

OS IMPACTOS DA LGPD NAS RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

www.revistaRI.com.br

EM PAUTA

NOVA VERSUS VELHA ECONOMIA A HORA DA GRANDE ACELERAÇÃO

por KATE MONTEIRO

ENTREVISTA

Diego BARRETO

VP de Finanças e Estratégia do iFood

Como a **Nova Economia** vem impactando os modelos de negócios tradicionais?

por ANDRÉ VASCONCELLOS

n°253

AGO 2021





Duratex agora é → DEXCO

DEXCO

Viver ambientes.

www.dex.co



70 anos

A gente só existe por causa da mudança.

DEXCO é uma marca que já nasce com 70 anos de história. E pronta para o agora. Nós somos a **Deca, Portinari, Hydra, Duratex, Ceusa e Durafloor.**

**Venha viver a mudança.
Viver ambientes.**

RI

nº 253 • Agosto 2021



06 Ponto de Vista

Os IPOs e o day after

POR MARCOS RODRIGUES

08 Entrevista

Diego Barreto,
VP de Finanças e
Estratégia do iFood

POR ANDRÉ VASCONCELLOS

16 Em Pauta

Nova versus Velha
Economia: a hora da
grande aceleração

POR KATE MONTEIRO

34 Comunicação

Os impactos da LGPD nas
Relações com Investidores

POR LUCAS BARRA



38 Panorama AMEC

Entrevista: Roberto
Teixeira da Costa,
Economista

POR AMEC

44 Sustentabilidade

A Amazônia está
emitindo CO2:
por que temos que nos
preocupar com isso?

POR MARIA EUGÊNIA BUOSI
E TALITA DANIELA DA SILVA

48 Desenvolvimento Sustentável

Do BNDE ao BNDESG:
uma reflexão sobre
sua trajetória ESG

POR GUILHERME TEIXEIRA
E JÚLIA FERRATO

50 Espaço APIMEC

A transformação
do Mercado &
o Estado ESG 5.0

POR CÉLIO FERNANDO B. MELO
E JULIANA RABELO MELO

54 Orquestra Societária

Entrevista Ricardo Neves,
CEO da everis Brasil

POR CIDA HESS
E MÔNICA BRANDÃO

60 Enfoque

Memorando à um RI
em tempos de ciência
de dados & ESG

POR FERNANDO CARNEIRO

64 IBGC Comunica

O Conselho é POP:
reflexões sobre a
composição dos boards

POR PEDRO MELO

66 Conselho de Administração

Desafios e oportunidades
da participação
dos empregados
em Conselho de
empresas estatais

POR BRUNO CESAR PAIVA

70 Governança

Governança
Transformacional:
mais um buzzword?

POR CLAUDIA PITTA

72 Forum ABRASCA

Audiência da nova
regulamentação
sobre ofertas

POR EDUARDO LUCANO

74 Educação Financeira

Educação:
o melhor investimento

POR JURANDIR SELL MACEDO

77 IBRI Notícias

Prêmio APIMEC IBRI:
por Geraldo Soares

POR RODNEY VERGILI

95 Opinião

Anitta e o Nubank

POR THOMAS LANZ

REVISTA RI®

É uma publicação mensal da IMF Editora Ltda.

Av. Erasmo Braga, 227 - sala 511

20020-000 - Rio de Janeiro, RJ

Tel.: (21) 2240-4347

ri@imf.com.br

www.revistaRI.com.br

Publisher e Diretor Editorial: Ronnie Nogueira | **Presidente do Conselho:** Ronaldo A. da Frota Nogueira (1938-2017)

Conselho Editorial: Antônio Castro, Edison Arisa, Eduarda La Rocque, Fábio Henrique de Sousa Coelho, Hélio Garcia, Jurandir Macedo, Marcelo Mesquita, Ricardo Amorim, Roberto Teixeira da Costa e Thomás Tosta de Sá

Projeto Gráfico: DuatDesign

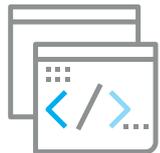
Os artigos aqui publicados não pretendem induzir a nenhuma modalidade de investimento. Os dados e reportagens são apurados com todo o rigor, porém não devem ser considerados perfeitos e acima de falhas involuntárias. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores. É proibida a reprodução desse volume, ou parte do mesmo, sob quaisquer meios, sem a autorização prévia e expressa da IMF Editora.

WEBSITES

DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES, CORPORATIVO E DE SUSTENTABILIDADE

Equipe especializada em produção de sites de RI, com ferramentas de **acessibilidade** (acessíveis para todos os públicos), **sites confiáveis** e **seguros** (HTTPS), com **tecnologia responsiva** e **CMS** para gerenciamento de conteúdo. **Qualidade**, **atendimento ágil** e **autonomia** para atualizar informações com **ferramentas próprias** e customizáveis, que otimizam o tempo de manutenção e **enriquecem a experiência dos visitantes**.

FERRAMENTAS
PRÓPRIAS DE RI



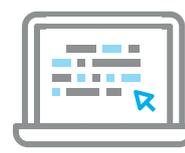
TECNOLOGIA
RESPONSIVA



HTTPS



CUSTOMIZAÇÃO



SEO



FERRAMENTAS DE RI PRÓPRIAS E CUSTOMIZADAS

Gráficos interativos, simulador de investimentos, evolução das ações, séries históricas, histórico de cotações, plataforma de webcast, gestão e disparo de mailings com relatório de envios, entre outras.

ACESSIBILIDADE

Adoção das principais recomendações de acessibilidade do WCAG.

**havaianas
de presente?
só vai.**



**linha
havaianas
casual**

havaianas.com



havaianas[®]

Os IPOs & o day after

A onda de abertura de capital das empresas brasileiras é um fator positivo para o mercado nacional. O movimento alavanca o desenvolvimento econômico, pois ganham as empresas, que passam a contar com mais uma forma de captar recursos, e ganham os investidores, que obtêm mais opções de diversificação de seu portfólio.

por **MARCOS RODRIGUES**

Somente este ano, até julho, ocorreram 35 estreias de empresas na Bolsa. Apenas no primeiro semestre o número de IPOs registrado em todo o ano de 2020. E as perspectivas são otimistas. A CVM até o dia 28 de julho registrava 19 registros de ofertas primárias de ações e 13 de secundárias. O movimento indica que é possível superar o recorde de 2007, quando foram ofertadas 64 companhias, movimentando R\$ 55,6 bilhões.

Demanda no mercado para tal movimento há. O número de pessoas físicas na B3 cresceu 92,1% em 2020 para 3,23 milhões. E a tendência positiva continua. Atualmente, são 3,77 milhões de CPFs cadastrados. Apesar de tamanha pujança, em termos percentuais da população, o número ainda é reduzido: menos de 2% e há muito o que crescer. O Brasil ainda conta com menos de 500 companhias listadas na Bolsa, um número muito pequeno perto do tamanho da nossa economia.

Neste movimento recente, muitos dos novos integrantes da Bolsa pertencem à chamada Nova Economia e estão abrindo caminhos para outros trilhareem. Isso também leva ao crescimento do mercado de *private equity* e *venture capital* porque tais fundos acabam vendo possibilidade de saída.

“

O número de pessoas físicas na B3 cresceu 92,1% em 2020 para 3,23 milhões. E a tendência positiva continua. Atualmente, são 3,77 milhões de CPFs cadastrados. Apesar de tamanha pujança, em termos percentuais da população, o número ainda é reduzido: menos de 2% e há muito o que crescer.

”

“

Ter governança somente não basta. As novas ingressantes se deparam com um mercado muito mais exigente, em que o segmento máximo de governança corporativa, o Novo Mercado, deixou de ser algo especial para ser praxe entre as companhias mais recentemente listadas. A pandemia apenas acelerou o processo e a importância das práticas sustentáveis nos campos do ambiental, social e da governança, que formam a sigla ASG.

”

TRANSPARÊNCIA É CONDIÇÃO

Mas é preciso lembrar que a emissão de ações é apenas o meio de uma longa jornada de estruturação dos negócios. Antes de abrir o capital é essencial estar pronto a dividir com os novos sócios as decisões a serem tomadas, seguindo todo o princípio de transparência. É necessário formar um Conselho de Administração apto a direcionar o rumo estratégico da empresa e por aí vai.

Toda a transformação deve ser bem estruturada e fazer parte dos alicerces da empresa. Não basta apresentar somente balanços auditados ou cumprir um check list de exigências legais, afirmando que tem governança para convencer o investidor. Ao contrário, a governança é feita de princípios e, por isso, precisa fazer parte da cultura da empresa, principalmente dos sócios-fundadores.

Mesmo assim, ter governança somente não basta. As novas ingressantes se deparam com um mercado muito mais exigente, em que o segmento máximo de governança corporativa, o Novo Mercado, deixou de ser algo especial para ser praxe entre as companhias mais recentemente listadas. A pandemia apenas acelerou o processo e a importância das práticas sustentáveis nos campos do ambiental, social e da governança, que formam a sigla ASG.

MUITO ALÉM DO MARKETING

As empresas vêm buscando evoluir e o maior cuidado é distinguir o que é um ASG de verdade e o que é um ASG de marketing. A sigla se tornará um selo para as ações,

assim como foi o Novo Mercado e este é um caminho sem volta. O passado foi marcado por empresas falando que eram por fora, mas por dentro nada tinha mudado. Quais práticas vão ser exigidas no tema social, ambiental? O que é suficiente? Quais são as práticas reais que as empresas precisarão fazer para se considerar ASG? Isso vai ser definido pelo mercado. As empresas devem entender que só falar bonito não funciona mais. Até porque logo são rebatidas.

A princípio, o IPO pode ser visto como o atalho para as companhias conseguirem alcançar seus objetivos e, nesse sentido, podem ir a mercado mesmo sem estar completamente estruturada, para ganhar musculatura depois do aporte. podem até aceitar valer menos para não mudar sua estrutura de governança. Porém, sempre tem o dia seguinte e é no *day after* que a governança será cobrada. Seja de forma mais rápida ou mais lenta, quem não atender as exigências, sofrerá a penalidade. **RI**



MARCOS RODRIGUES
é sócio-fundador da BR Rating
mrodrigues@brrating.com.br

ENTREVISTA

Diego BARRETO

VP de Finanças e Estratégia do **iFood**

“

A Nova Economia é o processo de inflexão de uma curva, de um desenho de cenário econômico em que existe uma múltipla convergência de inovações tecnológicas e que muda radicalmente o padrão de organização das empresas, o nível de produtividade e naturalmente gera impacto benéfico na sociedade.

”

Diego Barreto, 38 anos, VP de Finanças e Estratégia do iFood, autor do *best seller* “*Nova Economia: Entenda por que o perfil empreendedor está engolindo o empresário tradicional brasileiro*” (Gente Editora) – possui MBA pelo IMD (Suíça), com foco em Estratégia e Liderança e é mentor na Endeavor e na 500 Startups, atuando em favor de mais de 30 startups em diferentes países e como conselheiro de empresas da Velha e Nova Economia. Especialista em Finanças pela Fipecafi/USP, é também bacharel em Direito pela PUC-SP tendo Iniciado sua carreira profissional como trainee na Mattos Filho Advogados (2004 à 2007), como parte do time de mercado de capitais responsável por fusões, aquisições, IPOs e etc. Foi executivo da Ingresso Rápido (2016 à 2018), da Suzano Papel (2015 à 2016), da OAS (2010 à 2011), AES Brasil (2008 à 2010) e na Lopes Consultoria (2007 à 2008).

por **ANDRÉ VASCONCELLOS**

ENTREVISTA

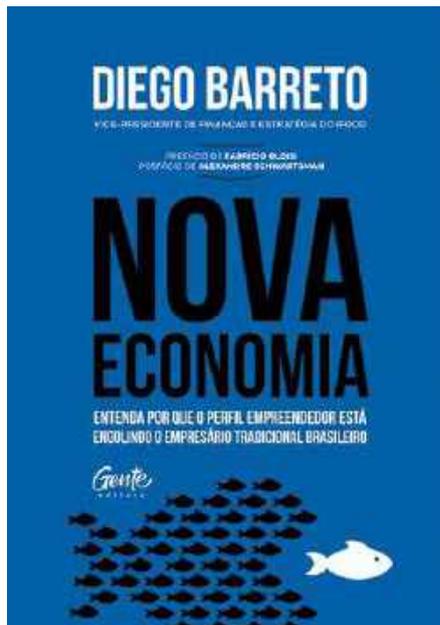
Diego Barreto, que também é vice-presidente do Conselho de Administração do IBRI - Instituto Brasileiro de Relações com Investidores, aborda em seu recém lançado livro **“Nova Economia”**, já um *best seller*, como a Nova Economia vem impactando os modelos de negócios tradicionais. Acompanhe a entrevista.

RI: Quem é o mineiro Diego Carneiro Barreto?

Diego Barreto: O mineiro Diego Carneiro Barreto é um cara cheio de privilégios e que tem consciência desses privilégios. Sou homem, branco, heterossexual, nascido em uma família de classe média alta, nascido na cidade de Uberaba, região sudeste do Brasil, um típico perfil que nasce para ter sucesso no Brasil. É o típico perfil que não vive preconceito ao longo da sua vida, que tende a ter uma taxa de segurança alimentar muito maior do que os demais perfis, de acesso a uma boa escola, melhor do que os outros perfis, acesso a uma boa faculdade e como consequência com um potencial altíssimo de ter sucesso. Agora eu tenho a consciência, o Diego Barreto é um cara que tem a consciência que esse é um perfil para poucos. É um perfil que segrega, que é um gerador de parte dessa imobilidade social que existe no Brasil e, portanto, Diego é um cara revoltado com as estruturas tradicionais de poder e de organização da sociedade e da economia brasileira.

RI: Estamos na era de grandes transformações do setor econômico, que aliado ao avanço tecnológico está cada vez mais focado no meio digital e menos no meio físico, com empresas novas surgindo, ganhando bilhões de reais do dia para a noite, enquanto tradicionais gigantes do mercado perdem espaço e cifras. Com isso, a economia está mudando e o empreendedorismo também. Como autor do best-seller “Nova Economia: Entenda por que o perfil empreendedor está engolindo o empresário tradicional brasileiro”, como você analisa esse cenário e quais os principais pontos em que a Nova e a Velha Economia se diferenciam?

Diego Barreto: O Brasil vive pela primeira vez a sua Nova Economia. A Nova Economia é o processo de inflexão de uma curva, de um desenho de cenário econômico em que existe uma múltipla convergência de inovações tecnológicas e que muda radicalmente o padrão de organização das empresas, o nível de produtividade e naturalmente gera



impacto benéfico na sociedade. Historicamente o Brasil nunca viveu isso, se você pensar na primeira revolução industrial, na segunda, na eletricidade, na produção em massa, do petróleo e todas as demais novas economias que existiram na história. O Brasil nunca fez parte dela. O Brasil pela primeira vez faz parte de uma Nova Economia e o motivo é a globalização, o processo de globalização definitivamente se concretizou no Brasil, o que permite com que tecnologias cheguem aqui mais rápido, ganhem escala mais rápido pelo tamanho do país e como consequência fiquem mais baratas portanto acessíveis. Esse processo é o que cria essa Nova Economia no Brasil pela primeira vez. E ela diferencia, ela gera pontos muito diferentes entre empresas da nova e da velha. Primeiro, as empresas da nova não são só startups, empresas da Nova Economia são aquelas que compreendem essa convergência das múltiplas tecnologias e imputam isso dentro do seu modelo de negócio. Empresas da Velha Economia são aquelas que não compreendem isso, aquelas que não executam isso. Portanto, estar na Nova Economia não implica ser uma startup, estar na nova significa ser uma empresa ou indivíduo que percebe e executa dessa forma e isso diferencia o atraso, do moderno.

RI: Por que o perfil empreendedor está, de fato, “engolindo” o perfil do empresário brasileiro? Como potencializar o viés empreendedor?

Diego Barreto: O perfil empreendedor está ligado à busca de oportunidade, a busca de solução, a encontrar novos caminhos, a um instinto animal que é extremamente

apurado para poder cruzar para o outro lado. O perfil empresário está mais ligado a gestão, a perpetuação, a eficiência máxima, ou seja os dois perfis têm valores bons, eles fazem sentido, o problema é que o Brasil historicamente não teve competição, nós temos muita barreira de entrada para o estrangeiro vir competir e na outra ponta a gente mata o empreendedor para acontecer aqui dentro. Portanto existe aqui um meio caminho na economia brasileira que só as grandes empresas tradicionais habitam e se perpetuam. E aí elas perdem naturalmente um instinto empreendedor com pouca competição, por que eu deveria ser empreendedor? Pelo contrário, deveria sentar no sofá e ficar assistindo televisão, então o que o Brasil perdeu ao longo do tempo por criar essa conjuntura foi exatamente dificultar esse perfil empreendedor se manter nas gerações que vão assumir nos negócios das empresas tradicionais. Como potencializar o viés empreendedor? É uma mudança de hábito, mudança de compreensão do mundo, é uma consciência maior do que está acontecendo, é exatamente ter a humildade de reconhecer o processo evolutivo e isso cabe ao acionista, não cabe aos executivos. Quem define a direção, quem define a cultura, quem define os valores de uma empresa, o nível de consciência de uma empresa é o acionista, que, portanto, pede para o executivo executar naquele caminho. Então a mudança está associada exatamente a uma modernização do *mindset*, do viés, da cabeça dos acionistas brasileiros.

RI: Em artigo publicado no site Poder360 em Julho/2020, em que trata de economia sob demanda e da complexidade do arcabouço regulatório, você defende que “o Brasil não pode ficar fora da ordem futura”. Na sua opinião, quais são os compromissos que o país necessita assumir atualmente?

Diego Barreto: O Brasil precisa assumir um compromisso de mudança de comportamento, de viés, nós temos uma visão extremamente arcaica, antiga, em que nos escoramos no estado brasileiro para poder pedir benesses, para poder garantir uma produtividade artificial. Pensa, quem acredita historicamente que o Brasil poderia ter sido um país de sucesso se não tivesse o tamanho que nós temos em termos de população e geografia e a riqueza dos recursos naturais. Se a gente tivesse nascido com o tamanho geográfico do Japão e com as riquezas naturais do Egito, não seria o Brasil hoje em termos de potência econômica e por tanto de geração de riqueza para a sua sociedade e, portanto, de redução das mazelas sociais. O Brasil provavelmente seria um país miserável porque nós não criamos ao longo do tempo uma estrutura mental que faça o brasileiro, as empresas brasilei-

ras, os acionistas brasileiros terem um comportamento de levantar a régua, de sonhar grande, de competir na arena global. Portanto, o que nós temos que mudar aqui é efetivamente essa cabeça, temos que nos afastar desse jeitinho de pedir para o estado subsídios, temos que nos afastar de pedir para o estado os empréstimos mais baratos, de aumento de tarifa e aceitar mais a competição, aceitar a evolução gerencial, tecnológica, organizacional, do modelo de negócios, para efetivamente subir a régua aqui, poder competir fora e atrair divisas como consequência para o país.

RI: A palavra que pode ajudar a definir a Nova Economia é “disruptura”, que acredita em um rompimento com o velho mercado e a abertura para o novo, mais tecnológico, flexível e prático. Como empresas bem-sucedidas no modelo tradicional podem fazer parte da Nova Economia, migrando para esse novo cenário?

Diego Barreto: A primeira ação a ser tomada é entender qual é o poder da tecnologia. A gente se acostumou a achar que tem tecnologia porque a gente vai lá e compra na prateleira. Só que toda vez que você chega em uma fábrica e alguém fala: “olha como a minha fábrica é tecnológica”, a primeira pergunta que eu faço é: a do vizinho também é? porque ele comprou do mesmo fornecedor?. E a resposta é: sim. Então o que a tecnologia fez de diferente, então existe um conceito aqui de tecnologia proprietária aprender a desenvolver, aprender a criar, a ter essa liberdade interna de gerar ideias e na sequência produzir tecnologia proprietária. Isso não é sobre ser um aplicativo, isso é sobre ter capacidade de criação de tecnologia. São coisas diferentes. O segundo ponto que é muito importante aqui é o processo de criação de uma força de talentos internamente e não de colaboradores apenas. A gente se acostumou a contratar por currículo, o que você faz quando contrata por currículo, você contrata pessoas que passaram por uma boa faculdade, uma boa empresa, mas você perde a visão do comportamento. E o que você precisa de uma empresa que detém tecnologia proprietária e portanto muita flexibilidade, agilidade porque domina o código fonte é que você tenha pessoas com comportamento fantástico, porque trazem agilidade para discussão, porque trazem a capacidade de testagem, trazem a capacidade de gerenciamento de risco, não baseado em políticas escritas em 300 páginas, porque trazem toda uma quantidade de *skills*, que diferenciam e geram portanto um potencial na empresa muito grande. A maioria das empresas faz o quê? Traz boas pessoas baseadas no currículo da empresa, coloca lá dentro de um quadrado chamado políticas corporativas e aí ela tem que

ENTREVISTA

simplesmente linearizar a execução dela ao longo do tempo. E o terceiro ponto é aprender a ajustar modelo de negócios, a gente é muito linear no Brasil, a gente faz a coisa por muito tempo do mesmo jeito, isso não faz sentido no mercado que é cada vez mais competitivo.

RI: O pequeno e o médio empresário também podem trilhar o caminho de mudança rumo à Nova Economia e se beneficiar dessa dinâmica do mercado?

Diego Barreto: Eu acho que aqui a gente vai ter o grande impacto, o pequeno e médio empresário, hoje tem acesso a ferramentas tecnológicas que o permitem criar sua própria tecnologia proprietária e criar este tipo de tecnologia não é necessariamente ter um time de tecnologia criando códigos a partir desse time, mas quando você pensa no pequeno empresário que se utiliza de várias ferramentas tecnológicas e organiza, emaranha do seu jeito próprio, ele em última instância está criando tecnologia. Hoje, o pequeno e médio empresário pode vender no Brasil e antes não podia, porque fisicamente ele estava preso a uma cidade ou um bairro. Hoje ele pode ter um atendimento diferenciado ao seu consumidor com custo muito baixo, se utilizando de ferramentas digitais que no passado ele não podia. Hoje ele pode trabalhar, como se uma franquia estivesse, sem estar nela, porque ele tem acesso aos bens e serviços e capacidade de distribuição de plataformas. Por exemplo, Magalu, Mercado Livre, ifood, entre outras. Então veja o nível do ferramental e a quantidade disponível hoje para um pequeno e médio empresário de forma barata é enorme, o que permite ele repensar a sua cadeia, ele repensar o seu modelo de negócios, ele repensar o modelo de atendimento ao cliente, ganhar uma escala que um pequeno e um médio nunca teriam historicamente no Brasil. Então para mim, aqui vai estar um dos grandes benefícios que a gente vai enxergar e já está enxergando no Brasil.

RI: Com o desafio de revolucionar o universo da alimentação, o ifood já alcança números expressivos, como mais de 60 milhões de pedidos entregues por mês, mais de 270 mil restaurantes parceiros, mais de 160 mil entregadores ativos na plataforma e mais de 4 mil funcionários no Brasil. Como responder às novas demandas, em especial aos novos desafios ESG, em um mundo volátil, incerto e complexo?

Diego Barreto: A resposta ela passa por três pontos. A primeira delas é a transparência, é assumir seu atual status em relação a essa discussão. Então se você me perguntar: “Você é uma empresa que hoje consegue endereçar de forma



O Brasil precisa assumir um compromisso de mudança de comportamento, de viés. Nós temos uma visão extremamente arcaica, antiga, em que nos escoramos no estado brasileiro para poder pedir benesses, para poder garantir uma produtividade artificial. Pensa, quem acredita historicamente que o Brasil poderia ter sido um país de sucesso se não tivesse o tamanho que temos em termos de população e geografia e a riqueza dos recursos naturais.



clara, prática e exposta em termos de números todas essas demandas?”. A resposta é não. Então a minha humildade, o meu reconhecimento, a minha consciência e a coragem de falar isso de forma pública é o que me pressiona, no bom sentido da palavra, a me movimentar, porque vou ser cobrado por isso. O que a maioria das empresas no Brasil faz? Diz que é sustentável, diz que é transparente, inclusiva, que zera carbono, mas o business dela é crescer árvore então na verdade você está fazendo o que já faz no seu negócio. Esse nível de consciência é muito importante. O segundo ponto é dar transparência para a discussão, ou seja, não tratar só internamente, mas passar a dar publicidade a tudo o que você faz, como você faz, e o estágio em que você está. Essa publicidade gera uma pressão sobre você, porque uma vez público o número, as entidades de classe vão te cobrar, a mídia vai te cobrar, as pessoas vão te cobrar. E o terceiro pilar é números, me dê números para que eu saiba efetivamente se as coisas vão bem ou mal. Me dê números para mostrar se

efetivamente o caminho que está seguindo é um caminho grandioso nessa discussão. Sem números não existe discussão. Então por exemplo, no caso do ifood, nossos números são: nós iremos zerar as emissões de carbono já no ano de 2021, de todo impacto que a gente gera ou eu vou ter que compensar comprando crédito ou vou ter que efetivamente passar a criar soluções tecnológicas para esse impacto que, por exemplo, uma moto com motor a combustão gera. No caso por exemplo de diversidade e inclusão, nos comprometemos publicamente, até 2023, ter uma empresa em que mulheres vão representar 40% do corpo diretivo da empresa e negros vão representar 30%. E não só do corpo diretivo, mulheres vão representar 50% de toda a empresa e negros 40%, esse número é público, desafiador e eu vou ser cobrado se não entregar isso. Então veja como a soma desses três pilares me permitem efetivamente caminhar porque a pressão que você cria para você mesmo acaba gerando isso.

RI: As empresas hoje trabalham muito em parceria, principalmente entre startups. Isso é um fenômeno ligado à Nova Economia?

Diego Barreto: Totalmente, a empresa brasileira tradicional não é cooperativa, pelo contrário, ela trabalha de forma a se isolar, trabalha de forma a criar silos, feudos, você tem raros casos no Brasil de empresas tradicionais que trabalham em um formato de ecossistema. E aí as pessoas de uma forma leviana confundem ou argumentam que a cadeia de valor que ela tem é um ecossistema. Não, só a cadeia de valor não é um ecossistema, o ecossistema é dar liberdade de integração para terceiros, é você permitir que terceiros entrem e saiam sem qualquer tipo de barreira, por exemplo a lógica da API em que você permite que qualquer um que pegue sua API entra no seu ecossistema e saia quando quiser. Essa lógica ela não está ligada a um contrato que te segura, que te prende, que te aprisiona, então as empresas da Nova Economia, como elas entendem mais de tecnologia e tem uma paixão natural por dados, elas automaticamente tendem a ser organizar em ecossistemas e por tanto colaborar muito mais.

RI: Na sua opinião, quais aspectos a pandemia da Covid-19 acelerou o mundo corporativo rumo à Nova Economia e também a adesão às questões ESG?

Diego Barreto: Na minha opinião, a Covid-19 não acelerou o processo das empresas irem rumo à Nova Economia e nem ESG. O que a pandemia fez foi colocar uma arma na cabeça dos empresários e dizer “você não se digitalizou” “você corre o risco de morrer” e aí todo mundo saiu correndo para se digitalizar e prestar atenção nesses temas, isso não quer dizer que

você está na Nova Economia. O fato de você olhar para o mercado e comprar tecnologia, o fato de simplesmente digitalizar algo que se você não digitalizasse, não ia conseguir continuar vendendo, não te transforma em uma empresa da Nova Economia. Economia tem a ver com comportamento. Aliás os elogios constantes que a gente ouve a empresas que se digitalizaram por causa da pandemia faz com que a gente abaixe a régua em relação a esse tema. A gente não pode achar que isso é bom porque você faz em uma situação de desespero, de total necessidade, estar na Nova Economia é compreender o moderno, é evoluir constantemente porque o moderno se altera, então eu acho que a pandemia não ajudou a ir nesse rumo. Ela criou uma série de caminhos para algumas empresas que tiveram que aderir a algumas coisas e em específico em relação a ESG você vê em especial um movimento vindo por parte dos investidores estrangeiros, dando mensagens muito claras de se quiserem meu capital vocês vão ter que se adequar. Então vejam que ele não parte de forma genuína das empresas, ele parte do capital exigindo isso. É benéfico? É benéfico, mas as coisas são boas quando elas são feitas com consciência e não simplesmente reagindo a pressões.

RI: Qual a importância da recente modernização da legislação empresarial, como “Lei de Liberdade Econômica”, “Marco Legal das Startups”, a MP de “Ambiente de Negócios” e a iminente “Reforma Tributária”, para os avanços relacionados à Nova Economia?

Diego Barreto: São extremamente importantes, é inegável que todo esse movimento que vem acontecendo nos últimos anos no Brasil de melhora do ambiente corporativo, do ambiente empresarial, do ambiente de competição é extremamente positivo para a Nova Economia, porque ele aumenta a chance de competição, quando você pensa na lei da liberdade econômica, o que ela fala é isso que não tem um risco excessivo, avança, acelera. Quando isso ficar grande, apresentar um risco que pode preocupar a sociedade, aí você vai precisar se adequar. Quando você olha para o Marco Legal das Startups o que você está fazendo basicamente é: Toda essa coisa chata, essa burocracia, que não faz sentido para uma empresa que mal tem receita, ok você não precisa se preocupar com isso agora. Quando você pensa na MP do Ambiente de Negócios, reforma tributária é menos para a Nova Economia e mais para o Brasil. Mas tem especial, na primeira fase, a redução da complexidade tributária um impacto muito grande. Quando você pensa em todo o processo oriundo dos novos marcos do saneamento e gás, é a mesma coisa, parece uma discussão de infraestrutura, mas tem a ver com a Nova Economia. Porque quando traz



A Covid-19 não acelerou o processo das empresas irem rumo à Nova Economia e nem ESG. O que a pandemia fez foi colocar uma arma na cabeça dos empresários e dizer “você não se digitalizou” “você corre o risco de morrer” e aí todo mundo saiu correndo para se digitalizar e prestar atenção nesses temas, isso não quer dizer que você está na Nova Economia.



o capital privado em um ambiente de extrema competição, como vai acontecer agora na indústria do saneamento, você automaticamente traz tecnologia junto. Quem compete traz tecnologia junto, porque a tecnologia te permite ter um posicionamento competitivo muito mais forte.

RI: Você costuma afirmar que a “Nova Economia é geradora de renda, e não de salário”. Na sua opinião, haveria um ponto de equilíbrio para que a sociedade possua garantias sociais mínimas? Há uma tendência de aumento ou diminuição da informalidade?

