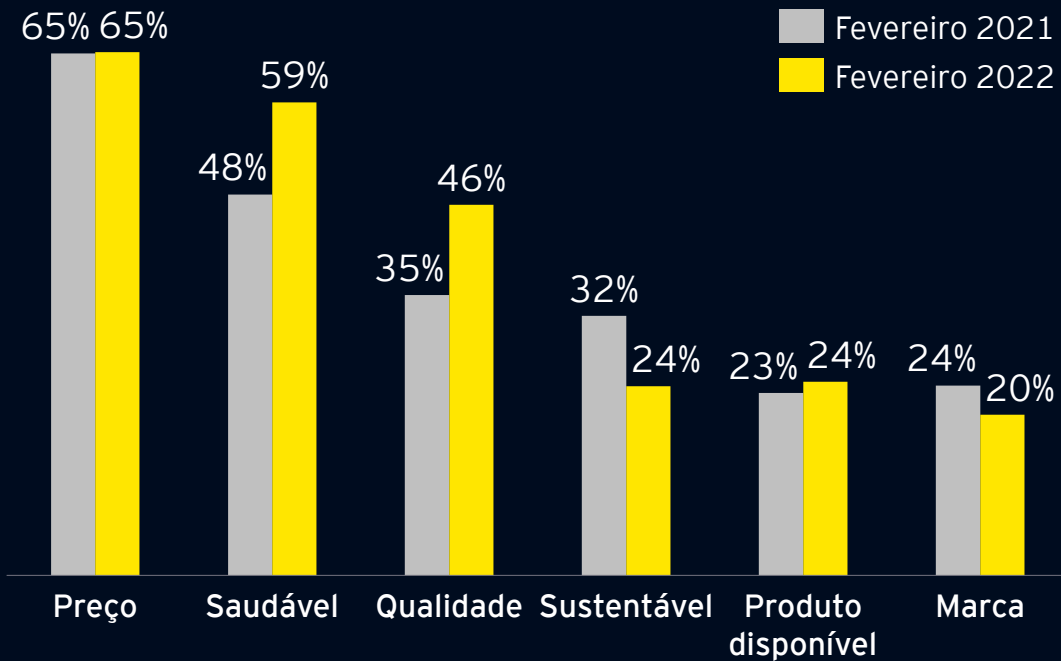


Fonte: EY Future Consumer Index, Fevereiro 2021 e Fevereiro 2022

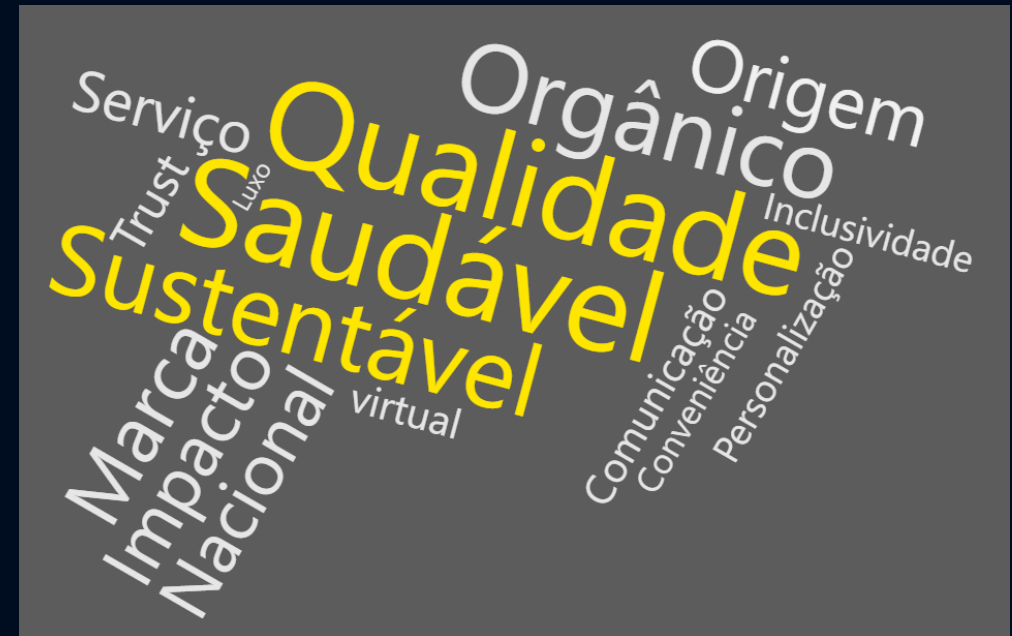


## Além disso, os consumidores mudaram os critérios de compra, priorizando o consumo saudável e de qualidade

Quais serão os critérios de compra mais importantes para os consumidores em três anos?



