



Parque do Ibirapuera, Cidade de São Paulo

Business Climate Survey Brasil 2025

São Paulo, Brasil

Maio 2025

TEAM
SWEDEN
BRAZIL



Introdução

- As empresas suecas estão presentes no Brasil há mais de cem anos. Embora o Brasil possa ser um mercado desafiador, novas empresas suecas continuam estabelecendo operações no país, enquanto corporações estabelecidas há muito tempo continuam investindo. As empresas suecas empregam por volta de 50.000 pessoas no mercado interno, atuando em setores como mineração, transporte, maquinário, defesa, saúde, telecomunicações, serviços e muito mais.
- O relatório deste ano é a sexta edição dentro da colaboração global entre a Business Sweden e a Swedish Chambers International (SCI). Uma colaboração que agora facilita a comparação global de 40 mercados de todos os continentes, além de apresentar os resultados do mercado local.
- O objetivo destes relatórios é fornecer uma melhor compreensão sobre como o clima de negócios e o desenvolvimento do mercado são percebidos pelas principais empresas suecas. Os relatórios também servem como uma ferramenta de comparação para empresas suecas com planos de investir ainda mais em seus negócios atuais ou expandir para novos mercados.
- Este ano, o Business Climate Survey no Brasil coletou respostas de 48 empresas suecas, de vários tamanhos e setores, o que é comparável ao número de respostas coletadas em anos anteriores.
- A pesquisa foi realizada entre os dias 11 de fevereiro e 11 de março.
- O Team Sweden no Brasil, composta pela Embaixada da Suécia, Business Sweden e Swedcham, trabalha para promover a Suécia, a indústria sueca e os interesses econômicos suecos no Brasil. O compromisso e a estreita cooperação entre os parceiros do Team Sweden ajudam a posicionar e expandir os negócios e interesses suecos no Brasil por meio de várias atividades e programas, dos quais o Business Climate Survey é um exemplo.

Principais conclusões: Business Climate Survey Brasil 2025



81% das empresas suecas no Brasil foram lucrativas durante 2024 enquanto apenas 11% apresentaram prejuízos, continuando a tendência geral de lucratividade observada nos últimos anos.



Devido à inflação mais alta e à previsão de PIB mais baixa, menos empresas esperam aumentar a receita em relação a 2024 e menos da metade aumentará os investimentos.



Para 57% dos entrevistados, o clima de negócios brasileiro é percebido como regular. Para 30% é percebido como bastante positivo, enquanto para 13% é percebido como negativo.



Menos empresas encontraram barreiras comerciais em comparação com 2024. Enquanto isso, a maioria concorda que precisa começar a se preparar para o acordo de livre comércio UE-Mercosul, embora só esperem que isso aconteça em alguns anos.



Os investimentos em sustentabilidade ajudaram a impulsionar as vendas de produtos e serviços para 29% das empresas suecas. A sensibilidade dos clientes brasileiros aos custos e a falta de incentivos locais representam desafios para a "transição verde" no Brasil.

Business Climate Survey Brasil 2025

- **Negócios suecos no Brasil**
- Clima de negócios no Brasil
- Desafios e como as empresas suecas têm sucesso no Brasil
- Agindo de forma sustentável

TEAM
SWEDEN
BRAZIL

Principais conclusões: Negócios suecos no Brasil



48 empresas suecas de diferentes portes e áreas de negócios participaram do Business Climate Survey Brasil 2025



80% dos entrevistados são empresas de médio ou grande porte com mais de 1.000 funcionários em todo o mundo



54% dos entrevistados são fabricantes industriais, e o restante é composto por empresas de bens de consumo e serviços profissionais

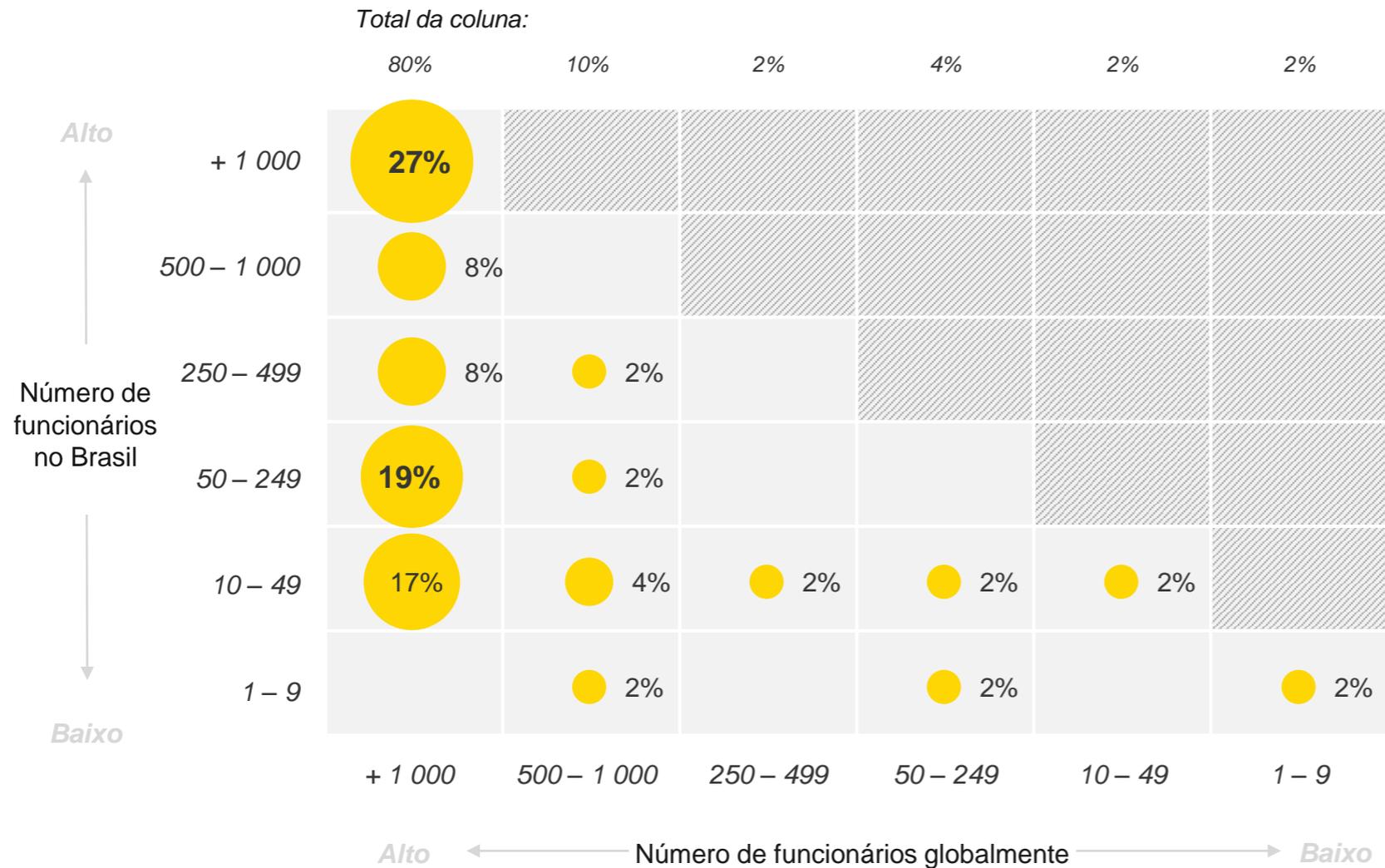


48% dos entrevistados têm experiência no mercado brasileiro, com presença marcada há mais de 20 anos



Porte: Mais uma vez, as grandes empresas globais foram as principais respondentes, representando 80% de todas as empresas pesquisadas

Pergunta 1: Por favor, estime: (a.) o número global e (b.) o número local de funcionários em tempo integral em sua empresa em 2025.



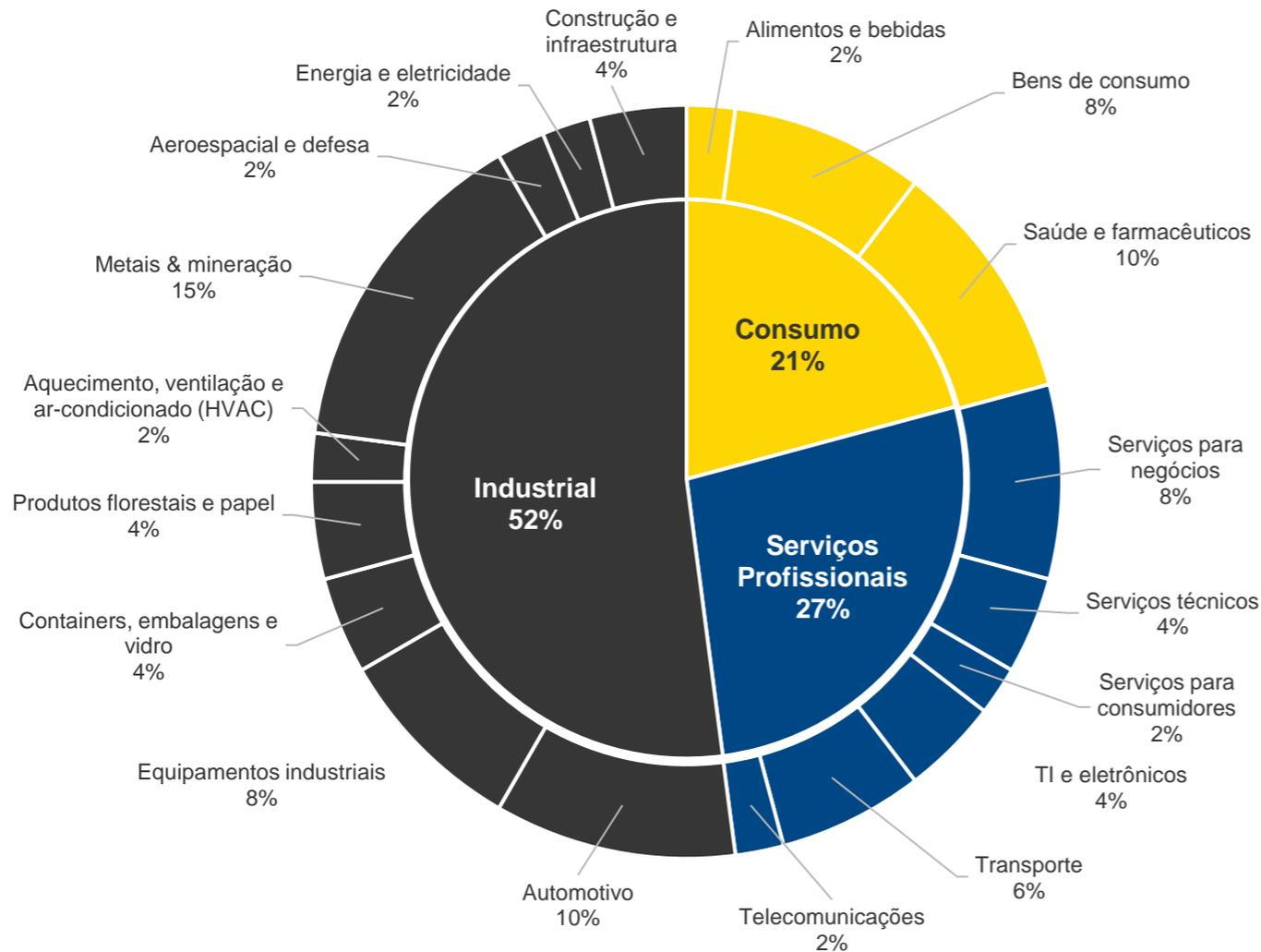
- 80% das empresas suecas que participam nesta pesquisa têm mais de 1.000 funcionários em todo o mundo.
- 35% dos entrevistados têm 500 ou mais funcionários no Brasil, incluindo empresas industriais e prestadoras de serviços especializados.
- 2 entrevistados têm, ao mesmo tempo, menos de 50 funcionários globalmente e no Brasil.

Nota: as respostas Não sei/Não se aplica foram excluídas desta análise. Com base nas respostas de 48 empresas.



Metade dos entrevistados é composta por empresas industriais, enquanto a outra metade é composta por empresas B2C e prestadores de serviços

Pergunta 2: Qual é a principal indústria da sua empresa no Brasil?

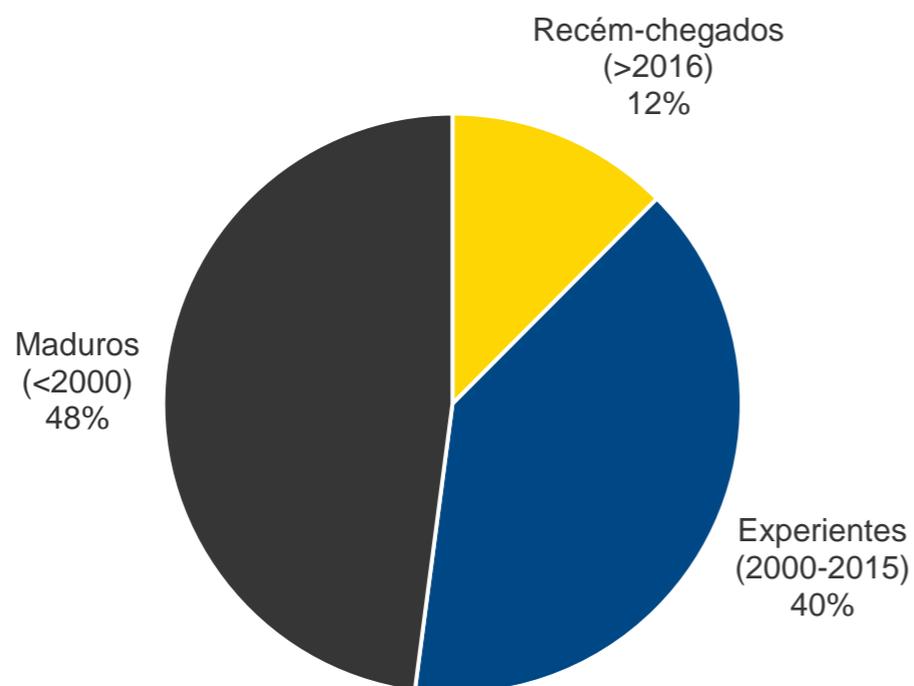


- 52% dos entrevistados pertencem a segmentos puramente industriais, compondo o core dos negócios suecos no Brasil. Os segmentos mais relevantes são automotivo, metais e mineração e equipamentos industriais.
- Os provedores de serviços suecos tornaram-se mais relevantes no século XXI, com foco em serviços empresariais e empresas de tecnologia. As empresas de saúde e bens de consumo também representam uma parcela importante dos negócios suecos no Brasil.
- No geral, a presença de negócios suecos no Brasil é muito diversificada, com pelo menos 150 empresas estabelecidas, localizadas principalmente nos estados de São Paulo e Paraná.