Diego Barreto: De fato, a Nova Economia permite um nível de descentralização muito maior da produção, do empreendimento. Pensa por exemplo na lógica de um influenciador digital, esse influenciador não tem um salário, ele está gerando renda. Pensa na lógica de uma pessoa que opta por deixar de trabalhar em uma empresa para ter flexibilidade

e vai buscar a demanda numa plataforma, essa pessoa está atrás de renda, não está atrás de salário. Então a Nova Economia colabora para que se tenha mais oportunidades de renda, não quer dizer que não existam as de salário, mas ela aumenta essa chance. Porque aumenta essa chance? Porque na prática sempre houve essa geração de renda no Brasil, mas a gente tratava ela de uma forma informal e de uma forma pouco escalável. O encanador que vai na sua casa uma vez por ano para resolver um problema que aparece, o electricista, a manicure que vai a sua casa uma vez a cada 30, 60 dias, eles são geradores de renda e não de salário, eles fazem parte dessa economia sob demanda. O que eles não tinham antes da Nova Economia? Escala. Eles tinham que ficar tentando todo dia buscar alguma coisa, eles não tinham uma ferramenta que os ajudava a impulsionar, pensa na lógica do GetNinjas que chegou à bolsa recentemente, ele impulsiona, ele dá caminhos adicionais. Então a Nova Economia aumenta as oportunidades de renda, mas ela naturalmente também gera as oportunidades de salário. Em relação a proteção social, sem dúvida alguma, o estado brasileiro vai caminhar para esse meio, a Nova Economia está evoluindo e gerando essas oportunidades de renda e o estado está atento a isso. É natural que o estado nos próximos anos e provavelmente nesse curto prazo, ele entenda isso e crie mecanismos que permita que essas pessoas que optem por ter renda e não salário, tenham proteções sociais que permitam tanto estado quanto a própria pessoa viver de forma digna, chegar aos 80 anos preparados, chegar aos 60 anos com proteção, enfrentar um eventual acidente que acontece na sua vida, que o tira da capacidade de gerar renda por um período de uma forma mais segura. Então sem dúvida o estado vai ajustar isso, assim como o estado sempre foi ajustando ao longo do tempo as inovações que apareceram assim como a CLT um dia foi uma inovação.

RI: Especialistas acreditam que os negócios mais bem-sucedidos devem durar entre três e cinco anos com sua fórmula inicial, sendo obrigado a mudar a forma de negócio após esse período, adequando-se a realidade do momento. Nela, ocorrerá uma nova relação das pessoas com o trabalho, com a possibilidade dos funcionários pensarem e executarem novos projetos e não só obedecer ordens e seguir tarefas repetitivas. Na parte final do seu livro, você aborda que, na Nova Economia, não existe um plano de carreira, e sim um olhar atento a efetivamente como as pessoas se comportam e à capacidade de execução dessas pessoas. Dessa forma, podemos afirmar que o plano de carreira tradicional e linear está em processo de extinção?

Diego Barreto: A resposta é sim para todos os cargos e posições que envolvam efetivamente esse processo de mudança dentro de um modelo de negócios, bem como os novos produtos e serviços que aparecem dele. A resposta é não para aquilo que tem um caráter mais linear como por exemplo uma linha de produção de uma fábrica. Então quando você pensa em uma linha de produção de uma fábrica, quando pensa em uma empresa de engenharia que precisa formar um engenheiro experiente ao longo do tempo, aí sim existe um plano de carreira que deve continuar por muito tempo. Mas para todo o restante, que envolve um nível de flexibilidade muito grande, de dinamismo e mudança muito grandes, sem dúvida alguma o plano de carreira está em processo de extinção.

RI: Em seu livro, você afirma que “na Nova Economia, não se pede licença, e sim desculpa. Se assim não for, ninguém vai tentar, ninguém vai ousar”. Como você percebe a mudança das relações humanas, em especial dos padrões éticos nesse cenário?

Diego Barreto: Acho que aqui tem dois pontos interessantes, o primeiro é: o fato de não pedir licença e sim desculpa não implica você não ter um comportamento ético, adequado, educado, respeitoso, entre outras coisas. Essa frase fala muito com ímpeto, do instinto animal de ter coragem, de testar, de arriscar dentro dos padrões, dentro daquilo que é estabelecido nas relações de uma empresa. Quando a gente fala de ética é um cenário de mudança grande, quando você pensa que hoje existe um desenvolvedor, produzindo um código neste exato momento de um carro que não vai ter motorista, vai dirigir por conta própria, esse desenvolvedor está nesse exato momento pensando “o que acontece com esse carro em uma situação que ele não consegue frear, ele tem uma criança e um idoso em uma faixa de pedestre, e ele precisa fazer uma escolha porque ele não tem outra opção sobre quem atropelar”. Veja é um dilema ético que até então não aparecia no mundo dos negócios porque essa responsabilidade estava transferida para o consumidor que comprou o carro e estava dirigindo. Então as relações vão mudar sim, a ética vai mudar, complexo, muitos dilemas, e isso vai levar um bom tempo ainda para ser definido e dar tranquilidade para todo mundo envolvido nisso.

RI: Na sua entrevista para a Época Negócios em abril/2021, você afirma que “há um ciclo virtuoso de reinvestimento entre empresas, em busca sempre de outras ótimas ideias caracterizando um “ecossistema” vibrante, em contraponto ao ritmo linear de operação da velha economia”. Sabendo que o profissional de RI

tem papel central nas organizações, quais os principais conselhos que você pode fornecer ao RI que almeja o protagonismo em companhias que convergem para a Nova Economia? Como será o profissional de RI e o papel estratégico da área de Relações com Investidores no futuro?

Diego Barreto: Olha existe um completo redesenho, primeiro as empresas da Nova Economia precisam de pessoas extremamente identificadas com a sua marca, seu projeto, seu propósito, portanto aqui tem uma discussão sobre o tipo de profissional que efetivamente você traz, a característica dele. Segundo ponto, a comunicação ela fica muito mais complexa, a começar pelo fato de que na Nova Economia você trabalha de uma forma mais solta, mais flexível, portanto, você considera outros canais. Quando você pensa por exemplo nos influenciadores digitais, eles são hoje uma parcela muito importante para poder atingir o varejo, por isso a forma de se comunicar, de se estabelecer novos canais, é diferente. Terceiro, é menos ligado a questões burocráticas, o que você espera um processo de digitalização de tudo o que é transacional para que o profissional de RI possa se dedicar efetivamente a questões de relacionamento com a base de investidores, mas em especial se dedicar de uma forma especializada. Empresas da Nova Economia elas têm uma característica natural de ter uma base de acionistas muito diferente de empresas da velha economia, uma base que nasce por exemplo com um empreendedor que é diluído ao longo do tempo de forma mais expressiva, mas que mantém o poder na empresa porque nele fica aquele ímpeto animal de levar a empresa a um processo de escala, de amplitude muito maior.

RI: Para finalizar, quais conselhos, Diego Barreto, 38 anos, CFO e VP de Finanças e Estratégia do iFood, daria ao Diego Barreto, 22 anos, estudante de Direito na PUC-SP?

Diego Barreto: “Passarinho que voa com morcego, acorda de cabeça para baixo”. O grande conselho que eu daria é: vá andar com a sua tribo, vá andar exatamente com as pessoas que compreendem a sua linha de pensamento e andem com as pessoas que você compreende e se identifica e, portanto, escolha, e não se deixe ser escolhido para definir os caminhos que vão construir a sua carreira. **RI**

ANDRÉ VASCONCELLOS

é executivo de Relações com Investidores (RI); diretor-adjunto RJ do IBRI; especialista em Direito Societário e coordenador da pós-Graduação em “Direito e Mercado de Capitais” da Verbo Jurídico.
www.linkedin.com/in/andrelvasconcellos

NOVA VERSUS VELHA ECONOMIA A HORA DA GRANDE ACELERAÇÃO



A primeira vez que se empregou publicamente a expressão “Nova Economia” foi em maio de 1983, na revista Time Magazine em artigo de Charles P. Alexander denominado *The New Economy*, para descrever a substituição da lógica de fabricação manufatureira por outra, que é o fornecimento de produtos e serviços associados ao desenvolvimento de tecnologia, formado por empresas com modelos de negócio digitais – aquele em que existe uma convergência de múltiplas inovações tecnológicas, potencializadas pela conectividade. Quando a pandemia chegou, o conceito de *Nova Economia* já estava presente na sociedade empresarial brasileira há pelo menos uma década, mas não era algo muito difundido. Presente em *startups* e *fintechs*, grandes corporações, em geral, vem utilizando o termo para embelezar seus discursos disruptivos, mas sem muita prática nos seus planos de negócios.

por **KATE MONTEIRO**

A crise e o medo dos empresários de verem suas companhias sucumbirem garantiu um grande salto neste conceito, situação que o economista **Ricardo Amorim** chama de “a grande aceleração”, onde empresas e consumidores voltaram o olhar para as novas tecnologias e inseriram nas suas empresas estratégias de inovação.

“Então tudo aquilo que já existia no Brasil, mas era mal regulamentado, como *delivery*, *home office*, telemedicina, passou a fazer parte do cotidiano das companhias. O presente foi transformado, mas o pós-pandemia será ainda muito diferente do que esperamos, graças a essa aceleração tecnológica. É só olhar ao redor, toda semana surge um novo unicórnio (*startups avaliadas em mais de R\$ 1 bilhão*)”, exemplifica Amorim.

Ele cita diversos fatores que propiciaram este cenário, o primeiro é o amadurecimento de tecnologias como *blockchain*, inteligência artificial, realidade virtual, realidade aumentada, 5G, veículos elétricos e computação quântica.



RICARDO AMORIM, Economista

EM PAUTA

Além disso, as empresas brasileiras passaram a implementar tecnologia e inovação nas suas rotinas, internet, aplicativos, nuvem, etc... propiciaram processos mais simples que facilitaram a geração de novas ideias, a sua execução e a transformação em produtos ou serviços. “Surgiram novos modelos de negócio pela disponibilidade de capital e novas tecnologias”, diz. Este foi o começo de um processo de aceleração da Nova Economia no Brasil.

O capital também contribuiu. Segundo Amorim, o país estava bastante atrasado no financiamento à inovação, mas com a pandemia e as taxas de juros no seu menor patamar histórico, de 2% ao ano, um fluxo de recursos foi gerado desde investimento anjo, *venture capital* até financiamento de *startups* e inovação, o que potencializou ainda mais o crescimento do ecossistema da nova economia.

DNA DE EMPREENDEDOR DO FUTURO

Longe de ser uma forma de classificar startups e *fintechs*, o conceito da Nova Economia também se tornou mais abrangente. Neste cenário, em que todo mundo se viu forçado a digitalizar seu negócio, usar delivery ou implementar o home office, engana-se quem acredita que já pode ser classificado como o empreendedor da nova era.

Diego Barreto, CFO do ifood e autor do livro “Nova Economia – Entenda por que o perfil empreendedor está engolindo o empresário tradicional brasileiro”, explica que empresas que são consideradas da Nova Economia são aquelas capazes de compreender a convergência de múltiplas tecnologias e as inserir nos próprios negócios. Isso, em consequência, muda radicalmente o padrão das organizações, o nível de produtividade dos colaboradores e tem um impacto benéfico para a sociedade.

Adriano Silva, fundador do projeto Draft, aponta que existem 4 DNAs do empreendedor da Nova Economia: o **empreendedor criativo**, que trabalha motivado pelo propósito; o **empreendedor de impacto social**, que busca solucionar uma dor da sociedade; **empreendedor de escala ou de startup**, focado no crescimento exponencial e lucro; e o **intraempreendedor**, aquele que não precisa de um novo CNPJ para empreender e consegue fazer isso dentro de uma grande empresa.

Embora este conceito dos 4 DNAs tenha surgido em 2014, Silva enxerga que ele continua válido até hoje, foram 5 mil empresas perfiladas pelo Draft sob estes critérios. Isso porque na Nova Economia a tradição conta pouco e vivemos



DIEGO BARRETO, iFood

“

Empresas que são consideradas da Nova Economia são aquelas capazes de compreender a convergência de múltiplas tecnologias e as inserir nos próprios negócios. Isso, em consequência, muda radicalmente o padrão das organizações, o nível de produtividade dos colaboradores e tem um impacto benéfico para a sociedade.

”

um momento em que companhias que achavam ter o mercado garantido, perceberam que nada é certeza na hora de fazer negócios.

Na visão de Ricardo Amorim, a pandemia propiciou a convergência de todos esses DNAs, que estão cada vez mais misturados nas empresas da Nova Economia. “O mercado de trabalho mudou e a separação ficou inviável”, defende.

Um exemplo disso seria o ESG (*Environmental, Social and Governance*) tendência que vem ganhando espaço nas empresas e nos investimentos. Para Amorim a maior parte das companhias da Nova Economia já nasce com objetivos alinhados a estes pilares: ambiental, social e de governança que vão muito além dos lucros.

Outro fator que evoluiu foi o intraempreendedorismo. Se antes era utilizado para motivar o funcionário para empreender dentro da empresa, agora ele se tornou uma oportunidade de gerar novas unidades de negócio. “É como se as empresas fossem incubadoras”, aponta.

É por estes motivos que ser parte da Nova Economia, vai muito além de digitalizar seu negócio ou empresa. No final, o conceito tem mais a ver com uma mudança de pensamento e comportamento no universo dos negócios.

Para **Arthur Igreja**, especialista em inovação e negócios, empresas da Nova Economia reúnem três características marcantes. A primeira é a capacidade de usufruir e implementar nos seus negócios as tecnologias disponíveis que surgiram após o ano 2000. A segunda característica, é poder adaptar toda essa tecnologia para revolucionar os serviços, atendendo os consumidores de um jeito novo e entendendo suas dores.

Por último, Igreja lembra que empresas da Nova Economia podem dar lugar a novos setores ou reinventar os existentes por meio da inovação. Um exemplo de transformação de um setor é a plataforma *Contabilizei*, que recriou o conceito de contabilidade, deixando para trás a necessidade de procurar um escritório presencialmente. “Agora o consumidor pode usufruir dos serviços de contabilidade a partir de qualquer lugar”, diz.

“É importante esclarecer que empresas da Nova Economia, não necessariamente são empresas novas ou recém-chegadas ao mercado. Até mesmo uma companhia com 64 anos de história como a Magazine Luiza pode ser considerada da Nova Economia”, diz.



ADRIANO SILVA, Draft



Na Nova Economia a tradição conta pouco e vivemos um momento em que companhias que achavam ter o mercado garantido, perceberam que nada é certeza na hora de fazer negócios.





ARTHUR IGREJA, Especialista em Inovação

“É importante esclarecer que empresas da Nova Economia, não necessariamente são empresas novas ou recém-chegadas ao mercado. Até mesmo uma companhia com 64 anos de história como a Magazine Luiza pode ser considerada da Nova Economia.”

Para **Anderson Godz**, investidor de *startups* e fundador da Gonet.Co, não existe mais uma separação entre companhias tradicionais e empresas inovadoras, todas precisam fazer parte da Nova Economia para sobreviver. “A Magazine Luiza foi um *player* que abriu a cabeça, saiu do varejo tradicional para usufruir da digitalização na sua evolução”, explica.

É claro que essa transformação não ocorre da noite para o dia, segundo **Bruno Pinheiro**, CEO da Be Academy, migrar de um negócio tradicional para um inovador custa caro e leva tempo. “A reinvenção dói”, afirma.

Ele cita seis passos, conhecidos como os 6Ds das organizações exponenciais que podem ajudar na jornada: **digitalização**, para entender e atender melhor as dores dos clientes; **decepção**, que comprova que os resultados no digital levam tempo e precisam de validação até achar a medida certa; **disrupção**, para evitar ser engolido pelos novos concorrentes.

Há ainda a **desmaterialização**, que significa desapegar do espaço físico e criar negócios via plataformas, como GetNinjas ou Airbnb, e a **desmonetização**, a qual gera a necessidade de baratear seu produto ou serviço para concorrer com o mercado. Por último, a democratização permite que todos os clientes tenham acesso aos seus produtos ou serviços, principalmente no universo digital.

INOVAR OU MORRER

Para sobreviver, toda empresa do mercado tradicional precisará migrar em algum momento para a Nova Economia. “É preciso mudar o pensamento dos empresários, aponta, **Rodrigo Bürgers**, sócio da Play Studio, consultoria de inovação e *venture building*.

O reconhecimento desta necessidade geralmente ocorre de duas formas: quando o empresário conhece novos modelos e ecossistemas de negócios, seja viajando ou estudando novos formatos. Ou quando a empresa sente na pele a presença de novos concorrentes e o desaparecimento de companhias conhecidas do mercado. Nessa hora é inovar ou morrer.

Quando o problema é identificado, há três pilares que devem ser seguidos, segundo Bürgers. O primeiro é a mudança de mentalidade da companhia, seguido da adoção de uma estratégia para definir qual será o papel da inovação dentro do negócio, quais competências a companhia possui para realizar a migração à Nova Economia e o que ainda precisa ser melhorado.

“

As empresas da Nova Economia têm o desafio de fazer sua governança evoluir com o crescimento da empresa. Não ter uma governança adequada ao tamanho e dinâmica destas empresas dificulta a adoção de boas práticas.

”



ANDERESON GODZ, Gonew.Co

O terceiro pilar são as pessoas, processos e ferramentas. A companhia precisará capacitar seus colaboradores e entregar formas de tirar a inovação do papel. “*Mindset*, estratégia, pessoas e ferramentas, gerenciar bem estes pilares é o que ajuda uma empresa tradicional a entrar na Nova Economia”, aponta Bürgers.

Em relação as estratégias, estas podem ser diversas, de *hackathons* até fusões e aquisições, mas sempre alinhadas com os objetivos reais da empresa.

Os *hackathons* e a criação de espaços de *coworking* são os primeiros degraus da jornada, utilizados pelas companhias para atrair startups na solução pontual de problemas ou aproximar os funcionários de um ecossistema de inovação.

Segundo Bürgers, é uma forma de se conectar com um novo público, com o intuito de transformar a cultura da empresa, criando um ambiente mais inovador. “No entanto, os resultados destas estratégias são menores”, adverte.

Para aquelas companhias que buscam soluções consistentes no médio e longo prazo, Bürgers destaca outras opções. “Suponhamos que a companhia tem um problema e gostaria de construir uma solução desde zero, esta tem a opção de

comprar uma *startup* para incorporar como uma nova unidade de negócios”, diz.

No entanto, esta é uma estratégia de longo prazo, enquanto um *hackathon* pode levar meses, a aquisição de uma *startup* é um investimento duradouro e por este motivo só pode ser feito por companhias com elevado grau de maturidade.

Para as empresas que não são familiarizadas com processos de M&A, existe ainda uma terceira via: criar uma solução dentro da própria empresa, também conhecido como *venture building*, onde companhias criam unidades do zero, destinadas exclusivamente a resolver esta dor do mercado. Muitas recebem ajuda de consultorias especializadas como a Play Studio, que monta estratégias, implementa e cria um negócio alinhado com a nova economia e modelos inovadores de governança.

Bürgers explica que também é possível investir em várias *startups* para poder usufruir de um portfólio completo de soluções, por meio de fundos.

Para **Bruno Pina**, chefe de inovação e *corporate venture* do Distrito, as *startups* vivem o melhor momento da história para serem enxergadas por grandes companhias. Ele explica que no



BRUNO PINHEIRO, Be Academy

“

É claro que essa transformação não ocorre da noite para o dia, migrar de um negócio tradicional para um inovador custa caro e leva tempo.

A reinvenção dói.”

passado, a maioria delas seguia uma história de crescimento que poderia concluir em um IPO ou serem compradas por alguma empresa. Hoje existem novas possibilidades, como criar uma relação consistente com as grandes companhias brasileiras na migração para a Nova Economia.

Os números não mentem. Este tipo de mercado anda bastante aquecido, segundo um levantamento do Distrito, no primeiro semestre de 2021 foram feitos 339 aportes em *startups* por grandes companhias. No ano de 2020, foram 256.

Outro destaque foi o número de fusões e aquisições entre empresas da Velha Economia e *startups*. Até junho deste ano ocorreram 113 operações de M&A, enquanto em 2020 foram 170.

Pina cita ainda que até julho, segundo levantamento do Distrito, 830 startups tinham soluções de ESG no Brasil, desta forma ao serem adquiridas, poderiam ajudar as grandes corporações a solucionar problemas de forma mais sustentável e socialmente responsável.

A conexão com estas *startups* pode ocorrer em múltiplos formatos. Se a companhia tem um problema pontual que não afeta diretamente seu modelo de negócios, pode contratar uma *startup* como fornecedor para resolver

este conflito, economizando tempo.

Se o problema é interno, faz parte do negócio principal da empresa, mas pode repercutir no longo prazo, Pina cita o *corporate venture capital* como uma opção. Desta forma, a empresa investe dinheiro e tempo na transformação de uma *startup*, para usufruir destas soluções de tecnologia e estratégia no futuro.

Quando o assunto é o curto prazo, que requer uma solução imediata, as companhias podem recorrer a M&A, com a compra de *startups*, para acelerar seus negócios e resolver uma dor do consumidor existente.

CASES DE SUCESSO

No Brasil, diversas companhias que passaram por este processo de migração da Velha à Nova economia coexistem hoje como cases de sucesso, para mostrar que o caminho é possível.

Entre as de capital aberto, Bürgers da Play Studio cita a MRV (MRVE3), uma construtora que conseguiu sair do mercado tradicional por meio da digitalização. “Desde o processo de compra do apartamento, decoração, escolha da planta e até uso do condomínio, tudo pode ser feito de forma *online* gerando valor para o usuário”, explica. Já no capital fechado,

ele lembra da Nestlé, que criou o projeto “Vem de Bolo”, para estreitar relação com boleiras e doceiras artesanais.

A Nestlé inovou com a criação de um *marketplace* que conecta 160 boleiras e mais de 12 mil consumidores. Segundo Bürgers esta foi a forma que a companhia encontrou para se relacionar com o público. “Além de gerar receita, a Nestlé tem um entendimento melhor de quem é a boleira, os produtos que ela usa e como atender melhor as necessidades dela”, avalia.

Para o Distrito, uma das companhias que está em processo de transição para a Nova Economia, mas está conseguindo implementar as estratégias com sucesso é a Via (VVAR3). Segundo Pina, a varejista possui uma equipe conectada com inovação aberta e *startups*. Em abril, anunciou um fundo de *corporate venture* de R\$ 200 milhões para investir em *startups* que possam auxiliar ela neste processo de transformação.

Outro exemplo é a Marisa (AMAR3), uma companhia com fortes conexões com startups e que abraçou a mudança cultural para se tornar “a empresa das mulheres”.

No cenário de companhias globais, Pina cita a Johnson & Johnson que também trabalha com startups para aprimorar seus negócios.

E sem dúvida, um dos cases de maior sucesso em migração para a Nova Economia é a Magazine Luiza (MGLU3). Uma companhia que saiu do varejo tradicional e tem investido em aquisições de segmentos diversos para potencializar seu modelo de negócios. Recentemente, por exemplo, comprou a Kabum, para fortalecer seu *marketplace*.

“A Magalu tem produtos comoditizados, que para ter sucesso precisa ganhar a fidelidade dos seus clientes com conteúdo, produtos financeiros e inovação”, afirma Ricardo Amorim, na visão dele este é o melhor exemplo de transformação brasileiro.

NOVA ECONOMIA PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES

Segundo Diego Barreto, CFO do Ifood, existem algumas diferenças entre o perfil de um empreendedor e de um empresário brasileiro. O empreendedor é aquele que busca oportunidade e soluções, sempre tentando achar novos caminhos, com um instinto aguçado para conseguir chegar até a Nova Economia. Já o perfil empresário está relacionado com gestão, eficiência máxima, perpetuação de modelos existentes.



RODRIGO BÜRGERS, Play Studio



Para sobreviver, toda empresa do mercado tradicional precisará migrar em algum momento para a Nova Economia. Quando a empresa sente na pele a presença de novos concorrentes e o desaparecimento de companhias conhecidas do mercado. Nessa hora é inovar ou morrer.





BRUNO PINA, Distrito

“

Até julho, segundo levantamento do Distrito, 830 startups tinham soluções de ESG no Brasil, desta forma ao serem adquiridas, poderiam ajudar as grandes corporações a solucionar problemas de forma mais sustentável e socialmente responsável.

”

Conforme avalia Barreto, ambos os perfis possuem valores bons, mas o conflito é a falta de competitividade do brasileiro. “Nós temos muita barreira de entrada para o estrangeiro vir competir e na outra ponta a gente mata o empreendedor que está tentando acontecer aqui dentro”, afirma.

A mudança estaria associada também à modernização do pensamento dos acionistas brasileiros. Afinal, em um contexto em que só as empresas tradicionais habitam e se perpetuam, perdendo o instinto empreendedor por falta de competição, o que levaria novas gerações a empreender?

João Kepler, CEO da Bossa Nova Investimentos, explica que o empresário tradicional geralmente busca recompensas imediatas, lucro e distribuição de dividendos para seus acionistas. Enquanto o empreendedor da Nova Economia, pensa no longo prazo, em como aumentar o valor do seu negócio, distribui menos e reinveste mais. “Eles tiram da empresa o mínimo possível”, diz.

Até na hora de criar uma empresa o processo é um pouco diferente, explica Kepler. Enquanto o empresário provavelmente vai pensar em adquirir um escritório, mesas, cadeiras, uma patente e um CNPJ, que são ativos tangíveis, o empreendedor da Nova Economia vai validar o negócio antes, então provavelmente monte um site, testa o resultado e, somente quando identificar que o negócio vai para frente, abre a empresa.

Recentemente, uma pesquisa do Serasa Experian apontou que 5 em cada 10 empreendedores brasileiros pretendem investir em tecnologia após a pandemia, para fortalecer a venda online e o atendimento remoto.

Embora a digitalização seja importante, Kepler destaca que para empreender na Nova Economia são necessários 3 pilares: **praticidade** da porta para dentro, **tecnologia como meio** e não fim, e **flexibilidade** da porta para fora.

Kepler exemplifica: “Imagine que um empreendedor quer abrir uma padaria, ele precisa entender qual é a necessidade das pessoas. Então, ele decide fazer uma assinatura de pão, porque do lado de dentro há uma praticidade do negócio em fazer pão. Para isso, cria um site para fazer as reservas, usando a tecnologia como meio. Do lado de fora, o consumidor ganha a flexibilidade de ter pão sem sair de casa. Primeiro o empreendedor da Nova Economia testa o protótipo, logo monta o negócio”, afirma.

Ainda neste mesmo exemplo da padaria, Kepler cita que a

vontade de muitos empreendedores pode ser criar um próprio sistema de *delivery* para entregar o pão, mas que fazer isso poderia ser algo caro e que os faria perderem dinheiro. “Neste caso, é mais fácil entrar no iFood e se cadastrar”, diz.

Segundo Kepler, entrar na Nova Economia não é um processo que ocorre de repente, requer de uma nova mentalidade para resolver um problema do consumidor, uma estrutura e um processo de entendimento diferente ao que estávamos acostumados.

Felipe Andrade, sócio-fundador da Domo Invest, gestora de *Venture Capital* que tem mais de 50 *startups* no seu portfólio, aponta que existe oportunidade para os empreendedores também na formação de negócios escaláveis, que por natureza são aqueles mais alinhados com o digital e menos dependentes do físico.

Contudo, é importante considerar algumas variáveis, os custos, por exemplo, de uma *startup* não podem crescer proporcionalmente as receitas e o atendimento ao cliente precisa ser desenhado para alavancagem operacional, aponta Andrade.

Além disso, o modelo de vendas *low touch*, com pouca interação humana, deve ser pensado sem perder a qualidade para o cliente. Andrade cita que no pós-pandemia existirá o benefício de ter uma base de clientes maior que já conhece a venda *online* por falta de opções durante a quarentena. “O ambiente para empreender na Nova Economia brasileira é muito favorável para o setor de serviços financeiros, tecnologia no varejo, logística e seguros”, destaca Andrade.

Ele aponta que em alguns destes setores o ambiente regulatório favorável e a mudança no modelo de negócios facilitam ainda mais a entrada de *startups*, viabilizando a criação de negócios inovadores com tecnologias já existentes.

A NOVA ECONOMIA NO CAPITAL ABERTO

Segundo **Victor Bueno**, analista da Top Gain, na bolsa brasileira ainda poucas companhias podem ser consideradas expoentes da Nova Economia. Entre as três, que ele destaca nesta situação, com melhor rentabilidade nos últimos 12 meses, de 26 de julho de 2020 até o fechamento de 26 de julho de 2021, Bueno destaca o Banco Inter (BID11), que no último ano valorizou 339,91%, enquanto o Ibovespa subiu 23,07% no mesmo período.

Bueno lembra que o Inter voltou seus esforços para modernização e tecnologia nos últimos anos, além de ter fortes princípios ESG, que impactaram positivamente a sociedade.



JOÃO KEPLER, Bossa Nova Investimentos



Entrar na Nova Economia não é um processo que ocorre de repente, requer de uma nova mentalidade para resolver um problema do consumidor, uma estrutura e um processo de entendimento diferente ao que estávamos acostumados.





FELIPE ANDRADE, Domo Invest

“

No pós-pandemia existirá o benefício de ter uma base de clientes maior que já conhece a venda online por falta de opções durante a quarentena. O ambiente para empreender na Nova Economia brasileira é muito favorável para o setor de serviços financeiros, tecnologia no varejo, logística e seguros.

”

“O Inter representa a mudança de mentalidade dos bancos, que antes visavam apenas lucro, juros e atualmente tem como foco a conquista do cliente”, avalia. Segundo o analista, o mercado vê positivamente essas inovações tecnológicas voltadas para os clientes.

Além de diversificar seu portfólio, na tentativa de se tornar um super *app* e não apenas um banco, com *marketplace*, investimentos e outros serviços, Bueno destaca a estratégia de aquisições do Inter voltadas para inovação e quebrando barreiras no varejo físico. “O Inter está simplificando operações, ganhando participação de mercado, mas ainda tem muito espaço para crescer para se tornar igual ao Bradesco, Itaú ou outros grandes bancos”, explica.

Segundo o analista, esses movimentos de diversificação estão atraindo cada vez mais correntistas e investidores. A prova disso é que o Inter anunciou recentemente que vai sair da B3 para se listar na bolsa americana Nasdaq. “O Inter está em um processo avançado e vai atrás de conquistar também investidores internacionais”, acrescenta.

A segunda companhia com os melhores retornos da Nova Economia nos últimos 12 meses foi a Locaweb (LWSA3), suas ações acumularam alta de 148,04% até o fechamento de 26 de julho. Ela foi a primeira empresa 100% tech a chegar à bolsa no meio da pandemia e iniciar uma tendência de uma série de IPOs neste formato.

Bueno aponta que a companhia cresce exponencialmente em valor de mercado e eficiência operacional, sua base de clientes é diversificada e fidelizada. “É uma empresa muito competitiva, tem parcerias sólidas com desenvolvedores e está gerando muito caixa para aquisição”, aponta. Desde o começo das suas operações, a Locaweb adquiriu 17 companhias, muitas delas *startups* para potencializar esse DNA inovador.