Consumidores irão pagar mais por



Fonte: EY Future Consumer Index, Fevereiro 2021 e Fevereiro 2022



# Os consumidores estão retornando a valores mais fundamentais



## Do consumo em casa...

53% planejam comprar online por produtos que previamente compravam em lojas físicas

35% planejam gastar mais em comida fresca

28% planejam gastar mais em produtos de limpeza e higiene de casa

24% planejam gastar mais em retirada e delivery de refeições

## ... a vida caseira

68% se habituaram mais a cozinhar em casa

63% concordam que trabalhar em casa proporciona a flexibilidade para encaixar no dia atividades não relacionadas ao trabalho

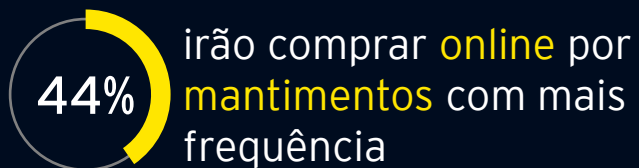
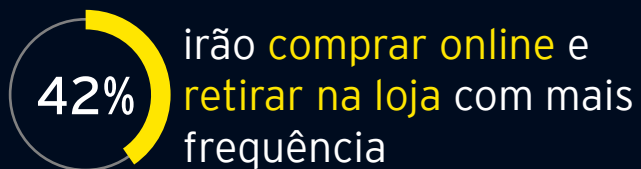
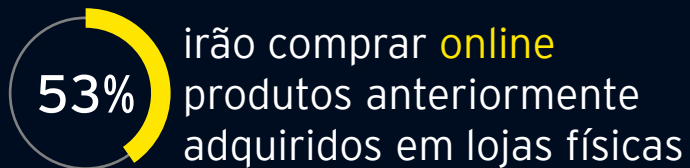
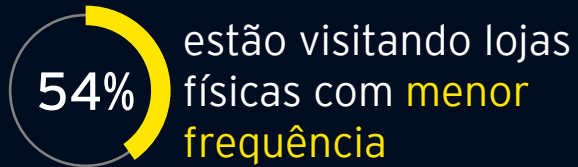
58% trabalham atualmente de certa forma remota

46% esperam a melhoria do equilíbrio da vida profissional e pessoal como resultado do trabalho remoto no longo prazo

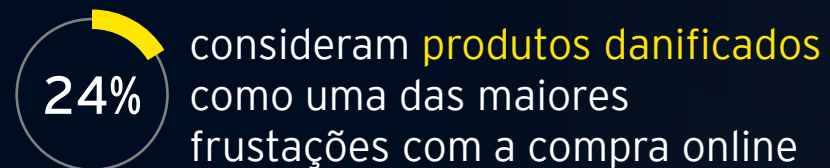
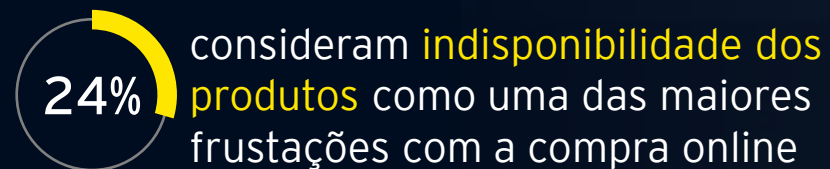
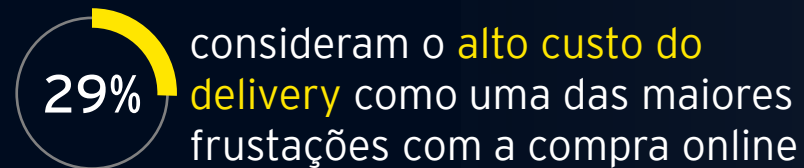
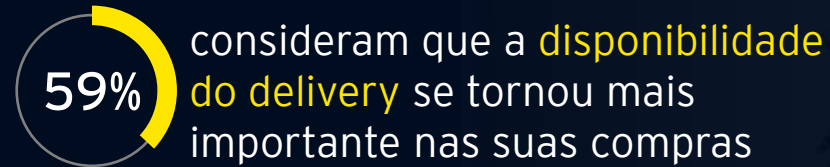
# ■ O rápido crescimento do **e-commerce** acompanha frustrações: a experiência do consumidor precisa ser priorizada para manter esse impulso digital