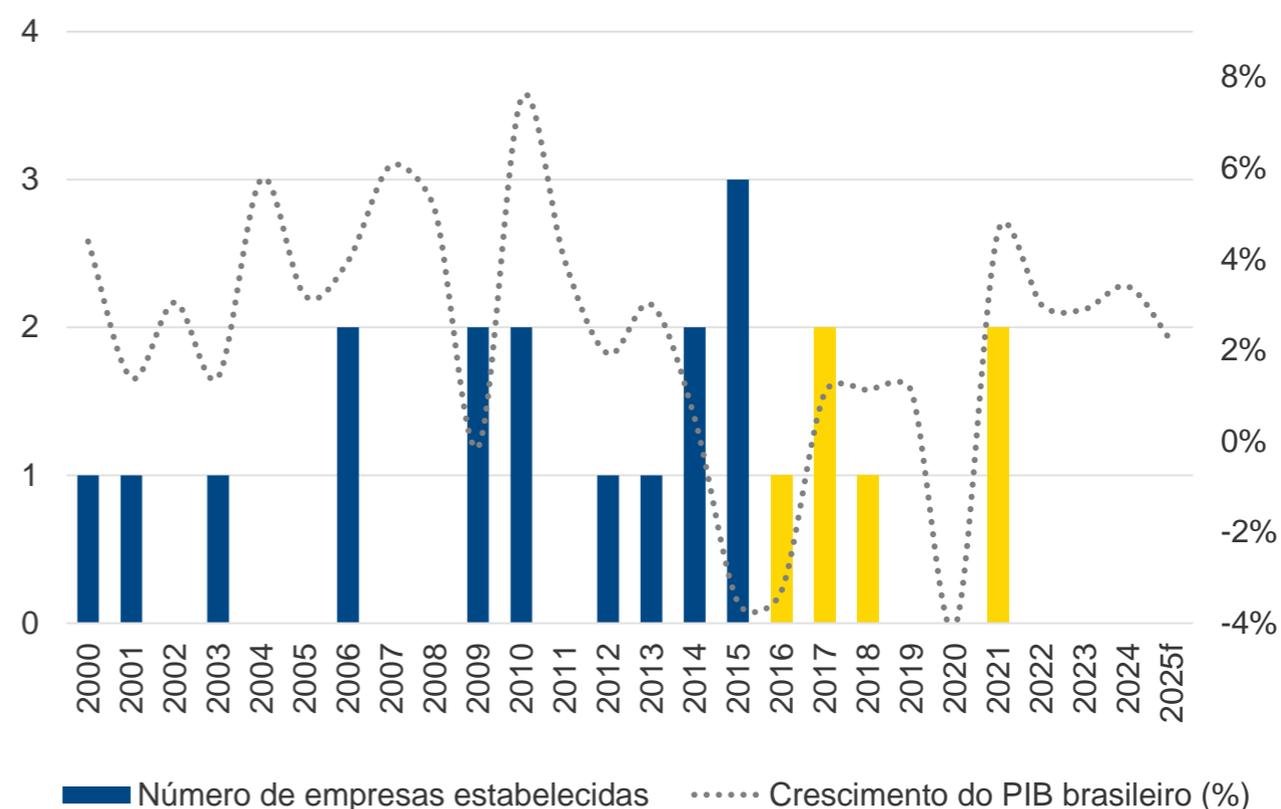
Nota: as respostas Outros/Não Aplicável foram reclassificadas para as áreas de negócio mais próximas das empresas para a análise desta questão.

Idade: Quase metade dos entrevistados está presente no Brasil há mais de 20 anos; apenas 6 entrevistados se estabeleceram durante 2016 ou depois

Pergunta 3: Em que ano sua empresa iniciou operações no Brasil?



Empresas suecas estabelecidas após 2000 e crescimento do PIB*

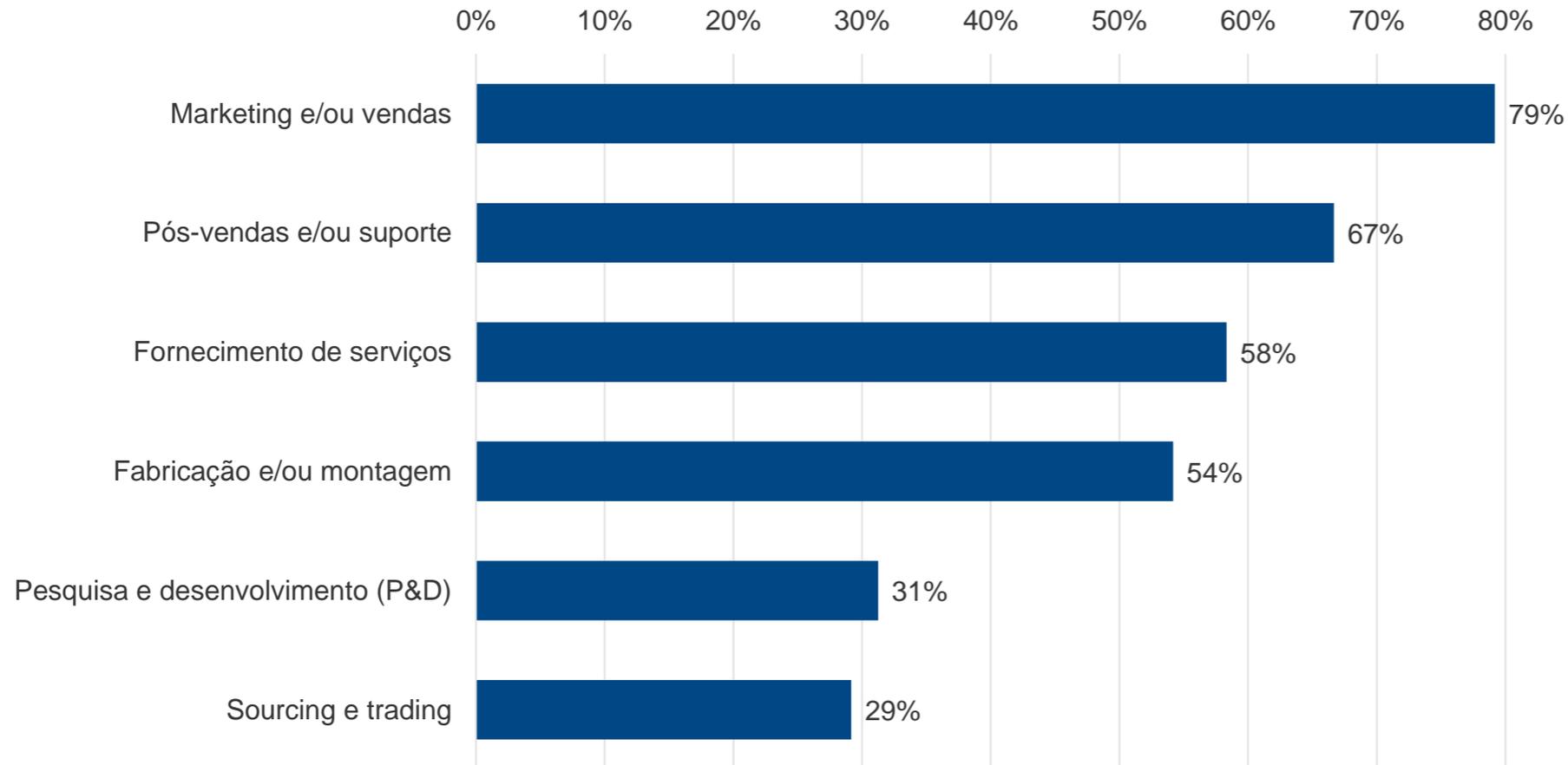


* Nota: apenas em relação aos entrevistados de 2024 (exclui respostas não sei/não aplicável). Crescimento do PIB do Brasil em 2025 previsto pelo FMI (2,2%).



Quase um terço das empresas pesquisadas realiza P&D no Brasil

Pergunta 4: Quais operações você realiza no Brasil?



- Os resultados do ano para esta pergunta estão alinhados com as respostas dos anos anteriores. A mudança mais relevante foi P&D superando Sourcing como foco nas operações realizadas no Brasil.
- 54% dos entrevistados têm operações de fabricação ou montagem no Brasil, enquanto 31% realizam atividades de P&D. Isso pode indicar que uma alta parcela de fabricantes suecos está realizando pesquisas no Brasil.
- Dois terços dos entrevistados se dedicam ao pós-venda e suporte, comprovando a importância dessa estratégia para as empresas suecas no mercado brasileiro.

Business Climate Survey Brazil 2025

- Negócios suecos no Brasil
- **Clima de negócios no Brasil**
- Desafios e como as empresas suecas têm sucesso no Brasil
- Agindo de forma sustentável

TEAM
SWEDEN
BRAZIL

Principais conclusões: Clima de negócios no Brasil



A maioria das empresas suecas foi lucrativa em 2024; 80% apresentaram lucros enquanto 11% apresentaram prejuízos



Em geral, as empresas estão percebendo um clima de negócios bastante regular no Brasil, enquanto 30% são mais positivas e 13% são mais negativas



As expectativas de crescimento da receita ainda são altas (69%), mas os planos de novos investimentos caíram de 59% em 2024 para 45% este ano

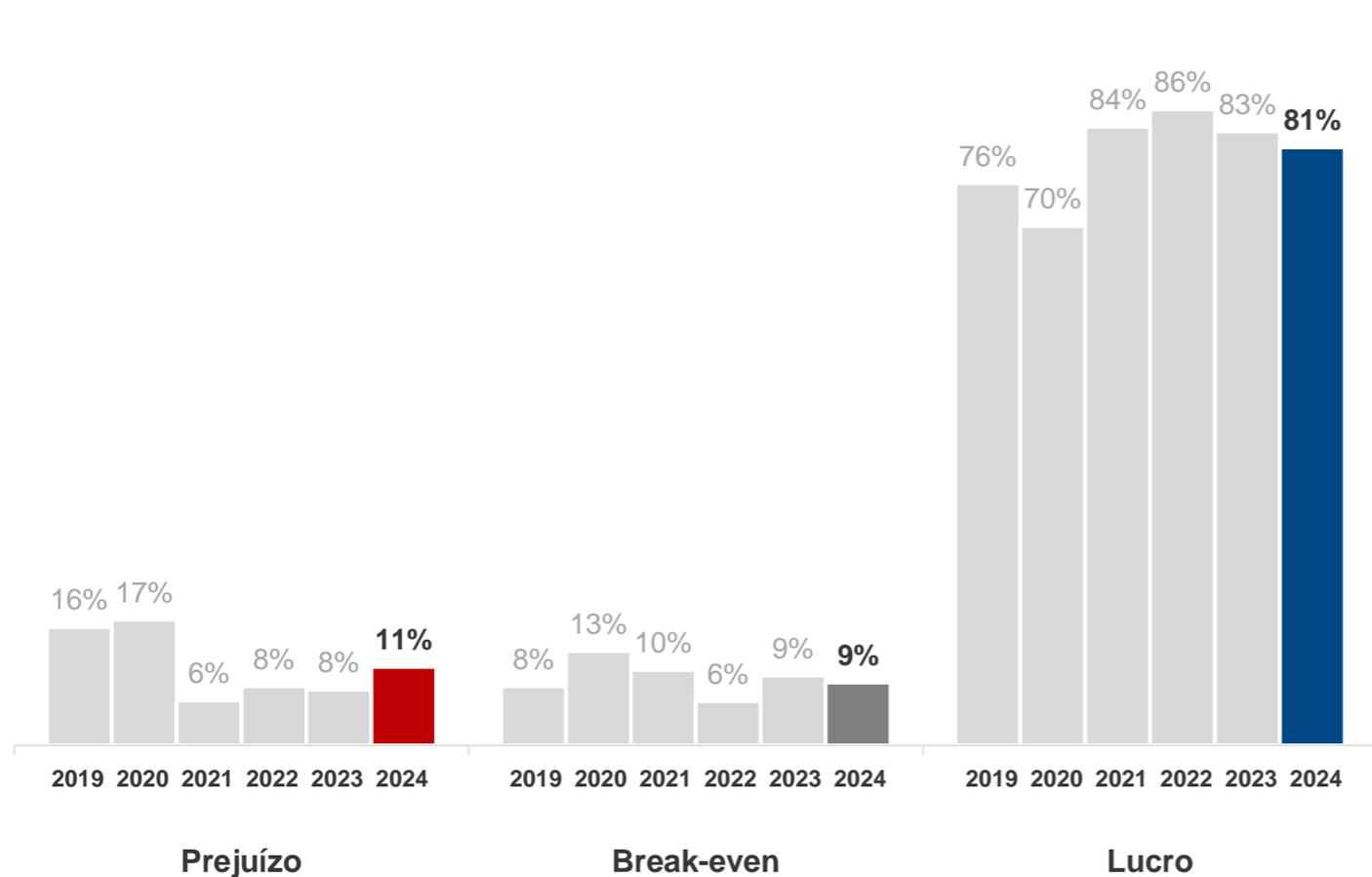


Após um crescimento de 3,7% do PIB em 2024, o crescimento do Brasil para 2025 e 2026 está previsto para em torno de 2%, ameaçado pela inflação



Em maioria, empresas suecas continuam sendo lucrativas no Brasil

Pergunta 5: Como você descreveria o desempenho financeiro da sua empresa no Brasil em 2024?