Na terceira posição entre as mais rentáveis da Nova Economia está a Ambipar (AMBIP3), outra companhia com foco elevado em aquisições e a primeira da bolsa voltada ao pilar ambiental, com gestão de resíduos. “A Ambipar segue em uma busca incansável por fortalecer a questão ambiental e expandir seus negócios”, avalia Bueno. No último ano, até o fechamento do dia 26 de julho, as ações acumularam retorno de 51%, no mesmo período o Ibovespa avançou 23,07%.

No cenário americano, as empresas da Nova Economia fazem parte de uma realidade mais abrangente, superando na sua maioria os retornos do índice americano S&P 500. **William Castro Alves**, estrategista-chefe da Avenue Se-

curities, ressalta que companhias como Microsoft, Oracle, Nvidia, Adobe e Intuit investiram nos últimos 12 meses cerca de US\$ 35,2 bilhões em pesquisa, desenvolvimento de novas soluções, novos produtos e infraestrutura tecnológica.

Destas, as que mais investiram foram a Microsoft e a Oracle. Segundo Castro, a Microsoft é a maior empresa de mercado da lista da Nova Economia e seus números comprovam como ela vem usufruindo da inovação para crescer. No último trimestre, a receita da companhia teve um salto de 21%.

Apesar de ser considerada uma das gigantes globais, Castro destaca que ela também vem crescendo em estrutura, com a criação de uma nova unidade de Produtividade e Processos de Negócios, que engloba o pacote software Office, o LinkedIn e Microsoft Dynamics, que ajudou com o crescimento da empresa em 25%. “Microsoft e Amazon são players muito fortes no segmento de computação na nuvem”, aponta.

A Microsoft conseguiu uma receita de US\$ 17 bilhões em um único trimestre. Para Castro, o movimento foi impulsionado principalmente pelo crescimento em 50% da Microsoft Azure, uma plataforma focada na execução de aplicativos e serviços em nuvem. “Este ano eles anunciaram a aquisição da Nuance Communications, uma empresa americana que produz softwares de reconhecimento de fala”, comenta.

Castro diz que a Microsoft está mais atual do que nunca, e suas ações refletem este cenário. Desde o início de 2021, elas valorizaram 28%, enquanto o índice americano S&P 500 valorizou 17%.

Outro case da Nova Economia é a Oracle, uma empresa que estava sucumbindo e resolveu reagir. Prova disso é o salto das suas ações em 2021, de 36%. No passado, a empresa era líder de mercado na área de banco de dados e software corporativo, mais conhecido como *data center*, mas com o surgimento da Nova Economia a Oracle e a IBM se sentiram atacadas pelo segmento de empresas da nuvem. Foi quando a demanda de produtos corporativos da Oracle esfriou bastante e foi necessário expandir suas plataformas para reagir frente a isso. Castro explica que enquanto a concorrente IBM não se saiu muito bem no desafio, a Oracle conseguiu performar bem nessa nova linha de negócios, principalmente após adquirir NetSuite em 2016, empresa americana focada em computação em nuvem.

A partir disso, a Oracle utilizou o conhecimento e experiência que tinha com banco de dados para oferecer um serviço em nuvem muito mais completo do que os concorrentes.



VICTOR BUENO, Top Gain

“

Entre as mais rentáveis da Nova Economia está a Ambipar, com foco elevado em aquisições e a primeira da bolsa voltada ao pilar ambiental, com gestão de resíduos. A Ambipar segue em uma busca incansável por fortalecer a questão ambiental e expandir seus negócios.”

”



WILLIAM CASTRO ALVES, Avenue

“

Companhias como Microsoft, Oracle, Nvidia, Adobe e Intuit investiram nos últimos 12 meses cerca de US\$ 35,2 bilhões em pesquisa, desenvolvimento de novas soluções, novos produtos e infraestrutura tecnológica.

”

Este serviço incluía três pilares: **aplicativos, plataforma e infraestrutura**. “Enquanto a maioria dos concorrentes da Oracle oferece apenas uma destas soluções eles fornecem o pacote completo, para rodar aplicativos no host da plataforma, fornecendo infraestrutura”, afirma ele.

Castro define a Oracle como o case da gigante da Velha Economia que acordou, desenvolveu novos produtos e serviços e migrou para a Nova Economia, usufruindo da sua experiência de mercado.

HISTÓRIAS DIFERENTES, MESMO PROPÓSITO

De um lado um banco tradicional que decidiu se tornar uma fintech e depois um super app, do outro uma empresa que nasceu na Nova Economia, diversos são os exemplos no capital aberto brasileiro de que é possível essa mudança de um modelo de negócios tradicional à um disruptivo.

Helena Caldeira, CFO do Banco Inter, explicou em entrevista à Revista RI que a companhia evoluiu diversas vezes no seu modelo de negócios ao longo do tempo. Em 1994, quando fundado, o Inter era um banco tradicional, com licença de crédito, mas com pouca competitividade frente aos grandes *players* de mercado, o problema era que o custo de *funding* do Inter era mais elevado e ao estar com sua re-

ceita atrelada a produtos de crédito, poderia ser impactado em mudanças de ciclo econômico. Foi quando o CEO João Vitor Menin propôs em 2015 a ideia de se transformar em um banco digital para o varejo, oferecendo mais valor aos consumidores por preços menores do que os cinco grandes bancos tradicionais. “A inexistência de agências físicas ajudaria o Inter a baratear esse custo, então trabalhamos na ideia de criar um banco digital completo com oferta gratuita para os correntistas”, comenta Helena.

Foi essa disrupção que fez o banco digital Inter chegar a 12 milhões de correntistas. Mas em 2019, acompanhando a evolução dessa Nova Economia surgiu um novo *insight*, com alta recorrência dos clientes na plataforma do Inter, por que se conformar com ser apenas uma conta corrente com oferta de crédito se seria possível ir além e promover um ambiente de consumo?

Um novo processo de migração começava com foco no cliente e não apenas em produtos financeiros. Foi quando o Inter decidiu deixar de ser apenas um banco digital e se tornar um super aplicativo para simplificar a vida das pessoas. Na sua plataforma misturou serviços financeiros, *e-commerce*, investimentos e distribuição de produtos e serviços e até mesmo soluções de *cashback*.

Helena revela que essa migração para a Nova Economia por parte do Inter aconteceu mais de forma orgânica, embora as aquisições também façam parte importante da companhia; em abril eles adquiriram a empresa de realidade virtual IM Design, já antenados em um futuro no qual precisariam se comunicar com o cliente muito além do *smartphone*.

Embora o mercado de capitais brasileiro esteja evoluindo sobre a recepção de empresas da Nova Economia, o Banco Inter está de malas prontas para a mudança. Segundo Helena, chegou a hora de se deslistar da B3 e abrir capital na bolsa americana Nasdaq. Ela justifica que a motivação foi não ter limitações em relação a novos aumentos de capital da companhia que favoreçam essa curva de crescimento nos próximos anos. O super app Inter quer continuar crescendo exponencialmente, chegando até o final do ano com 16 milhões de correntistas e explorando uma base de clientes dos outros serviços.

“Na Nasdaq os acionistas têm mais direitos de voto, o que favorece essa evolução”, justifica a CFO. O Inter deve trabalhar nessa migração agora no segundo semestre, com a expectativa de concluir o processo entre 6 e 9 meses.

Já a Locaweb nasceu com o DNA da Nova Economia, antes mesmo deste conceito estar presente na sociedade brasileira. **Rafael Chamas**, CFO da Locaweb, explica que a companhia nasceu em 1998 com a missão de ajudar empresas e pequenos empreendedores a evoluir em um ecossistema digital.

Segundo Chamas, o sucesso da companhia foi baseado em três pilares: identificar tendências tecnológicas que eram disruptivas, investir nelas por meio orgânico e inorgânico e aprender a se comunicar e servir o cliente. Os primeiros degraus dessa jornada consistiram na criação de websites, que na década dos 90 eram o mais próximo de um conceito de digitalização.

Chamas explica que depois veio a *Cloud Community*, os serviços de software as a service, que além de sites, ofereciam aos consumidores todo tipo de soluções de e-mails padronizados até marketing digital. “Depois implementamos ferramentas de gestão em redes sociais para o empreendedor se comunicar com o cliente, criar a própria loja, aplicativos”, comenta. Foi em 2012, com o boom do e-commerce que a Locaweb adquiriu a Tray, que anos depois se tornaria na maior plataforma de *e-commerce* para pequenas e médias empresas.

Hoje a jornada de digitalização da companhia é integrada, mas as aquisições desempenharam um papel fundamental nessa evolução. Antes do seu IPO, a Locaweb tinha adquirido 6 companhias: Tray solução de *e-commerce* comprada em



HELENA CALDEIRA, Banco Inter



Chegou a hora do Inter se deslistar da B3 e abrir capital na bolsa americana Nasdaq. A motivação foi não ter limitações em relação a novos aumentos de capital da companhia que favoreçam essa curva de crescimento nos próximos anos.





RAFAEL CHAMAS, Locaweb

“

A Locaweb não gosta de empilhar receita, compramos soluções que deixem o nosso ecossistema ainda mais forte. Após as 17 companhias adquiridas, a Locaweb já tem outras 123 no alvo, 35 sob análise e ainda 1.900 oportunidades de mercado mapeadas.

”

2012; em 2013 adquiriram a AllIn de marketing digital; em 2016 mais uma plataforma de *e-commerce* FBits; em 2018 a Yapay uma empresa de meios de pagamento e, em 2019, a KingHost focada em hospedagem de sites e a Delivery Direto, com aplicativos de entrega.

Mesmo após ser a primeira tech brasileira a abrir capital na B3, a jornada de fusões e aquisições não parou por aí, Chamas explica que a Locaweb comprou 11 companhias desde seu IPO e pretende continuar comprando. No ano de 2020, foram adquiridas a Etus, Social Miner, Ideris e Melhor Envio. Já em 2021, a Locaweb comprou a Vindi, CPlug, Dooça Commerce, Credisfera, Samurai, Bling e Bagy.

“A Locaweb não gosta de empilhar receita, compramos soluções que deixem o nosso ecossistema ainda mais forte”, comenta Chamas que se orgulha de ter preservado todos os fundadores das empresas adquiridas na companhia. Após as 17 companhias adquiridas, a Locaweb já tem outras 123 no alvo, 35 sob análise e ainda 1.900 oportunidades de mercado mapeadas.

Primeiro player 100% tech em chegar à B3, o CFO da Locaweb se enche de orgulho de ter sido a companhia pioneira a abrir caminho para outras empresas da Nova Economia fazer IPO. “Às vezes somos procurados como benchmark de como trilhar essa jornada de capital aberto”, comenta. Para ele, o sucesso da oferta pública inicial, desmistificou a ideia de que companhia de tecnologia só teria lugar na Nasdaq, em um mercado ainda sem grandes nomes na área, a Locaweb enxergou uma oportunidade de conquistar a liderança do setor na bolsa.

Com 350 mil clientes ativos, ele revela que a companhia continuará fortalecendo o ecossistema de novas tecnologias, adquirindo novos players, para entregar uma jornada completa ao seu consumidor. “Continuaremos investimento em produtos, marketing digital, influenciadores, comunicação com o cliente”, diz.

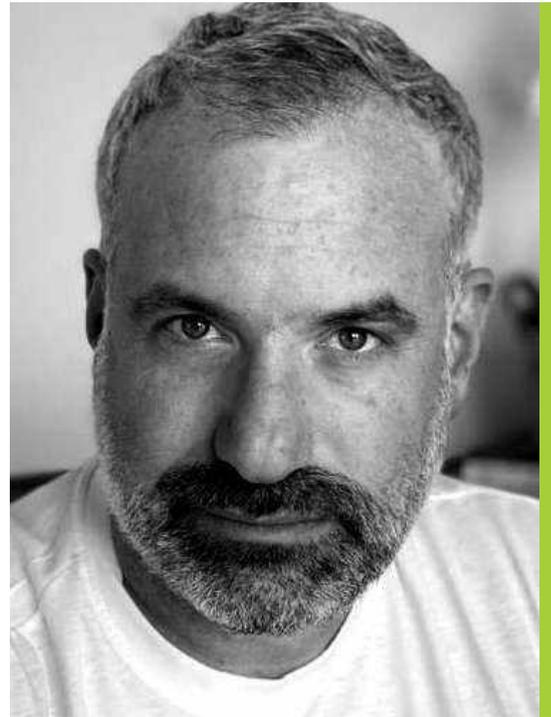
Para Chamas, a principal vantagem de o investidor brasileiro comprar ações da Locaweb, uma empresa da Nova Economia é a diversificação, além da oportunidade de acompanhar o crescimento exponencial de um setor que está apenas começando e não representa nem 10% do mercado brasileiro.

ESG NA NOVA ECONOMIA

Quando se fala de ESG, empresas da Nova Economia não podem ficar alheias a isso. No entanto, **Fabio Alperowitch**,



As pessoas precisam perder o vício de acreditar que Nova Economia e ESG andam de mãos dadas. Ser uma empresa da Nova Economia não significa que é uma companhia com boas práticas a nível ambiental, social ou de governança.



FABIO ALPEROWITCH, Fama Investimentos

gestor da FAMA Investimentos e um dos pioneiros no debate do ESG no Brasil, esclarece que o desafio é corrigir dois erros comuns de pensamento.

O primeiro é que as pessoas precisam perder o vício de acreditar que Nova Economia e ESG andam de mãos dadas. Ser uma empresa da Nova Economia não significa que é uma companhia com boas práticas a nível ambiental, social ou de governança. “Como essas companhias mais digitais têm um desafio ambiental menor, existe uma compreensão errada de que são empresas ESG. Isso não faz o menor sentido”, avalia.

O segundo erro é que ESG precisa ser enxergado muito além de apenas questões de meio ambiente e clima, pois as ações sociais e de governança também tem um papel importante na temática. “As regras do que são boas práticas não mudam entre empresas da Velha Economia e da Nova”, resume.

Ele cita alguns exemplos de **greenwashing** na Nova Economia, como uma empresa de *e-commerce* que não se responsabiliza pelo destino das embalagens. Ou uma empresa de *delivery* que não tem responde sobre os direitos trabalhistas dos empregadores.

“Esta é uma tendência que precisa ser combatida na Nova Economia. As empresas devem se responsabilizar pelos produtos muito depois deles saírem das lojas”, explica. Seguindo esta lógica, uma empresa de *e-commerce* que não emite gases estufa acaba propiciando um forte consumo de embalagens para as entregas, que de alguma forma precisam ser descartados.

Alperowitch acredita que assuntos como economia circular, leis trabalhistas, segurança no trabalho, meio ambiente e diversidade, deveriam ser endereçadas também na Nova Economia. “A culpa dessa compreensão errada é quando olhamos para os índices brasileiros de sustentabilidade ou ETFs de ESG recheados de empresas da Nova Economia, muitas delas não são ESG”, destaca.

Olhando para o cenário internacional, outro exemplo de visão errada seria o Facebook, que embora não emita gases estufa, tem muitos erros sobre a proteção de dados, assunto que também faz parte do debate ESG.

Entre as companhias com boas práticas ESG listadas na bolsa brasileira Alperowitch cita: Lojas Renner, Localiza, Fleury, MRV, Weg e Natura.



MARCELA KASPARIAN, Closeer

“

Vemos a necessidade de adequar e modernizar a legislação trabalhista brasileira. A reforma que aconteceu em 2017 conseguiu alterar 120 artigos da CLT que eram bastante fechados e trouxe flexibilização a empresas e trabalhadores, mas ainda existe uma visão muito protecionista.

”

Quando falamos especificamente do pilar “G” de Governança, Anderson Godz, investidor de *startups* e fundador da Gonew.Co, aponta que as empresas da Nova Economia têm o desafio de fazer sua governança evoluir com o crescimento da empresa. A maioria dessas companhias está focada em construir um produto, uma solução, muitos fundadores se dedicam a garantir a sobrevivência da empresa, mas coincidentemente muitas encerram suas atividades por conflitos societários. “Não ter uma governança adequada ao tamanho e dinâmica destas empresas dificulta a adoção de boas práticas”, afirma.

Foi por este motivo que Godz decidiu ressignificar o conceito dessa nova governança e dos manuais de boas práticas. No lugar de diversas folhas com regras do que é bom ou ruim, a Gonew.Co decidiu trabalhar com um *Board Canvas*, uma ferramenta de apenas 1 página onde empreendedores da Nova Economia podem discutir sobre sua governança de forma mais simples.

O documento tem o objetivo de substituir um plano de governança de 20 ou 30 páginas, adequando as práticas realmente importantes para essas empresas jovens, startups, entre outros. “No *Board Canvas*, a companhia pode alinhar questões societárias, construir um acordo de acionistas, revisar expectativas da empresa, discutir princípios do negócio”, explica Godz. Por meio de três dimensões: o que aceitamos e não aceitamos; o que recebemos e entregamos no negócio; o que queremos e não queremos da empresa, pequenos e novos empresários conseguem debater sobre uma governança mais adequada as suas necessidades.

RENDA E NÃO SALÁRIO

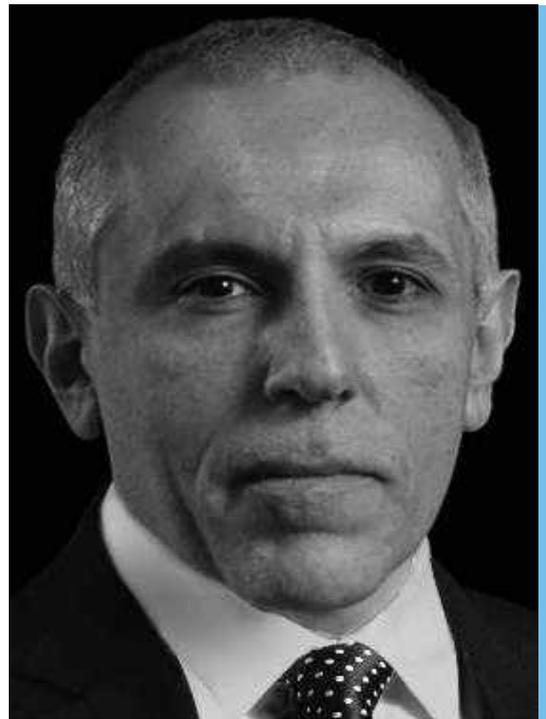
Ainda no terceiro pilar “S”, do Social, as empresas da Nova Economia enfrentam múltiplos debates, afinal muitas vezes companhias deste universo são vistas como geradoras de renda e não de salário. Diego Barreto do iFood acredita que a Nova Economia permite uma descentralização maior da produção e do empreendimento. Neste contexto, uma pessoa que deixa de trabalhar em uma empresa para ter flexibilidade e procura opções em uma plataforma está atrás de renda e não de salário.

A Nova Economia se torna um propulsor desta realidade, aumentando as chances de brasileiros gerarem algum tipo de renda de forma informal, principalmente em um cenário com 14,8 milhões de desempregados. No entanto, Barreto reconhece que sobre a proteção social dos trabalhadores ainda precisam ser estabelecidas melhorias, e que o estado brasileiro pode caminhar nessa direção, aceitando a evolução da nova economia.

“

A Nova Economia, com consumidores cada vez mais exigentes e uma evolução tecnológica e digital evidente, deixará os menos instruídos fora deste mercado, surge um novo problema: o desemprego conjuntural.

”



ROBERTO DUMAS, Insper

Para **Marcela Kasparian**, diretora de ESG da Closeer, a Nova Economia pode impulsionar novas fontes de trabalho e renda facilitando as conexões entre companhias e pessoas.

“Vemos a necessidade de adequar e modernizar a legislação trabalhista brasileira. A reforma que aconteceu em 2017 conseguiu alterar 120 artigos da CLT que eram bastante fechados e trouxe flexibilização a empresas e trabalhadores, mas ainda existe uma visão muito protecionista”, defende.

Segundo Marcela, o Brasil precisa uma legislação que facilite a competitividade. Ela aponta que a Nova Economia surgiu pelo desejo de transformação das pessoas, em uma sociedade econômica que excluía grande parte da população. “Atualmente 75% da população economicamente ativa do Brasil não tem carteira assinada”, reforça.

Em um país essencialmente informal, as pessoas trabalham com renda e não com salário há muito tempo, oportunidades que empresas da Nova Economia chegaram para fortalecer. “O equilíbrio está no respeito às relações de trabalho e às pessoas, garantindo que elas tenham trabalho, renda e sejam competitivas”, complementa Marcela.

SALÁRIO E PRODUTIVIDADE

O economista e professor do Insper, **Roberto Dumas** aponta que a Nova Economia trouxe à tona o debate da produtividade real do trabalhador brasileiro e a necessidade de uma educação que capacite ele para a competitividade

Segundo Dumas, para o Brasil produzir mais é preciso mais investimentos em infraestrutura e direcionar corretamente os investimentos do Produto Interno Bruto em educação. Ele aponta que a Nova Economia, com consumidores cada vez mais exigentes e uma evolução tecnológica e digital evidente, deixará os menos instruídos fora deste mercado, surge um novo problema: o desemprego conjuntural. “Aqueles trabalhadores que eram necessários no modelo físico de 2019, cada vez serão mais substituíveis por essa economia disruptiva”, defende. Isso porque apenas 53% da população entre 25 e 64 anos tem acesso a uma educação satisfatória.

Dumas também critica o protecionismo brasileiro que torna empresas mediócras, anulando a competição e não fornecendo as pessoas as capacidades necessárias para competir. “A mão de obra brasileira é cara, se considerada a produtividade e a capacidade de ensino dos trabalhadores em relação a outras nações”, conclui. **RI**

COMUNICAÇÃO

OS IMPACTOS DA **LGPD**

NAS RELAÇÕES COM INVESTIDORES



A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) impacta qualquer serviço que envolva a coleta, o armazenamento e o tratamento de informações pessoais. Por isso, o departamento de Relações com Investidores precisa estar de acordo com a norma. Vale salientar que a lei está em vigência desde agosto de 2020, com multas e sanções administrativas começando a ser aplicadas a partir deste mês (agosto de 2021).

por **LUCAS BARRA**

Tratando-se de relações com investidores, há diferentes fontes de captura de dados. É o caso, por exemplo, do uso de formulários - seja no “fale conosco” ou até mesmo em inscrições para *webcastings* e *mailings*.

Além disso, é importante estar atento aos detalhes exigidos pela LGPD perante a construção de *websites*, como a política de privacidade e o uso de *cookies*, além da coleta e tratamento de dados pessoais.

COMO INICIAR A ADEQUAÇÃO À LGPD NAS RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Com as exigências estabelecidas pela lei, as corporações devem ter como primeiro passo o mapeamento de todo o fluxo de informações pessoais dos investidores, mostrando como os dados entram, como são armazenados e como são tratados. É necessário, também, evidenciar as pessoas que possuem acesso às informações. Outro passo a se fazer é mapear a forma de exclusão dos dados, caso seja solicitado pelo titular.

Para isso, as empresas necessitam de um profissional especializado, o *Data Protection Officer (DPO)*. Ele será responsável por supervisionar as ações de proteção dos dados pessoais, também sendo encarregado por informar às autoridades sobre qualquer ataque cibernético e/ou vazamento de informações.

COLETANDO DADOS DE ACORDO COM A LGPD

O uso de formulários para coletar dados pessoais é uma prática muito utilizada em relações com investidores. Geralmente, o campo fica em *landing page* dentro do site de RI,

que costuma ser uma página objetiva e que tem por finalidade gerar cadastros que estejam interessados em informações da companhia.

Quando a pessoa solicita o contato pelo formulário, automaticamente, passa a integrar a base de dados da empresa. Com isso, é comum que ela comece a receber *e-mails* mesmo sem ter consentido com isso — algo que fere a LGPD. Por isso, muito cuidado para quem envia os *e-mails*. É preciso ter autorização prévia.

ADEQUANDO O FORMULÁRIO DO SITE DE RI

Em todos os formulários se faz necessário um campo de consentimento, no qual a pessoa autoriza o uso de suas informações pessoais. O titular deve concordar em receber *e-mails*, devendo ficar explícito que a inscrição pode ser cancelada a qualquer momento. Caso não haja consentimento, o contato não deve ser realizado.

Essa prática deve ser adotada em todos os formulários do site de RI. O consentimento dado pelo titular é uma base legal presente na LGPD, que permitirá a coleta e o tratamento das informações sem ferir a lei.

RESPONSABILIDADE DOS DADOS PESSOAIS

É importante deixar claro sobre como a empresa utilizará os dados do titular. No site de RI, redija um texto que evidencie isso e deixe exposto em todas as páginas que possuírem formulário. O ideal é que esse trecho seja linkado com a página da política de sua empresa, que é um dos instrumentos de implementação da lei e que faz parte da estrutura de proteção de dados.

COMUNICAÇÃO

O nome do responsável pelo tratamento dos dados e um meio de contato para que o titular possa acionar devem ser expostos ao final de cada página que contenha a política de privacidade. A pessoa poderá pedir para retificar determinado dado ou solicitar a remoção completa de suas informações no sistema da corporação em questão.

COMO OS COOKIES IMPACTAM A LGPD NO SITE DE RI

A LGPD possui uma categoria especial, chamada “dados pessoais sensíveis”, que são aqueles que podem ser utilizados para fim de segmentação, reunindo informações como religião, opinião política, vocação filosófica, dados de saúde, genéticos e biométricos, orientação sexual e filiação sindical. Essas informações são tratadas com maior rigor perante à lei e algumas delas podem ser obtidas por meio dos *cookies*. Por isso, novamente: muito cuidado.

Com a LGPD, o uso dos *cookies* deve ficar extremamente claro ao titular. Uma boa prática que vem sendo adotada é a possibilidade do usuário administrar os cookies, fornecendo apenas as informações que desejar. Tudo deve ser explícito e combinado previamente, pois se houver alguma disputa judicial no futuro, o ônus da prova sempre caberá à empresa.

USO DE OPT-IN E DOUBLE OPT-IN EM MAILINGS

Enviar *e-mails* em massa é uma prática muito comum em relações com investidores e a LGPD impacta diretamente esse tipo de ação. Agora, é preciso que o titular tenha autorizado o uso dos dados para qualquer finalidade. Isso porque, com base no Artigo 2º da própria LGPD, os dados pertencem à pessoa física. Ou seja, não é possível enviar mais *e-mails* sem um consentimento prévio.

O *opt-in* nada mais é do que uma abordagem que solicita permissão de um analista ou investidor para o envio de determinados conteúdos sobre a companhia. São aqueles campos “assine nossa *newsletter*” e/ou “receba nossas novidades por *e-mail*”, que estão presentes em diversos sites, por exemplo.

No conteúdo do *opt-in*, deve ficar explícito todas as finalidades de uso dos dados do titular. Outra prática interessante é o *double opt-in*, que é uma espécie de *opt-in* reforçado. É aquele *e-mail* que chega para o titular assim que ele se

cadastra em algo, solicitando que ele clique no *link* para confirmar, pela segunda vez, o seu interesse.

O OPT-OUT TAMBÉM É FUNDAMENTAL

O titular pode barrar o uso de seus dados nos *e-mails* que receber, por meio do *opt-out* — um botão que, geralmente, fica no fim do e-mail com a opção de cancelar a inscrição a qualquer momento.

Para evitar erros, é recomendável a contratação de um serviço de CRM que filtre de forma automatizada os titulares que não forneceram *opt-in* para excluí-los dos envios. Esse tipo de serviço é fornecido pela RIWeb, que cuida de todo o processo perante as bases legais da LGPD, envolvendo desde a captação, o tratamento e, se necessário, até a exclusão dos dados pessoais, por meio de plataforma com tecnologia de ponta.

Caso o processamento resulte em alto risco para os titulares, o controlador dos dados deve realizar um estudo chamado *Data Protection Impact Assessment (DPIA)*, que serve para avaliar os riscos com as informações pessoais para evitar que a lei seja desobedecida.

AGORA, UM BREVE RESUMO DE TUDO O QUE FOI FALADO:

1. Revise o fluxo de coleta de dados;
2. Adicione em todos os formulários um termo de consentimento;
3. Adapte os termos de cookies do site de RI à LGPD;
4. Realize a revalidação de *opt-in*, *double opt-in* e *opt-out*.

E lembre-se: a LGPD é coisa séria. As multas podem chegar a até R\$ 50 milhões por infração. E esse artigo sozinho não resolverá todas as questões relacionadas a isso. A recomendação é contratar um escritório de advocacia especializado. No entanto, nada impede de você já começar a tomar as precauções principais para a área de relações com investidores. **RI**



LUCAS BARRA
é Head na RIWeb.
l.barra@comunique-se.com.br

Com paz de espírito

você tem tempo e cabeça para fazer

o que mais gosta

TECNOLOGIA FÁCIL DE USAR

RELATÓRIOS DE PRIMEIRA

SITES DE RI ÚNICOS

ATENDIMENTO COM AMOR

CONSELHEIROS SATISFEITOS

ACESSÍVEL PARA TODOS

DADOS PROTEGIDOS

ACIONISTAS FELIZES

DIVULGAÇÕES SEM SUSTOS

DESIGN LINDO

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

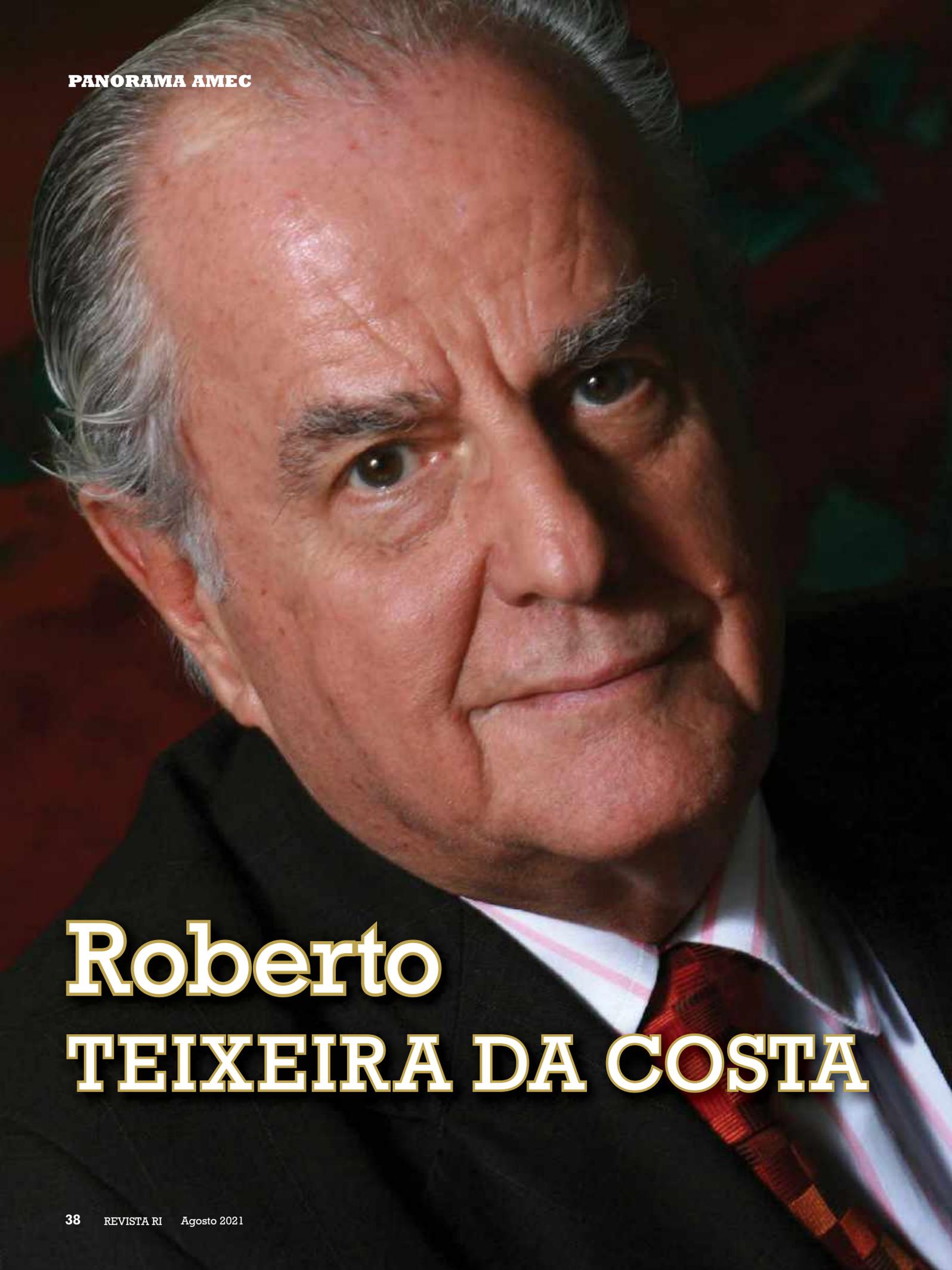


riweb

Peace of mind em relações com investidores

www.riweb.com.br



A close-up portrait of Roberto Teixeira da Costa, an older man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and red tie. He is looking slightly to the right of the camera with a serious expression.