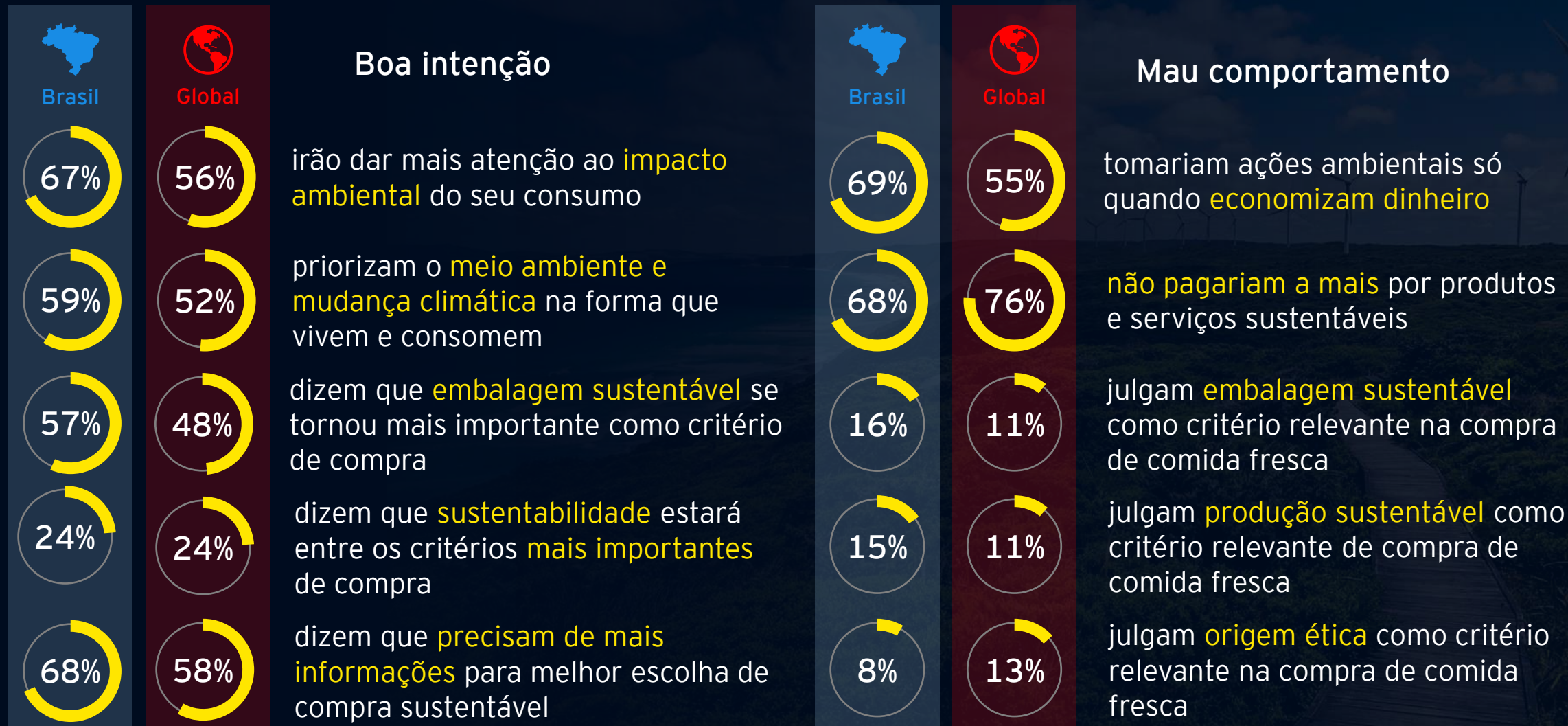
A **transição digital** está estabelecida



Mas a **experiência** precisa melhorar



# Sustentabilidade está se tornando mais relevante, porém ainda existe uma disparidade entre a intenção e o comportamento dos consumidores