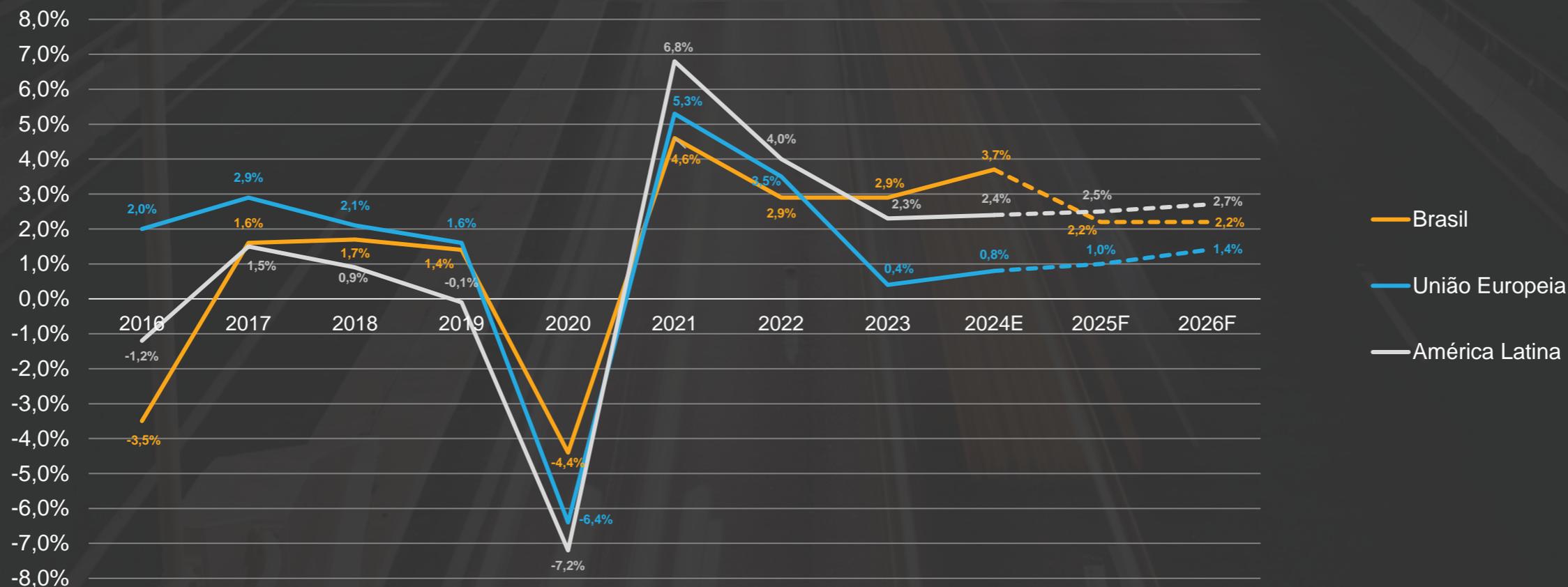


- 81% das empresas afirmaram que foram lucrativas durante 2024, enquanto apenas 11% apresentaram prejuízos. Os resultados deste ano estão de acordo com os resultados de avaliações anteriores.
- Mais uma vez, as maiores empresas industriais, presentes no país há mais tempo, tenderam a apresentar melhores resultados. Empresas menores e mais novas no mercado apresentaram resultados mistos.
- As pressões inflacionárias no Brasil e a guerra tarifária global liderada pelos Estados Unidos podem impactar os resultados das empresas daqui para frente.

Nota: respostas Não sei/Não se aplica foram excluídas na análise desta questão.

O crescimento esperado do PIB do Brasil em 2025 foi reduzido para 2,2% devido às pressões inflacionárias, mas ainda é superior ao previsto para a União Europeia

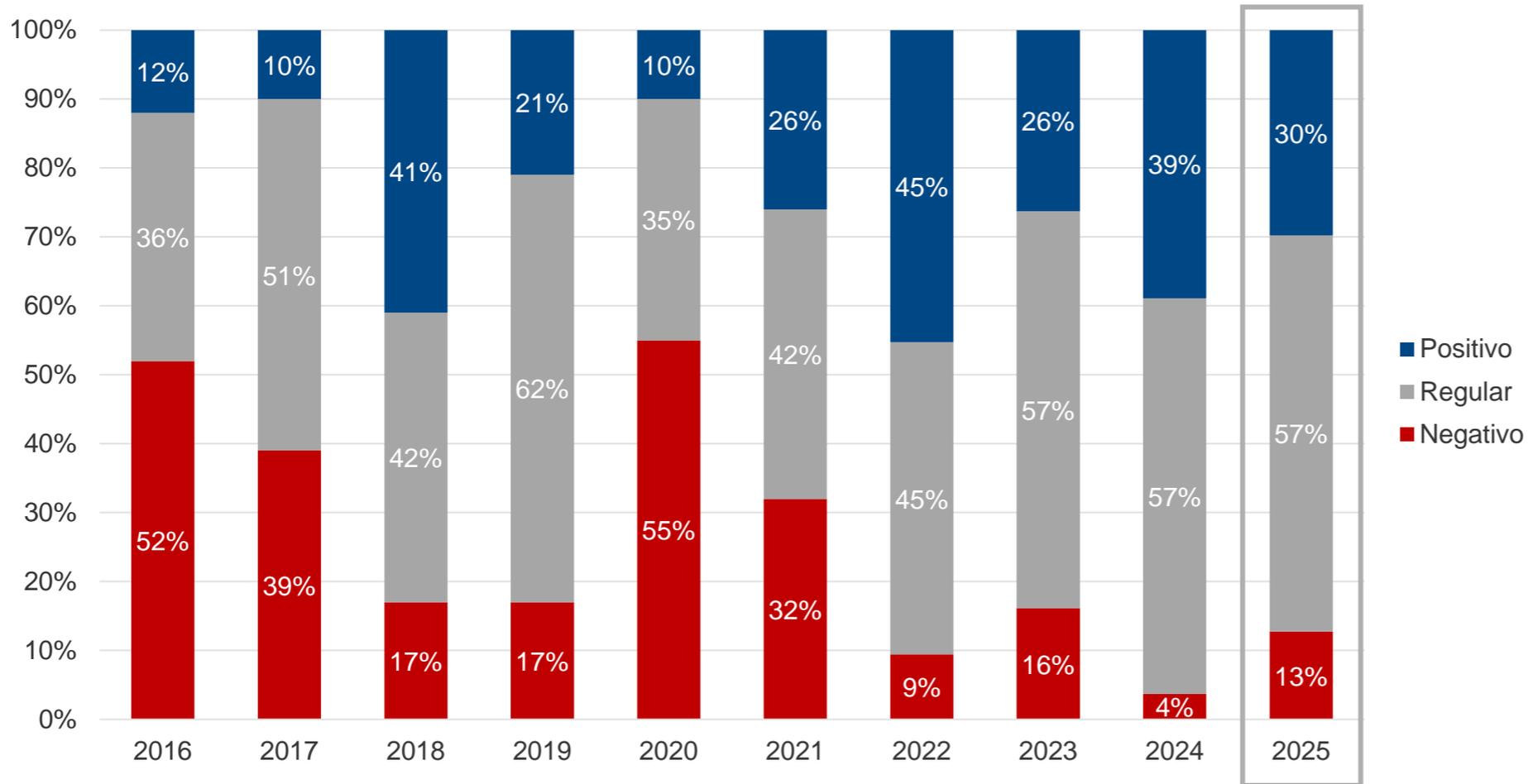
CRESCIMENTO DO PIB (%) E PREVISÃO, BRASIL E REGIÕES SELECIONADAS





30% das empresas têm perspectiva positiva para o Brasil, mas a maioria vê um clima de negócios morno

Pergunta 6: Como você percebe o atual clima de negócios no Brasil?

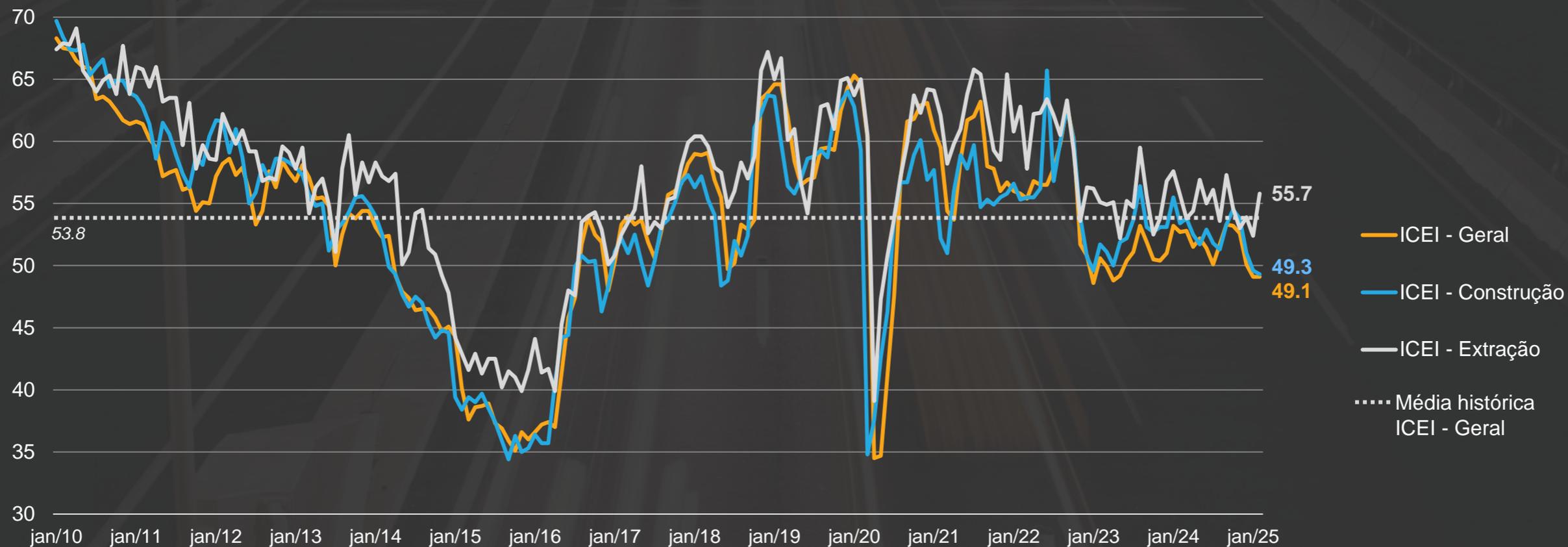


- 30% das empresas suecas se sentem positivas com o cenário de negócios no Brasil, o que representa uma queda de 9 pontos percentuais em relação a 2024. No entanto, os entrevistados que percebem um cenário mais negativo para os negócios permanecem poucos, representando apenas 13%.
- O resultado deste ano é semelhante aos resultados de 2023, quando a maioria dos entrevistados percebeu um clima de negócios bastante regular.
- Curiosamente, mais uma vez nenhuma empresa atribuiu a melhor pontuação nem a pior pontuação ao Brasil, em uma escala de um a cinco.
- As empresas pequenas e mais novas do mercado foram as mais positivas em relação ao clima de negócios.
- A Pergunta 7 tenta explorar as razões por trás dessas percepções do clima de negócios.

Nota: respostas Não sei/Não se aplica foram excluídas na análise desta questão.

A confiança das empresas brasileiras também diminuiu, exceto para o setor extrativo, composto por mineradoras e petrolíferas

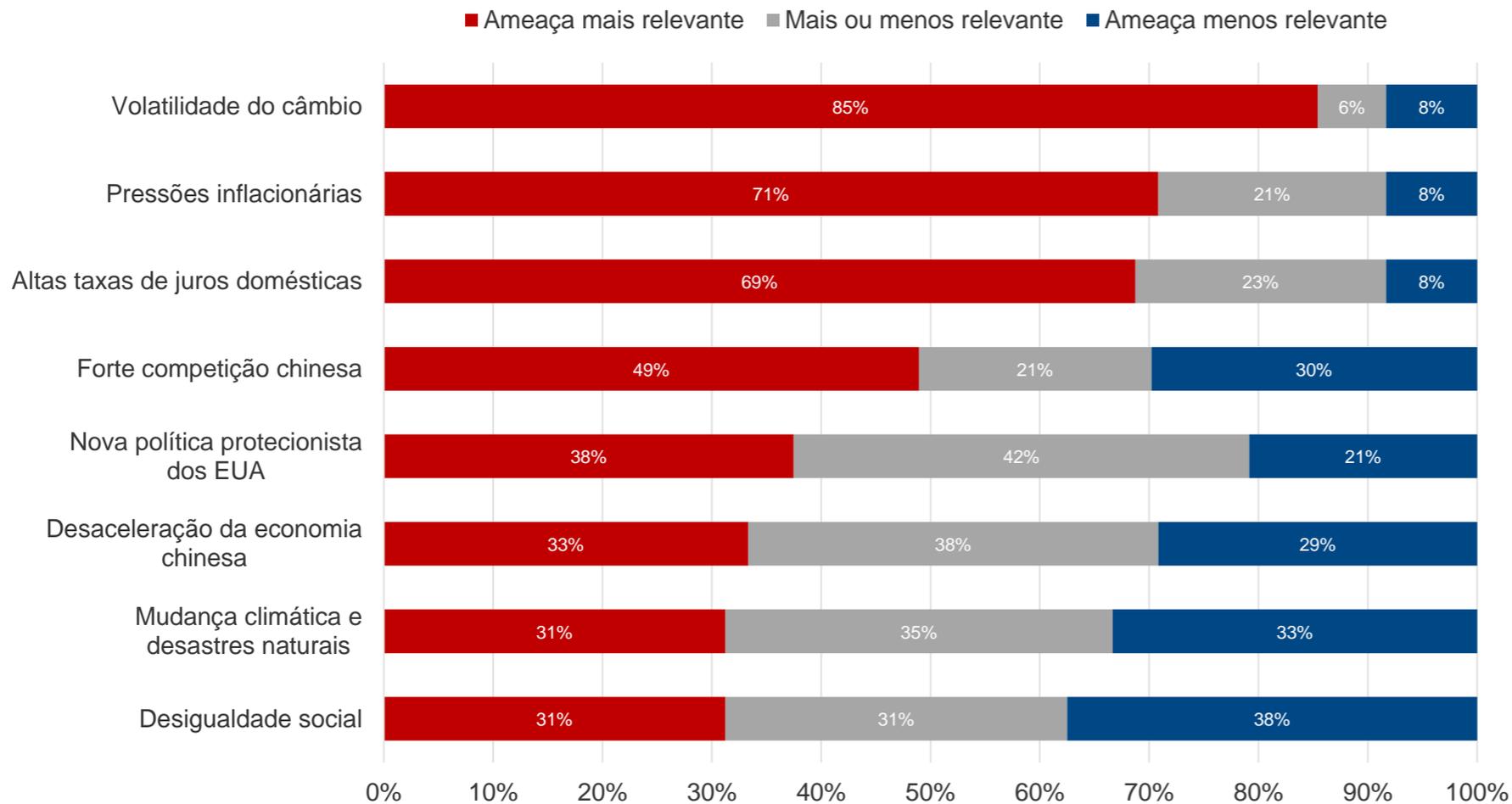
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO INDUSTRIAL – ICEI, PONTUAÇÃO 0 a 100





As empresas suecas estão preocupadas com a forma como as condições macroeconômicas domésticas no Brasil afetarão o crescimento dos negócios

Pergunta 7: Como você vê os seguintes fatores como ameaças ao crescimento dos negócios no Brasil no curto prazo?