Roberto TEIXEIRA DA COSTA

“

Precisamos continuar vigilantes.”

O primeiro presidente da Comissão de Valores Mobiliários, o veterano **Roberto Teixeira da Costa**, continua em plena atividade como pensador e formador de opinião. Em entrevista exclusiva ao Panorama Amec, o atual conselheiro do Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI) analisa a situação do mercado de capitais e faz comparações com diversos outros momentos históricos vivenciados por ele. “*Precisamos continuar vigilantes*” é uma das frases proferidas pelo executivo em referência ao papel dos investidores e da Amec em relação às práticas de governança das companhias.

Em um momento de multiplicação do IPOs, Teixeira da Costa enfatiza o papel do acionista minoritário doméstico, ainda mais em um contexto em que o investidor estrangeiro está mais distante da Bolsa brasileira. “A participação do investidor estrangeiro no passado recente diminuiu. Não é como na onda de 2004 a 2008, quando 60% a 70% dos IPOs foram subscritos pelos estrangeiros”, diz em trecho da entrevista a seguir.

por **AMEC**

PANORAMA AMEC

Autor de seis livros, o mais recente “*O Brasil tem medo do mundo? Ou o mundo tem medo do Brasil?*”

(Editora Noeses) aborda as dificuldades de se avançar com a maior inserção do país no cenário internacional. Sempre lançado ao futuro, apesar das dificuldades atuais, **Roberto Teixeira da Costa** ressalta que “O Brasil tem salvação” (artigo publicado no Valor Econômico do dia 9 de julho último), em referência à recente declaração do Papa Francisco de que o Brasil não tinha solução. Confira a seguir a entrevista.

AMEC: Em perspectiva histórica, como analisar o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro?

Para nós que dedicamos uma parcela substancial de nossa vida para o desenvolvimento do mercado, é satisfatório verificar que vivemos uma fase auspiciosa. O objetivo do mercado é realmente de mobilizar recursos para que as empresas possam crescer para gerar riqueza e emprego. Tivemos diversos ciclos nos mais de 50 anos de minha trajetória. Teve ciclos que foram e voltaram, com momentos mais felizes e outros nem tanto, remetendo às crises.

AMEC: E falando em crises, quais foram os momentos mais difíceis do nosso mercado?

A maior de todas as crises começou no final dos anos 60. Eu a chamo de encilhamento e durou até 75. Essa crise gerou todas as mudanças estruturais com a criação da CVM, a aprovação da Lei das S/As atual, a institucionalização do mercado e a participação mais aberta para o investidor estrangeiro. Na fase de 1966 a 1971 verificamos vários abusos. E percebemos que o mercado não estava preparado para um crescimento sadio. A Lei societária da época era muito atrasada. O investidor estrangeiro não contava com uma legislação que estimulasse sua presença. Outro grande problema para o mercado de ações foi a concorrência com títulos públicos que geraram uma renda que o mercado não tinha como competir. Chegamos a momentos em que tivemos 14% de juros acima da inflação. Os títulos do governo ofereciam segurança, garantia e liquidez e o mercado passou por um período muito longo de calmaria. Tinha uma ou outra emissão, mas que não eram representativas.

AMEC: Isso mudou muito nos últimos anos, não é mesmo?

A situação começa a se inverter em anos recentes, diria que 2016 para cá, principalmente em 2018 e 2019, quando a taxa de juros no Brasil, acompanhando a queda da inflação, vai



para um patamar que passou a permitir uma concorrência mais sadia com o mercado de ações. Também se beneficiaram os mercados de crédito privado e fundos imobiliários. Os investidores estavam mal-acostumados com a renda dos títulos do governo.

AMEC: Não é contraditório que o mercado se desenvolva e se valorize em um cenário de pandemia e crise econômica?

Realmente, estamos verificando um fenômeno muito curioso. Com a pandemia, todos os problemas ficaram mais aflorados, mais visíveis. Como o mercado de ações irá prosperar? Como é que trará uma estimativa de futuro para o presente com uma situação de grandes números de óbitos, muitas empresas tiveram paralisações muito relevantes, etc. Mas o mercado surpreendentemente conseguiu superar isso tudo. É como se tivéssemos mundos independentes, o sanitário e o mobiliário.

AMEC: A Amec tem atuado ao longo de sua história para valorizar as boas práticas de governança das companhias e a defesa dos minoritários. Como enxerga o papel da associação no cenário atual?

A Amec tem sido uma guardiã respeitável para que os parâmetros de governança sejam continuamente aprimorados. É uma luta permanente. Não podemos baixar a guarda. Nos momentos de euforia, as pessoas compram o que lhes oferecem. Poucos são os que se dão ao trabalho de analisar

com maior profundidade os fundamentos da companhia. No meu passado, na consultoria a empresas, quando elas me procuravam e diziam que precisavam levantar capital para corrigir meu passivo, então quero ir ao mercado. Eu dizia, olha, começamos mal nossa conversa. Avisava que não era simples assim. Ir ao mercado significa abrir mão de uma empresa familiar para se coordenar com um conjunto de acionistas cujos interesses não são necessariamente convergentes com os controladores.

AMEC: E os problemas de governança sempre voltam a ocorrer, não é mesmo?

Sempre temos de buscar um aprimoramento em termos de governança porque a capacidade que as pessoas têm de simplificar e encontrar caminhos tortuosos é infundável. Temos de continuar vigilantes. Historicamente, os avanços da governança no Brasil tem sido produto da abertura do mercado ao exterior. Os investidores estrangeiros são os grandes responsáveis desses avanços, porque eles querem ter padrões de governança compatíveis com o que tinham lá fora. E as empresas foram se ajustando a essas exigências. E a participação do investidor estrangeiro no passado recente e atual diminuiu recentemente. Não é como na onda de 2004 a 2008, quando 60% a 70% dos IPOs foram subscritos pelos estrangeiros.

AMEC: Poderia comentar a estrutura atual da CVM?

Quando falei recentemente com o Marcelo Barbosa (*atual presidente da CVM*), ele me disse que não foi autorizado à CVM a realização de novos processos de seleção de profissionais. Ele tem usado técnicos do BNDES que estão disponíveis. Então, a Amec tem também um papel muito relevante nesse assunto, para demandar que a CVM esteja mais bem equipada, com bons profissionais e remuneração compatível. Existe uma disputa permanente com o mercado.

AMEC: E qual a sua análise da atuação de enforcement da Autarquia?

Esta é outra demanda que sempre bato muito. A duração desde o fato gerador – incluindo inquérito, processo administrativo e julgamento – até a sanção deveria ser o período mais curto possível. Nós todos temos a memória muito fraca. Às vezes o momento é tão bom que ninguém quer lembrar que fulano de tal fez isso e aquilo, que não foi um comportamento apropriado.

AMEC: Qual modelo de atuação da CVM deveria seguir?

“

Sempre temos de buscar um aprimoramento em termos de governança porque a capacidade que as pessoas têm de simplificar e encontrar caminhos tortuosos é infundável. Temos de continuar vigilantes. Historicamente, os avanços da governança no Brasil tem sido produto da abertura do mercado ao exterior. Os investidores estrangeiros são os grandes responsáveis desses avanços, porque eles querem ter padrões de governança compatíveis com o que tinham lá fora. E as empresas foram se ajustando a essas exigências.

”

Uma vez fui aos EUA e visitei o Stanley Sporkin, que era o responsável pela fiscalização da SEC, pelo *enforcement* do órgão americano. Em cima da mesa dele tinha um prospecto de uma mineradora com várias tarjas vermelhas. De passagem, fiz um comentário e falei: “Stanley, você não acha que essa empresa não deveria ir para o mercado?”. Ele disse: “Roberto, não nos compete tomar essa decisão. Quem deve tomar essa decisão é o investidor. Não podemos ser baby-sitter dos investidores”. Então eu emendei: “Mas eu estou vendo várias tarjas vermelhas!”, que teve sua pronta resposta de que “o importante é que quem compra esteja vendo”. A CVM não pode substituir o investidor. Ela deve lutar para que tenha informações de qualidade. Os investidores devem ter educação financeira. Na vida, aprendemos com os erros. Quem nunca errou, não aprendeu.



Gostaria de citar um artigo recente que saiu no Valor Econômico, “O Brasil tem salvação”. É que fiquei muito chocado com a afirmação do Papa Francisco, que disse que nós não tínhamos salvação. Temos sim. A salvação somos nós, e não o Joe Biden, ou o Putin, Xi Jinping, não. A salvação somos nós, temos boas cabeças no Brasil. Há dois anos fui para o Vale do Silício e fiquei impressionado com a quantidade de brasileiros com empresas e startups por lá. E eu perguntava para alguns deles: por que não voltam para o Brasil? Vários diziam: estamos esperando o melhor momento. Nunca vi tanto empreendedorismo, tantas startups aqui no país quanto agora.



AMEC: Poderia comentar seu livro mais recente “O Brasil tem medo do mundo? Ou o mundo tem medo do Brasil“?

Quando saí da CVM em 1980, comecei a enveredar na área de relações internacionais. Primeiro como conselheiro de empresários da América Latina, depois na criação do Centro

Brasileiro de Relações Internacionais, o Cebri. Posteriormente, do Foro Iberoamerica, com um grupo de jornalistas e empresários. Também faço parte do Grupo de Conjuntura Internacional da USP. E não menos importante, estou no final de meu quarto mandato do Inter-American Dialogue. Tudo isso me deu uma vivência muito grande no sistema de relações internacionais. Achei que deveria dar uma contribuição com um relato de minhas experiências e aprendizado.

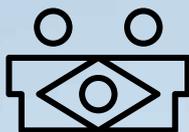
AMEC: Quais as ideias centrais do livro?

A tese é a seguinte: o Brasil não dá a importância devida à inserção internacional. Nós olhamos muito para dentro de nós mesmos. Protegemos em demasia nosso mercado. Nossa economia continua muito fechada. Os empresários não têm interesse em participar de reuniões e organismos internacionais. É muito raro. Os Conselhos de Administração raramente se dedicam a temas internacionais. E agora não dá mais. É praticamente um mundo que está nos atropelando. O livro estava pronto no final de 2019. Veio a pandemia e veio a posse do Biden. Tive de praticamente reescrever o livro. É uma transição enorme. A pandemia mexeu com os mercados aqui e no exterior. O livro estava pronto e o título era “O Brasil tem medo do mundo?”. Mas veio a pandemia, a queimada recorde na Amazônia, o desgaste do governo, daí tive de completar o título: “Ou o mundo tem medo do Brasil”.

AMEC: Apesar das dificuldades, você enxerga boas perspectivas para o país?

Sim, gostaria de citar um artigo recente que saiu no Valor Econômico, “O Brasil tem salvação”. É que fiquei muito chocado com a afirmação do Papa Francisco, que disse que nós não tínhamos salvação. Temos sim. A salvação somos nós, e não o Joe Biden, ou o Putin, Xi Jinping, não. A salvação somos nós, temos boas cabeças no Brasil. Há dois anos fui para o Vale do Silício e fiquei impressionado com a quantidade de brasileiros com empresas e startups por lá. E eu perguntava para alguns deles: por que não voltam para o Brasil? Vários diziam: estamos esperando o melhor momento. Nunca vi tanto empreendedorismo, tantas startups aqui no país quanto agora. Gosto de ver nossa história como um filme. E agora estamos vivendo um drama, é pior que as novelas do Gabriel Garcia Marques. Mas nós vamos superar tudo isso. **RI**

AMEC
Associação de Investidores no Mercado de Capitais.
www.amecbrasil.org.br



BrazilFoundation

S.O.S. COVID-19

BrazilFoundation em Ação.
Precisamos da sua ajuda!
Nosso Brasil está sofrendo o
pior momento da pandemia.
Sua doação pode salvar vidas.

DOE AGORA

DOE PELO SITE:
covid19.brazilfoundation.org



A BrazilFoundation é uma organização sem fins lucrativos de acordo com a Seção 501 (c) (3) do código tributário dos Estados Unidos, EIN 13 4131482. No Brasil, uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) pela Lei nº 9.790/1999, processo MJ nº 08071.000389/2004/01, CNPJ 04.839.572/0001-10. Contribuições feitas à BrazilFoundation são dedutíveis dentro dos limites estabelecidos por lei nos Estados Unidos e no Brasil.

A AMAZÔNIA ESTÁ EMITINDO CO₂

POR QUE TEMOS QUE NOS
PREOCUPAR COM ISSO?



Em termos de eras geológicas, estamos vivendo no Antropoceno, considerada a época em que as atividades humanas têm modificado ecossistemas de forma irreversível. Estamos vivendo exatamente este momento em relação à Floresta Amazônica. O artigo publicado no último dia 14 de julho pela revista *Nature*, liderado por uma pesquisadora do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), mostra que, entre 2010 e 2018, a região passou a emitir mais gases de efeito estufa em função das queimadas do que a própria floresta é capaz de absorver. A região leste da floresta emitiu mais CO₂ do que a região oeste, com um saldo final entre absorções e emissões correspondente a 0,87 bilhões de toneladas/ano. A Amazônia deixou de sequestrar da atmosfera cerca de 0,19 bilhões de toneladas de CO₂ por ano e apenas 18% das emissões por queimadas estão sendo absorvidas pela floresta.

por **MARIA EUGÊNIA BUOSI** e **TALITA DANIELA DA SILVA**

Os dados da Floresta Amazônica sempre impressionam. Ela abriga 25% de toda a flora e fauna terrestre e é a maior extensão de floresta tropical do planeta, com uma área de 5,5 milhões de km² que abrange territórios em 8 países. A floresta não é o pulmão do mundo, já se sabe que o principal fornecedor de oxigênio do nosso planeta são os oceanos – igualmente em risco pela pesca predatória e poluição – mas podemos falar de sua forte influência no equilíbrio do clima na América do Sul e até globalmente.

Os impactos e preocupações a partir do resultado do estudo são muitos. Estudiosos como o professor Carlos Nobre, um dos principais conhecedores do tema, já apresentaram estudos que consideram que a floresta pode chegar a um ponto de não retorno (*tipping point*) com 20 a 25% de área desmatada, o que tornaria impossível impedir que ela se tornasse uma região de savana. A *The Nature Conservancy*,

em matéria publicada no último ano, aponta que já perdemos 14,2% da floresta e que, se não agirmos no curto prazo, o ponto de não retorno seria atingido em 2039.

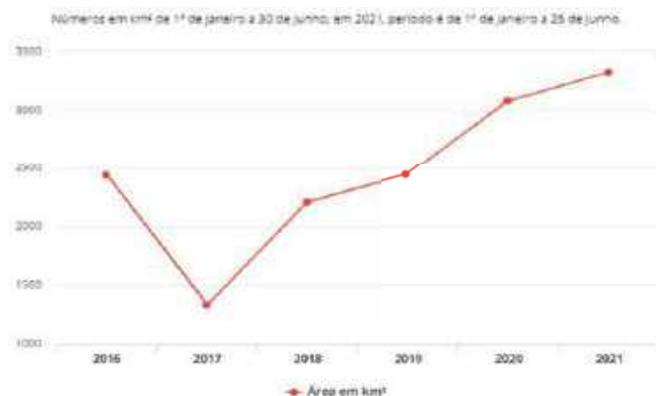
O fenômeno de savanização da Amazônia impacta severamente a biodiversidade, com perda de espécies nativas de fauna e flora relevantes para a indústria local e até mesmo para a economia brasileira, mas os impactos vão muito além. A regulação climática é fundamental para a atividade agropecuária que pode sofrer cada vez mais com a mudança de temperaturas e do padrão de chuvas, tornando inviável, por exemplo, a produção de grãos no Cerrado. Em âmbito nacional, os rios flutuantes, decorrentes da evaporação de água das árvores da floresta, são responsáveis pela regulação climática e de chuvas em outras regiões do país e pelo abastecimento de bacias hidrográficas, o que pode também comprometer a geração de energia hidrelétrica. Isso, aliás, já está acontecendo.

SUSTENTABILIDADE

Uma das principais causas desse fenômeno é o aumento de queimadas na região do bioma amazônico. O monitoramento do INPE aponta que, nos últimos 3 anos, foi relatado o maior número de queimadas, com 15,7mil focos ativos. Em maio de 2021, as queimadas na Amazônia Legal aumentaram 49% em relação ao ano anterior. A principal finalidade das queimadas e do desmatamento na floresta é a mudança de uso do solo para atividades agropecuárias ou para o garimpo, geralmente ilegal, que tem efeitos sobre a preservação do bioma amazônico e, especialmente, contribuem para a maior fonte de emissões de gases de efeito estufa do Brasil. As emissões por mudança de uso da terra são responsáveis por 44% das emissões do Brasil.

O desmatamento também apresenta dados preocupantes. O primeiro semestre de 2021 apresentou a maior área sob alerta de desmate da Amazônia dentro dos últimos seis anos. Foram 3.325,41 km² de área desmatada (INPE, 2021), conforme o gráfico abaixo:

Áreas sob alertas de desmatamento na Amazônia



Fonte: G1 | INPE.

O mercado financeiro brasileiro e internacional já entendeu que a pressão sobre a Amazônia pode ter impactos relevantes sobre a economia brasileira. Entre engajamentos de investidores, cartas de empresas e até mesmo negociações entre chefes de Estado, a Amazônia é um calcanhar de Aquiles.

Em 2019, 230 investidores, com um total de USD16 tri em ativos sob gestão, assinaram uma carta pedindo ações efetiva de combate às queimadas e ao desmatamento na Amazônia. O documento fazia uma solicitação direta às empresas, de observância e transparência na divulgação de informações sobre os impactos de suas operações e suas cadeias de valor sobre o desmatamento. O engajamento se repetiu em 2020 com uma segunda carta, nesta ocasião orientado ao Gover-

no Federal, em que investidores institucionais ameaçavam desinvestir de títulos do governo brasileiro caso não fossem tomadas medidas de mitigação e prevenção ao aumento do desmatamento na Amazônia. O vice-presidente Hamilton Mourão, entre outras autoridades políticas e econômicas, recebeu o grupo de investidores para conversas sobre o tema.

A fuga de recursos internacionais, as sanções a produtos brasileiros e a perda de reputação internacional já são sentidos em alguns setores da economia, notadamente no agronegócio. A contradição é que o Brasil possui um Código Florestal robusto, empresas que adotam boas práticas, mas ainda falta demonstrar essas ações com maior clareza. Para o investidor, definitivamente à mulher de Cesar não basta ser honesta. Tem que parecer honesta e, indo além, demonstrar isso com mais clareza ao mercado.

Internamente, tanto os setores da economia real como as instituições financeiras se movimentam para endereçar a questão do desmatamento não do ponto de vista ambiental, mas estratégico e de negócios. O Conselho das Empresas Brasileiras pelo Desenvolvimento Sustentável, CEBDS, também reforçou este movimento no último ano por meio de uma iniciativa que teve a adesão de 70 CEOs de diferentes setores da economia, também endereçada ao governo federal. Da mesma forma, os três principais bancos que atuam no Brasil – Bradesco, Itaú e Santander – lideraram um movimento sem precedentes para criação de medidas de análises mais rígidas de risco socioambiental para concessão de crédito, bem como da criação de linhas atrativas para atividades e setores da economia que sejam compreendidas como contribuições ambientais e sociais positivas ao desenvolvimento sustentável.

Cobranças pela preservação da Amazônia também foram públicas e explícitas ao Brasil em abril deste ano, como ponto determinante para sua entrada na OCDE, movimento cobiçado pelo governo desde 2019 quando do início do mandato do atual presidente. A provocação feita nessa ocasião alçou o tema como premissa para acordos comerciais. Mais do que isso, a cúpula estendeu a responsabilidade para além do governo, trazendo a pauta para o setor privado como agente fundamental na viabilização de investimentos para preservação ambiental.

O papel das empresas e dos investidores é fundamental. Por um lado, das oportunidades de negócio, podemos direcionar capital e promover o desenvolvimento de atividades que impactam positivamente o desenvolvimento local, por meio de incentivo ao empreendedorismo e culturas tradicionais, valorização pelos serviços ecossistêmicos prestados pela floresta, condições comerciais mais atrativas a produtores que aten-

dam regras de boas práticas ambientais e sociais. Isso reforça a robustez das cadeias de valor de grandes empresas, além dos efeitos do desenvolvimento social para o mercado de consumo, a geração de renda e o crescimento econômico. Por outro lado, do risco, considerando as condições de negócios como conhecemos e estamos acostumados, é responsabilidade das empresas ter atenção a seleção e monitoramento de sua cadeia de fornecedores, conhecer de onde vem os insumos que abastecem sua produção, a origem da madeira que abastasse sua fábrica, seu comércio ou até mesmo, a sua residência.

Ao fim, os fatores que nos fazem preocupar com a Amazônia podem ser descritos a partir de quatro vertentes:

- i. **Limitações e consequências físicas:** a limitação na disponibilidade de recursos naturais e consequências adversas das mudanças do clima, com potencial de colapso do sistema produtivo para alguns setores-chave da economia brasileira;
- ii. **Aumento da pressão regulatória:** embora tenhamos diretrizes e regulamentos claros a serem cumpridos, é urgente a necessidade do estado em reforçar o poder de fiscalização e o monitoramento através não apenas de investimentos em tecnologia e pessoal, mas também de governança, compreendendo a gravidade e priorizando a agenda;
- iii. **Comportamento da demanda:** mais do que a tendência local de consumidores tomarem decisões de compra mais conscientes, que consideram questões sociais e ambientais, já há critérios ambientais e sociais implementados por países desenvolvidos para importação de produtos brasileiros. É vital para a balança comercial brasileira que esses critérios sejam atendidos e bem representados;
- iv. **Acesso a capital:** Em uma perspectiva de mudança do padrão de comportamento da demanda, instituições financeiras relevantes e com disponibilidade de capital, ajustam gradativamente seus valores e tomada

“

Não há uma solução única para um problema tão complexo, mas a colaboração entre os diversos atores da economia e a combinação dos indutores de mudança podem gerar caminhos para que não atinjamos o ponto de não retorno. ”

de decisão de investimentos aos valores da sociedade. Não teremos capital em condições competitivas se não abordarmos esses temas.

Podemos inverter o discurso e nos tornarmos mais proativos nas discussões ligadas à agenda ambiental, especialmente em relação à Amazônia. O risco de inação, neste caso, tem um custo bem maior do que a prevenção dos danos ambientais e suas consequências sobre a nossa atividade econômica e, claro, as condições de vida em diferentes regiões do Brasil. Não há uma solução única para um problema tão complexo, mas a colaboração entre os diversos atores da economia e a combinação dos indutores de mudança podem gerar caminhos para que não atinjamos o ponto de não retorno.

Nas nossas discussões sobre as questões ESG, dizemos sempre que podemos adotar medidas por convicção sobre a importância do tema ou pela conveniência em não ser o vilão nessa história. Independente do caminho adotado, o momento exige que tomemos medidas concretas. Aos que sobram, a adoção virá pela régua de *compliance*. **RI**



MARIA EUGÊNIA BUOSI

é economista, mestre em Finanças, e atua com sustentabilidade há 15 anos. É CEO da Resultante ESG, Escritório especializado em integração ESG, Research, Consultoria e Educacional para o planejamento e análise de riscos eugenia.buosi@resultante.com.br



TALITA DANIELA DA SILVA

é graduanda em Gestão Ambiental da Universidade de São Paulo e trabalha na Resultante ESG, na área de Risco Socioambiental. talita.daniela@resultante.com.br

DO BNDE AO BNDESG UMA REFLEXÃO SOBRE SUA TRAJETÓRIA ESG

Desde a aprovação de sua primeira política ambiental em 1999, o banco vem avançando de forma estruturada, mas ainda há grandes desafios.

Com os 69 anos recém completados, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) acumula uma extensa lista de serviços prestados ao desenvolvimento sustentável do Brasil. Desde 2009, por exemplo, contabiliza mais de R\$ 1,3 trilhão desembolsado, em especial para infraestrutura e desenvolvimento industrial.

por **GUILHERME TEIXEIRA** e **JÚLIA FERRATO**

Nos aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG), o BNDES é pioneiro, especialmente por esta agenda ter emergido no banco a partir do conceito de responsabilidade socioambiental. Ou seja, vai além das preocupações com riscos e oportunidades financeiras, que ainda são o foco da agenda ESG da maior parte de investidores tradicionais.

Como instituição financeira de desenvolvimento (IFD), esta postura é necessária. Aliás, isso demanda que o banco siga acelerando em termos de políticas e processos, ainda que seja reconhecido como um dos destaques nacionais no tema.

OS PRIMEIROS PASSOS

Fundado em 1952, como BNDE, sua missão inicial era ser

o órgão formulador e executor da política nacional de desenvolvimento econômico, com foco na industrialização. Em 1982, seu nome ganhou um “S”, e o tratamento de temas sociais e ambientais cresceu nos anos seguintes. A primeira unidade dedicada ao meio ambiente foi criada em 1989, vinculada à Área de Planejamento. No final dos anos 2000, o banco fortaleceu a institucionalização desta agenda como algo transversal, com uma Política Socioambiental indicando procedimentos para as diferentes etapas do processo de concessão de crédito. Também efetuou mudanças na sua estrutura organizacional, com a criação de uma área de Meio Ambiente, que elevou o status da temática ambiental, anteriormente limitada a um departamento.

A questão social também se fortaleceu por meio de estratégias focadas em inclusão produtiva, apoio direto a governos locais e fomento a arranjos produtivos locais. Por outro lado, o envolvimento em projetos de grande porte atraiu críticas da sociedade civil sobre os impactos sociais adversos.

A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Em 2010, o banco aprovou sua Política Corporativa de Responsabilidade Social e Ambiental (PRSA), que foi atualizada em 2014, à luz da regulação do Conselho Monetário Nacional. A PRSA serviu como um guia da agenda socioambiental no banco, e avanços foram notórios – como o compromisso de não financiar novas usinas termelétricas a diesel, e as diretrizes socioambientais para apoio financeiro à mineração.

Foi criado um plano plurianual para implementação progressiva da PRSA, cobrindo a governança do tema, gestão do risco socioambiental e processos de diálogo e prestação de contas. Tal documento estabeleceu uma primeira agenda de trabalho, para o período 2015-2017. A maior parte das ações foi implementada, conforme análise independente realizada à época. Na sequência, um novo plano foi criado para 2018-20.

A PRSA ganhou nova versão em 2019, desta vez com consulta pública, e o banco passou a analisar e divulgar a correlação dos recursos concedidos com os 17 ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. No G do ESG, aliás, o BNDES avançou e certamente é um dos mais transparentes do mundo, entre centenas de IFDs nacionais e regionais.

Porém, a sociedade civil ainda tem acesso limitado a informações de impactos socioambientais das operações de apoio financeiro, ao contrário do que ocorre em algumas IFDs internacionais. Instrumentos de monitoramento de impactos socioambientais com transparência e participação de grupos afetados pode permitir ao banco decisões mais tempestivas sobre a mitigação, compensação e reparação de eventuais danos naqueles projetos de alto risco.

No tema socioambiental, a histórica atuação do BNDES também passa por produtos financeiros dedicados a corrigir distorções. Nos últimos meses, o destaque positivo foi a mobilização do banco para iniciativas de combate aos efeitos sanitários e econômicos da Covid-19. Por outro lado, o Fundo Amazônia – grande exemplo de transparência e efetividade de recursos –, segue travado desde 2019, evidenciando que o G do ESG ainda pode esbarrar em questões políticas de seu controlador. Diversas organizações da sociedade civil divulgaram uma Carta Aberta ao banco cobrando



Não é necessário mudar de nome, nem cair no clichê de repetir que “o ESG está no DNA”. Se o caminho se faz caminhando, a trajetória do BNDES seguirá sendo reflexo das medidas que o banco lançar mão enquanto indutor do desenvolvimento sustentável - inclusive por meio do ESG - no país.



a liberação de mais de R\$ 2 bilhões parados no Fundo Amazônia, Fundo Clima e Fundo Social.

ESG É O CAMINHO?

Embora o BNDES conte hoje com um arcabouço de normas e compromissos socioambientais, os emergentes desafios socioambientais brasileiros, o crescimento da agenda ESG no país e a nova estratégia do banco – reduzindo seu aporte financeiro direto e ampliando seu papel como estruturador de projetos e promotor do mercado –, demandam novas competências e compromissos.

Mais de 50% de sua carteira de crédito direta está em projetos de economia verde e desenvolvimento social, mas seu papel estruturador vem crescendo e demanda avanços nas diretrizes socioambientais de sua “Fábrica de projetos”; e na sua atuação no mercado de capitais, fomentando e priorizando fundos e gestoras com boa performance ESG e teses de impacto positivo.