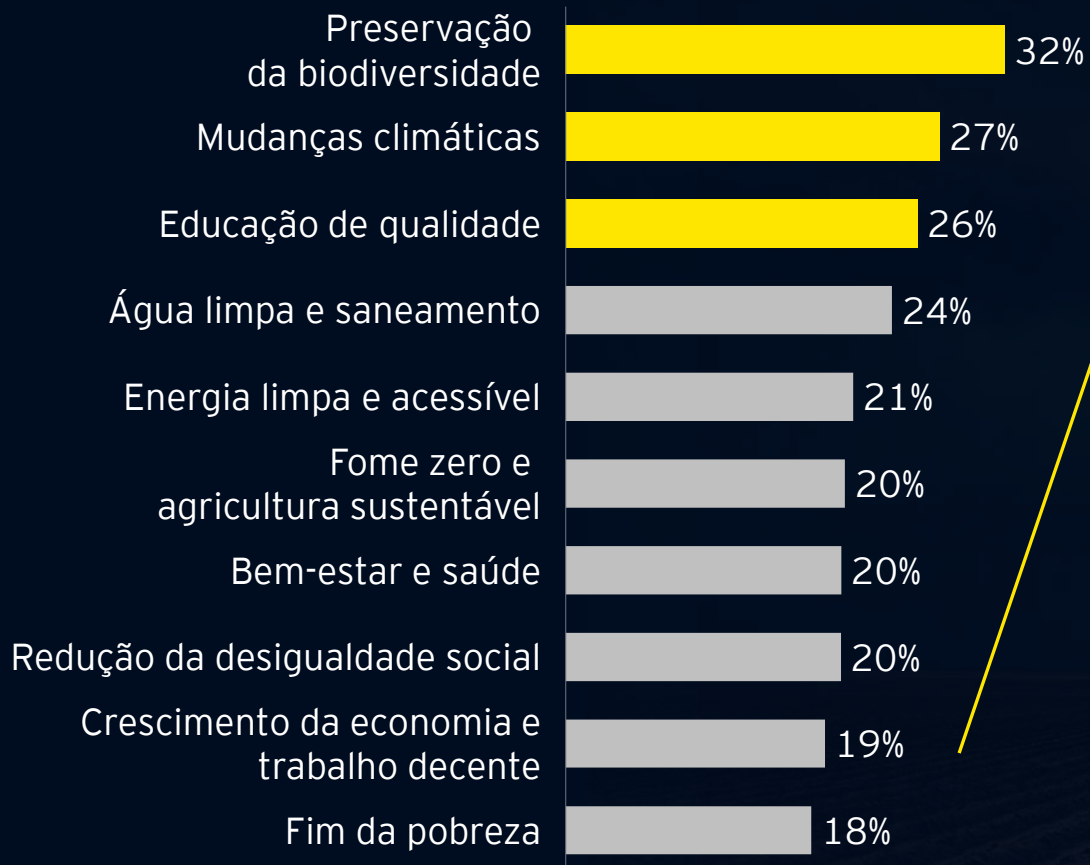
Fonte: EY Future Consumer Index, Fevereiro 2021 e Fevereiro 2022