- **Nota:** a pesquisa foi realizada entre fevereiro e março, antes da aplicação de novas tarifas pelo presidente dos EUA, Trump, em abril.
- A desvalorização da moeda brasileira tem impacto direto no poder de aquisição dos importadores brasileiros. Isso afeta os clientes brasileiros de exportações suecas, bem como os fabricantes suecos no Brasil que operam em cadeias de suprimentos globais.
- A maioria das empresas está preocupada com o aumento da inflação e seu impacto direto na definição da taxa SELIC pelo Banco Central do Brasil, limitando o crescimento econômico no curto prazo. Em maio, as expectativas do IPCA para 2025 chegam a 5,6%, enquanto a SELIC deve ser elevada para 15%.
- No momento da pesquisa, 38% viam ameaças relacionadas à nova política de comércio exterior americana. Desde então, parte do globo ficou mais preocupada com seus efeitos, enquanto alguns setores da economia brasileira identificaram oportunidades de substituição de exportações. Outro efeito potencial é o fortalecimento da concorrência chinesa em muitos mercados, incluindo o Brasil – uma ameaça já identificada por 49% dos entrevistados desta pesquisa.

Nota: respostas Não sei/Não se aplica foram excluídas na análise desta questão.

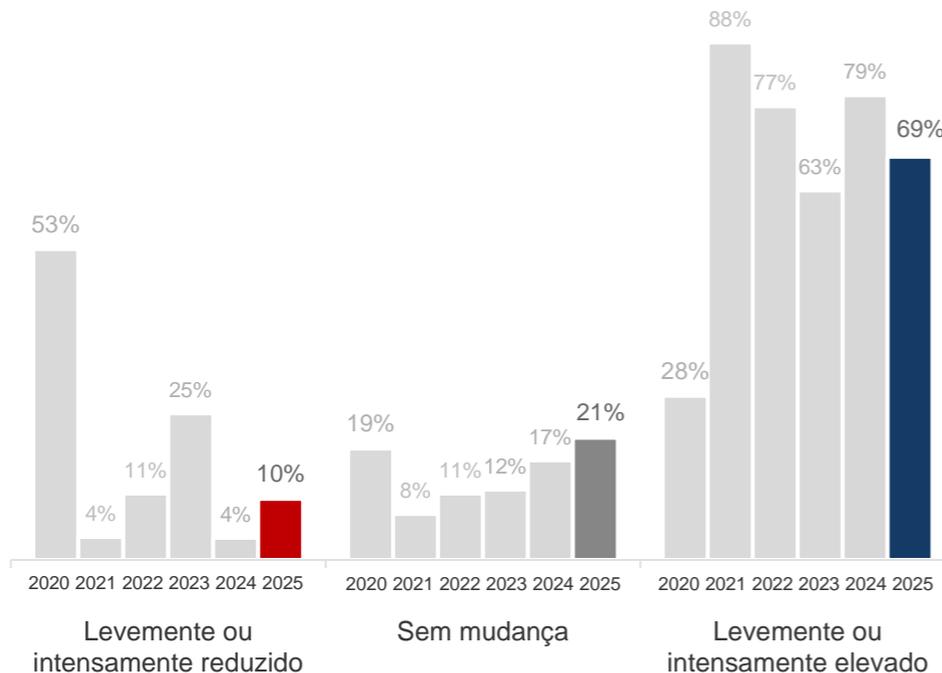


69% dos entrevistados esperam crescer nos próximos 12 meses, mas menos empresas aumentarão os investimentos, o menor nível desde 2020

Receita prevista para os próximos 12 meses

Pergunta 8:

Em comparação com o desenvolvimento nos últimos 12 meses, quais são suas expectativas para os próximos 12 meses para sua indústria no Brasil em relação ao faturamento?

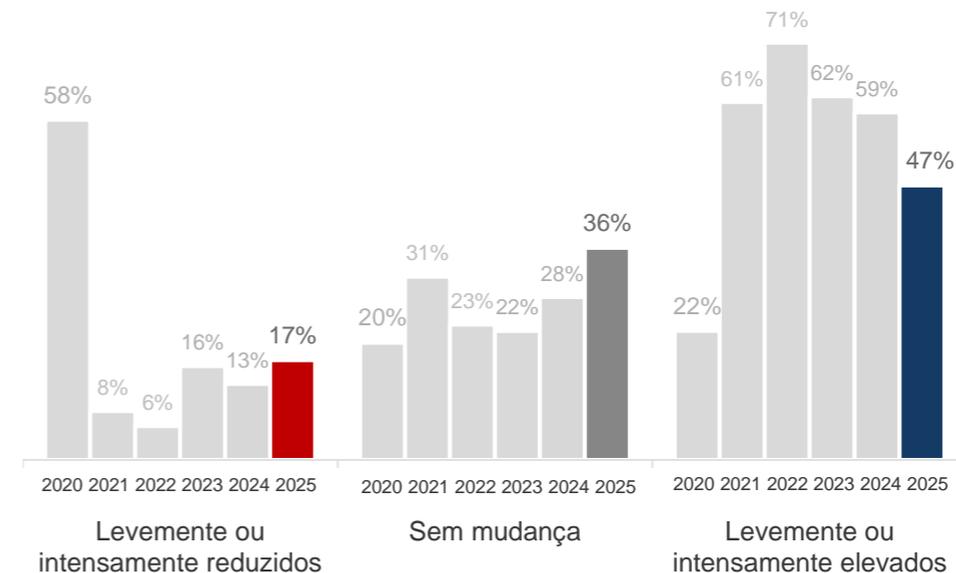


- As empresas de bens de consumo e as empresas menores estão mais otimistas com o crescimento das vendas nos próximos 12 meses.

Investimentos previstos para os próximos 12 meses

Pergunta 9:

Quais são os planos de investimento da sua empresa para os próximos 12 meses no Brasil, em comparação com os últimos 12 meses? Os investimentos serão...



- Algumas grandes empresas, bem como recém-chegadas, planejam reduzir os investimentos nos próximos meses.

Em 2024, o Brasil se tornou a 7ª maior economia global em termos de PPP

MAIORES ECONOMIAS GLOBAIS 2024, *bUSD corrente*

Rank	País	PIB	Cresc. anual
= 1	Estados Unidos	29 185	+2.8%
= 2	China	18 748	+5.0%
= 3	Alemanha	4 659	-0.2%
= 4	Japão	4 026	+0.1%
= 5	Índia	3 909	+6.5%
= 6	Reino Unido	3 644	+1.1%
= 7	França	3 162	+1.1%
= 8	Itália	2 372	+0.7%
▲ 9	Canadá	2 241	+1.5%
▼ 10	Brasil	2 171	+3.4%
= 11	Rússia	2 161	+4.1%
▲ 12	Coreia do Sul	1 869	+2.0%
▼ 13	México	1 852	+1.5%
▲ 24	...Suécia	610	+1.0%

Número de países no ranking: 196

MAIORES ECONOMIAS GLOBAIS 2024, *bUSD PPP**

Rank	País	PIB PPP
= 1	China	38 154
= 2	Estados Unidos	29 184
= 3	Índia	16 187
▲ 4	Rússia	6 905
▼ 5	Japão	6 530
▼ 6	Alemanha	6 005
▲ 7	Brasil	4 735
▼ 8	Indonésia	4 662
▲ 9	França	4 359
▼ 10	Reino Unido	4 287
▲ 11	Itália	3 607
▼ 12	Turquia	3 464
▼ 13	México	3 317
▲ 39	...Suécia	765

Número de países no ranking: 196

MAIORES DESTINOS DE IED 2024, *mUSD corrente*

Rank	País	Entrada de IED	CAGR 2019-2023
= 1	Estados Unidos	307 904	6.7%
▲ 2	Luxemburgo	105 905	N/A
= 3	Canadá	64 065	37.6%
▼ 4	Brasil	59 178	-7.6%
▲ 5	Austrália	55 150	68.7%
▲ 6	França	37 737	-10.8%
▲ 7	México	36 872	1.1%
▼ 8	Espanha	28 565	-33.8%
▲ 9	Índia	27 610	-1.7%
▲ 10	Itália	24 707	-24.3%
▲ 11	Indonésia	24 212	12.6%
▼ 12	China	18 556	-63.9%
▼ 13	Suécia	18 287	-26.8%
▲ 14	Israel	16 809	4.2%

Número de países no ranking: 47

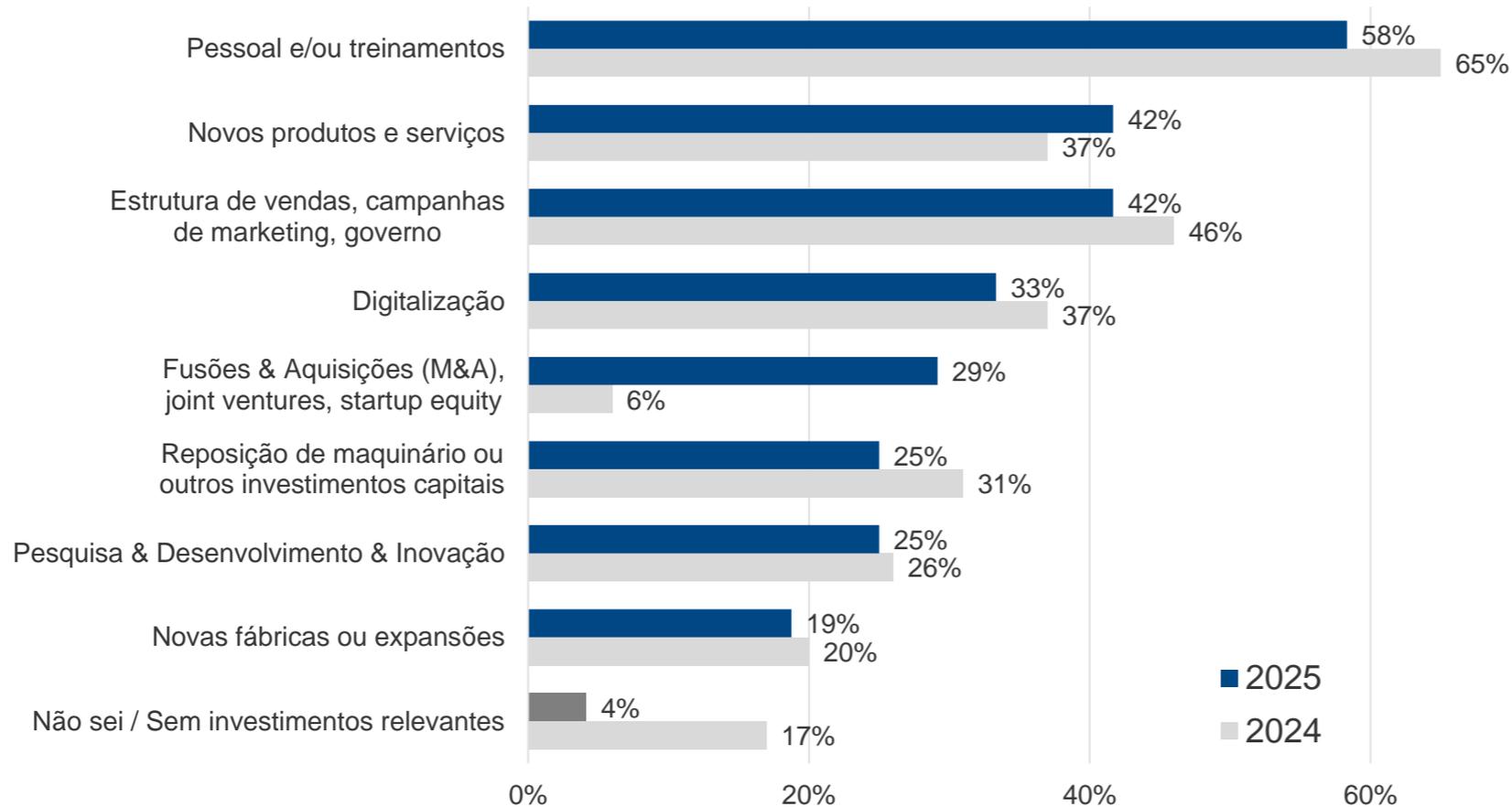
Fonte: IMF (GDP), OECD (FDI) .

Nota: PPP – Purchasing Power Parity, desconta o efeito do valor da moeda.



Ao contrário do ano passado, mais empresas buscarão crescer de forma inorgânica no Brasil por meio de fusões e aquisições e participação em startups

Pergunta 10: Se sua empresa vai aumentar os investimentos no Brasil nos próximos meses, onde ela estará investindo localmente?



- Como já indicado na Pergunta 9, os investimentos serão reduzidos em quase todas as áreas pelas empresas suecas no Brasil.
- A ordem das prioridades de investimento é muito semelhante à verificada nos BCS anteriores, com foco em pessoal, operações de vendas e desenvolvimento de novos produtos e serviços.
- A mudança mais notável é o aumento de 23 pontos percentuais em relação aos investimentos em fusões e aquisições, joint ventures e capital de startups. De fato, entre abril de 2024 e abril de 2025, a moeda brasileira desvalorizou 13,7% em relação ao dólar, passando de 4,99 USD/BRL para 5,78. As empresas podem estar planejando adquirir ativos brasileiros, já que estes estão mais baratos agora.