Não é necessário mudar de nome, nem cair no clichê de repetir que “o ESG está no DNA”. Se o caminho se faz caminhando, a trajetória do BNDES seguirá sendo reflexo das medidas que o banco lançar mão enquanto indutor do desenvolvimento sustentável - inclusive por meio do ESG - no país. **RI**

GUILHERME TEIXEIRA E JÚLIA FERRATO
são, respectivamente, gerente e analista de finanças sustentáveis na SITAWI Finanças do Bem
www.sitawi.net

A TRANSFORMAÇÃO DO MERCADO & O ESTADO ESG 5.0



A pandemia nos transformou. A crise sanitária causada por ela ressaltou dores e chamou a atenção ao que era invisível ao senso comum. Os efeitos dos atuais modelos de mercado e estado expuseram a falta de cuidado com o ambiente e uma sociedade cheia de mazelas provocadas pelo forte caráter Hobbesiano do ser humano. Nosso pragmatismo que olha apenas para o imediato continua sem o horizonte da sustentabilidade, quase em uma alusão ao *carpe diem*, carente de conceitos, reflexões e resultados que contribuam à qualidade de vida agora e de futuras gerações.

por **CÉLIO FERNANDO B. MELO** e **JULIANA RABELO MELO**

Vimos com clareza a desventura e o estrago causados pela falta de diálogo ou por monólogos polarizados, porque crises sanitárias exigem ações simultâneas e de múltiplas dimensões. A busca pelos extremos tem resultado em muitos culpados e poucas soluções. A ciência e o poder político ficaram em lados opostos numa disputa inglória e épica, quase alcançando uma narrativa mitológica. Surgiram líderes, caíram comandantes. Os vulneráveis se multiplicaram. O desemprego foi ampliado e não há perspectivas de reduções diante dos avanços tecnológicos, produtividade, e inovações que suprimiram postos de trabalho e que exigem alto grau de qualificação. A arte imitando a vida ganhou espaços numa simulação de realidade que mostra evolução tecnológica e científica, mas muito pouco avanço como sociedade, onde o final inacabado apresenta um elevado número de mortes antecipadas no relógio biológico, e a principal *comorbidade* é de cunho social.

A história dá pistas importantes para o entendimento do que está por vir. Para o *The Economist*, o cenário pós-pandemia pode ser o retrato dos nossos dias atuais, também expresso em *Les Misérables* (1864), onde “os ricos fugiram para as casas de campo e se protegeram” enquanto a inocência da pequena Cosette era abreviada pelo trabalho infantil e extrema pobreza. Pouco depois, a Exposição Universal em Paris levou às classes melhor privilegiadas ao apogeu na *mudança de época* - nada incomum na história da *civilização*. Em um paralelo aos nossos dias, o anúncio da *grande mudança* vem

com carros híbridos/elétricos, energias renováveis, tecnologias que incrementam a conectividade e eficiência, o avanço exponencial da ciência possibilitando cura para doenças até então sem respostas. São avanços necessários e muito bem-vindos. Mas, a condução da mudança precisa ser diferente.

A guerra fria agora se estabelece em conflitos geoeconômicos do 5G, produção de vacinas e novas conquistas espaciais. As prioridades atuais estão nos levando a marte, mas a fome não foi vencida, nem mesmo atenuada. Novos tempos, mesmos comportamentos, resultados que se repetem em ciclos históricos.

No Brasil, temos economias aglomeradas por habitações precárias de alta densidade ($2m^2$ /pessoa), déficit habitacional, ausência de saneamento *básico, de água limpa* - um panorama desigual demais para o conceito de sociedade.

No Ceará, os números da pobreza e extrema pobreza atingem quase 3,5 milhões de pessoas, 39% de uma população de pouco mais de 9 milhões, em condições subumanas. As perdas trouxeram mais empatia e solidariedade durante a pandemia. O ano de 2020 ampliou as redes de apoio aos mais vulneráveis no mundo todo, mas, também, deixou a riqueza mais concentrada nas mãos de poucos. Quem sabe a capital do Hidrogênio Verde consiga transferir rend, diante das riquezas futuras projetadas. Seria um avanço transformador do Verde com o social.



Nesse momento da história estamos vendo corporações e investidores mundiais olharem não apenas o impacto dos riscos ESG em seus portfólios e planejamento estratégico, mas também adotarem a sustentabilidade como princípio para decisão, e entender os impactos que seus portfólios têm no entorno.



No ambiente político, a governança merece uma atenção especial na busca pela eficiência político-institucional e integração estado-mercado. Discursos propositivos superam a narrativa de conflito. Não menos que agora, o pós-pandemia exigirá instituições fortalecidas, presentes e aptas a atender à sociedade, com autonomia que impeça ameaças à democracia.

Novos modelos e ferramentas surgem como revisão de paradigmas. A reflexão de Kofi Annan, *Who Cares Wins*, em 2004, feita a grandes instituições financeiras iniciou uma discussão sobre como integrar questões *ambientais, sociais e de governança* aos interesses do mercado. Foi um divisor de águas na forma das corporações pensarem o futuro. Entender que estamos inseridos num ecossistema do qual dependemos diretamente pode despertar a *sensibilidade social* para fortalecer os processos decisórios, e principiar um redesenho de mercado e estado com foco no impacto que as decisões geram para o ambiente e sociedade, e retornam para as instituições. Longe de ser uma abordagem romantizada, a fala de Annan faz despertar o interesse por uma visão integrada de uma estratégia completa, com objetivo não apenas no resultado, mas focado nos processos e escolhas do que entregar ao mercado. *Os Princípios para Investimentos Responsáveis* (2006) são um desdobramento do ESG. No *Global Impact Investing Network* (2019), o *investimento responsável* chegou a US\$ 31 trilhões no mundo, e US\$ 1 trilhão de *investimento de impacto*.

Em 2015, a riqueza de diversidade, perspectivas e experiências de 70 países resultou no que temos de mais amplo e completo sobre como mudar o mundo para melhor de forma sustentável considerando os critérios ESG: são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Eles traduziram para empresas e governo o que e como fazer para que o impacto do que chega ao mercado seja positivo para o ambiente, sociedade e para as instituições.

Nesse momento da história estamos vendo corporações e investidores mundiais olharem não apenas o impacto dos riscos ESG em seus portfólios e planejamento estratégico, mas também adotarem a sustentabilidade como princípio para decisão, e entender os impactos que seus portfólios têm no entorno. Isso significa ver a indústria 4.0 como meio, e não como fim, compreendendo os avanços da transformação digital, mas sobretudo o seu impacto na sociedade. Trazer o fator social à discussão sobre o futuro do trabalho permite deixar de lado a dicotomia “homem x máquina” e restabelecer a relação que nunca deveria ter sido esquecida de que a inteligência artificial, robótica, internet das coisas e demais derivações precisam ser direcionadas à melhoria da qualidade de vida da sociedade, e não disputar espaço com ela. É o surgimento da **sociedade 5.0**.

As instituições estão em transição para adotar os princípios de sustentabilidade criando valor para empresas e sociedade. A importância da adoção ESG é realidade nas discussões no mercado de capitais, é vista como indicador de solidez, custos mais baixos, melhor reputação e maior resiliência em meio às incertezas e vulnerabilidades. O mercado de capitais mundial absorveu que investimentos tradicionais que não olham para os problemas que geram provocarão prejuízos, e dá sinais de que num cenário de longo prazo o mundo destinará os recursos a *investimentos de impacto*, que *promovem intencionalmente impacto positivo*. Distante de ações pontuais, o foco é no *core business* da companhia. A *Boston Consulting Group* (2020) aponta que as companhias que têm boas práticas nesses campos apresentam resultados melhores ao longo do tempo. Na lógica de maximizar o impacto positivo, pode existir um portfólio interessante para se investir: empresas que têm investimentos de impacto, empresas que nasceram para resolver problemas sociais e um outro olhar para a filantropia em organizações que combatem os problemas socioambientais.

A ONU indica que até 2025, 57% dos ativos de fundos mútuos na Europa estarão em fundos com critérios ESG, o que representa US\$ 8,9 trilhões. 77% dos investidores institucionais pesquisados pela PwC (2020) disseram que planejam parar

GOVERNANÇA

SOCIAL

AMBIENTAL



de comprar produtos não ESG nos próximos dois anos. O PRI, em 2020, registrou mais de 3 mil signatários, com ativos sob gestão que ultrapassam USD 100 trilhões. No Brasil, fundos ESG captaram R\$ 2,5 bilhões em 2020 – maior parte da captação veio de fundos criados nos últimos 12 meses, com destaque para fundos *net-zero* e *carbon negative*.

A urgência social e ambiental pela descarbonização e redução do aquecimento global é fruto de investimentos tradicionais, com prejuízos que põe em risco a vida de espécies animais e vegetais, e pode comprometer seriamente a produção de alimentos como milho, arroz e trigo – base de muitas economias. Mais uma vez, a solução vem do que a natureza oferece. Energias renováveis são parte da resposta às indústrias mais poluentes. A matriz energética mundial está em discussão, e o hidrogênio verde (H2 verde - combustível do futuro) lidera a mudança pelo alto potencial de reduzir os impactos ambientais. No Ceará, a chegada do H2 verde traz a possibilidade de uma renda básica inclusiva para retirar milhões de pessoas da pobreza – é a filosofia ESG impactando positivamente na formulação de soluções

tecnológicas para problemas sociais.

A adoção dos princípios de sustentabilidade já faz parte da análise de riscos e decisões de investimento, o que também pressiona governos. Então, por que não reforçar as políticas públicas do Estado com a assertividade proposta pelos ODSs? Por que não levar os benefícios da tecnologia que facilita a produção de alimentos, educação, saúde, bem-estar e segurança aos milhões de pessoas na extrema pobreza? Se esse contingente for beneficiado por um Estado que age com foco no impacto positivo, teremos diminuição da desigualdade, expansão no consumo, circulação de recursos, acréscimo na arrecadação de impostos.

Direcionar investimentos para tirar milhões da miséria, entre outras coisas, deve atrair a atenção de grandes investidores mundo a fora. O Estado pode ser redesenhado, no que seria natural, para a força de um formato ESG 5.0, que utiliza a inovação e a tecnologia para melhorar a qualidade de vida, levando educação de qualidade, saúde de qualidade e dignidade à população. **RI**



CÉLIO FERNANDO B. MELO

é economista, mestre em negócios internacionais (UNIFOR), doutorando em RI (UL/ISCSP), Vice-presidente Apimec Brasil, Conselheiro Consultivo CDP LatAm, Sócio BFA. Secretário Executivo Casa Civil - Governo do Estado do Ceará.
celio.melo@bfa.com.br



JULIANA RABELO MELO

é graduada em Administração, especialização em Análise Financeira de Projetos de Investimento, pela Universidade Federal do Ceará; MBA em Finanças pela Escola de Negócios Saint Paul; Assessora da Presidência da Agência de Desenvolvimento do Ceará.
julianadmelo@yahoo.com.br

Desafios de um mundo pós-pandemia: oportunidades para empresas e profissionais

A pandemia COVID-19, ainda em curso pelo planeta, tende a alcançar um estágio de maior tranquilidade e confiança para as pessoas e as várias sociedades, de forma mais ampla. Naturalmente, o processo será diferente para distintos países. Assim sendo: *Quais são os desafios de um contexto pós-pandemia? Quais oportunidades e riscos podem ser identificados, de modo a orientar os esforços corporativos?* Para refletir sobre estas perguntas, realizamos uma entrevista com **Ricardo Neves**, CEO da everis Brasil, uma empresa do grupo empresarial japonês NTT DATA, que se dedica à consultoria multinacional de negócios e TI, abrangendo todos os setores da economia.

por **CIDA HESS** e **MÔNICA BRANDÃO**



Em plena pandemia, em abril de 2020, **Ricardo Neves** foi o primeiro brasileiro a ocupar a posição de CEO na everis Brasil em 20 anos. Como CEO virtual, completou recentemente um ano no comando da Empresa, com uma série de resultados positivos, celebrados virtualmente com seus colaboradores. O Brasil é hoje a segunda maior operação dessa empresa de consultoria da gigante japonesa NTT Data.

De acordo com Juan Francisco Yáñez, CEO da everis Américas, Ricardo assumiu a liderança da everis Brasil com um grande desafio: dar continuidade ao forte crescimento da participação de mercado de forma consistente e rentável, com foco nas grandes empresas brasileiras e internacionais, que operam no País, e na valorização das pessoas, sendo uma grande liderança para os talentos locais. Sua missão inclui o consistente avanço do valor agregado do portfólio de serviços de transformação digital prestados aos clientes.

Com sólida carreira, que inclui as gigantes multinacionais - PwC e IBM, Ricardo ingressou no mercado através do programa de trainee da PwC em consultoria de tecnologia. Com mais de 25 anos de experiência em consultoria de gestão e tecnologia, o executivo vem atuando em grandes projetos de transformação de negócios, estratégias de tecnologia digital e emergente, desenvolvimento de novos ecossistemas de empreendimentos e inovação, condução de trabalhos de organização e arquitetura de TI, serviços compartilhados e programas de implementação de tecnologia em larga escala na América Latina, EUA e Europa.

O CEO Ricardo Neves possui MBA Executivo Global da Duke University Fuqua, é formado pelo Programa de Gestão Avançada da Harvard Business School e é bacharel em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco. É certificado como Project Manager Professional (PMP) e é também Certified Outsourcing Professional (COP), pela Associação Internacional de Profissionais de Terceirização (IAOP). Escreve no blog da HSM, referência internacional em gestão e negócios.

Quanto à everis, eis alguns números: atuação em 17 países; faturamento de € 1,5 bilhões; mais de 27 mil profissionais na Europa, nos EUA e na América Latina.

A entrevista, a seguir, com Ricardo Neves, profissional muito simpático e altamente perceptivo, foi realizada virtualmente, tendo durado cerca de uma hora. Um gap de tempo muito aprazível, durante o qual conversamos sobre as possibilidades vislumbradas em um futuro não muito distante.

RI: O senhor é CEO de um relevante grupo de tecnologia, com atuação em âmbito global. Qual é a sua percepção sobre o pós-pandemia? O que as empresas – e os mercados consumidores e financeiros, de forma mais ampla – podem esperar?

Ricardo Neves: Nossa visão é muito positiva sobre o futuro que, a nosso ver, já se vislumbra e aliás, a partir de 2022, estendendo-se aos períodos anuais seguintes. Primeiramente, é importante reconhecer que a pandemia acelerou a transformação digital, a qual já se encontrava em curso em muitas organizações. No nosso setor de atuação, esta percepção é absolutamente clara: o mundo digital está aquecido e esta é uma tendência importante para os próximos anos. Ao longo da pandemia COVID-19, temos visto a expansão do consumo e das vendas por meio do e-commerce, com diversos negócios crescendo e ganhando mercados, inclusive por meio de aquisições, como é o caso recente do grupo Magazine Luiza, que comprou uma quantidade significativa de empresas, e da Via Varejo, que adquiriu a fintech Celer, a qual possui uma plataforma proprietária de soluções de pagamento e, hoje, trabalha com oferta de Bank-as-a Service (BaaS). A pandemia atingiu diversos segmentos, mas, ao mesmo tempo, tornou muitas outras empresas mais produtivas, o que é muito positivo. Quem fica no mercado, necessariamente fica mais forte. A transformação digital é um caminho, sem volta, que aumenta a produtividade e, definitivamente, cria valor sob o ponto de vista de quem compra e de quem vende produtos e serviços. Muitas organizações aumentaram tremendamente sua produtividade, fortalecendo suas redes de vendas digitais e, além disso, criando alternativas de trabalho não presencial. O processo é longo, com várias etapas e percalços, mas com saldo muito positivo.

RI: Como será um mundo pós-pandemia? O senhor vislumbra mudanças no comportamento das pessoas que possam favorecer o desenvolvimento dos negócios?

Ricardo Neves: Nossa percepção é de que a pandemia tem impactado profundamente o modo de ver a vida de milhões de pessoas. Muitas desejarão consumir produtos e serviços que tornem suas vidas melhores, mais saudáveis, mais produtivas. As empresas buscarão recuperar este tempo perdido e 2022 talvez seja lembrado como o início de algo que chamaríamos de loucos anos 20. Mesmo reconhecendo que vários protocolos de trabalho e deslocamento se alterarão ao redor do Planeta, acreditamos que as pessoas quererão fazer o que não fizeram durante a pandemia, como por exemplo, viajar, ter vida cultural ativa e muito mais. E desejarão tam-

ORQUESTRA SOCIETÁRIA

bém manter muito do que passaram a fazer por necessidade, como as compras e os serviços à distância. Sobre a tecnologia, que é setor em que atuamos, estamos em processo de franco aquecimento, no bojo da aceleração digital, e acreditamos que as perspectivas são muito boas para os próximos anos. E que, de quebra, podemos esperar bons movimentos de fusões e aquisições.

RI: Quais desafios se apresentam aos líderes das empresas nesse contexto pós-COVID?

Ricardo Neves: Esta resposta se aplica ao setor de tecnologia, mas acreditamos que tem elementos que interessam aos demais setores. Nossas estratégias precisam ser desenhadas e implantadas considerando que a organização opera em um setor absolutamente dinâmico. Temos que criar valor para os negócios por meio de boas estratégias. Temos que desenhar e operar processos que permitam inovação contínua e, concomitantemente, eficiência operacional, com foco na produtividade. E temos que buscar, reter e desenvolver talentos. Sobre pessoas, no mundo da tecnologia, somos absolutamente dependentes de talentos e capacitação. Afinal, a tecnologia é servidora das pessoas, existe para as pessoas e precisa das pessoas. Nesse contexto, como líderes, os CEOs são responsáveis por estimular o desenvolvimento do capital humano continuamente, além de reduzir os gaps de equidade de gênero, diversidade e inclusão. Nossa operação no Brasil tem atualmente cerca de 4.000 profissionais e, por exemplo, temos 56 pessoas com idade acima de 65 anos – alguns contratados durante a pandemia e um deles um programador com 71 anos. Em um contexto de aceleração digital, de disseminação ágil e financeiramente acessível de conhecimentos, não faz sentido, a nosso ver, discriminar talentos em função da idade ou qualquer outro aspecto. Neste contexto, temos realizado happy hours virtuais para promover o trabalho entre gerações.

RI: Esta é uma visão interessante, pois várias organizações abrem mão de profissionais de alto nível quando estes alcançam idades variando de 55 a 60 anos (como referência). Há diversas crenças sobre a questão, como a de que as pessoas mais velhas podem ser mais lentas, ou então mais dispendiosas. Quais são as vantagens de se adotar uma política com uma visão diferente?

Ricardo Neves: Em um setor em que o capital humano e a qualidade da capacitação são cruciais, não faz sentido limitar o talento à idade e aos eventuais custos associados à idade. Até porque, sem talento, sem as pessoas talentosas de



Estamos passando por uma grande transformação digital e nossa operação brasileira tem se expandido de forma significativa no Brasil, por estar ajudando os clientes a inovar e aperfeiçoar os serviços oferecidos ao mercado.



todas as idades, o setor de tecnologia não pode avançar. Somos profundamente dependentes de talento e capacitação. Quanto aos custos, o nosso grupo empresarial é altamente focado em eficiência operacional, em produtividade. Afinal, operamos diversos negócios e temos que criar valor econômico com as nossas operações. Ao mesmo tempo, acreditamos, com base em nossa realidade setorial e corporativa, que o uso da tecnologia, a transformação, ou melhor dizendo, a aceleração digital tem um papel fundamental na eficiência de processos e na produtividade. Estamos em um País com cerca de 14 milhões de pessoas desempregadas e com milhares de vagas em TI. Segundo estudo da Brasscom – Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação – o déficit de profissionais qualificados pode chegar a 260 mil até 2024. Este número é uma previsão que resulta de comparar o aumento de empregos no setor com a capacidade de formação de alunos no Brasil. Assim, diante desse quadro de carência de profissionais qualificados, temos que agir e já estamos agindo. Temos patrocinado estudos para nossos profissionais, de maneira que eles se formem e se tornem mais qualificados, através da nova parceria com a Digital Innovation One, plataforma de educação on-line de tecnologia e desenvolvimento de softwares para conectar oportunidades de trabalho e lançar programas de treinamento gratuito, com foco em tecnologia. Estamos passando por uma grande transformação digital e nossa operação brasileira tem se expandido de forma significativa no Brasil, por estar ajudando os clientes a inovar e aperfeiçoar os serviços oferecidos ao mercado. Diante desse cenário, temos investido consistentemente na formação e no aperfeiçoamento dos profissionais

em diferentes tecnologias e técnicas de negócios. O fato é que muitas empresas não têm esperado a mobilização dos setores público e privado, fazendo parcerias com Edtechs para formar pessoas. Reforçando o que foi dito anteriormente: no momento atual, as empresas pagam para formar seus atuais e futuros colaboradores. A everis lançou, em outubro do ano passado, a Academia de Talentos para formar Devs, com 15 mil bolsas. O projeto incentiva a participação de mulheres, a comunidade LGBTQI+, pessoas com deficiência, afrodescendentes e outras etnias, que, de forma sistemática, encontram mais desafios para adentrar no mercado de trabalho e são pouco representados na área de tecnologia. Além de preparar os candidatos inscritos, a Academia de Talentos também tem o compromisso de promover diversidade e equidade entre os futuros profissionais. Por fim, faltam pessoas no mercado local, mas, mesmo assim, o Brasil ainda exporta talentos para o mundo. Isto é bom para as pessoas? Sem dúvida, elas têm mais oportunidades de trabalho. Entretanto, em um contexto de déficit de talentos, isto não é positivo para o País.

RI: Existe um grande – por vezes, abissal – desequilíbrio social no Planeta e em nosso País. Reduzir esse desequilíbrio e trazer os mais vulneráveis ao consumo é algo que pode acontecer, nesse contexto pós-pandemia?

Ricardo Neves: Não temos dúvida de que sim, a desigualdade precisa ser atacada com seriedade. A pandemia escancarou de forma muito contundente, a desigualdade – redline – a disparidade social, no mundo inteiro, como nunca antes havia ocorrido. Há muito a ser modificado, por uma questão de ética, de evolução do sistema econômico e de propósito: muitas pessoas – cada vez mais! – desejam atuar em organizações que tenham propósitos elevados, que ajudem a construir um mundo melhor, uma vida mais digna. Elas entendem que é preciso criar um contexto sociológico mais justo. E querem trabalhar em empresas cujos propósitos estejam alinhados com seus propósitos pessoais. Aproveito para registrar com satisfação o fato de que ao longo da pandemia, várias organizações se movimentaram e seguem se movimentando para ajudar os mais necessitados. Mencionamos os exemplos de empresas como Ambev, Gerdau, Natura e muitas outras. O que temos visto mostra que existe, sim, sensibilidade e solidariedade nos dirigentes e demais colaboradores das organizações. O ambiente corporativo é composto, afinal, de seres humanos. Trata-se da evolução para o capitalismo consciente, cujas práticas de ESG – Environmental, Social and Corporate Governance –, fazem parte de uma grande e positiva movimentação de âmbito global. Nosso grupo empresarial está comprometido com as práticas de respeito ao meio am-

biente, responsabilidade social e governança corporativa, que podem ser constatadas no Relatório ESG de 2020. Este relatório segue as regras do GRI – Global Reporting Initiative – e é alinhado com a Agenda 2030 da ONU, de cujo pacto global fazemos parte.

RI: Como mensurar o nível de responsabilidade social da everis e todas as demais ações implementadas para atender às práticas de ESG? Como a Empresa pode ajudar na redução da desigualdade?

Ricardo Neves: A tecnologia tem ajudado milhões de pessoas a estudarem, a se desenvolverem e a evoluírem em várias frentes. Atualmente, pessoas de regiões distantes podem acessar, com o apoio da tecnologia, treinamentos de forma impensável, como nunca antes puderam. A tecnologia é chave para a democratização do conhecimento e isso ajuda tremendamente a encurtar distâncias sociais. Mas é a responsabilidade social a primeira resposta para a redução da desigualdade. Nosso Relatório ESG de 2020, citado anteriormente, trata da diversidade, ética, corrupção, compromisso com os ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU –, o que é fundamental para uma empresa de serviços, haja vista que cada vez mais as pessoas estão trabalhando por propósitos. Considerar este ponto crucial é importante para fomentar o negócio, dadas as exigências dos investidores. Em nossa empresa, consideramos que existem três etapas de análise para a determinação dos temas importantes e a mensuração de sua relevância: (1) Identificação de um total de 29 questões mais relevantes; (2) Avaliação externa e internamente da importância de questões relevantes; e (3) Ponderação, identificação dos tópicos materiais e determinação da importância de cada um dos tópicos relevantes. Como resultado dessa análise, chegamos a uma matriz de materialidade, que reflete a avaliação feita pelas partes interessadas para cada uma das questões relevantes para as demais áreas envolvidas na Empresa. A partir destas etapas, são distribuídos os tópicos em três grandes grupos: alta importância, muito importante e média importância. Destacamos nesta entrevista os tópicos de alta importância: (1) Criação de empregos; (2) Política de Remuneração; (3) Inovação I + D + i; (4) Segurança; (5) Relacionamento com Grupo de Interesse; (6) Diversidade; (7) Acessibilidade e deficiência; (8) Bem-Estar; (9) Compromisso social; (10) Responsabilidade Fiscal; (11) Prevenção da poluição; e (12) Política de Meio Ambiente e Energia. Nesta resposta, mais detalhada, buscamos compartilhar com os leitores da Revista RI como a nossa empresa trabalha e leva a sério várias questões que consideramos muito relevantes para o sucesso dos negócios. De forma geral, o modismo passou para compromisso com as práticas de ESG. Trata-se de movi-

ORQUESTRA SOCIETÁRIA

mento sociológico e suas práticas vieram para ficar e são um caminho para um capitalismo mais sustentável.

RI: O senhor usou o termo “sociológico”, o que nos parece algo raro no ambiente corporativo. Acredita que disciplinas como Sociologia, Direitos Humanos e Fundamentais, Fundamentos da Constituição Federal e outras devam ser disponibilizadas pelo ensino tradicional, abrangendo cursos de graduação e pós-graduação? Isso ajudaria a tornar os profissionais que ingressam no mercado mais completos, favorecendo concomitantemente os negócios e a sociedade?

Ricardo Neves: Certamente uma formação acadêmica mais abrangente ajudaria a criar profissionais mais bem formados, mas gostaríamos de expressar a nossa crença em fatores como educação contínua e iniciativa. A nosso ver, não adianta apenas contar com essas e outras disciplinas em grades de formação educacional tradicional, em certos momentos específicos. É preciso que as pessoas entendam que o desenvolvimento delas é uma tarefa para toda a vida. Claro, operamos em um setor voltado para pessoas, pois a tecnologia é servidora de seres humanos, e dependemos, conforme dito, de talento e capacitação, de seres humanos voltados para seres humanos. Assim sendo, buscar, desenvolver e ampliar a capacitação de pessoas faz parte do nosso trabalho. Entretanto, este é um trabalho que não cabe apenas às organizações, mas também aos próprios indivíduos. A evolução pessoal é uma tarefa de cada um de nós, que não pode ser terceirizada para as organizações. É uma via de mão dupla, as empresas investem na capacitação de seus profissionais e eles se dispõem a aprender e colocar em prática os conhecimentos adquiridos. E a desempenhar o seu papel em um processo de evolução pessoal e global.

RI: Sobre pessoas: como CEO, o que o senhor recomendaria aos profissionais de todas as idades?

Ricardo Neves: Eu apenas diria: não parem de estudar, de se desenvolverem e evoluírem pessoal e profissionalmente.

Em uma economia intensamente digital, com mais acesso ao conhecimento, as oportunidades de desenvolvimento das pessoas são altamente estimulantes, como nunca foram. Aliás, independentemente da tecnologia, o desejo de aprender pode ser uma força tremenda dentro de um ser humano. Eu tenho como exemplo a minha mãe, que buscou, ao longo de sua vida, estudar e aprender de forma contínua, e na maior parte do tempo, como autodidata, mesmo sendo educada para se dedicar exclusivamente à família. Atualmente, há muito conhecimento disponível às pessoas, a tecnologia tornou isso possível, derrubando custos de educação e aprimoramento. Temos certeza de que este processo de disseminação e democratização da educação e cultura é irreversível.