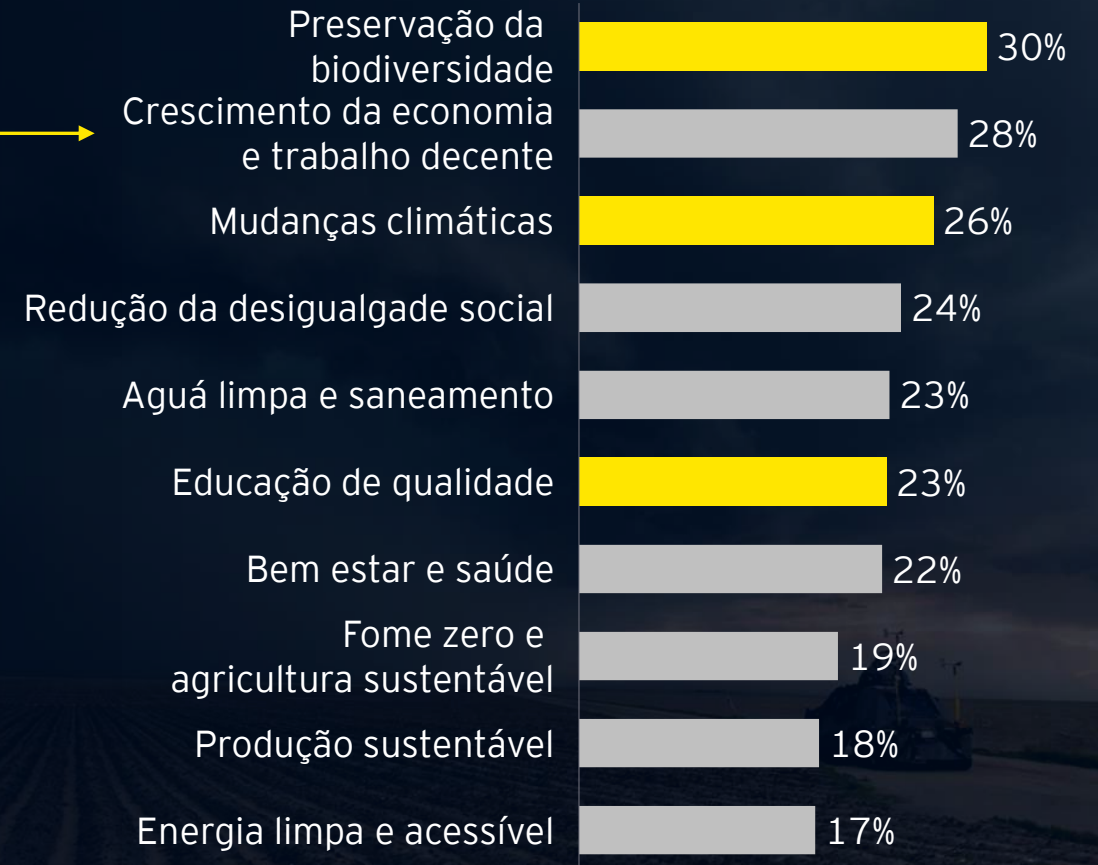
# Preservação da biodiversidade e mudanças climáticas são os principais problemas para consumidores, que esperam que as empresas tomem ações



## Principais problemas sustentáveis



## Principais prioridades esperadas das empresas





# Há diferentes "consumidores" ao longo do ecossistema do agronegócio dependendo do posicionamento da sua empresa

"Consumidores"



Tendências

Há uma forte convergência de hábitos de consumo entre os "consumidores", principalmente no que se refere a **experiência de compra** (e.g. conveniência, simplicidade) e **práticas sustentáveis**

# EY Innovation Studio

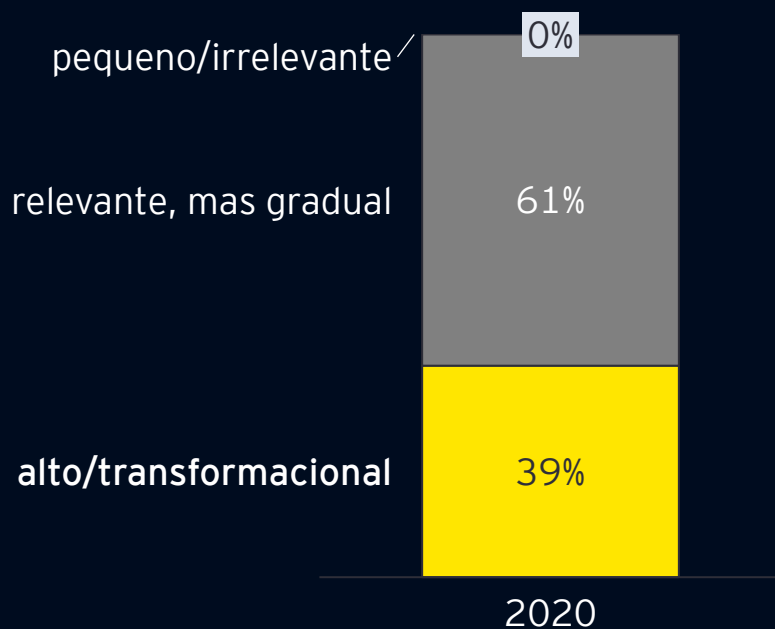
---

Quem está ditando as regras?  
O agronegócio na era do consumidor moderno

# ■ Pesquisa realizada entre os participantes do programa demonstra haver um consenso que o **"novo consumidor"** trará impactos para o setor