Business Climate Survey Brazil 2025

- Negócios suecos no Brasil
- Clima de negócios no Brasil
- **Desafios e como as empresas suecas têm sucesso no Brasil**
- Agindo de forma sustentável

TEAM
SWEDEN
BRAZIL

Principais conclusões: desafios e como as empresas suecas têm sucesso no Brasil



O Brasil apresenta uma ampla gama de clientes e parceiros locais para empresas suecas, mas reformas e investimentos são necessários



64% das empresas consideram que devem preparar-se para aproveitar as oportunidades criadas a partir do acordo de comércio livre UE-Mercosul



As principais estratégias para manter a competitividade no Brasil incluem ser eficiente em termos de custos e desenvolver soluções que estejam de acordo com as condições locais

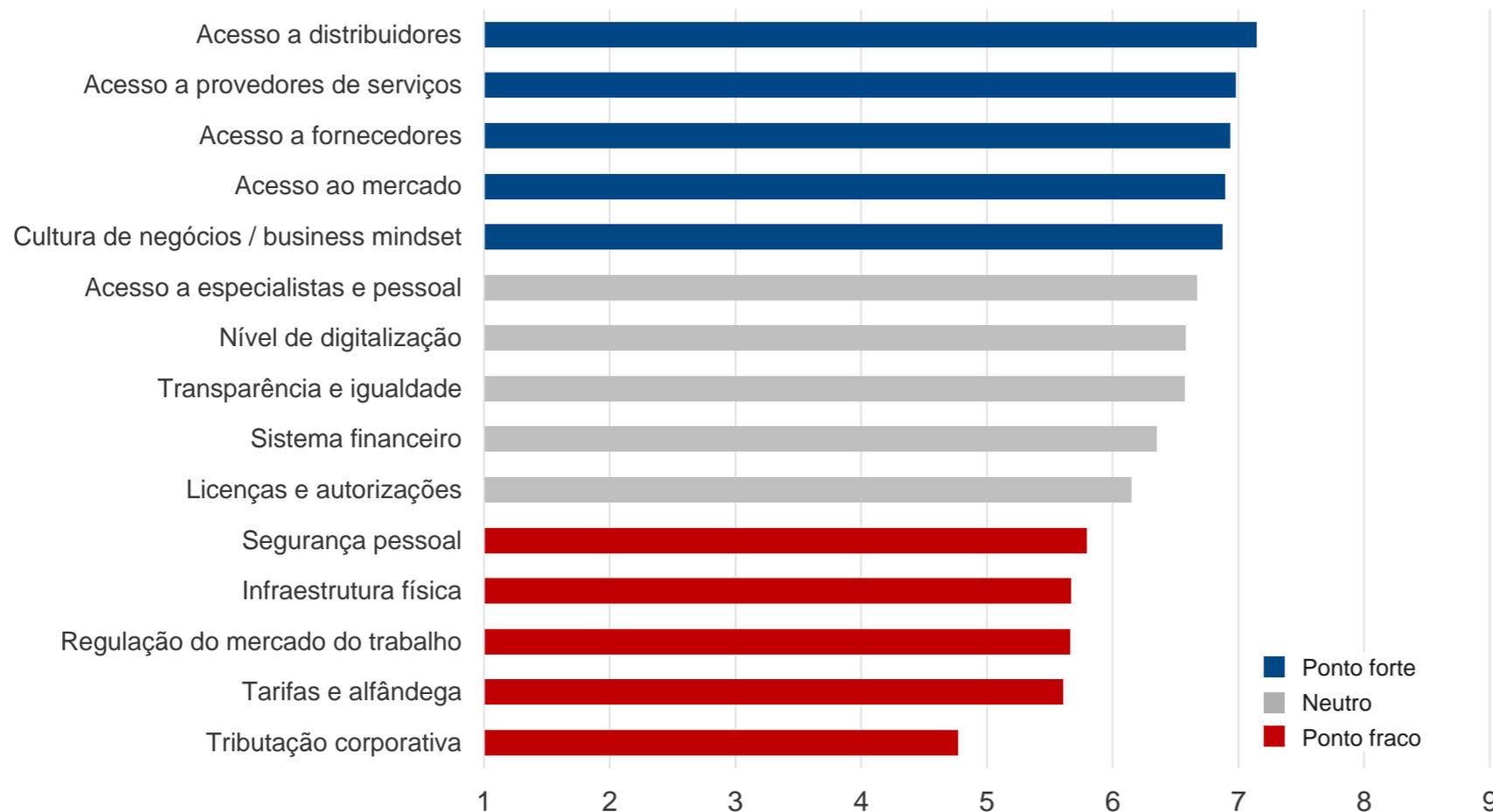


96% declararam que se beneficiam em serem percebidos como uma empresa sueca no Brasil, pelo menos parcialmente



Os resultados indicam que o Brasil tem um cenário de negócios vibrante, mas as condições de mercado ainda precisam melhorar

Pergunta 11: Por favor, avalie de 1 a 9 como as condições abaixo atendem às necessidades dos negócios da sua empresa no Brasil.



- As categorias "**Acesso**" representam as melhores condições do cenário de negócios no Brasil, obtendo pontuações semelhantes. Isso inclui o acesso a distribuidores, fornecedores, prestadores de serviços e ao mercado em geral.
- As condições de "**Mercado**", que incluem sistema financeiro, transparência e digitalização, mais uma vez obtiveram pontuações intermediárias entre 6 e 7.
- Condições de "**Operação**" em geral apresentam a pior pontuação desde o início do Business Climate Survey. Isso inclui impostos, burocracia, infraestrutura e segurança pessoal. A tributação corporativa recebeu a pontuação mais baixa, a única abaixo de 5.
- Esses resultados apontam para um cenário que apresenta oportunidades concretas de negócios, dado o potencial de acesso a muitos players do mercado, ao mesmo tempo em que ainda carece de reformas tributárias e burocráticas, além de intensos investimentos em infraestrutura e segurança.
- Os resultados deste ano foram ligeiramente piores do que os de 2024, corroborando com a deterioração da avaliação do clima de negócios. Em média, as pontuações caíram 0,2 ponto.
- Tributação corporativa, licenças e autorizações e o sistema financeiro tiveram as quedas de pontuação mais intensas (-0,5 ponto). Acesso a distribuidores foi a única categoria que teve aumento de pontuação (0,1 ponto)

Nota: As respostas Não sabe/Não se aplica foram excluídas desta análise.

Durante um ano ameaçado pelo protecionismo, 40% dos entrevistados encontraram barreiras alfandegárias contra 54% em 2024

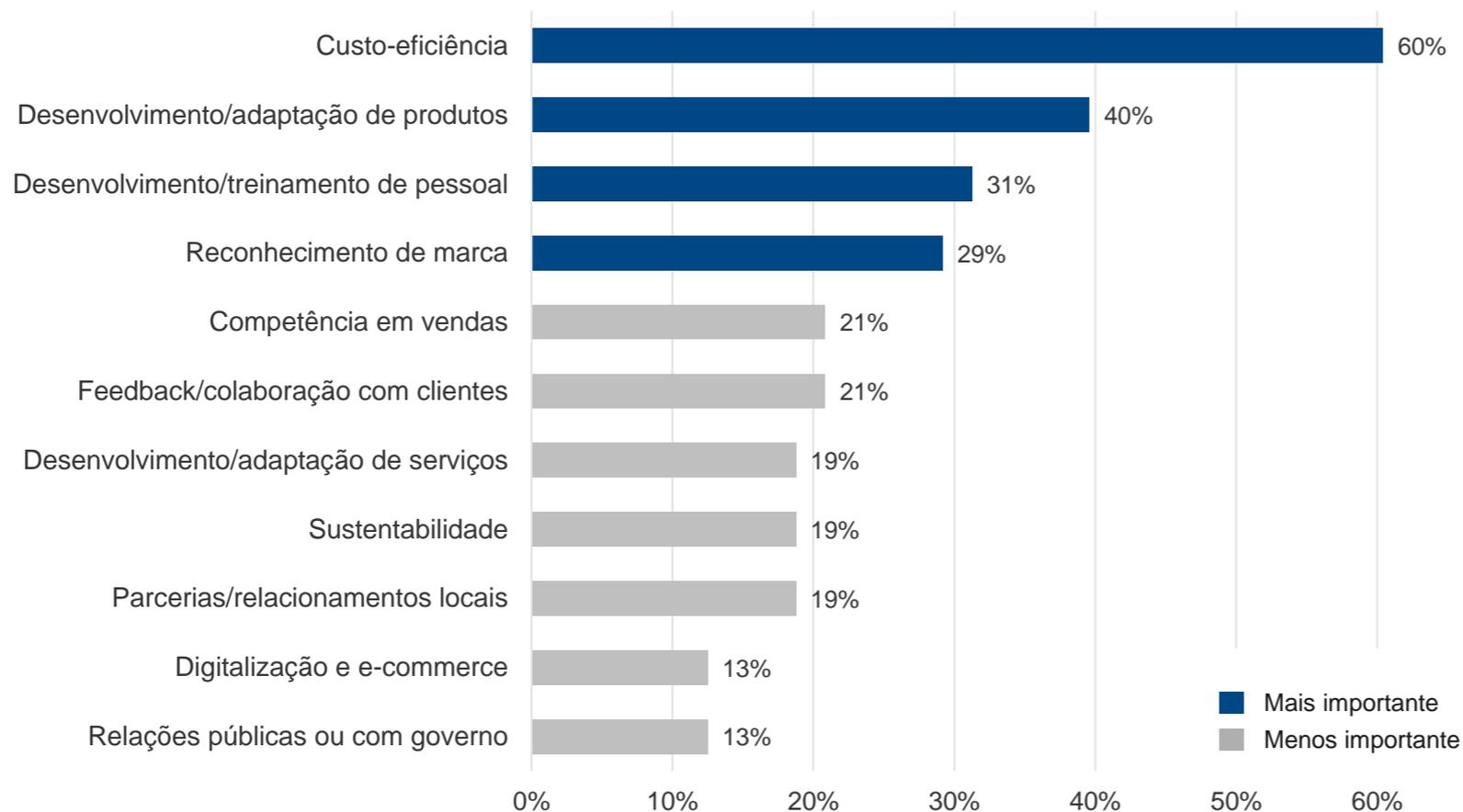
Pergunta 12: Sua empresa no ano passado encontrou barreiras comerciais no Brasil com um impacto visivelmente negativo nas operações em alguma das seguintes áreas?



- Na avaliação deste ano, o número de empresas que enfrentam barreiras comerciais no Brasil diminuiu em todas as áreas, com exceção dos requisitos de conteúdo local, que cresceu 7%, e das restrições ao financiamento, que permaneceram em 7%.
- As tarifas e os procedimentos aduaneiros continuam no topo da lista como as principais barreiras comerciais no Brasil, embora tenham caído 14 p.p. e 16 p.p., respectivamente, este ano. Isso pode refletir um ano um pouco mais fácil para as importações no Brasil.
- Devido às novas ameaças de guerra tarifária encabeçadas pelos Estados Unidos, o Brasil aprovou em abril uma lei autorizando a retaliação tarifária como medida de proteção. Isso pode afetar as relações comerciais com outros países no futuro, tornando os acordos comerciais ainda mais necessários.
- As empresas que responderam que não conhecem ou não encontraram barreiras comerciais no Brasil no ano passado representam um terço agora.

💡 Eficiência de custos e desenvolvimento de produtos locais são as principais estratégias para manter a competitividade no Brasil

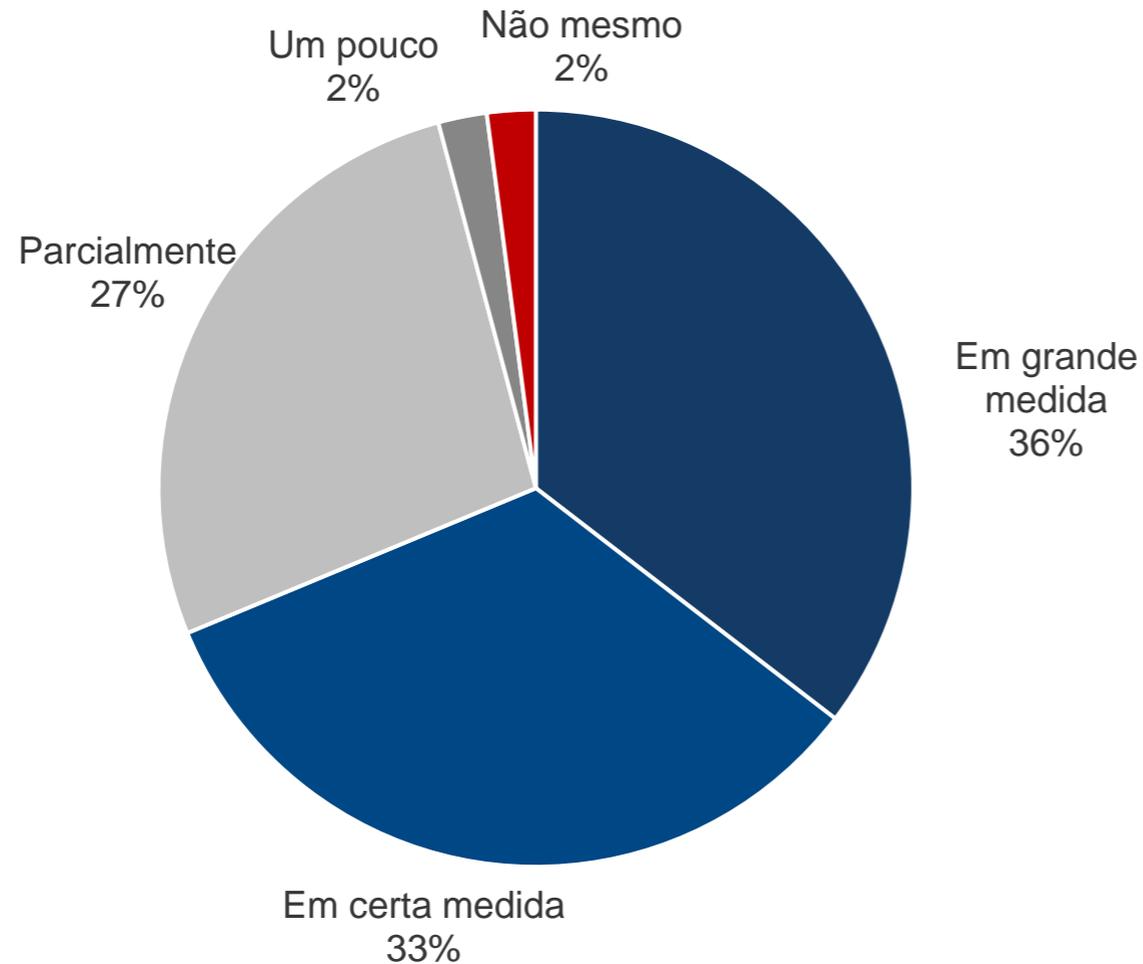
Pergunta 13: Até o momento, quais das seguintes áreas foram importantes para manter a competitividade no Brasil?



- A eficiência de custos é um importante fator de competitividade para 60% das empresas suecas. De fato, o Brasil é percebido pelos entrevistados como um mercado sensível ao preço, conforme indicado na Pergunta 16, portanto, a eficiência de custos parece fundamental, pois tem um impacto direto nos preços dos produtos finais.
- O desenvolvimento e/ou adaptação de produtos locais é importante para 40%, comprovando que uma "tropicalização" do portfólio é uma boa estratégia para ganhar mercado no Brasil. Além disso, mais empresas parecem estar realizando atividades de P&D, de acordo com a Pergunta 4.
- A competência de vendas continua a cair posições, passando de 48% em 2023 para 21% este ano. Ainda assim, isso não parece ter impactado o crescimento ou a lucratividade das empresas suecas, como visto nas perguntas anteriores.
- Apesar de a sustentabilidade ser importante em vendas para clientes brasileiros para cerca de 30% dos entrevistados (Questões 19 e 21), ela é relevante para manter a competitividade para apenas 19%.
- Mais uma vez, a digitalização e os assuntos públicos aparecem no final da lista como fatores menos relevantes para a competitividade.