Após estas reflexões fundamentadas do CEO da everis, Ricardo Neves, convidamos nossos leitores, a exemplo do que faz a Empresa, a fazerem, para si mesmos ou em conjunto com outros profissionais, os seguintes questionamentos:

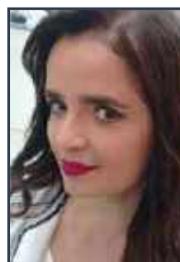
- *Quais são as suas percepções sobre o que ocorrerá com o arrefecimento substancial da pandemia COVID-19?*
- *Quais são as suas previsões sobre a evolução do mercado de capitais, decorrentes do controle da pandemia?*
- *Conforme o setor em que atuam, quais são os planos possíveis para as empresas, considerando possibilidades como retração, cautela, investimentos, transformação digital, admissões, demissões, contração por projetos (de acordo com expertise demandada), geração de caixa, maior captação de recursos, jornada de trabalho híbrida, presencial ou 100% home office, desmobilização, escritório compartilhado e inovação, entre outras?*

Publicaremos ao longo dos próximos artigos o resultado da contribuição de nossos leitores, se estes assim desejarem, sempre respeitando sua manifestação em prol da confidencialidade. **RI**



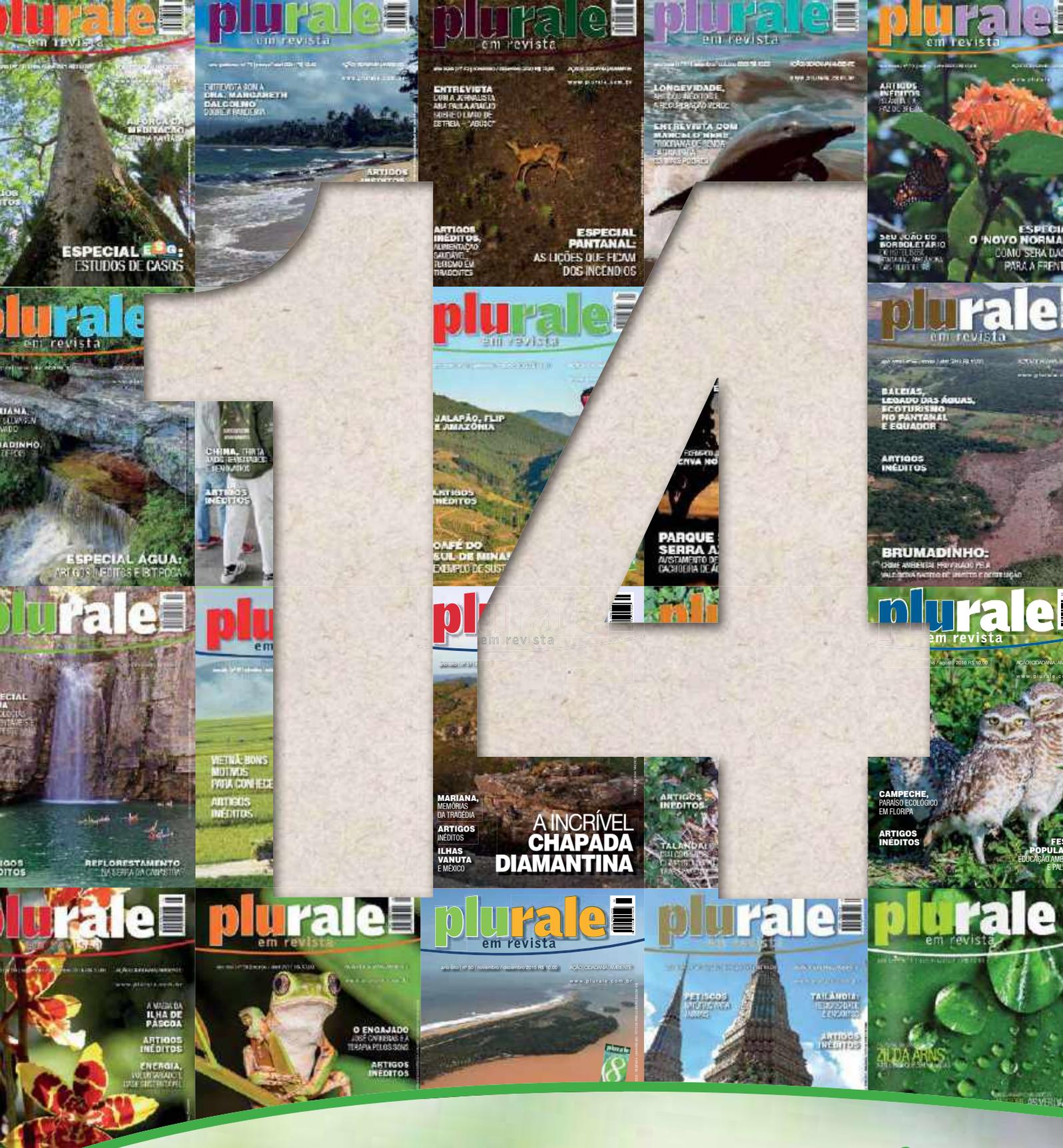
CIDA HESS

é economista e contadora, especialista em finanças e estratégia, mestre em contábeis pela PUC SP, doutoranda pela UNIP/SP em Engenharia de Produção - e tem atuado como executiva e consultora de organizações.
cidahessparanhos@gmail.com



MÔNICA BRANDÃO

é engenheira, especialista em finanças e estratégia, mestre em administração pela PUC Minas e tem atuado como executiva e conselheira de organizações e como professora.
mbran2015@gmail.com



PLURALE EM REVISTA E PLURALE EM SITE:
 QUATORZE ANOS DE INFORMAÇÃO PLURAL
 SOBRE SUSTENTABILIDADE



Plurale: Plural até no nome

www.plurale.com.br twitter @pluraleemsite e-mail soniaararipe@plurale.com.br

MEMORANDO A UM

RI

EM TEMPOS DE CIÊNCIA DE DADOS

& ESG

Você como profissional de RI sempre vai correr atrás daquela base acionária ideal. De preferência fundos que comprem e “sentem praça” no papel, junto a alguns outros que possam prover liquidez. Agora mensurando a quantidade de fundos com preocupações ESG no âmago.

por **FERNANDO CARNEIRO**

O bom profissional fica atento a vários indicadores, como num painel de avião. Quanto está o custo do aluguel de ações (*short interest*)? Que horas aquele fundo vai vender, pois atingiu seu teto de apreciação (*cost basis*)? Isso além do olho em algumas negociações críticas de certos gestores. Sempre mantendo estreito contato com aqueles para entender um determinado movimento acionário. E olha que tudo isso, hoje em dia, com inteligência artificial, bots e transações de alta frequência (*HFT*), é apenas parte da equação. Em 1995, cerca de 80% dos investimentos eram ativos. Hoje em dia, apenas 13%. E o que tomou o espaço não foi necessariamente o investimento passivo e indexado. O que já responde por quase 50% das transações são exatamente as transações HFTs com algoritmos e inteligência artificial.

Portanto a “catalogação” de suas interações deve seguir um padrão de ciência de dados onde toda a parte qualitativa possa se tornar algo mensurável. Isso porque boa parte do que ocorre ficará fora de seu controle. Todos sabem que a maioria das companhias já usa inteligência artificial em alguns aspectos do fluxo de trabalho. As pesquisas em relação a texto e palavras vêm avançando com muita rapidez. Trata-se de algo que antevejo estar presente muito em breve na parte de relatórios de CRM.

“

Todos sabem que a maioria das companhias já usa inteligência artificial em alguns aspectos do fluxo de trabalho. As pesquisas em relação a texto e palavras vêm avançando com muita rapidez. Trata-se de algo que antevejo estar presente muito em breve na parte de relatórios de CRM.

”

“

Não teremos nunca uma normatização de regras via relato integrado. Tais tentativas são e serão infrutíferas. Se não existe até hoje para a contabilidade, totalmente quantitativa, não teremos para ESG, para além do meio-ambiente e questões sociais. O melhor é criar um repositório único e customizado.”

Com a pandemia, todas as atividades tornaram-se virtuais. As conferências e seminários tornaram-se teleconferências. O único que se discute, em termos de melhores práticas, é algo bem básico, qual o número eficiente de pessoas que podemos ter por teleconferência (num dos principais provedores Zoom, Webex, etc...). Mas os gestores e contatos não possuem apenas telefone e e-mail. Eles são um manancial de outras informações críticas. *O quanto gerenciam da minha ação? No setor? No país? Estão vendendo ou comprando? O quê?*

Dito isso, temos que ter cuidado para não nos afogarmos com excesso de informação. A filtragem torna-se parte crítica para se trabalhar com o essencial. Uma das questões culturais curiosas, que observamos no Brasil, é o de ser um mercado conhecido no exterior como “*full disclosure*”, ou seja, a companhia tem ciência, através do seu banco custodiante, de quem compra e vende suas ações diariamente no nível de fundo (mas não de gestor que é a peça chave).

O mesmo não ocorre nos EUA, apesar de ser um mercado mais desenvolvido, levando em consideração outros aspectos. Isso leva a uma espécie de frenesi por parte do *management* querendo fazer uma gestão de quem entra e sai diariamente. Nos EUA, por exemplo, essa informação, em termos de dados públicos, só é obtida a cada trimestre. Portanto, nem tanto ao céu ou ao mar. Trabalhar com dados semanais, ou mensais, é suficiente para se compreender alguma

tendência. Principalmente porque os profissionais de RI estão falando com os gestores toda semana, ou todo dia.

Hoje em dia a interlocução interna com equipes de estratégia e sustentabilidade criou quase que um RI paralelo. Realmente muito tempo é gasto. Principalmente a interlocução relacionada a ESG. Sobre esse tema, eu sou um pouco cético e vou revelar minha posição de “contrarian” em relação ao que vem sendo cogitado, ainda no âmbito de RI. Não teremos nunca uma normatização de regras via relato integrado. Tais tentativas são e serão infrutíferas. Se não existe até hoje para a contabilidade, totalmente quantitativa, não teremos para ESG, para além do meio-ambiente e questões sociais. O melhor é criar um repositório único e customizado.

E quando a companhia for instada a fazer um relato utilizando um dos principais marcos (SASB, GRI, TCFD etc...) que ele saia pronto em pouco tempo de um repositório. Voltando ao ponto do relato integrado. Eu nem sei se é algo desejável. Seria como se a humanidade falasse um idioma. Perderíamos em explicação e nuance. As demandas são muito distintas e o melhor é munir-se do maior número de dados possíveis, e criar relatórios de sustentabilidade de acordo com a necessidade do momento.

Durante essa travessia, será necessário um parceiro externo ou consultor que tenha soluções sob medida. Alguns serviços podem ser os chamados “*off the shelf*”, já prontos. Mas em se tratando de ESG, trabalha-se com materialidade e a questão é extremamente criteriosa. Há um universo particular em cada companhia. O DNA pode ser 99% igual como nos humanos, mas esse percentual mínimo nos expõe a diferenças de cultura e materialidade significativas. Eu gosto de dizer que pouco fala-se do “G” em ESG pois a governança é o tópico menos glamoroso e o mais difícil de compreensão. Por outro lado, ousar dizer, é o mais importante e estruturante.

No próximo artigo tentarei abordar a governança, essa esquecida, em tempos de ESG. **RI**



FERNANDO CARNEIRO
é diretor de Issuer Solutions - LatAm
para a IHS Markit
fernando.carneiro@ihsmarkit.com



22° ENCONTRO INTERNACIONAL RELAÇÕES COM INVESTIDORES & MERCADO DE CAPITAIS

Evento 100% online

27, 28 e 29 de setembro

Confira as tendências e perspectivas do mercado

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



PATROCINADORES DIAMANTE



PATROCINADORES OURO



PATROCINADORES PRATA



PATROCINADOR APOIO E PARTICIPAÇÃO



PARCEIROS DE MÍDIA

ENTIDADES APOIADORAS

ABRAPP | ABVCP | ANBIMA | ANCORD | APIMEC BRASIL
FACPC | IBEF SP | IBGC | IBRACON | IBRADEMP

Informações e inscrições (11) 3107-5557 nilsonjunior@abrasca.org.br www.encontroderi.com.br

O CONSELHO É POP

REFLEXÕES SOBRE A COMPOSIÇÃO DOS BOARDS

Poucas mudanças em conselhos de administração repercutem tanto quanto a chegada de celebridades. Não é só Brasil e não é de hoje. Em 1968, Cary Grant, estrela de Hollywood que trabalhou com Alfred Hitchcock, Katharine Hepburn e foi a referência de Ian Fleming na idealização do personagem James Bond (papel que recusou representar), tornou-se conselheiro da empresa de cosméticos Fabergé. Grant não foi o primeiro e depois dele muitos outros vieram. Recentemente, o fenômeno passou pelo Brasil e deixou o mundo corporativo agitado.

por **PEDRO MELO**

E por que tamanho burburinho? Arrisco dizer: quando uma celebridade chega ao posto de conselheiro, arrasta com ela sua fama e todos nós, fãs ou críticos, entusiastas ou céticos, nos vemos imersos em um intenso debate sobre governança corporativa.

É uma boa oportunidade para lembrarmos e refletirmos sobre as boas práticas de composição do conselho de administração. O *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa* do IBGC exemplifica uma série de características abnadoras da qualificação de um conselheiro: alinhamento e comprometimento com os princípios, valores e código de conduta da organização; visão estratégica; disposição para defender seu ponto de vista a partir de julgamento próprio; capacidade de comunicação; disponibilidade de tempo; capacidade de trabalhar em equipe; conhecimento das melhores práticas de governança corporativa; capacidade de interpretar relatórios gerenciais, contábeis e financeiros e não financeiros; conhecimento sobre a legislação societária e a regulação; conhecimentos sobre gerenciamento de riscos.

Somente a qualificação, no entanto, não basta. Como ensina o código do IBGC, o conselho é um órgão colegiado “cujo desempenho depende do respeito e da compreensão das características de cada um de seus membros, sem que isso implique ausência de debates de ideias”.

Nesse sentido, a diversidade de perfis é uma vantagem competitiva, pois propicia a pluralidade de pontos de vista e o exercício do contraditório, fatores fundamentais para a robustez do processo decisório, para a consideração efetiva de impactos ambientais e sociais das decisões, para a inovação e a disrupção.

Questões de gênero e raça estão em evidência, mas a lista de categorias de diversidade tem crescido: conhecimentos, experiências, competências, comportamentos, aspectos culturais, faixa etária, origem geográfica, orientação sexual, étnica, dentre tantas outras.

Precisamos ampliar cada vez mais os debates sobre o papel das empresas e de seus conselheiros, sobre propósito e o conceito de sucesso, sobre todas as nuances de diversidade e seus benefícios. Essa pauta também inclui vieses inconscientes, ética, potenciais conflitos de interesse. Discutimos intensamente todos esses pontos nos últimos dias e vale enfatizar: tudo isso é governança corporativa.

“

Precisamos ampliar cada vez mais os debates sobre o papel das empresas e de seus conselheiros, sobre propósito e o conceito de sucesso, sobre todas as nuances de diversidade e seus benefícios. Essa pauta também inclui vieses inconscientes, ética, potenciais conflitos de interesse. Discutimos intensamente todos esses pontos nos últimos dias e vale enfatizar: tudo isso é governança corporativa.”

Não existe uma fórmula pronta. E é isso que faz da governança corporativa um sistema vivo, dinâmico e moderno. Conselhos diversos também serão diversos entre as diferentes organizações. O importante é que o mix dessa composição atenda às necessidades de cada empresa. Afinal, um conselho de administração continua sendo um órgão de administração. Cabe ao conselho decidir os rumos estratégicos do negócio, monitorar, avaliar e estabelecer os incentivos corretos para a diretoria, além de zelar pelos princípios e valores da organização. **RI**



PEDRO MELO

é diretor geral do IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.
comunicacao@ibgc.org.br



DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA
PARTICIPAÇÃO
DOS EMPREGADOS
EM CONSELHO DE EMPRESAS
ESTATAIS

Passados dez anos da publicação da lei 12.353, que reservou aos empregados um assento no conselho de administração das empresas estatais, persistem dúvidas e questionamentos sobre a efetividade desta cota na composição dos conselhos. Neste período, porém, é inegável que muitas empresas alcançaram a maturidade da representação dos empregados, com contribuições valiosas para o desenvolvimento da estratégia corporativa e do relacionamento com partes interessadas.

por **BRUNO CESAR PAIVA**

Existe um amplo campo de trabalho ao representante dos empregados no conselho de administração, permitindo levar ao colegiado mais qualidade em suas decisões, contribuindo com seu conhecimento e informações sobre o funcionamento da empresa e provocando a revisão de assuntos estratégicos. A pessoa eleita para ocupar o assento destinado aos empregados no conselho de uma empresa, com a inevitável assimetria de informações por estar imersa em sua cultura e vivenciar diariamente as atividades, negócios e resultados, deveria ser sua maior conhecedora entre os integrantes do colegiado. Ter capacidade de articulação e comunicação a coloca em posição privilegiada, capaz de fazer perguntas e jogar luz sobre assuntos relevantes que estejam fora do radar do board e até mesmo do *management* da empresa. Além disso, pode assumir uma posição de mediação informal entre conselheiros e executivos, apoiando o processo decisório, sem se sobrepor à estrutura hierárquica da organização ou ferir a liturgia do cargo, elementos essenciais em análises de auditoria e responsabilidade típicas do mundo corporativo.

Ter clareza sobre as atribuições e responsabilidades dos órgãos de administração auxilia a desmistificar o papel de representante dos empregados no conselho, muitas vezes confundido com uma segunda instância sindical, à qual são submetidas reclamações e sugestões sobre questões trabalhistas, de atribuição das entidades sindicais. Ainda que a realidade dos fatos se imponha e distancie as duas atividades, somente tivemos uma evolução significativa neste aspecto, com a segregação definitiva das funções, em 2016,

“

Ter clareza sobre as atribuições e responsabilidades dos órgãos de administração auxilia a desmistificar o papel de representante dos empregados no conselho, muitas vezes confundido com uma segunda instância sindical, à qual são submetidas reclamações e sugestões sobre questões trabalhistas, de atribuição das entidades sindicais.

”

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

com o veto à participação de dirigentes sindicais em conselhos de empresas estatais, a partir da promulgação da lei 13.303, a Lei das Estatais.

Diferentemente da Lei das S.A., onde o legislador optou por um dispositivo aberto para abarcar todas as possibilidades de conflito de interesses na atuação dos administradores, a lei que criou a cota para empregados na formação dos colegiados de empresas estatais acertadamente apresenta um rol educativo e exemplificativo das hipóteses em que se configuraria o conflito de interesses do conselheiro-empregado, impondo que este “não participará das discussões e deliberações sobre assuntos que envolvam relações sindicais, remuneração, benefícios e vantagens, inclusive matérias de previdência complementar e assistenciais”, reforçando a distinção entre as atividades de administrador de empresa e representante sindical e rechaçando o papel do conselho de administração como um tribunal de segunda instância para questões relacionadas a acordo coletivo de trabalho.

A Lei das Estatais contribui também para maior equilíbrio do processo eleitoral, à medida em que os recursos aplicados nas campanhas dos candidatos apoiados por sindicatos e associações, como carros de som, viagens, faixas, panfletos, *sites* e equipes de apoio, são incomparáveis em relação ao que dispõe a maioria das pessoas que participam da eleição. A capacidade econômica e o alcance geográfico destas instituições favorecem a campanha. Contudo, não garantem a eleição dos seus candidatos, como ocorrido em momentos de desconexão entre empregados e pautas político-partidárias defendidas por suas entidades representativas, mas também em pleitos mais recentes, em que as redes sociais, ágeis e gratuitas, mostraram-se ferramentas muito eficientes de propaganda.

A comunicação é um ponto chave na atividade. Há grande cobrança dos eleitores por transparência no mandato do conselheiro eleito, o que muitas vezes gera conflito com as restrições impostas à circulação de informações, principalmente as estratégicas e em empresas de capital aberto. Há notícias de conselheiros que transmitiram reuniões em tempo real por suas redes sociais ou publicaram relatos completos sobre as reuniões. É certo que a relação eleitor-eleito demanda prestação de contas, seja numa eleição de síndico de condomínio ou de Presidente da República, mas as regras de sigilo e divulgação de informações são aplicáveis a todos os dirigentes, independentemente de quem os elegeu.

Uma maneira eficiente e legítima de atender a expectativa

dos empregados é compartilhar explicações sobre conceitos de gestão e macroprocessos típicos de qualquer empresa, como quais são as atribuições do conselho de administração, o que é um sistema de integridade, um planejamento estratégico, uma emissão de dívida ou um EBITDA, de forma que cada pessoa dentro da empresa seja capaz de compreender o desempenho da organização. Para tal, a pessoa eleita deve se empenhar em estudar previamente temas principais, em especial aqueles que estão distantes de sua formação e experiência profissional e que tangenciam praticamente todas as decisões de um *board*. São essenciais o conhecimento prévio sobre responsabilidade dos administradores, melhores práticas de governança corporativa, gestão de riscos e *compliance*, os principais indicadores de desempenho empresarial e a leitura atenta dos relatórios corporativos publicados nos últimos exercícios.

A responsabilidade do cargo, inclusive com repercussão sobre patrimônio pessoal, e suas limitações na esfera executiva são pontos que devem estar permanentemente no campo de visão da pessoa eleita, assimilando o poder do voto refletido e instruído nas deliberações colegiadas e os efeitos destas decisões. Como consequência desta postura diligente, pode surgir um conflito de agenda. Posicionar-se contrariamente em pautas de interesse dos executivos, ou mesmo de seus líderes imediatos, coloca o conselheiro-empregado em posição sensível, mais do que os demais membros do conselho de administração, e exige salvaguardas de proteção contra assédio moral e de estabilidade no emprego após o término do seu mandato.

Devemos entender que o interesse coletivo dos empregados é a perenidade da empresa, com desempenho de suas atividades de maneira sustentável. A transparência do caminho trilhado e a convergência de interesses com os demais *stakeholders* facilitam o trabalho da pessoa eleita. Da mesma forma, quando os demais atores da governança compreendem o papel desta representatividade, a posição se torna estratégica para alinhamento de forças em busca dos melhores resultados. **RI**



BRUNO CÉSAR DE PAIVA E SILVA

é Advogado e Diretor da Nictheroy Business, é Conselheiro de Administração Certificado CCA+ pelo IBGC e foi eleito representante dos empregados por três mandatos no Conselho de Administração da BR Distribuidora.
brunopaiva@nictheroybusiness.com.br

Créditos nos programas de educação profissional continuada:
APIMEC - 2 créditos | CFC/CRCs - 8 pontos | IBGC - 3 créditos

Data e Local

Data: 01 e 02/09/2021 (quarta e quinta-feira) Horário: 8:20hs às 12:40hs cada dia
Local: Evento *online* em plataforma digital fechada

Programação

01/09/2021 - (quarta-feira)

8:00hs - Início do Acesso à Plataforma

8:25hs às 8:30hs - Início

■ Haroldo Reginaldo Levy Neto - Coordenador Geral - XVIII Seminário Internacional CPC

8:30hs às 8:50hs - Abertura

■ PALESTRANTE - Zulmir Ivânio Breda - Presidente - CFC

8:50hs às 9:00hs - Homenagem

■ Homenageado - Hans Hoogervorst - *former Chairman* - IASB

9:00hs às 10:20hs - 1º Paineis: Combinações de negócios com foco em Combinações de Entidades sob Controle Comum e Revisão pós-implementação das IFRS 10, 11 e 12.

■ PALESTRANTE - Eduardo Flores - Membro - CPC/CNI e do *IFRS Advisory Council/IFRS Foundation*.

■ MODERADOR para Perguntas e Respostas - Patrick Oliveira Matos - Diretor de Práticas Contábeis - NATURA

10:20hs às 10:40hs - Intervalo

10:40hs às 12:10hs - 2º Paineis: EESG - Evolução e reflexos na contabilidade

■ PALESTRANTE - Alexei de Bona - Gerente Executivo de Controladoria - Banco BV

■ PALESTRANTE - Marta Pinheiro - Diretora Executiva de ESG e Desenvolvimento de Negócios - XP Inc.

■ MODERADORA - para Perguntas e Respostas - Vania Borgerth - Coordenadora - CBARI - Comissão de Acompanhamento do Relato Integrado no Brasil e Board Member - IIRC - *International Integrated Reporting Council*

12:10hs às 12:40hs - Encerramento

■ PALESTRANTE - Jorge Gil - Presidente - *GLENIF/GLASS*

■ Haroldo Reginaldo Levy Neto - Coordenador Geral - XVIII Seminário Internacional CPC

02/09/2021 - (quinta-feira)

8:00hs - Início do Acesso à Plataforma

8:25hs às 8:30hs - Início

■ Haroldo Reginaldo Levy Neto - Coordenador Geral - XVIII Seminário Internacional CPC

8:30hs às 8:50hs - Abertura

■ PALESTRANTE - Marcelo Barbosa - Presidente - CVM

8:50hs às 9:10hs - IASB

■ Palestra - Prof. Dr. Andreas Barckow - *Chairman* - IASB

9:10hs às 10:20hs - 3º Paineis: Destaques do IASB

■ PALESTRANTE - Tadeu Cendón Ferreira - *Board Member* - IASB (Londres)

■ MODERADOR para Perguntas e Respostas - Rogério Mota - Coordenador de Relações Internacionais - CPC

10:20hs às 10:40hs - Intervalo

10:40hs às 12:05hs - 4º Paineis: Demonstrações Financeiras Primárias

■ PALESTRANTE - Paulo Cezar Aragão - Sócio - BMA - Barbosa Müssnich Aragão

■ PALESTRANTE - Paulo Roberto Gonçalves Ferreira - Superintendente de Normas Contábeis e de Auditoria - CVM

■ MODERADOR para Perguntas e Respostas - Guillermo Braunbeck - Vice-Coordenador Técnico - CPC e Diretor Financeiro - FACPC

12:05hs às 12:40hs - Encerramento

■ PALESTRANTE - Alexandro Broedel - *Trustee* - *IFRS Foundation*

■ PALESTRANTE - Edison Arisa Pereira - Coordenador Técnico - CPC e Presidente - FACPC

■ Haroldo Reginaldo Levy Neto - Coordenador Geral - XVIII Seminário Internacional CPC

MAIS INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES NO SITE: WWW.EVENTOS.FACPC.ORG.BR

PÚBLICO	Até 30/08/2021
Estudantes / Professores	200,00
Associados Entidades CPC / Colaboradores Patrocinadores	450,00
Associados Entidades Apoiadoras	750,00
Não associados	1.250,00



INTERESSADOS EM PATROCINAR O EVENTO PODEM ENTRAR EM CONTATO PELO E-MAIL: SEMINARIOCPC@FACPC.ORG.BR

Realização



Organização



Suporte



Apoio de Divulgação



Coordenação

Edison Arisa, Eduardo Flores, Eliseu Martins, Guillermo Braunbeck, Haroldo R. Levy Neto, Nelson Carvalho, Verônica Souto Maior

Patrocínio Master



Patrocínio Sênior



Patrocínio Pleno



Apoio Institucional

ABEL / ABRACON / ABRACONEE / ABRAPP / ABVCAP / AMEC / ANBIMA / ANCEP / ANCORD / ANEFAC / CRA-SP / CRC-SP / FEA-RP/USP / FEA-SP/USP / FECONTEP / FGV - Instituto de Finanças / IBEF-SP / IBGC / IBRI / SESCON-SP / SINDCONT-SP / SINDICONT-Rio

GOVERNANÇA TRANSFORMACIONAL: MAIS UM BUZZWORD?

No mês de junho último, o Pacto Global da ONU lançou a ferramenta “SDG 16 *Business Framework: Inspiring Transformational Governance*”, convocando as empresas a assumirem seu papel na implementação do ODS 16: Paz, Justiça e Instituições Eficazes, que trata da construção de sociedades pacíficas e inclusivas, acesso à justiça para todos, instituições eficazes, responsáveis e transparentes.

por **CLAUDIA PITTA**

Dentre as metas do ODS 16, estão a redução de todas as formas de violência, a promoção do Estado de Direito, o combate à corrupção e ao crime organizado, a tomada de decisão responsiva, participativa e representativa em todos os níveis, o fortalecimento da participação dos países em desenvolvimento nas instituições de governança global, o acesso à informação e a proteção às liberdades fundamentais, o cumprimento das leis e políticas não discriminatórias.

Na visão do Pacto Global, embora os elementos do ODS 16 sejam ingredientes fundamentais para o sucesso dos negócios, sua relevância não é bem compreendida pelas empresas. De fato, no Brasil, o ODS 16 tem sido invocado pelas empresas principalmente em conexão com programas de Compliance

e, de forma incipiente, com o papel das empresas na proteção dos direitos humanos, em especial após a ocorrência de casos emblemáticos de violação no ambiente de empresas privadas. Afora essas áreas, prevalece a visão de que as metas do ODS 16 são responsabilidade dos Governos.

O recém-lançado *Framework* convida as empresas a ampliar sua atuação na promoção da paz, da justiça e do desenvolvimento de instituições estatais eficazes, reconhecendo que essas são condições fundamentais para o atingimento de todos os demais ODS.

Um exemplo que evidencia essa correlação é o desmatamento ilegal da Amazônia. A ação está entre as principais fontes de emissão de gases de efeito estufa no Brasil e a forma de

preveni-lo está na aplicação da legislação em vigor. Nessa área, reduções significativas das emissões não dependem do desenvolvimento de novas tecnologias, de mudança de modelos de negócio ou de processos produtivos, substituição de produtos ou outras medidas mais drásticas para as empresas. Depende, sim, da atuação do Estado na persecução e punição de criminosos.

E as empresas, o que tem a ver com isso? Quem compreendeu a severidade dos riscos do aquecimento global para os negócios e o quanto esse é um problema coletivo e global - e não localizado ou setorializado -, já percebeu que as empresas têm tudo a ver com isso.

Elas podem combater o desmatamento ilegal – aqui usado como exemplo ilustrativo - de várias formas, a começar pela eliminação dessa atividade de suas cadeias de suprimento. Uma outra forma, no entanto, é ativamente cobrando do Poder Público a correta aplicação da lei.

Na jornada da sustentabilidade, o ativismo em prol de um Estado que exerça suas funções essenciais e a exigência de prestação de contas por parte das instituições privadas e públicas tornam-se cada vez mais necessários. Ainda que a sociedade espere que os negócios preencham o vácuo deixado pelos Governos, conforme evidencia o *Edelman Trust Barometer 2021*, é preciso reconhecer que o desenvolvimento da agenda ESG está limitado pela ação do Estado e do conjunto de instituições sociais. Empresas que desejam contribuir para a construção de um futuro melhor precisam inserir essa consideração no desenho de suas estratégias de sustentabilidade.

Para isso, o Pacto Global convida as empresas a adotarem a **Governança Transformacional**, “um prisma por meio do qual as empresas podem expandir sua compreensão do “G” em ESG”.

Essa nova governança convoca os negócios a serem responsáveis, éticos, inclusivos e transparentes, impulsionando um desempenho ESG aprimorado, por meio de três dimensões interrelacionadas:

Governança Convencional: expandir a noção tradicional de governança para incluir valores e cultura, estratégias e políticas, operações e relacionamentos.

Governança Sustentável: fortalecer a governança com respeito ao gerenciamento de riscos e oportunidades sociais e ambientais.

Governança Global: inspirar os negócios a contribuírem de forma responsável com as instituições públicas, leis e sistemas nos níveis local, nacional e internacional.

O Pacto Global encoraja as organizações a integrarem os princípios da Governança Transformacional em suas atividades internas e externas, incluindo em suas cadeias de suprimentos, das seguintes formas:

Internamente:

- Valores e cultura
- Composição e supervisão do Conselho, Comitês e gestão
- Educação, emprego e treinamento
- Políticas e processos, incluindo programas de ética e *Compliance*
- Cláusulas contratuais, *due diligence* e mecanismos de denúncia/reclamação

Externamente:

- *Advocacy*, incluindo *Lobbying*
- Diálogo com as comunidades
- Engajamento em políticas públicas
- Desenvolvimento de competências/capacidades
- Ações coletivas e parcerias
- Apoio à fiscalização e divulgação de atividades governamentais

Não se trata mais de apenas “cumprir a lei” (*Compliance*), mas de atuar para que ela seja cumprida. Não se trata mais de advogar em prol de privilégios e benefícios, de interesses setoriais ou individuais, mas de contribuir para a elaboração e aplicação de leis que impulsionem o país para o desenvolvimento econômico, social e ambiental.

Governança Transformacional não é sobre garantir que a empresa se adaptará às grandes transformações – sociais, tecnológicas, ambientais - que o mundo atravessa. É sobre entender quais (novos) papéis as empresas podem assumir para que essas transformações resultem em um futuro mais sustentável e próspero. **RI**



CLAUDIA PITTA

é consultora e professora de Ética Organizacional e Governança, fundadora da Evolure Consultoria, mentora e sócia da plataforma digital CompliancePME, Diretora do Instituto Brasileiro de Direito Empresarial – IBRADEMP e co-coordenadora de sua Comissão ESG claudia.pitta@evolureconsultoria.com.br

AUDIÊNCIA DA NOVA **REGULAMENTAÇÃO SOBRE OFERTAS:**

ABRASCA SUGERE À CVM ISENÇÃO DA TAXA DE REGISTRO NO CASO DO RITO AUTOMÁTICO

No início de março, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) colocou em audiência pública edital com proposta de alteração nas Instruções 400 e 476, que regulamentam as ofertas públicas de valores mobiliários. A iniciativa, tão aguardada pelo mercado, atendeu a um antigo pleito da Abrasca, consolidado pela associação no trabalho “Abertas+Simple”, que reúne sugestões para reduzir custos de observância, aperfeiçoar e facilitar a realização de ofertas de valores mobiliários no Brasil

por **EDUARDO LUCANO DA PONTE**

A complexidade do assunto e as excelentes propostas reunidas na minuta de Resolução da CVM exigiram, para sua análise, a formação de três grupos de trabalho na Abrasca divididos em: ofertas de ações, de renda fixa privada e de fundos/securitização. Foram três meses de discussões com mais de dez reuniões entre os grupos.