## Impacto para a indústria

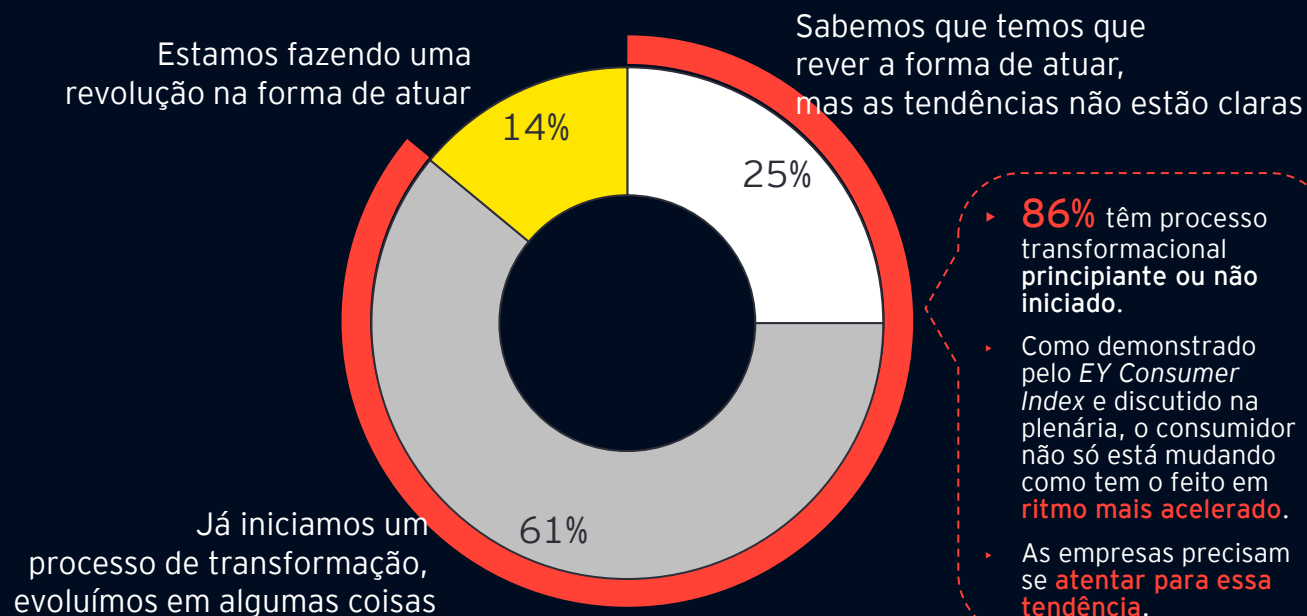
P: O quanto você acha que essas tendências impactarão a sua indústria?



- ▶ Para **39%** dos entrevistados o impacto será transformacional.
- ▶ Esse movimento exigirá que as empresas atuantes em todos os elos da cadeia do Agronegócio, inclusive as tradicionais e consolidadas, se adaptem.

## Preparo das empresas

P: O quanto sua empresa está preparada para endereçar esses novos hábitos?



- ▶ **86%** têm processo transformacional **principlante ou não iniciado**.
- ▶ Como demonstrado pelo *EY Consumer Index* e discutido na plenária, o consumidor não só está mudando como tem o feito em **ritmo mais acelerado**.
- ▶ As empresas precisam se **atentar para essa tendência**.

- ▶ **75%** dos entrevistados **já iniciaram** o processo de **transformação** visando esses movimentos.
- ▶ **14%** já passa por um **completo processo de revolução** na forma de atuar.

# Percepções

“É importante buscar entender as necessidades do consumidor final para trabalhar sobre novas variedades”



Associações e Comitês podem ajudar na aproximação entre diferentes elos da cadeia com o consumidor final



“Com o mercado cada vez mais competitivo, a adequação às demandas do consumidor não será um diferencial mas sim uma necessidade. Se eu não entregar algo que a sociedade demanda estou fora do jogo”



“A comunicação e transparência também são muito importantes nesse processo. Atualmente, o consumidor fica confuso se confia ou não nas informações da embalagem”

Entre os principais desafios para colocar essas transformações na agenda das empresas estão o custo e elasticidade-preço dos produtos



Como endereçar a tecnologia e inovação para que auxiliem no processo transformacional também é um importante desafio para as empresas do setor