69% das subsidiárias no Brasil afirmam que se beneficiam de uma marca sueca em certa medida ou em grande medida

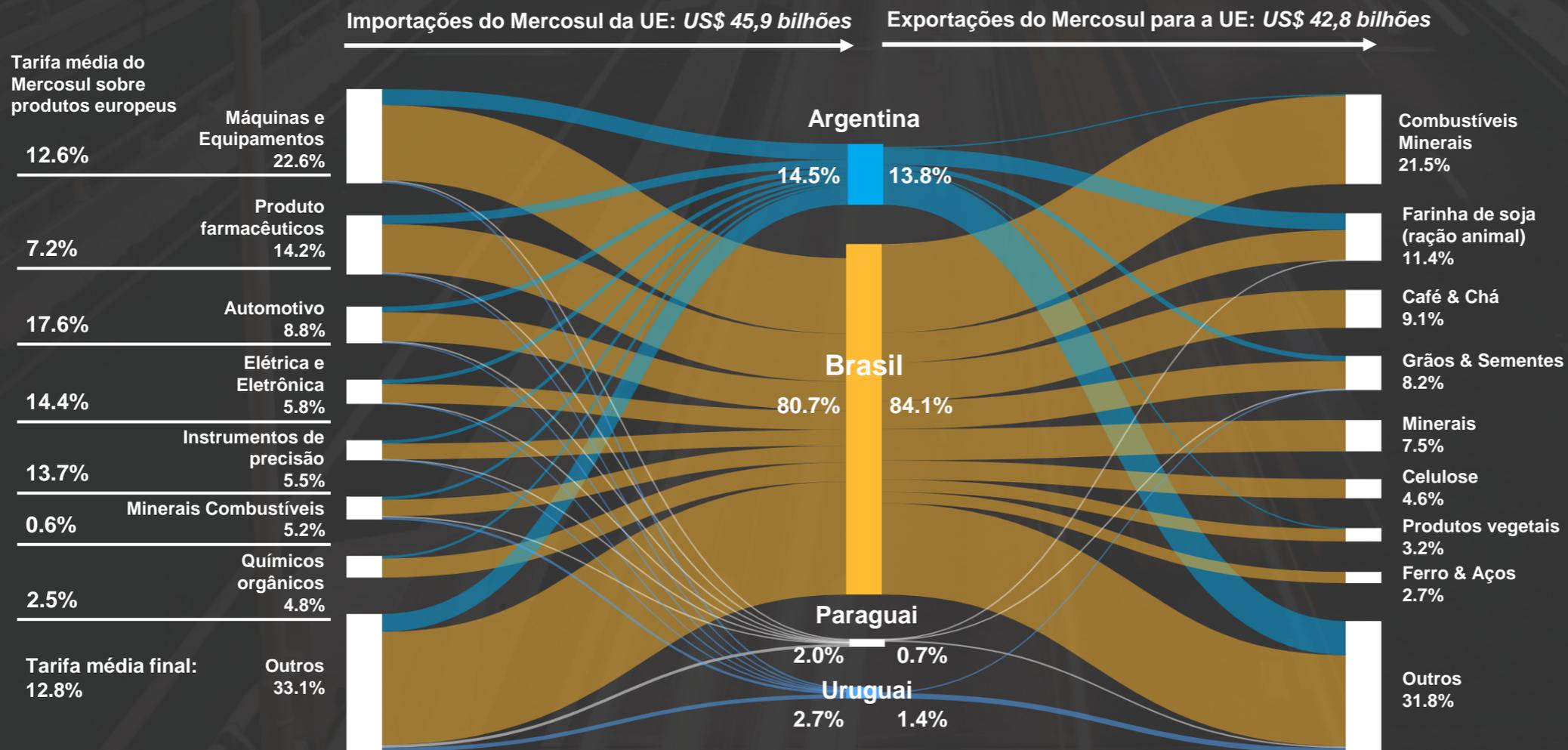
Pergunta 14: Até que ponto você estima que a "marca sueca" contribui para o seu negócio no Brasil?



- Para dois terços dos entrevistados, ser identificado como uma marca sueca contribui para os negócios no Brasil.
- 27% dos entrevistados responderam que a marca sueca ajuda com o marketing no Brasil apenas parcialmente. Esse resultado é semelhante ao de 2024, mas elevado em relação aos níveis identificados em 2023 e anteriores.
- Pela primeira vez na série, uma empresa respondeu que ser identificada como sueca não ajuda em nada nos negócios no Brasil.
- Surpreendentemente, as empresas B2C responderam que uma marca sueca é positiva apenas parcialmente ou até certo ponto, mas não em grande medida no Brasil.

Com a eliminação de tarifas de um acordo de livre comércio UE-Mercosul, exportações europeias para a região podem ficar mais baratas em US\$ 5,9 bilhões

COMÉRCIO DE MERCADORIAS UE-MERCOSUL 2024 E TARIFAS DO MERCOSUL



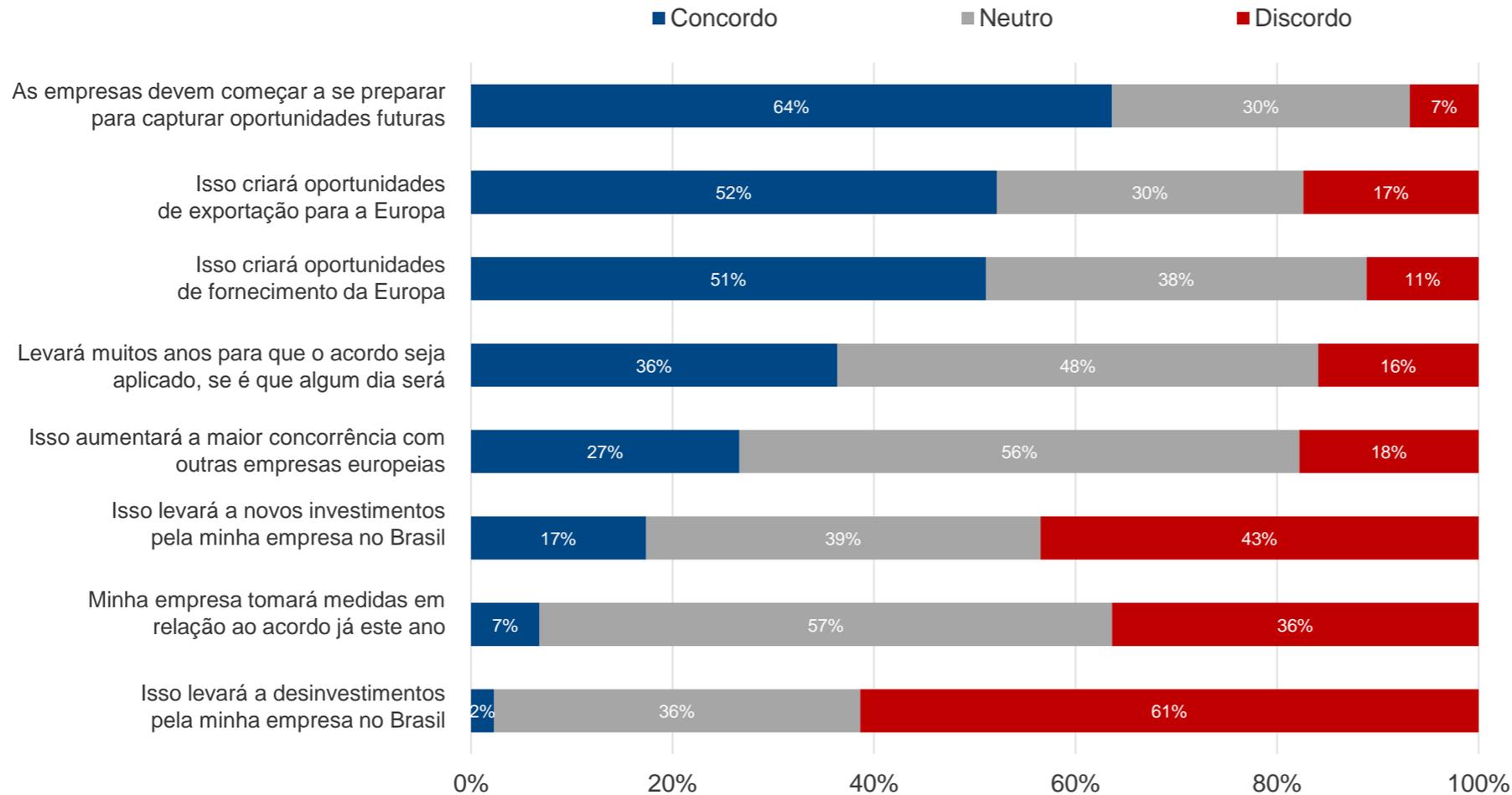
- O Brasil tem, de longe, o maior comércio com a União Europeia dentre os membros do Mercosul, representando mais de 80% das importações e exportações.
- Embora o comércio UE-Mercosul seja bastante equilibrado, os países do Mercosul tendem a exportar produtos de menor valor agregado, como commodities agrícolas e produtos minerais.
- Por meio de tarifas externas comuns, os países do Mercosul impõem maiores barreiras a produtos industrializados e de consumo, como veículos. As tarifas impostas aos insumos industriais são geralmente mais baixas.
- A tarifa final ponderada para as importações do Mercosul com origem na União Europeia durante 2024 foi de 12,8%. Com um volume final de importação de US\$ 45,9 bilhões, o total pago em tarifas foi de cerca de US\$ 5,9 bilhões naquele ano.

Fonte: dados do Mercosul, Tarifa Externa Comum (TEC).



Os entrevistados podem ver as oportunidades resultantes do acordo de livre comércio UE-Mercosul e dizem que precisam começar a se preparar

Pergunta 15: Você concorda (ou não) com as frases abaixo sobre o desenvolvimento do Acordo Comercial UE-Mercosul?



- Em um novo cenário de protecionismo no comércio global liderado pelos Estados Unidos, os acordos comerciais se tornam ainda mais relevantes, aumentando a chance de evolução do acordo de livre comércio entre o Mercosul e a União Europeia.
- 64% das empresas concordam que o mercado deve começar a preparar-se para os efeitos da aplicação deste acordo. No entanto, apenas 7% tomarão medidas este ano. Isso significa que, enquanto as empresas estão se preparando para a mudança, isso só deve acontecer a médio e longo prazo, como é a opinião de 36%.
- Entre as oportunidades criadas com o acordo de livre comércio UE-Mercosul, cerca de metade das empresas suecas veem que aumentarão as exportações e o fornecimento da Europa. Mas a concorrência com outras empresas europeias só aumentaria para 27%.
- 17% dos entrevistados acreditam que aumentarão os investimentos no Brasil nesse novo cenário. No entanto, para uma empresa, isso levará a desinvestimentos.

Business Climate Survey Brazil 2025

- Negócios suecos no Brasil
- Clima de negócios no Brasil
- Desafios e como as empresas suecas têm sucesso no Brasil
- **Agindo de forma sustentável**

TEAM
SWEDEN
BRAZIL

Principais conclusões: Agindo de forma sustentável



30% das empresas dizem que o cliente brasileiro considera muito os aspectos ambientais ao fazer sua compra



Nenhuma empresa denunciou violações de direitos humanos no último ano



29% dos entrevistados aumentaram as vendas oferecendo produtos e serviços sustentáveis



6 dos 48 entrevistados identificaram riscos de corrupção em 2024, principalmente com origem interna



Incentivos governamentais são necessários para estimular alternativas ecologicamente corretas e mitigar a sensibilidade ao custo no Brasil

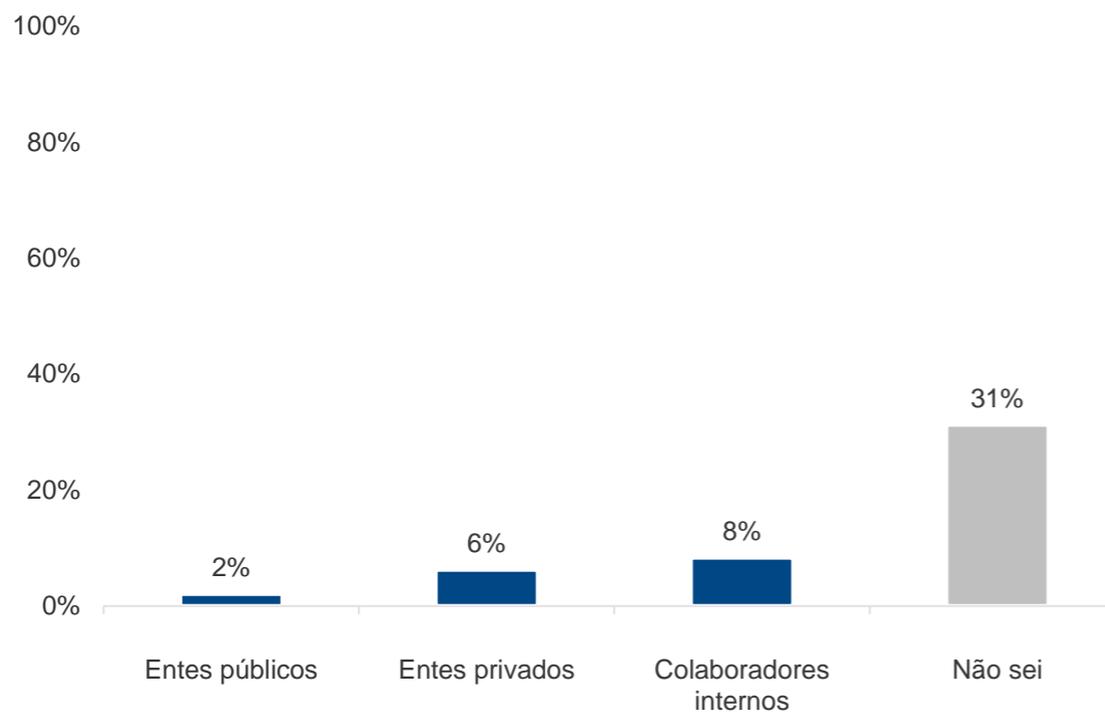
Pergunta 16: Por favor, fale sobre os desafios relacionados à sustentabilidade no Brasil e a possibilidade de mitigar esses riscos.