Além de contar com a *expertise* de renomados escritórios liderando seus grupos de trabalho, a Abrasca ouviu outras entidades, como a Anbima e também consultou escritórios de advocacia especializados em direito internacional relacionado a ofertas de valores mobiliários. O objetivo era produzir sugestões que pudessem contribuir, efetivamente,

para o desenvolvimento e aprimoramento do mercado de capitais. Afinal, o objetivo tanto da CVM como dos agentes econômicos é tornar o processo de acesso ao mercado mais célere e flexível, com redução de custos para as empresas emissoras.

REGISTRO

No longo trabalho elaborado pela Comissão Jurídica (CO-JUR) da Abrasca foram reunidos vários comentários, alguns por considerar o enunciado da CVM controverso, entre eles o que trata da taxa de registro nas ofertas com rito automático. A Abrasca se posicionou contra a proposta de cobrança de taxa de registro dessas ofertas.

No edital, a CVM propõe uma ampla reformulação no rito de registro automático, criando hipóteses nas quais o emissor não se sujeitará à análise prévia da autarquia — embora, mesmo assim, tenha que realizar o registro. Anteriormente, a Instrução 476, em algumas hipóteses, dispensava por completo a necessidade do registro na CVM. É relevante observar que, hoje, 80% do número de ofertas e 70% do volume financeiro são reguladas por essa instrução, ou seja, são dispensadas de registro, e por isso não incide nenhuma taxa.

Portanto, a exigência de registro representa um custo adicional ao emissor, que terá que arcar com a incidência de taxa de fiscalização da CVM, além da taxa de convênio da Anbima. Na verdade, essa nova taxa contraria o objetivo da própria autarquia, expresso no edital de audiência pública, que é o de reduzir o custo regulatório e observância para os emissores. Por essa razão a Abrasca sugeriu à CVM isentar da taxa de registro as ofertas com rito automático, uma vez que não haverá a análise de documentação pelos analistas da autarquia.

FATORES DE RISCO

O edital prevê, ainda, a possibilidade de os emissores, na seção de fatores de risco, descreverem a escala qualitativa de risco da operação em baixo, médio e alto, prevendo que eles deverão ser avaliados com base em probabilidade de ocorrência e magnitude do impacto ao emissor.

A proposta contraria Ofício Circular da Superintendência de Relações com Empresas 01/21 da CVM e o Código da Anbima, que proíbem que a seção fatores de risco do prospecto contenha mitigação dos riscos. Entendemos que a norma atualmente em vigor é mais benéfica. Para os emissores e coordenadores, o dever de realizar uma avaliação dos riscos vai aumentar as responsabilidades pela oferta.

Nesse sentido, tanto o emissor quanto os coordenadores ficariam sujeitos a grande insegurança jurídica e risco legal e regulatório decorrentes da incerteza acerca de sua responsabilização no caso da materialização de um dos eventos de risco especificados; em especial, nos casos em que o risco tenha sido classificado como baixo.

Além disso, esse tipo de classificação poderá desestimular o investidor a participar de ofertas em setores nos quais as companhias sejam mais vulneráveis, como, por exemplo, empresas intensivas em pesquisa e desenvolvimento e empresas menos consolidadas em seus setores de atuação.

Por se tratar de uma questão sobre a qual não há objetividade para a classificação, a Abrasca sugere que não seja feita a avaliação da relevância dos fatores de risco relativos ao emissor. A posição da entidade é pela manutenção da atual orientação do Ofício CVM quanto à proibição da utilização de mitigantes nas descrições do risco.

LOTE ADICIONAL

No edital, a CVM a propõe manter o aumento limite da quantidade de valores mobiliários da oferta em 15% para o lote suplementar (*greenshoe*) e 20% para o lote adicional (*hot issue*), já previstos na ICVM 400.

A Abrasca entende que esta limitação muitas vezes acaba impedindo os emissores de disponibilizar uma quantidade maior de valores mobiliários, especialmente quando a oferta é bem recebida pelo mercado. Cabe destacar que para qualquer alteração superior às estabelecidas, tanto para o *greenshoe* como para o *hot issue*, há a necessidade de novo requerimento de registro ou de modificação dos termos da oferta, com o consequente comprometimento do cronograma e da janela de oportunidade.

Neste ponto, como estratégia para o fomento do mercado de capitais brasileiro, a Abrasca questiona o limite, permitindo que a oferta seja regulada pelo próprio mercado, desde que haja a necessária divulgação nos documentos da oferta.

Acreditamos que tal medida poderia fortalecer o mercado de capitais, dando aos emissores maior flexibilidade e plena capacidade de adaptação para as suas ofertas.

Vale ressaltar mais uma vez que essas e outras sugestões encaminhadas pela Abrasca têm o propósito de contribuir para o aperfeiçoamento da reforma proposta pela CVM, muito ampla e bem avaliada pelo mercado e emissores. **RI**



EDUARDO LUCANO DA PONTE

é presidente executivo da Associação Brasileira das Companhias Abertas (ABRASCA)
abrasca@abrasca.org.br

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

EDUCAÇÃO O MELHOR INVESTIMENTO



Até o início do período industrial, a educação se dava preponderantemente de forma tácita. Conhecimento tácito é aquele que a pessoa adquire ao longo da vida, pela experiência, e é inerente às habilidades para executar tarefas cotidianas. Os saberes eram passados de pais para filhos e de mães para filhas.

por **JURANDIR SELL MACEDO**

Ler e fazer contas representavam aptidões de pouco valor para a maior parte da sociedade. Os nobres, os clérigos e os funcionários públicos graduados, para os quais a escrita e a matemática eram importantes, recebiam uma educação focada nas necessidades das corporações em que estavam inseridos. Geralmente um professor ou tutor transmitia os conhecimentos para poucas pessoas ou mesmo para apenas uma.

No início da era industrial, habilidades como ler, escrever e fazer contas básicas passaram a ser desejáveis para as massas. Assim, nasceu a escola tal qual a conhecemos hoje: massificada e formal, onde se define um grande pacote de conhecimentos que todos precisam aprender.

A massificação do ensino trouxe enormes ganhos para os países que se dedicaram a ensinar suas populações. O modelo utilizado trouxe conquistas espetaculares e era o único possível. Portanto, apenas criticar o que foi feito não é razoável. Se tivéssemos mantido os sistemas educacionais da Idade Média, o resultado teria sido terrível. Hoje, devemos pensar no que pode ser melhorado daqui para frente.

Eu sou fruto desse sistema massificado e tive um caminho relativamente tranquilo pelo ensino básico e médio, mas sei que não represento uma regra. Na juventude, passei a ter uma ideia fixa sobre o meu futuro. Desejava ter uma indústria, não sabia de que ramo, mas gostaria de um dia ter

máquinas trabalhando para mim. Assim, passei a pensar sobre qual curso superior poderia ajudar no caminho para meu objetivo.

Escolhi Engenharia de Produção, porém na hora de me inscrever para o vestibular descobri que na Universidade Federal de Santa Catarina existiam três graduações diferentes: Produção Civil, Elétrica e Mecânica. Nenhuma das “opções” me agradava, e mudar de cidade era algo que minha condição econômica não permitia. Decidi por Civil, que me parecia menos indigesta.

Duas coisas me encantavam: frequentar os laboratórios de tempos e movimentos e estudar as ideias de Taylor, Fayol e Ford. Já as disciplinas de Engenharia Civil, eu detestava. Decidi abandonar essas cadeiras e, três anos e meio depois, já tinha cursado todas as matérias de Produção, mas abandonei a graduação. Para as estatísticas, eu era um derrotado.

Entrei no curso de Economia e tive outra decepção. Fui para Administração pensando em aprender a gerir uma empresa, entretanto meus professores não tinham nenhuma experiência prática e queriam ensinar os alunos a serem empregados do setor público. Nova decepção, mas dessa vez fui até o fim.

Depois de formado, montei uma empresa na área de reciclagem de plástico e descobri que muito pouco do que tinha

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

aprendido na universidade ajudava no meu caminho como empresário. Mesmo antes da minha formatura oficial, comecei a dar aulas de matemática financeira em uma universidade, era uma matéria que a maioria dos alunos detestava. Lá estava eu perpetuando o modelo em que fui formado. Eu sabia que aquilo estava errado, mas não sabia como consertar.

No livro “Zen e a arte da manutenção de motocicletas”, de Robert M. Pirsig, publicado em 1974, li uma proposta para a educação que faz todo o sentido. Um dos personagens é um professor que imagina uma universidade em que seus colegas de profissão ensinam, mas os alunos não têm nenhum retorno sobre o desempenho, não existem notas, provas ou chamadas. Assim, quando uma disciplina não faz sentido para um aluno, ele simplesmente abandona as aulas. O mais importante: quem não tem o que ensinar fica sem alunos e, portanto, deixa de ser professor. A ideia é linda, mas parece totalmente utópica.

No início dos anos 1990, tomei conhecimento de uma entrevista que Isaac Asimov deu para Bill Moyers no programa “World of Ideas” em 1988. Essa entrevista hoje é facilmente acessada, eu recomendo a leitura. De forma muito resumida, Asimov disse que naquela época o que as pessoas chamavam de aprendizado era algo imposto aos alunos. Todo mundo era obrigado a aprender a mesma coisa, no mesmo dia, na mesma velocidade e na mesma sala de aula.

De forma surpreendente, ele ainda previu: “No futuro existirão bibliotecas enormes, onde qualquer pessoa possa fazer perguntas e ter respostas, acessar materiais de referências, sobre qualquer assunto em que esteja interessada em saber, em sua própria casa, no seu próprio ritmo. Parece-me que é através desta máquina que, pela primeira vez, vamos ser capazes de ter uma relação ‘um para um’ entre a fonte de informação e os consumidores de informação. Todos podem ter um professor, sob a forma de acesso aos conhecimentos acumulados da espécie humana. Um aspecto fundamental [dessa máquina de aprender] é que ela terá uma tela na qual coisas aparecem. Eu acho que isso também pode acontecer com um comando de voz. Você poderia falar com essa coisa e essa coisa poderia falar com você: “Tenho algo aqui que pode lhe interessar””.

A internet é hoje essa enorme biblioteca. A máquina de aprender já é realidade. Mas continuamos ensinando como se ela não existisse.

Usando uma analogia, seria como se existisse um enorme buffet de alimentação, porém os comensais não pudessem

fazer nenhuma escolha. Para cada um seria oferecido um prato feito com uma enorme variedade de alimentos. E cada comensal precisaria comer ao menos 60% de todos os alimentos servidos. Se quiser mais quantidade ou variedade não pode pegar, se quiser menos não pode recusar.

Infelizmente nossas escolas e universidades continuam, por inércia ou comodismo, mantendo a educação da era industrial. Para sermos competitivos na era do conhecimento, precisamos revolucionar a educação. Se não o fizermos, estaremos condenados ao atraso.

O Brasil pagou um preço elevado pelo atraso na educação da era industrial. Agora temos a chance de revolucionar a educação por meio do modelo digital. A hora de agir é agora, mas infelizmente como professor universitário há 35 anos acredito que a mudança não será endógena.

Por isso, acho fundamental que os empresários se envolvam diretamente com o futuro da educação. É preciso evidenciar que o modelo da era industrial já cumpriu seu papel e que a formação atual massificada e inflexível pode mudar para um modelo flexível e adaptativo em que o professor não é mais o centro do conhecimento, mas intermediador da aprendizagem.

Praticamente todas as empresas que utilizam mão de obra qualificada vêm tendo enorme dificuldade para encontrar pessoas aptas para os postos de trabalho mais especializados. E isso só tende a se intensificar: o trabalho mediado pela tecnologia derrubou as fronteiras geográficas do trabalho. Agora as empresas não competem por cérebros apenas na sua região geográfica, pois a concorrência se tornou mundial.

É fundamental e urgente revolucionar a educação se quisermos ser um país relevante na economia do futuro. Será que vamos aproveitar todas as enormes possibilidades da educação digital ou vamos ficar parados vendo as chances de futuro escorrerem pelos nossos dedos? **RI**



JURANDIR SELL MACEDO

é doutor em Finanças Comportamentais, com pós-doutorado em Psicologia Cognitiva pela Université Libre de Bruxelles (ULB) e professor de Finanças Pessoais da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
jurandir@edufinanceira.org.br

IBRI Notícias

“Prêmio APIMEC IBRI
é o reconhecimento por trabalho
proativo e de inovação no
relacionamento com novos
investidores pessoas físicas”

Geraldo Soares

por **RODNEY VERGILI**

PÁGINA 78

IBRI e FECAP realizam
videoconferência de
apresentação de pesquisa
sobre Relato Integrado

PÁGINA 86

IBRI e Deloitte
realizam pesquisa:
“Os novos desafios de
Comunicação para RI

PÁGINA 91

Presidente da CVM
realizará palestra no
22º Encontro de RI e
Mercado de Capitais

PÁGINA 92

Prêmio APIMEC IBRI é reconhecimento por trabalho proativo e de inovação no relacionamento com novos investidores pessoas físicas, diz **Geraldo Soares**

Geraldo Soares, superintendente de Relações com Investidores do Itaú Unibanco, vencedor da 1ª edição do **Prêmio APIMEC IBRI**, como profissional de Relações com Investidores, afirma que o crescente interesse dos investidores pessoas físicas pelo mercado de capitais provocou a necessidade de atitudes proativas de antecipação de demandas e uso de novos meios de comunicação para prestar contas para os acionistas de forma didática.

POR **RODNEY VERGILI**

Soares observa que nos últimos anos houve aumento significativo no Brasil e exterior da participação de investidores pessoas físicas no mercado de capitais, além de se observar maior uso e alcance das mídias sociais.

“No Brasil, a queda expressiva das taxas de juros fez com que pessoas buscassem o mercado de capitais como um meio de aplicar os seus recursos e obter uma melhor rentabilidade em comparação com a renda fixa”, diz. “Como era esperado, isso demonstrou que a taxa de juros tem uma influência direta no apetite da pessoa física em comprar ações e acessar o mercado de capitais”, acrescenta.

E outra questão que está correlacionada com o aumento na participação de pessoa física no mercado de capitais é a expansão do uso de mídias sociais. Os investidores pessoas físicas já buscavam informações por meio de influenciadores digitais e casas de análise de investimentos independentes. Criou-se, assim, um ambiente de aconselhamento sobre mercado de capitais, gerando ainda mais engajamento nas redes sociais com novos conteúdos, afirma.

Os juros baixos e as informações disponibilizadas nas mídias sociais fizeram com que mais pessoas se interessassem e passassem a comprar ações. “Não faço julgamento de valor se isso é bom ou ruim, se a informação é a melhor possível ou não, mas é um comentário sobre um fato concreto”, ressalta.

“Nesse sentido, em resumo, acho que as grandes mudanças



GERALDO SOARES

recentes no mercado de capitais foram a ampliação nos negócios no varejo e mais engajamento em mídias sociais, sendo percebidas essas tendências no mundo todo, mas, em especial, no Brasil, principalmente em decorrência da queda da taxa de juros”, realça.

MUDANÇAS NA COMUNICAÇÃO

Geraldo Soares observa que os profissionais de Relações com Investidores tiveram que se adaptar ao atendimento dos no-

vos participantes. “O investidor que começou a participar recentemente do mercado de capitais geralmente chega sem muito conhecimento, apresenta demandas diferentes, fazendo com que a linguagem do profissional de Relações com Investidores tenha que ser adaptada e segmentada. Hoje, uma companhia aberta não pode ter apenas uma linguagem para o investidor experiente. É necessário ter, também, uma linguagem mais clara, educativa e didática para a pessoa física que acaba de chegar”, destaca.

O profissional de Relações com Investidores precisa segmentar o discurso. “Ou seja, você não fala da mesma forma, com a mesma linguagem, quando se comunica com um analista de valores mobiliários e quando dialoga com a pessoa física”, observa.

“Não é que você vai oferecer informações diferentes ou privilegiadas para um ou para outro, é a linguagem usada para passar a mesma mensagem que tem que ser diferente, às vezes sendo mais didático ou usando uma linguagem mais coloquial, partindo do pressuposto de que alguns termos mais técnicos do mercado financeiro podem não ser usuais para o público que acaba de chegar”, enfatiza.

“Evidentemente, o público que está começando a comprar ações é extremamente diverso, há desde pessoas físicas com nível de conhecimento extremamente sofisticado, como também há pessoas que estão testando o mercado, com um nível de conhecimento mais próximo do leigo. E, por isso, o profissional de Relações com Investidores tem que saber utilizar uma comunicação segmentada mesmo dentro de um público específico que acaba de entrar no mercado, já que essas diferenças existem até dentro do grupo de pessoas físicas”, declara.

“Eu posso, por exemplo, com determinado tipo de público apenas citar a expressão ‘pay out’ ou EBITDA e continuar a apresentação. Para outros públicos, preciso conceituar ‘pay out’ (percentual do lucro líquido da empresa a ser distribuído aos acionistas na forma de dividendos ou juros sobre o capital próprio) ou EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization), ou, em português, também conhecido como LAJIDA, que significa Lucro Antes de Juros, Impostos, Depreciação e Amortização). Enfim, para os investidores mais leigos preciso ser o mais didático possível para facilitar o entendimento”, diz.

A linguagem mais coloquial a ser adotada com a chegada do novo público fez com que a área de Relações com Investidores

tivesse que expandir a comunicação para outros meios, como, por exemplo, as próprias mídias sociais. Também surgiu a tendência de oferecer conteúdo em podcast, procurando discorrer sobre determinado tema de forma didática, e geralmente direcionando o conteúdo para investidores que ainda estão se ambientando ao mercado. Ainda sobre as novas formas de comunicação, foram fortalecidas, também, iniciativas como gravações de vídeos e lives no YouTube para a divulgação de resultados, por exemplo. Nesse sentido, é possível notar uma movimentação bem grande e crescente na utilização desses mecanismos por diversas empresas, observa.

Geraldo Soares frisa, porém, que a demanda por informações pelos investidores pessoas físicas “não é tão grande como alguns podem imaginar, pelo menos não neste momento”.

“Pela quantidade de pessoas que entraram recentemente como investidores no mercado acionário, não chega a ser uma demanda proporcional e gigantesca que chega a procurar a empresa diretamente para solicitar informações”, destaca.

“Então, a companhia é que precisa adotar atitudes proativas, buscando a prestação de contas de forma didática”, enfatiza. “E, por isso, usar podcasts e vídeos em plataformas que o público investidor costuma utilizar facilita bastante o acesso ao conteúdo necessário para que o acionista entenda cada vez mais sobre o mercado, tomando a melhor decisão possível sobre o seu investimento”, acrescenta.

É preciso lembrar, também, que ao adotar atitudes proativas, o público geralmente reage. “Mesmo aquelas pessoas que nunca entraram em contato com a empresa passam a interagir e fazer perguntas, o que é muito bom, uma vez que o investidor passa a entender melhor como funciona a companhia”, afirma.

Promover encontros para grupos de investidores pessoa física também passou a ser uma prática comum a muitas empresas. “Então, há vários grupos que se reúnem, ou casas de análise independentes, que chamam os executivos das empresas para se apresentarem, o que não era comum há cinco anos. Hoje, tornou-se usual. Ou seja, você faz o atendimento não só ao analista de valores mobiliários de uma grande e respeitada casa de análise, como também para grupos de pessoas que se reúnem espontaneamente para que tenham uma interação maior com as empresas em que são acionistas. Isso demonstra que a pessoa física tem recebido um atendimento muito melhor”, enfatiza.

“É interessante observar que a demanda dos investidores pessoa física depende da atitude proativa dos profissionais de Relações com Investidores. A demanda do investidor pessoa física depende mais das ações dos profissionais de RI. A demanda por informações pelas pessoas físicas é pouco expressiva, pelo menos até o momento. Mas, se a empresa divulga resultado financeiro, solta vídeo no YouTube ou publica podcast, os investidores pessoas físicas reagem. No entanto, se não ocorrer nenhuma publicação nova, o contato com a empresa diminui bastante”, salienta.

“Nesse contexto, em resumo, o profissional de Relações com Investidores que deseja se destacar tem que tomar a iniciativa, procurar ser cada vez mais transparente, passar informações de maneira didática e adequando a sua linguagem para cada público segmentado que deseja atingir, sempre utilizando todos os canais de comunicação disponíveis, desde os mais tradicionais aos mais difundidos nos dias de hoje, como as mídias sociais”, observa.

IMPORTÂNCIA DOS FATORES ASG

A pandemia fez a discussão com os investidores sobre os fatores ASG (Ambiental, Social e Governança) serem mais presentes do que no passado. Os aspectos ASG já vinham sendo cada vez mais discutidos, mas a pandemia acelerou o processo de uma forma nunca antes vista, relata Geraldo Soares.

“As pessoas perceberam que várias questões extremamente importantes na vida delas dependem de questões ASG. A questão da digitalização, por exemplo, que possibilita que as pessoas fiquem mais em casa durante a pandemia, ou seja, há menos veículos trafegando nas ruas com impacto positivo no meio ambiente e a preocupação com o desmatamento são fundamentais para evitar novas crises sanitárias e pandemias, entre outros fatores”, observa.

Nesse sentido, a pandemia alavancou discussões a respeito dos aspectos ASG e há um processo mundial de padronização dos indicadores. “Como você não tinha uma metodologia única, existiam muitos índices de mercado, frameworks e agências de ratings de sustentabilidade. Com a pandemia, foi percebida a necessidade de uma padronização muito mais ampla dos indicadores ASG, envolvendo praticamente o mundo todo”, declara.

Geraldo Soares afirma que “nas últimas duas décadas e, em especial, nos últimos dez anos, houve uma proliferação de diferentes índices de mercado e frameworks em que cada



O profissional de Relações com Investidores que deseja se destacar tem que tomar a iniciativa, procurar ser cada vez mais transparente, passar informações de maneira didática e adequando a sua linguagem para cada público segmentado que deseja atingir.



um buscava o que considerava mais importante. Assim, as grandes empresas respondem uma quantidade gigantesca de questionários, investindo tempo e recursos para atender a essa demanda, muitas vezes com indicadores que apresentavam pouquíssimas diferenças”.

“Esse cenário gerava insatisfação para as equipes de muitas empresas, uma vez que precisavam responder a muitos questionários e sem perspectiva de uma otimização, porque cada vez mais essa prática ia se intensificando. Isso é complicado para o mercado investidor por não ter uma metodologia que é reconhecida mundialmente. Muitas métricas são utilizadas como parâmetros simultaneamente. Então, o investidor que tinha interesse olhava esses parâmetros, mas não conseguia tomar decisão com base nessas diversas metodologias, porque varia de acordo com a métrica adotada. Um usa agência de rating de sustentabilidade MSCI, outro usa Dow Jones, alguns usam SASB (Sustainability Accounting Standards Board) ou GRI (Global Reporting Initiative), consultorias, entre outros parâmetros, o que não gera padronização no mercado. O mais interessante é que a mesma empresa pode possuir avaliações ASG totalmente diferentes entre as várias metodologias atuais”, observa.

Diante disso, hoje, no mundo, nas questões ASG, a área de Relações com Investidores precisa estar muito atenta aos movimentos que estão ocorrendo. O primeiro deles demonstra a

importância dos relatórios de sustentabilidade para os mercados, fazendo com que duas entidades internacionais – o IIRC (International Integrated Reporting Council) e o SASB (Sustainability Accounting Standards Board) anunciassem processo de coalizão para formar a Value Reporting Foundation.

A Value Reporting Foundation está comprometida com a entrega de um sistema de relatórios corporativos mais coerente, trabalhando em estreita colaboração com a Fundação IFRS (International Financial Reporting Standards Foundation) e outros fornecedores de estruturas em todo o mundo.

Segundo Geraldo Soares, outra ação importante ocorreu no The World Economic Forum, momento em que foi lançado o movimento das Big Four, composta pelas quatro maiores auditorias externas do planeta, em que lançaram um estudo conjunto com indicadores que consideram prioritários. “Então, o que as auditorias independentes estão apontando para o mercado mundial é uma ideia de padronização para que todo mundo utilize e possa ser comparável entre os envolvidos”, ressalta.

Finalmente, a Fundação IFRS (International Financial Reporting Standards Foundation) trabalha para implantar as questões ASG dentro da contabilidade.

Em suma, ocorrem diversos movimentos de padronização. “Então, os fatores ASG cresceram muito em relevância para os investidores. Na pandemia, esse crescimento foi exponencial. Como consequência, há esse processo de padronização, que é algo que tem que ser incentivado (divulgar as informações nesses novos padrões estabelecidos) e com acompanhamento atento pelo profissional de Relações com Investidores”, afirma.

PRÊMIO APIMEC IBRI

No contexto de mudanças nas atividades dos profissionais de Relações com Investidores, Geraldo Soares venceu a premiação de abrangência nacional, que foi realizada pela APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais) e pelo IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores). A escolha foi feita por meio de votação on-line. A votação foi direta e realizada por analistas credenciados e associados pela APIMEC.

Sobre a conquista do Prêmio APIMEC IBRI na categoria profissional de Relações com Investidores, Geraldo Soares declara: “É muito bom você ter uma espécie de competição entre profissionais que se destacaram e conseguiram ser premiados. A competição é boa, uma vez que estimula e gera melho-

rias nas atividades de todos que estão no mercado”.

“O Prêmio é uma competição benéfica, um jogo de ganha-ganha para todo mundo, em que os profissionais de Relações com Investidores, especificamente falando, buscam se destacar em relação aos seus pares. Então, o mercado e todos os finalistas só têm a ganhar com a premiação”, acrescenta.

Além disso, a premiação com toda a metodologia envolvida é promovida por duas associações de classe, a APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais) e o IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), que não têm conflitos de interesse. São duas entidades sem fins lucrativos e que buscam o desenvolvimento do mercado de capitais. “Então, por ser realizado por duas entidades sem conflitos de interesse, o prêmio fica ainda mais importante, porque se baseia em uma metodologia de duas entidades com grande história no mercado e com reputação ilibada, valorizando ainda mais os ganhadores”, observa.

CURRÍCULO E PREMIAÇÕES

Geraldo Soares é Conselheiro de Administração do IBRI (2020/2021); Membro do Conselho Diretor da Abrasca (2021); Presidente do Conselho de Supervisão da Apimec (2017/2018); Coordenador da Comissão de Comunicação e do Mercado de Capitais do IBGC (2012/2019); Coordenador do Comitê Superior de Orientação, Nomenclatura e Ética do IBRI; Superintendente de Relações com Investidores do Itaú Unibanco Holding; Presidente do Conselho de Administração do IBRI (2014/2015); Presidente Executivo do IBRI (2006/2007/2008/2009); Membro do Conselho Editorial da Revista RI até 2020. É autor dos livros: “Comunicação no Mercado Financeiro: um Guia para Relações com Investidores” (Editora Saraiva, 2010); e “Casos de Sucesso no Mercado de Ações – aprenda com quem venceu nas altas e baixas da Bolsa de Valores” (Editora Elsevier, 2011). Foi eleito melhor Profissional de RI pela Apimec SP (2000); Apimec RJ (2001); Apimec Nacional (2001, 2006, 2007 e 2010); e Investor Relations Magazine: Brasil (2005).

O Prêmio APIMEC IBRI tem como objetivo reconhecer por votação direta dos analistas de investimentos credenciados e associados pela APIMEC e associados efetivos do IBRI: companhias, profissionais de Relações com Investidores, analistas de valores mobiliários e casas de análise de investimento, com o objetivo de estimular o desenvolvimento das áreas, disseminar melhores práticas e iniciativas, além de valorizar os profissionais do mercado escolhidos para receber a Premiação. Mais informações: www.premioapimecibri.com.br

IBRI participa do TC Day 2021

André Vasconcellos, diretor-adjunto do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e coordenador do Grupo Relações com Investidores de Estatais do Instituto, participou como palestrante no TC Day, em 20 de maio de 2021.

“É uma honra para o IBRI participar do TC Day 2021. O evento trouxe ricos conteúdos compartilhados por experts do mercado financeiro, o que permitiu uma análise diferenciada do atual momento macroeconômico do país. As diversas visões agregaram muito em termos de conhecimento ao investidor, que pode refletir sobre o atual momento macroeconômico e teve importantes insumos para montar suas estratégias individuais de investimento e alcançar melhores resultados”, declara André Vasconcellos, diretor-adjunto RJ do IBRI e RI na Eletrobras.

“O evento assume um importante papel na difusão de informações de alta relevância e credibilidade sobre o mercado de capitais, promovendo educação financeira, fomentando discussões e estimulando reflexões e leituras sobre o mundo dos investimentos. Somente com a difusão de conhecimento, os brasileiros terão mais autonomia para gerenciar o seu próprio dinheiro e evoluir nas suas aplicações, seja um especialista ou um investidor iniciante”, diz **Cristianne Alves**, diretora de Marketing do TC.

Foram mais de 23 mil acessos únicos, com pico de audiência de 8 mil acessos simultâneos, em uma agenda on-line com palestras, painéis e mesas redondas com representante do Governo Federal, gestores de fundos de investimentos e traders do mercado financeiro, divididos em três salas dedicadas especialmente a investidores e interessados em investimentos: o “Palco TC Day”, a “Sala Saúde” e a “Sala Private”.

A sala principal do TC Day debateu o cenário brasileiro, mercado de capitais, criptoativos, investimentos e educação financeira. O primeiro painel sobre política e economia no pós-pandemia contou com a presença de **Adolfo Sachsida**, secretário de Política Econômica do Ministério da Economia, e **Marcos Mollica**, gestor da Opportunity Gestora.

Participaram, também, do TC Day 2021, **Florian Bartunek**, gestor e sócio da Constellation Asset Management; e



ANDRÉ VASCONCELLOS

Carolina Lacerda, membro do Conselho de Administração da BR Distribuidora e da Hypera Pharma”.

André Vasconcellos participou da mesa redonda “Desmistificando o mercado financeiro: a Bolsa de Valores é para todos e todas”, enfatizando a importância dos investidores procurarem acompanhar as informações oficiais disponibilizadas pelas áreas de Relações com Investidores das companhias abertas.

Florian Bartunek, gestor e sócio da Constellation Asset Management, discorreu sobre desafios para investidores em cenários voláteis. No período da tarde, ocorreram três “pocket sessions”, abordando criptoativos, riscos na declaração de rendas variáveis e escândalos do mercado financeiro. Após o fechamento do pregão, empresários, traders e

Daniel Zukerman, apresentador do programa “Pânico” da Jovem Pan, participaram de bate-papo descontraído sobre o mercado financeiro.