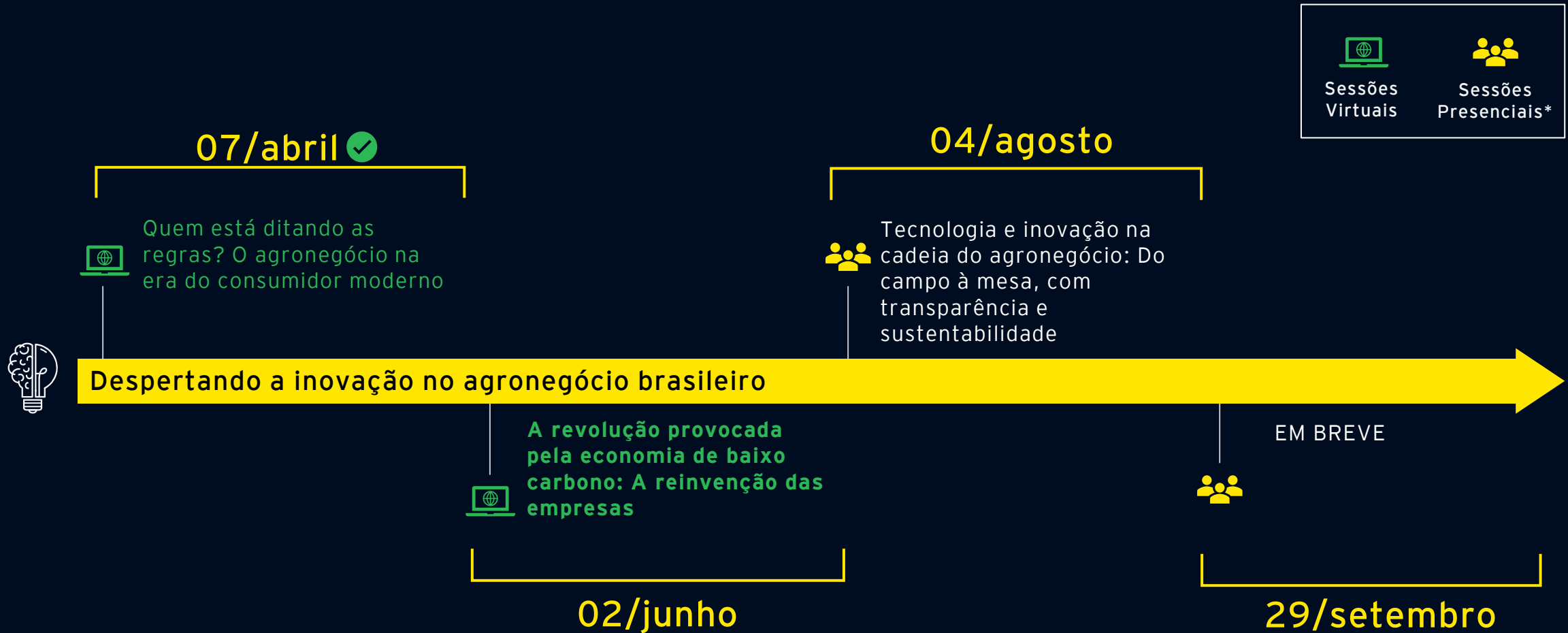
“As empresas tradicionais, com estrutura voltada para dentro, correm o risco de desaparecerem nos próximos anos se não fizerem um ajuste de rota”



No campo, a nova geração de produtores, mais adepta à inovação e novas práticas, auxilia no processo de aceleração dessas transformações ao longo da cadeia



# Próximas sessões



\*As sessões presenciais serão realizadas em São Paulo (SP) no escritório da EY

A **EY** agradece a todos os **convidados** que dedicaram seu tempo para discutirmos **juntos** como construir um **mundo Agro melhor!**



Utilize o QR code para conferir nossos insights e saber mais sobre nossa atuação no ecossistema do Agronegócio na América Latina.

[ey.com/pt\\_br/cea](https://ey.com/pt_br/cea)



Utilize o QR code para ter acesso ao relatório do EY Future Consumer Index 2021

[ey.com/pt\\_br/consumer-products-retail/ey-future-consumer-index-2021](https://ey.com/pt_br/consumer-products-retail/ey-future-consumer-index-2021)

# Contato

## Alexandre Rangel

Sócio EY e Líder de Agro no Cone Sul  
alexandre.rangel@br.ey.com

## José Luiz Mendes

Gerente sênior EY e Líder do CEA  
jose.rochamendes@parthenon.ey.com

## Daniely Martins

Consultora sênior EY e membro do CEA  
daniely.martins@br.ey.com

## Maria Júlia Rodrigues

Assistant director da EY e membro do WaveSpace  
mariajulia.rodrigues@br.ey.com

## Thaísa Borges

Senior associate da EY e membro do WaveSpace  
thaisa.borges@br.ey.com