No total, 6 empresas identificaram atividade de corrupção durante 2024; nenhum denunciou violações de direitos humanos

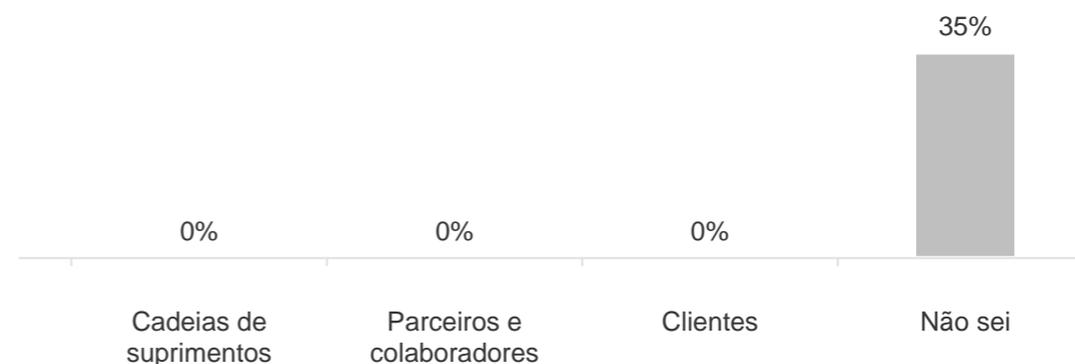
Impacto da corrupção

Pergunta 17:
No último ano, sua empresa no Brasil foi exposta à corrupção com...



Violações dos direitos humanos

Pergunta 18:
No ano passado, sua empresa no Brasil encontrou alguma forma de violação de direitos humanos e/ou abuso de direitos trabalhistas em/com seu...



O Brasil subiu muitas posições no Índice de Desempenho Ambiental, mas recebeu notas mais baixas em Percepção de Corrupção e Estabilidade Política

ÍNDICE DE PERCEPÇÃO DA CORRUPÇÃO 2024, economias selecionadas

Rank	País	Pontuação (0 a 100)
= 1	Dinamarca	90
▼ 8	Suécia	80
▼ 15	Alemanha	75
= 20	Reino Unido	71
▼ 28	Estados Unidos	65
▼ 32	Chile	63
▲ 76	China	43
▼ 92	Colômbia	39
▼ 96	Índia	38
▲ 97	Indonésia	37
▼ 107	Brasil	34
= 107	Turquia	34
▼ 140	México	26
▼ 154	Rússia	22

Número de países no ranking: 180

2023 ESTABILIDADE POLÍTICA E AUSÊNCIA DE VIOLÊNCIA/TERRORISMO, economias selecionadas

Rank	País	Pontuação (2,5 a -2,5)
▲ 1	Ilha de Jersey	1.74
▼ 57	Suécia	0.76
▼ 72	Alemanha	0.59
= 81	Reino Unido	0.51
▼ 106	Chile	0.14
▲ 112	Estados Unidos	-0.03
▲ 151	Indonésia	-0.40
▼ 152	Brasil	-0.41
▼ 159	China	-0.51
▲ 164	México	-0.63
▼ 167	Índia	-0.64
▼ 172	Colômbia	-0.72
▲ 183	Turquia	-0.92
▼ 184	Rússia	-1.04

Número de países no ranking: 214

ÍNDICE DE DESEMPENHO AMBIENTAL 2024, economias selecionadas

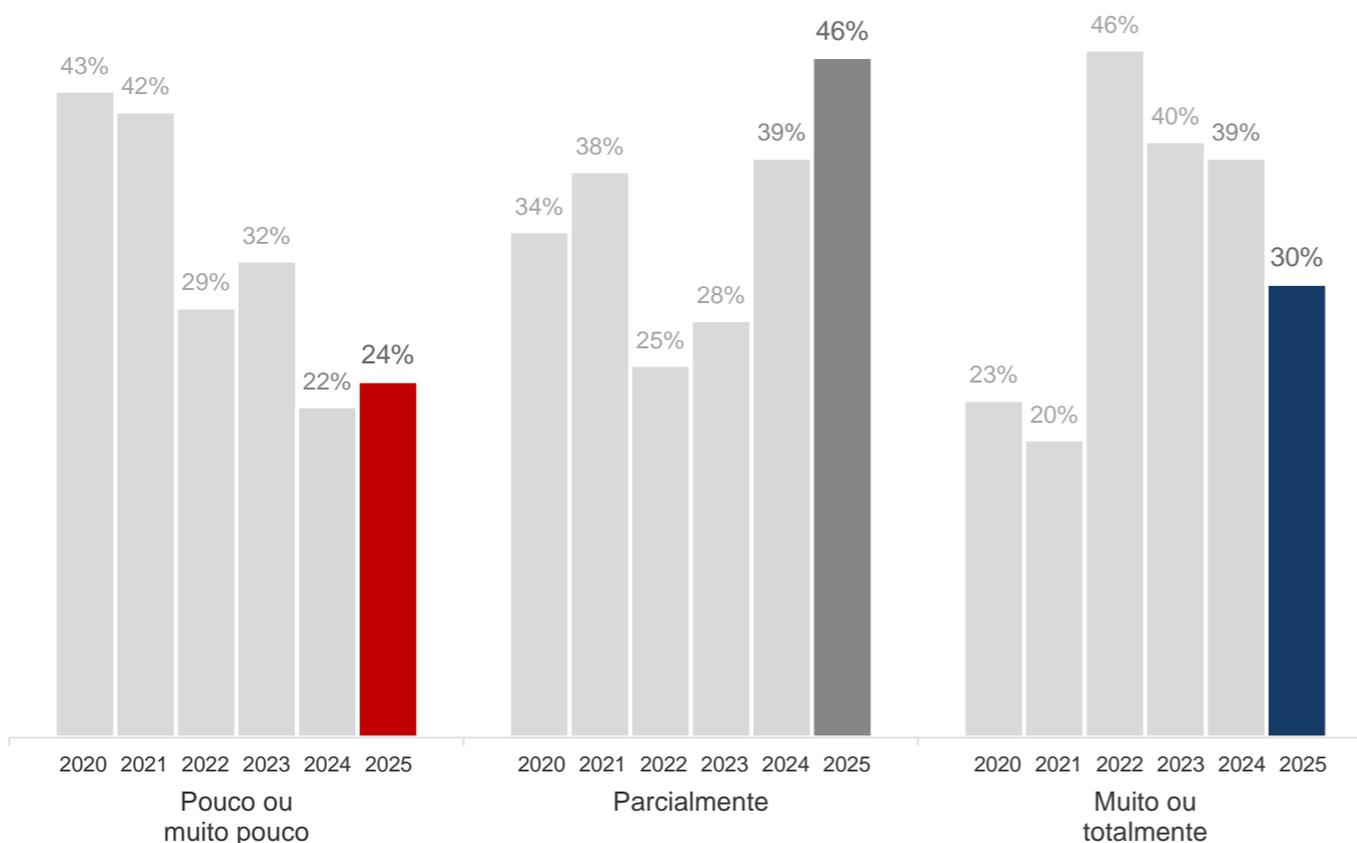
Rank	País	Pontuação (0 a 100)
▲ 1	Estônia	75.7
▲ 3	Alemanha	74.5
▼ 5	Reino Unido	72.6
▼ 6	Suécia	70.3
▲ 35	Estados Unidos	57.2
▲ 47	Brasil	53.0
▲ 63	Colômbia	49.7
▲ 64	Chile	49.6
▲ 83	Rússia	46.7
▼ 97	México	44.2
▼ 143	Turquia	37.2
▼ 156	China	35.4
▲ 163	Indonésia	33.6
▲ 176	Índia	27.6

Número de países no ranking: 180

Fonte: Transparency International, World Bank, Yale University.

30% das empresas dizem que os clientes brasileiros consideram aspectos sustentáveis de fato; 46% afirmam considerar esses aspectos apenas parcialmente

Pergunta 19: Na sua opinião, até que ponto os clientes do seu setor no Brasil consideram os aspectos ambientais de um produto ou serviço em sua decisão de compra?

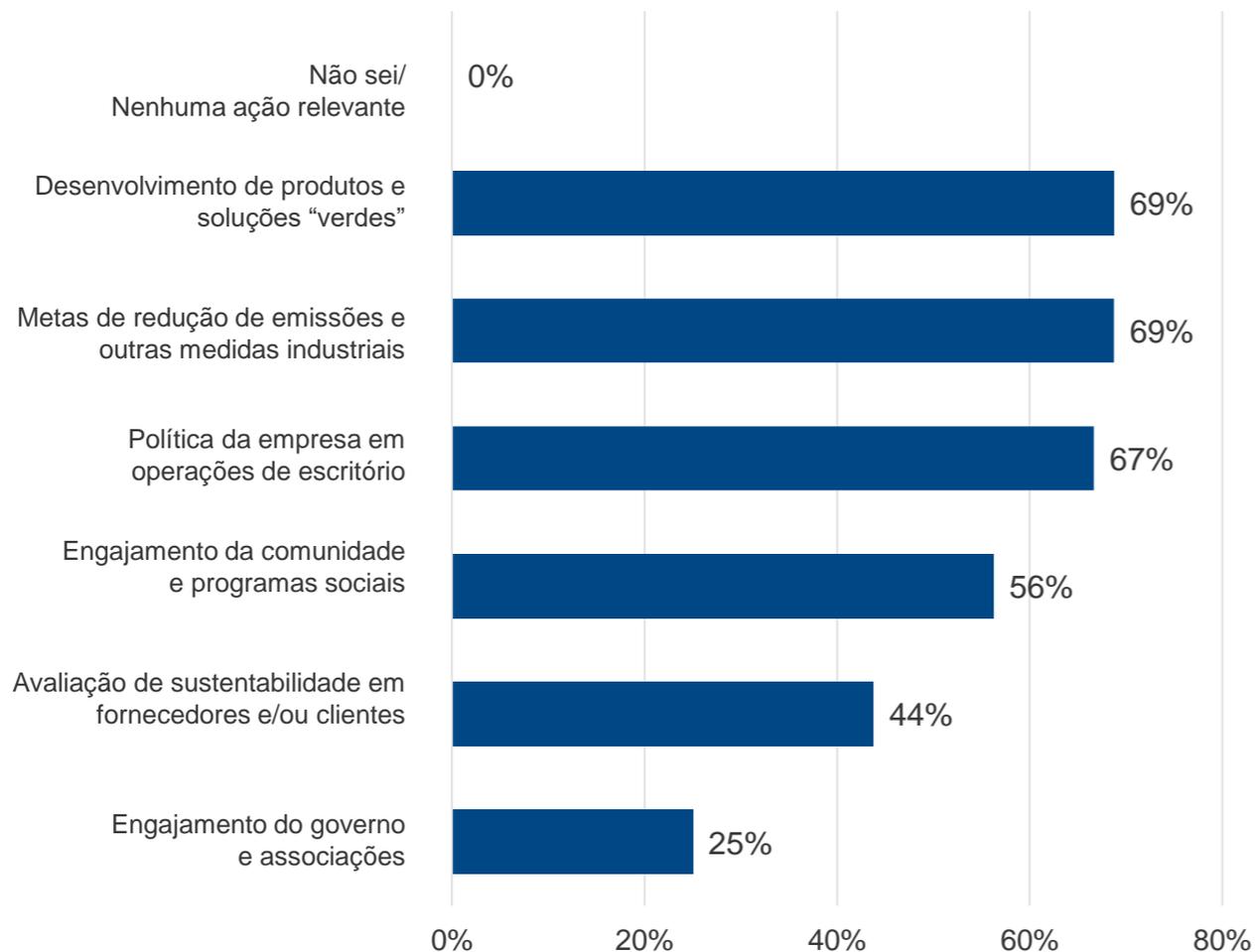


- Em comparação com o BCS de 2024, a taxa de empresas que responderam que os clientes brasileiros consideram os aspectos ambientais altamente durante a decisão de compra caiu de 39% para 30%.
- No entanto, a taxa de empresas que responderam que os clientes brasileiros mal consideram tais aspectos cresceu apenas 2 pontos percentuais, mantendo-se em um patamar baixo em relação aos anos anteriores. Dessa forma, os resultados para esta questão são comparáveis à avaliação atual do clima de negócios no Brasil (Pergunta 6).
- A deterioração dessa percepção sobre a atenção à sustentabilidade pode estar ligada a fatores identificados em questões anteriores, como uma forte sensibilidade ao custo por parte dos clientes brasileiros (Pergunta 16) e um cenário econômico mais desafiador (Pergunta 7).
- Os entrevistados suecos de médio e grande porte foram os que identificaram um compromisso ambiental mais forte de seus clientes no Brasil.

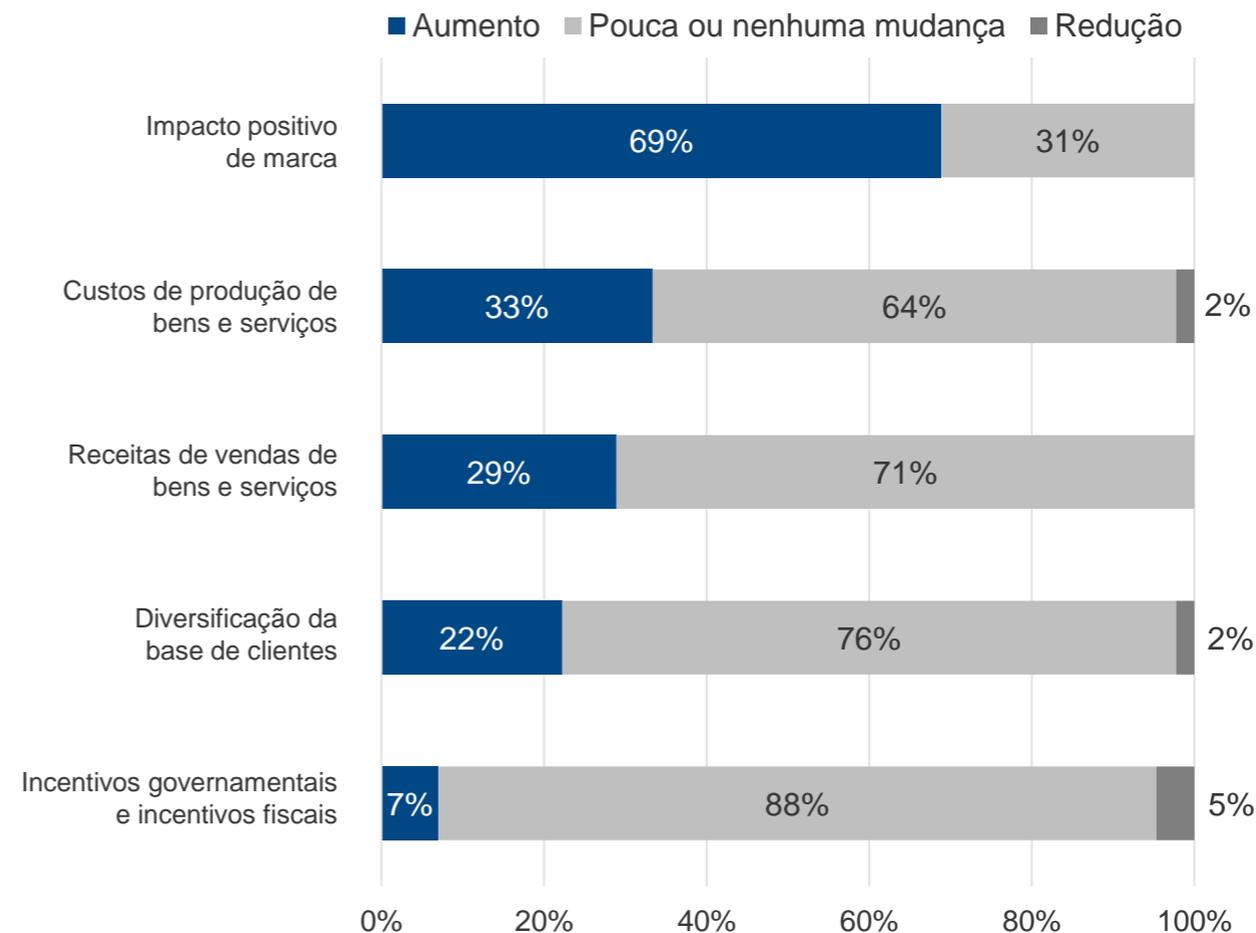


Empresas suecas condizem relevantes ações sustentáveis no Brasil; Isso resultou em um aumento de receita para 29% e uma marca positiva para 69%

Pergunta 20: Como sua empresa promove a sustentabilidade ambiental no Brasil?



Pergunta 21: Em que medida os recentes investimentos favoráveis ao clima iniciados por sua empresa no Brasil causaram aumentos ou diminuições nos seguintes aspectos?



Nota: as respostas Não sabe/Não se aplica foram excluídas desta análise.

Projetos atuais no Brasil apontam para uma forte transição sustentável no Brasil

Águas, Esgotos & Resíduos Sólidos



Estado	Município	Projeto	Status	R\$ milhões	Tipo
PA	Belém	Expansão de esgoto - SES da Bacia do Una	Preparação	359,2	Estado
RJ	Rio de Janeiro	Expansão de esgoto - Rio de Janeiro	Em andamento	325,7	Privado
SP	Sumaré	Expansão de esgoto - Sumaré	Em andamento	302,0	Privado
SP	São Paulo	Expansão de esgoto - Várzea do Tietê	Em andamento	300,2	Estado
PE	Caruaru	Expansão de esgoto - SES Caruaru	Preparação	299,7	Estado
MA	São Luís	Expansão de esgoto - SES São Luís	Preparação	297,8	Estado
SC	Itajaí	Expansão de esgoto - ETE Itajaí	Preparação	242,1	Municipal
RO	Guajará-Mirim	Expansão de esgoto - SES Guajará-Mirim	Preparação	226,8	Estado
RJ	Angra dos Reis	Implantação de esgoto - SES Japuiba	Preparação	225,3	Municipal
SE	Itabaiana	Implantação de esgoto - SES Itabaiana	Preparação	201,4	Estado
MG/SP	Various	Serviço de coleta seletiva	Preparação	46,0	Municipal
SP	Peruíbe	Implantação de aterro sanitário	Preparação	35,0	Municipal

Transporte Sustentável



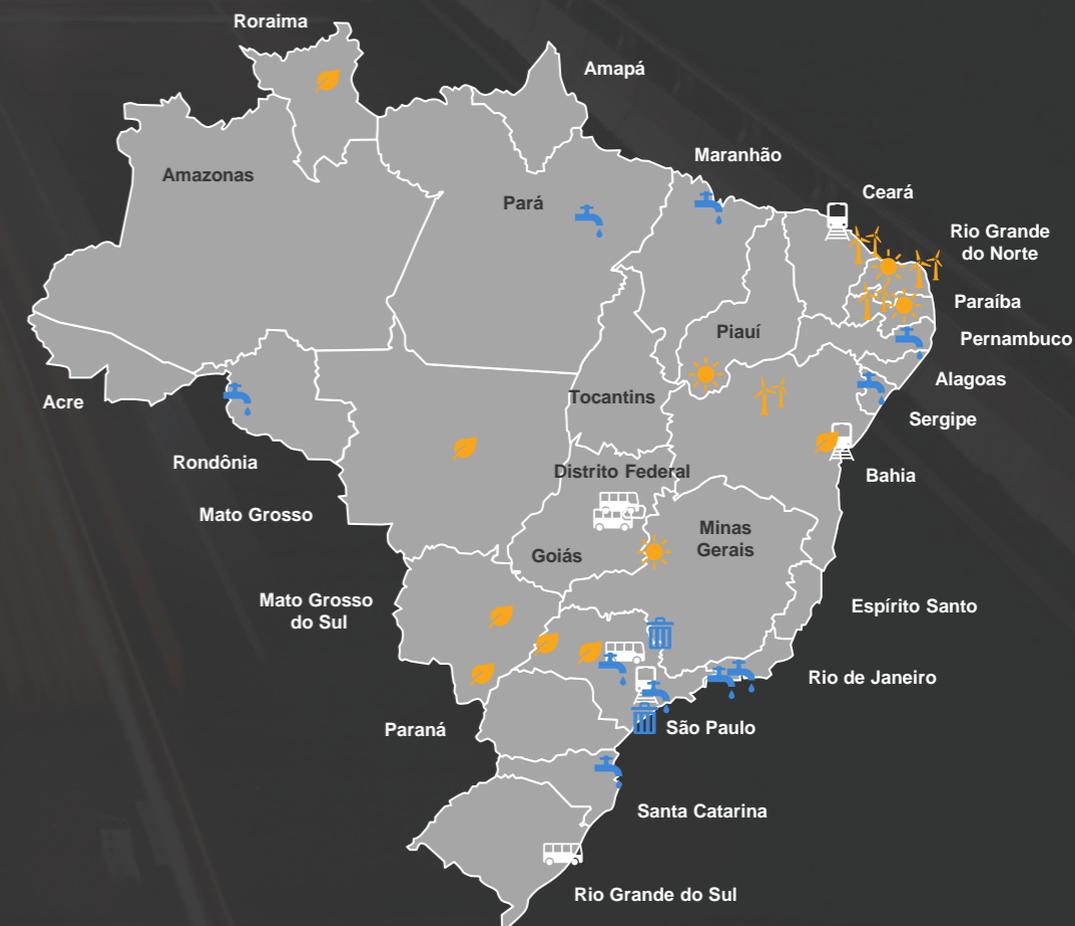
Estado	Município	Projeto	Status	R\$ milhões	Tipo
SP	São Paulo	Expansão do Metrô Linha 2	Em andamento	7.200,0	Estado
CE	Fortaleza	Implantação da Linha Leste do Metrô	Preparação	2.148,0	Estado
SP	São Paulo	Expansão da Linha 5 do Metrô	Preparação	1.736,5	Estado
BA	Salvador	Expansão da Linha 1 do Metrô	Preparação	1.518,6	Estado
DF	Brasília	Implementação do BRT Norte	Preparação	1.500,0	Municipal
RS	Porto Alegre	Renovação sustentável da frota (600)	Preparação	1.008,5	Municipal
GO	Luziânia	Implementação BRT	Preparação	1.000,0	Estado
SP	Campinas	Renovação sustentável da frota (512)	Preparação	949,2	Municipal
DF	Brasília	Implantação BRT Eixo Sudoeste	Preparação	925,3	Municipal

Eólica, Solar & Biocombustíveis



Estado	Município	Projeto	Status	R\$ milhões	Tipo
BA	S. Francisco do Conde	Implantação de biorrefinaria	Em preparação	14.963,9	Privado
MG	Paracatu	23 Usinas solares Boa Sorte	Em preparação	4.915,8	Privado
RN	Açu	16 Usinas solares Assu Sol	Em preparação	3.647,8	Privado
BA	Gentio do Ouro	24 Usinas eólicas Serra do Assuruá	Em preparação	3.576,9	Privado
PI	Parnaíba	15 Usinas solares Altitude	Preparação	3.185,2	Privado
PB	Santa Luzia	13 Usinas solares Santa Luzia	Em preparação	3.149,4	Privado
RN	Currais Novos	8 Wind plants Ventos de São Rafael	Em preparação	2.130,9	Privado
PB	Nova Palmeira	14 Usinas eólicas Serra da Palmeira	Em preparação	1.598,2	Privado
MS	Caarapó	Implantação de usina de etanol	Em preparação	1.380,0	Privado
SP	Andradina	Implantação de usina de etanol	Em preparação	1.380,0	Privado
CE	Icapuí	10 Usinas eólicas Kairós	Em preparação	1.215,5	Privado
MS	Ribas do Rio Pardo	Térmica renovável UTE Suzano	Em preparação	978,6	Privado
MT	Lucas do Rio Verde	Captura de CO2 no solo	Em preparação	350,0	Privado
SP	Piracicaba	Implementação de planta de biometano	Concluído	280,0	Privado
RR	Boa Vista	UTE Híbrido Forte São Joaquim	Preparação	268,9	Privado

GRANDES PROJETOS INCLUÍDOS NO PROGRAMA "NOVO PAC" DO GOVERNO, COM INVESTIMENTOS ENTRE 2023-2030



Fonte: Novo PAC Portal do Governo Federal.

As empresas pesquisadas identificam muitas oportunidades relacionadas a uma "transição verde" no Brasil, seja pela venda de suas soluções ou pela própria adoção

Pergunta 22: Sua empresa encontrará oportunidades no curto prazo relacionadas à "transição verde" no Brasil nos seguintes segmentos?



- 27% a 29% das empresas veem oportunidades relacionadas à geração solar e biocombustíveis, dentro de energia sustentável. De fato, os projetos indicados na página 35 mostram fortes investimentos em energia renovável em todo o Brasil.
- Dentro dos diferentes segmentos de sustentabilidade, as empresas suecas veem mais oportunidades de vendas relacionadas ao transporte sustentável (35%) e à economia circular (31%), além de energias renováveis.
- Devido ao seu desenvolvimento inicial e natureza de nicho, o hidrogênio verde foi menos mencionado como uma oportunidade de vendas e implementação.
- 40% a 48% veem oportunidades para se tornarem mais sustentáveis implementando soluções relacionadas à economia circular, água e esgoto, resíduos sólidos e eficiência energética.

Vozes dos gestores: Líderes brasileiros devem intensificar e acelerar a transição verde

O Brasil pode se tornar um ator-chave



"2025 deve ser melhor que 2024 e é o momento de fazer acontecer o que foi prometido para cumprir a meta de colocar o Brasil como líder na Transição Energética. Muitos projetos ainda estão em andamento e é o ano para torná-los concretos."



"A falta de estrutura e investimentos governamentais objetivos são desafios, mas devido à matriz energética, que é majoritariamente limpa, o Brasil poderá ser protagonista nessa transformação e o setor privado, impulsionado pelas demandas do mercado, terá um papel importante nessa transformação."



"Para nossa empresa, o desenvolvimento da produção de biodiesel está se tornando mais importante para a aplicação de nossas tecnologias. O etanol, que é usado para os carros corporativos, nos faz diminuir drasticamente o CO2 no escapamento. A energia gerada no Brasil é 89% baseada em energia renovável, o que também nos ajuda a obter KPIs de sustentabilidade definidos pela nossa matriz."

É necessária mais ação governamental



"Ainda muito caro para ser sustentável e pouco ou nenhum incentivo para avançar com sustentabilidade. Regulamentações fortes e apoio do governo são necessários para garantir melhorias mais rápidas para levar o país a ser totalmente sustentável. Educação e comunicação forte são a chave para garantir que a população comece a pressionar o governo a agir e para que o setor privado desenvolva soluções sustentáveis."



"Para mitigar esses desafios, o Brasil deve investir em iniciativas Net Zero, incentivos governamentais para a transição verde, ganhos de eficiência, economia circular e expansão da capacidade de energia renovável."



"Infelizmente, o clima de negócios no Brasil vem enfrentando uma 'nuvem' de incertezas causada pelo atual governo que vem tomando medidas/ações inconsistentes, afetando diretamente a confiança das empresas e impactando negativamente os negócios/projetos no Brasil."

Vozes dos gestores: O custo ainda é o principal desafio para clientes brasileiros

Os clientes corporativos têm pouco foco na sustentabilidade



"O difícil hoje é entender a agenda de diferentes clientes e se adaptar às suas demandas. Muitas vezes, eles próprios não têm uma estratégia clara de sustentabilidade e, às vezes, esperam nossas iniciativas."

"A ética e a responsabilidade social corporativa surgiram como um pré-requisito para a maioria das grandes organizações. Isso levou a concorrência a intensificar e cumprir os padrões 'mínimos' como meio de abrir caminhos, mas aqueles que não incorporam verdadeiramente a prática nos DNAs de suas empresas perderam gradualmente terreno e acabarão por intensificar seu jogo para ganhar uma fatia do mercado."



No entanto, os compradores ainda não estão prontos para valorizar produtos premium baixa emissão - quando oferecidos para escolher uma alternativa premium de baixa emissão, a escolha é para o produto padrão. À medida que a demanda por reduções de escopo 3 aumenta (o que significa uma pressão dos clientes de nossos clientes para que eles relatem suas emissões e procurem parcerias com fornecedores que possam ajudá-los a reduzir sua pegada de CO2), acreditamos que isso pode mudar, mas não por enquanto.."



"A maioria dos clientes não tem nenhum critério de aquisição relacionado à sustentabilidade. Para os poucos que o fazem, esses critérios ainda não estão pesando nas decisões e são considerados apenas 'bons de se ter'. Nenhum de nossos clientes está disposto a pagar preços mais altos devido a alegações de sustentabilidade."

Baixa renda ainda é um desafio



"No Brasil, a compra de produtos acabados enfrenta o desafio de equilibrar a sustentabilidade com o limitado poder aquisitivo da população. Embora os consumidores muitas vezes busquem produtos mais acessíveis, priorizando o preço em detrimento da sustentabilidade, a conscientização sobre os benefícios de produtos duráveis e ecologicamente corretos vem crescendo."



"Do meu ponto de vista, o principal desafio está relacionado aos custos envolvidos ao longo da cadeia para ter a capacidade de adotar plenamente práticas sustentáveis, juntamente com o fato de que os consumidores finais estão mais preocupados com sua capacidade de satisfazer suas necessidades alimentares básicas do que em garantir que sejam sustentáveis..."



"Baixa renda disponível para experimentar opções mais sustentáveis, já que normalmente são mais caras."



"A sustentabilidade parece estar longe da mente dos brasileiros, a agenda ESG vem enfraquecendo muito nos últimos anos."

TEAM
SWEDEN
BRAZIL