A Sala Saúde recebeu **Jeane Tsutsui**, CEO do Grupo Fleury, para falar sobre estratégias diferenciadas para empresas do nicho de medicina. **Fabício Machado**, diretor da Prevent Senior, e **Fernando Leite**, sócio-fundador da DVI Radiologia Odontológica, comentaram sobre parcerias na área de saúde e educação financeira, enquanto **José Henrique Salvador**, diretor de Operações da Rede Mater Dei de Saúde, comandou um painel sobre IPO.

Já a Sala Private recebeu **John Rodgerson**, CEO da Azul, para falar sobre a recuperação do mercado aéreo no pós-pandemia; e **Diogo Bassi**, diretor de Relações com Investidores da Petz, que refletiu sobre os desafios e as oportunidades para startups versus grandes players do mercado. O TC Day contou, também, com a participação de **Emerson Faria**, Head

de RI da Porto Seguro, e **Edison Ticle**, diretor de Finanças e Relações com Investidores da Minerva Foods, no painel “Tendências do mercado de capitais nos próximos 18 meses”.

Cristianne Alves, diretora de Marketing do TC, afirma que “os cenários pandêmico e político-econômico brasileiro ainda trazem muitas incertezas para os investidores e empreendedores brasileiros. A nova edição do TC Day surgiu então do intuito de antever, a partir da expertise de diversos especialistas e profissionais, as oportunidades e tendências do mercado de capitais nos próximos meses, no pós- crise”.

O TC (TradersClub) é “plataforma de comunicação, ideias de investimento e inteligência de mercado em tempo real do Brasil. Com mais de 400 mil membros, o TC tem a missão de democratizar o acesso à informação e à educação financeira, conectando e promovendo networking entre milhares de investidores no mercado de capitais brasileiro”, conclui Cristianne Alves. Link: <https://tcd.com.br/>

IBRI participa de webinar sobre o Indicador de Governança das Empresas Estatais

André Vasconcellos, coordenador do Grupo “RI de Estatais” do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), e **Rafael Mingone**, coordenador da Comissão ESG do IBRI, participaram de webinar do 5º Ciclo do Indicador de Governança de Empresas Estatais (IG-Sest), em 09 de junho de 2021.

Ricardo Faria, secretário de Coordenação e Governança das Empresas Estatais (Sest) do Ministério da Economia, enfatizou que o objetivo é fortalecer o indicador de forma a colaborar na avaliação das empresas e incentivar melhores práticas de Governança. Há três dimensões claras no questionário: Governança; Transparência; e Gerenciamento de Riscos e Controle. Faria indicou, no webinar, que o IBRI contribuirá especialmente na avaliação da dimensão “Transparência” das empresas estatais federais.

Rafael Mingone, coordenador da Comissão ESG do IBRI, afirma que “o IG-Sest é um importante instrumento de

avaliação e aprimoramento da Governança. A atual estrutura de indicadores – que passou por revisão com contribuições de diversas entidades do mercado de capitais – incorpora tendências de Governança e se configura como um excelente guia de melhores práticas”.

“Sem dúvida, o IG-Sest foi revitalizado, neste novo ciclo, e passa a exigir de cada estatal o necessário compromisso com a excelência, potencializando dessa forma o seu papel na sociedade e valorizando o interesse público, que justificou um dia a sua criação”, conclui André Vasconcellos, coordenador do Grupo “RI de Estatais” do IBRI e Relações com Investidores na Eletrobras.

Segue o regulamento e o questionário para o 5º Ciclo do Indicador de Governança de Empresas Estatais (IG-Sest): www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/empresas-estatais-federais/igsest/arquivos/regulamento-ig-sest-5o-ciclo.pdf/view

IBRI apoia projeto “Histórias de Sucesso - Mulheres no Conselho”

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) apoia a Editora Global Partners no projeto “**Histórias de Sucesso – Mulheres no Conselho**” (HSMC). O projeto tem como objetivo revelar e dar visibilidade a mulheres inspiradoras que fazem a diferença nos mais diversos órgãos estatutários, por exemplo Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Comitê de Auditoria Estatutário, assim como compartilhar as boas práticas de Governança relacionadas ao ESG (do inglês Environmental, Social and Governance; em português, ASG – Ambiental, Social e Governança).

Fabiana Monteiro, fundadora e CEO da Editora Global Partners, agradece o apoio de **Anastácio Fernandes Filho**, presidente do Conselho de Administração do Instituto, e a indicação de **André Vasconcellos**, Diretor-Adjunto RJ e um dos fundadores do IBRI Mulheres, para representar o IBRI no Comitê de Direção do projeto. A CEO da Editora Global Partners destaca que a parceria com o Instituto foi “essencial para a evolução do projeto HSMC – Mulheres no Conselho, graças ao seu time com foco em eficiência”.

“Acreditamos na valorização de boas parcerias que tenham objetivos em comum. Nesse sentido, o IBRI se tornou uma parte importante da construção do HSMC”, afirma Fabiana Monteiro, que também é Membro do Conselho Consultivo do ITMS Group Inc. e MacawPress.

Ao receber a indicação, André Vasconcellos destaca que “o projeto tem por propósito fazer com que o tema diversidade e equidade de gênero em Conselhos seja uma pauta de discussão e inspiração constante, agregando assim mais valor aos negócios”.

No Brasil, 70% das buscas de Conselheiros são feitas por indicação, conforme matéria publicada pelo portal de notícias “Mundo RH”, em 16 de junho de 2021. “Se é assim, quem quer se tornar uma Conselheira precisa estar em um lugar em que alguém possa conhecê-la, até para indicá-la”, ressalta Fabiana Monteiro.



FABIANA MONTEIRO

Segundo André Vasconcellos, o projeto HSMC “veio para enaltecer as mulheres fortes a fim de inspirarem aquelas que ainda não descobriram a sua força” e avalia como “uma honra contribuir para um projeto tão promissor”.

A presença do IBRI reforça o compromisso do Instituto com a equidade de gênero no mercado de capitais brasileiro. Trajetória já repleta de conquistas, como o IBRI Mulheres, criado em

março de 2020 e coordenado por Sandra Calçado, Head de Estratégia, Relações com Investidores & ESG na Log-In Logística.

Na vanguarda das melhores práticas, o IBRI foi a primeira entidade do mercado de capitais a ser signatária do Acordo de Cooperação com a ONU Mulheres Brasil, cujo objetivo é fomentar o engajamento das empresas em torno dos Princípios de Empoderamento das Mulheres, assim como foi a primeira entidade de mercado a eleger uma mulher para sua presidência, Doris Wilhelm, no biênio 2004-2005.

Para a edição de lançamento do projeto “Histórias de Sucesso – Mulheres no Conselho” (HSMC), participarão trinta conselheiras do mercado, figuras notáveis e reconhecidas dentro do universo corporativo em duas categorias distintas, “Pioneiras” e “Nova Geração”, cuja avaliação e seleção serão realizadas por renomados executivos envolvidos com o ecossistema de Conselhos e com a agenda de equidade de gênero.

Comitê de Direção: Fabiana Monteiro (idealizadora do projeto, fundadora da Editora Global Partners e Membro do Conselho Consultivo da ITMS Group Inc e da MacawPress Inc); André Vasconcellos (Diretor-Adjunto RJ no IBRI e RI na Eletronbras); e Olivia Ferreira (Co-Chair no 30% Club).

Curadoria: Adriana Muratore (Membro do Conselho da Positivo Tecnologia); Andrea Mota Baril (Membro do Conse-

lho Docol, Hering, Copenhagen, Berneck e Positivo Educação); Christiane Aché (Diretora ABPW na Saint Paul Escola de Negócios); Juliana Rozenbaum (Membro do Conselho da Renner, Arezzo, Cognac, EDP, Duratex e Eurofarma); Raquel Teixeira (EY Private Latam South); Marly Parra (Membro do Conselho da Emibra, Solstic, iHub Investimentos XP); Vera Bermudo (Membro do Conselho da Unimed SJRP e Docente na FGV, Co-fundadora e sócia da Chá Do); e Thais Antonioli (Membro do Conselho da GIF Innovation & Future).

Comitê de Executive Search: Andre Freire (Sócio da EXEC); Magui Castro (Senior Client Partner da Korn Ferry); e Jacques Sarfatti (Sócio da Russell Reynolds Associates).

Comitê Estratégico: Arnaldo Aimola (Presidente High Tech & Telecom da Gartner); Cecília Andreucci (Membro do Conselho da Guararapes; Gávea Angels, Grupo Solpanamby); Carlo Linkevicius (Membro do Conselho Global Compact Network Brazil); Fabio Alperowitch (Portfolio Manager da FAMA Investimentos e ESG Manager); Heloísa Belotti Bedicks (Membro do Conselho da Braskem); Monica Monteiro (Diretora Executiva do Grupo Bandeirantes); e Anderson Godz (Founder Gonew.Co).

As inscrições para participar do projeto podem ser feitas por meio do seguinte link: <https://forms.office.com/r/KPUN-VZU4V4>. Mais informações: www.editoragp.com.br/projeto-pioneiro-mulheres-no-conselho

IBRI e B3 lançam websérie sobre Relações com Investidores

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e a B3 (Brasil, Bolsa, Balcão) lançaram webserie com temas da área de Relações com Investidores. Os assuntos abordados contribuem para o aprimoramento dos profissionais de Relações com Investidores. A Websérie está dividida em oito episódios com vídeos de curta duração. Veja a seguir a relação dos temas com os apresentadores: **Obrigações e Boas Práticas na Área de RI** - Bruno Brasil; **Relacionamento do RI com os Analistas de Research** - Ricardo Garcia; **Relacionamento do RI com os Investidores Pessoa Física** - Geraldo Soares; **Estruturação da Área de RI** - Renata Oliva; **Relacionamento do RI com os Investidores Institucionais** - Eduardo Galvão; **Comitê de Divulgação e de Negociação** - Rodrigo Maia; **Comitê de Gestão de Crise e Potenciais Conflitos de Interesses** - Phillipe Casale; e **Atuação de RI como porta-voz da Companhia** - Guilherme Setúbal.

IBRI e FECAP realizam videoconferência de apresentação de pesquisa sobre **Relato Integrado**

O Centro de Pesquisa em Mercado de Capitais e Relações com Investidores FECAP IBRI realizou webinar, em 15 de junho de 2021, para lançar a pesquisa com o tema “**O Relato Integrado responde ao ESG?**”. É a primeira pesquisa do Centro FECAP IBRI. No evento, houve debate sobre as crescentes demandas por indicadores de ESG (do inglês Environmental, Social and Governance; em português, ASG – Ambiental, Social e Governança), que buscam avaliar o investimento de organizações em critérios de sustentabilidade. Entre eles, está o Relato Integrado, que tem como objetivo aumentar a transparência da prestação de contas e melhorar a qualidade e profundidade das informações.



VANIA BORGERTH, RODRIGO LUZ, ALEXANDRE GARCIA e GERALDO SOARES

Alexandre Sanches Garcia, Pró-Reitor de Pós-Graduação da FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado), abriu o evento e detalhou a metodologia da pesquisa.

Rodrigo Luz, Conselheiro de Administração do IBRI, apresentou os resultados do primeiro estudo do Centro de Pesquisa em Mercado de Capitais e Relações com Investidores FECAP IBRI com o tema “O Relato Integrado responde ao ESG?”.

Geraldo Soares, Conselheiro de Administração do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), realizou palestra demonstrando o crescente interesse dos investidores por informações sobre fatores ESG.

Vania Borgerth, Coordenadora da CBARI (Comissão Brasileira de Acompanhamento do Relato Integrado), enfatizou a

importância de participação nas audiências públicas de reguladores nacionais e internacionais sobre o tema.

Para ter acesso à íntegra da videoconferência sobre Relato Integrado do Centro de Pesquisa em Mercado de Capitais e Relações com Investidores FECAP IBRI: <https://youtu.be/UY9-GD31NqI>

Para ter acesso à íntegra da pesquisa FECAP IBRI sobre “O Relato Integrado responde ao ESG?": www.revistari.com.br/252/1753

Segue link para o Relatório de Pesquisa 01/2021 – “Relato Integrado como resposta ao ESG?": [www.ibri.com.br/Upload/Arquivos/novidades/4293_Relato%20integrado%20responde%20ao%20ESG%20\(1\).pdf](http://www.ibri.com.br/Upload/Arquivos/novidades/4293_Relato%20integrado%20responde%20ao%20ESG%20(1).pdf)

Renata Oliva Battiferro realiza palestra na ESPM

Renata Oliva Battiferro, Conselheira de Administração do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e Diretora de Relações com Investidores e ESG da Positivo Tecnologia, realizou palestra on-line, em 25 de maio de 2021, das 19:30 às 21 horas, para estudantes da ESPM, sobre “O papel do profissional de Relações com Investidores no processo de IPO”. O evento foi promovido pela ESPM e pelo IBRI.

Oswaldo Pelaes Filho, Supervisor de Finanças do Curso de Relações Internacionais da ESPM, abriu a videoconferência e enfatizou que a instituição de ensino oferece trilha de especialização em Relações com Investidores.

A área de Relações com Investidores tem a função de facilitar a comunicação entre a empresa, os investidores e o mercado financeiro, preparando reuniões públicas com acionistas e divulgando os resultados da companhia.

É uma área estratégica que deve estar bem integrada com a Alta Administração, departamentos financeiro, jurídico e executivo.

Renata Oliva destacou que uma das principais funções que o Departamento de Relações com Investidores possui é o da Comunicação, como os resultados obtidos pela empresa em determinados períodos. “O profissional de RI deve desenvolver não apenas habilidades técnicas, mas também as chamadas soft skills, ou seja, aquelas que se relacionam a aspectos comportamentais, de comunicação e liderança”, observa.

Coleta de informações dos acionistas, em termos de visão que eles têm da empresa, dados sobre a concorrência (“peers”), entendimento sobre o perfil da base de acionistas, e acompanhamento sobre as decisões empresariais no mercado.

Além de levar informações para fora da empresa, o profissional de Relações com Investidores também deve ser capaz de trazer as respostas do mercado para análise das áreas internas da empresa.

A preparação para abertura de capital pode levar mais de um ano. É importante a contratação de profissionais de Relações com Investidores para recolher e organizar as informa-

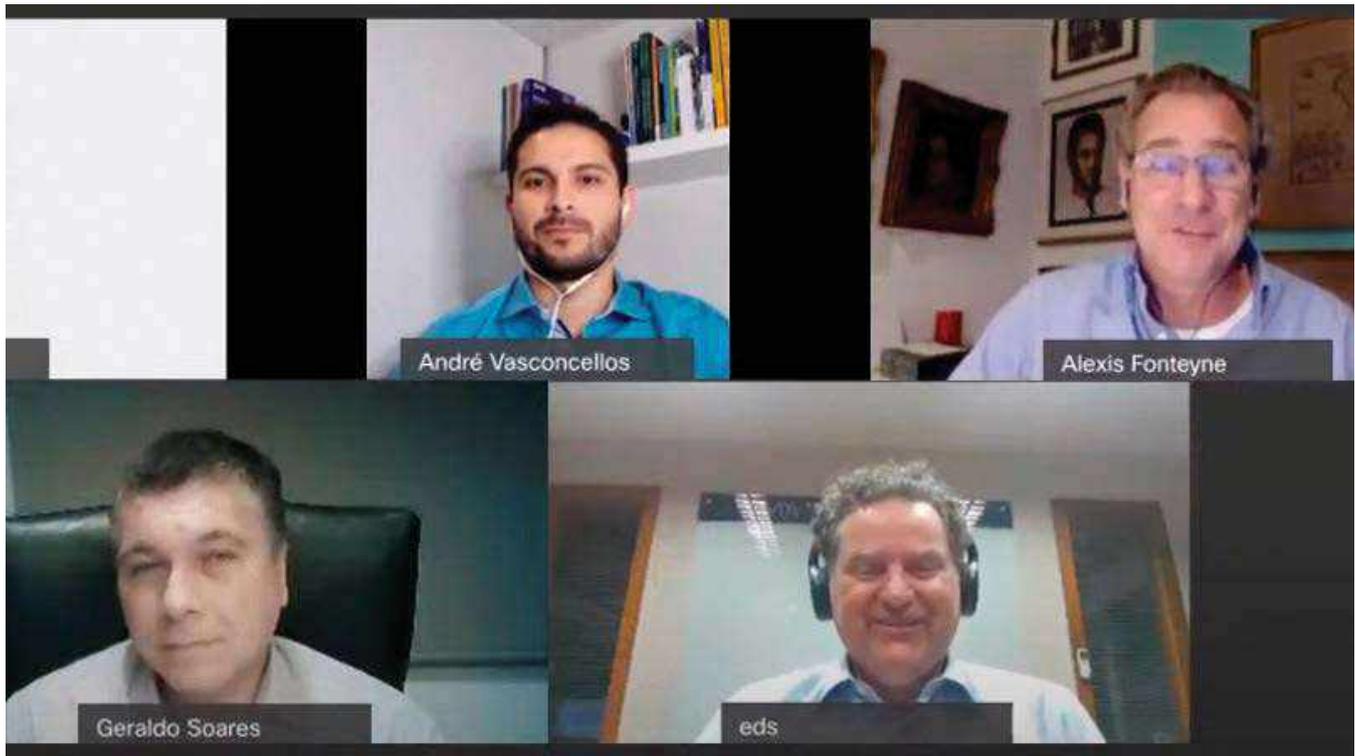


RENATA OLIVA BATTIFERRO e OSWALDO PELAES

ções. Os documentos contábeis e financeiros são meticulosamente analisados para a realização do processo de oferta pública de ações. Normalmente, as equipes de RI contam com o apoio de vários profissionais, como de firmas de auditoria para avaliações contábeis, contadores, consultores, escritórios de advocacia, bancos de investimentos e de reestruturação societária.

Renata Oliva Battiferro discorreu sobre o processo de abertura de capital. O processo de apresentação (“roadshow”) para potenciais investidores, o dia de abertura de capital, a importância de elaboração dos relatórios trimestrais e anuais como prestação de contas, aprimoramento constante da área de Relações com Investidores e acompanhar mudanças regulatórias. A demanda por transparência, melhores práticas de governança, interesse estratégico demonstrado por fatores ambientais, sociais e de governança e abertura de capital, tudo tem provocado um aumento de procura por profissionais especializados em Relações com Investidores, concluiu.

IBRI debate alterações na Lei das S.A.



ANDRÉ VASCONCELLOS, ALEXIS FONTEYNE, GERALDO SOARES e EMERSON DRIGO

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) promoveu webinar, em 21 de maio de 2021, sobre alterações na Lei das S.A. **Geraldo Soares**, Conselheiro de Administração e Membro do Comitê Superior de Orientação, Nominação e Ética do IBRI, realizou a abertura do evento sobre as “Alterações na Lei das S.A. (Projeto de Lei nº 6.480/2016 e Medida Provisória nº 1.040/2021) e a Modernização Legislativa para o Mercado de Capitais”.

O evento contou com a participação como convidado do Deputado Federal **Alexis Fonteyne** (NOVO – SP), Membro da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços e Vice-líder do Partido NOVO na Câmara dos Deputados. A videoconferência teve como mediadores: **André Vasconcellos**, Diretor-Adjunto RJ do IBRI e Coordenador da Pós-Graduação em “Direito e Mercado de Capitais” da Verbo Jurídico; e **Emerson Drigo**, Sócio do VDV Advogados e Subcoordenador da Comissão Técnica do IBRI.

O evento foi uma realização do IBRI e teve os seguintes apoiadores institucionais: AMEC (Associação de Investidores no Mercado de Capitais); TC; VDV Advogados; e a Escola de Ensino Superior Verbo Jurídico. E como parceiros de mídia: Revista Capital Aberto, Revista RI, Revista Capital Econômico e Portal Acionista.com.br.

Confira o evento completo no canal do IBRI no YouTube:
<https://youtu.be/D-X3jjfekec>

Link para o Projeto de Lei nº 6.480/2016:
https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=F20F2BF18818324AE390DB5C-CB08A264.proposicoesWebExterno2?codteor=1509679&filename=Avulso+-PL+6480/2016

Link para a Medida Provisória nº 1.040/2021: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Mpv/mpv1040.htm

IBRI participa do fórum “**Cases ESG: Estratégias e Impactos para o Mercado**”

André Vasconcellos, Diretor-adjunto do IBRI RJ, realizou palestra, em 07 de julho de 2021, no fórum “**Cases ESG: Estratégias e Impactos para o Mercado**”, em painel com **Rafaella Dortas**, Head de ESG do Banco BTG Pactual, com o tema “**Benchmarks de Investimentos Direcionados ao Desenvolvimento Sustentável**”.

No painel, houve debate sobre a necessidade de olhares atentos voltados aos bons desempenhos nos Índices ESG (do inglês Environmental, Social and Governance; em português, ASG – Ambiental, Social e Governança); a importância da agenda ESG e dos impactos positivos para alavancar os negócios; e as principais estratégias para tornar os investimentos resilientes a longo prazo.

Com a mediação de **Giovani Tomasoni**, sócio do Trench Rossi Watanabe Advogados, foram debatidos temas sobre o papel dos reguladores, as principais métricas e como as áreas da organização podem apoiar o desenvolvimento da sustentabilidade corporativa no mercado de capitais brasileiro.

André Vasconcellos apresentou como as diversas companhias abertas estão inovando para manter os níveis de com-

petitividade, assim como os reais benefícios da agenda ESG para a geração de valor das empresas.

Rafaella Dortas discorreu sobre os principais critérios adotados pelas instituições financeiras, em especial pelo BTG Pactual, que servem como termômetro para o risco de investimento em um determinado negócio.

O evento – organizado pela Conceito Seminários – apresentou para centenas de inscritos de mais de 13 Estados brasileiros, as iniciativas inovadoras com foco no amadurecimento da governança e na redução do impacto socioambiental corporativo, a fim de aumentar o engajamento de acionistas e potenciais investidores perante os novos padrões ESG. Mais informações: www.conceitoseminarios.com.br/seminario/forum-cases-esg

IBRI Mulheres: Portal Acionista publica artigo de Carla Albano Miller

Carla Dodsworth Albano Miller, Diretora Regional do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) Rio de Janeiro, publicou artigo no Portal Acionista, que busca explorar as diversas políticas de dividendos e as dificuldades em sua adoção. No artigo, Carla Albano Miller enfatiza ser essencial que a empresa avalie sua estrutura de capital e seus planos de investimentos, sendo fundamental que a política ofereça flexibilidade à gestão financeira, mantendo sempre o foco de maximizar a geração de valor aos acionistas. A parceria do IBRI Mulheres com o Portal Acionista dá a oportunidade para o Instituto contribuir mensalmente com uma coluna na publicação, discutindo sobre temas relacionados ao mercado de capitais. Confira o artigo de Carla Dodsworth Albano Miller publicado no Portal Acionista: www.ibri.com.br/documento/4552

Marina Miranda é indicada para diretora-adjunta do IBRI MG

Marina Miranda, gerente executiva de Relações com Investidores na LOG Commercial Properties, assumiu o cargo de Diretora-Adjunta do IBRI MG por indicação de **Matheus Torga**, Diretor do IBRI MG; por **Bruno Brasil**, Diretor-Presidente do IBRI; e pelos Conselheiros de Administração do Instituto.

Marina Miranda já liderou diversas atividades nos últimos dois anos como associada do IBRI: foi fundadora do Grupo WhatsApp para profissionais de Relações com Investidores; realizou Encontro de Profissionais de RI de Minas Gerais, em Belo Horizonte; organizou webinars para discussões de assuntos relevantes para os profissionais de RI; aglutinou sugestões de melhorias para apresentação de carta junto à B3 (Brasil, Bolsa, Balcão) com o objetivo de promover melhorias do sistema EmpresasNet; participou no podcast do IBRI #7 “Estratégias para Aumento da Cobertura da Empresa”; e foi palestrante representando o IBRI no Programa do IDMC (Instituto de Desenvolvimento do Mercado de Capitais) no painel “Estratégia e Operação de um Departamento de Relações com Investidores”. Marina Miranda destaca que “em vista do grande interesse de participantes houve migração do Grupo de RI do WhatsApp para o Telegram”.

A diretoria do IBRI MG tem procurado cumprir a missão de se tornar parceira estratégica das companhias mineiras abertas e que pretendem abrir o capital, apoiando nas demandas inerentes à área de Relações com Investidores. E promover marketplace de serviços no site do IBRI, engajando parceiros estratégicos. “É objetivo do IBRI MG disseminar, também, conhecimento, demonstrando como a área de RI atua e pode ajudar a pessoa física que está começando a investir no mercado acionário, engajando as universidades por meio de palestras educativas”, conclui Marina Miranda.



MARINA MIRANDA

IBRI lança 4º Programa de Mentoring para profissionais de Relações com Investidores



RODRIGO LUZ, JESSICA MEHLER e EDUARDO GALVÃO

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) realizou evento de lançamento do 4º Programa de Mentoring para Profissionais de Relações com Investidores, em 20 de julho de 2021, no canal do IBRI no YouTube. **Rodrigo Luz**, membro do Conselho de Administração do IBRI e coordenador do Programa Mentoring, destaca que “o Programa tem o objetivo de compartilhar conhecimento entre os membros, estreitar relacionamentos entre profissionais, fortalecer rede de contatos

e desenvolver perspectivas complementares para a carreira”. **Eduardo Galvão**, membro do Conselho de Administração do IBRI e mentor do 3º Programa, enfatizou a importância da iniciativa para troca de experiências e aprendizados entre os associados do Instituto. **Jessica Mehler**, mentorada no 3º Programa, contou a experiência e conhecimentos adquiridos com o Programa. Segue link com a íntegra do evento no canal YouTube do IBRI: <https://youtu.be/s62Y-8fCIho>

IBRI e Deloitte realizam pesquisa sobre: “Os novos desafios de Comunicação para o RI”

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e a Deloitte estão conduzindo a pesquisa sobre “Os novos desafios de Comunicação para o RI – Responsabilidade Ambiental, Social e Governança nas Relações com Investidores”. O estudo abordará o nível de consistência na comunicação dos valores e indicadores não contábeis das empresas que atuam no Brasil, dado o contexto de maior busca por informações Ambientais, Sociais e de Governança, atuação crescente de influenciadores digitais financeiros e maior quantidade de pessoas físicas como investidores. Para participar da pesquisa, basta acessar: <https://pesquisa.deloitte.com.br/SurveyServer/s/research/IBRI2021/IBRI.htm>

IBRI podcast sobre “Alterações no Formulário de Referência”

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) lançou novo episódio de podcast. O tema do episódio 8 do IBRIcast foi “Alterações no Formulário de Referência - Audiência Pública CVM para reformulação e modernização da Instrução 480”.

Roberto Pezzi, diretor do IBRI, foi moderador do podcast, que teve a participação de **Aline de Souza Campos**, coordenadora da Comissão Técnica, e **Emerson Drigo**, subcoordenador da Comissão Técnica do Instituto. A CVM (Comissão de Valores Mobiliários) abriu audiência pública, recentemente, com o objetivo de reformular e modernizar a Instrução 480. O objetivo declarado era reduzir o custo de observância regulatória e inclusão de informações ESG (do

inglês Environmental, Social and Governance; em português, ASG – Ambiental, Social e Governança).

Aline Campos destacou que as sugestões da Comissão Técnica do IBRI na audiência pública da CVM foram no sentido de eliminar redundâncias no preenchimento do Formulário de Referência. Emerson Drigo enfatizou que a iniciativa da CVM deve contribuir para simplificar e reduzir o custo de observância.

Confira o episódio “Alterações no Formulário de Referência - Audiência Pública CVM para reformulação e modernização da Instrução 480”: <https://open.spotify.com/episode/34RwecNxIYSeYRWtM6hoCq>

Presidente da CVM realizará palestra de abertura do 22º Encontro Internacional de Relações com Investidores e Mercado de Capitais

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e a ABRASCA (Associação Brasileira das Companhias Abertas) promovem o maior evento de RI da América Latina em 27, 28 e 29 de setembro de 2021. **Marcelo Barbosa**, presidente da CVM (Comissão de Valores Mobiliários), fará palestra de abertura da 22ª edição do Encontro Internacional de Relações com Investidores e Mercado de Capitais no dia 27 de setembro de 2021, às 09 horas. A abertura do evento contará, também, com a participação de Anastácio Fernandes Filho, presidente do Conselho de Administração do IBRI, e Luis Henrique Guimarães, presidente do Conselho Diretor da ABRASCA. Promovido pelo IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e pela ABRASCA (Associação Brasileira das Companhias Abertas), o evento será no modelo digital e acontecerá nos dias 27, 28 e 29 de setembro de 2021. O Encontro de RI e Mercado de Capitais oferecerá oportunidade de debate sobre pesquisas e temas do dia a dia dos profissionais de Relações com Investidores. O 22º Encontro de RI e Mercado de Capitais já conta com os seguintes patrocinadores: B3 (Brasil, Bolsa, Balcão); blendON; BNY Mellon; Bradesco; Cescon Barriue; Datev; Deloitte; Gerdau; Itaú Unibanco; MZ Group; Oliveira Trust; Petrobras; Stocche Forbes; TheMediaGroup; e Valor Econômico. Mais informações: <https://encontroderi.com.br/>

IBRI parabeniza os vencedores do 14º Prêmio Imprensa de Educação ao Investidor da CVM

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) parabeniza os vencedores da 14ª edição do Prêmio Imprensa de Educação ao Investidor da CVM (Comissão de Valores Mobiliários). Os trabalhos orientam sobre educação financeira e mercado de capitais. Os jornalistas receberão certificado, placa alusiva e prêmios individuais no valor de R\$ 3.500,00. O Comitê Consultivo de Educação da CVM anuncia os ganhadores do 14º Prêmio Imprensa de Educação ao Investidor.

VENCEDORES POR CATEGORIA:

Jornal (Cobertura Nacional): Adriana Cotias - **Matéria:** “Fraude financeira avança com juro baixo e rede social”, publicada no Valor Econômico; **Jornal (Cobertura Local/Regional):** Marina Meira Schmidt - **Matéria:** “Índices da B3 evidenciam as boas práticas corporativas”, publicada no Jornal do Comércio (Porto Alegre-RS); **Revista:** Erica Maria Tabata Martin Proietti - **Matéria:** “Guia de sobrevivência financeira”, publicada na Revista Você S/A; **Mídia Digital:**

Mariana Durão - **Matéria:** “Especial: Comunicação Eficiente de Indicadores ESG ainda é desafio global”, publicada na Agência Estado.

Leia a íntegra das matérias no Portal do Investidor: www.investidor.gov.br/menu/Menu_Academico/Comite_educacao/Iniciativas/14_Premio_Imprensa/vencedores

Sobre o Prêmio Imprensa: A premiação busca reconhecer publicamente as reportagens que desempenham a função de orientar os investidores pessoa física, de forma educativa, sobre as características, oportunidades e riscos inerentes ao mercado de capitais. Estão abertas as inscrições para o 15º Prêmio Imprensa de Educação ao Investidor, organizado pelo Comitê Consultivo de Educação da CVM (Comissão de Valores Mobiliários). Mais informações: www.investidor.gov.br/menu/Menu_Academico/Comite_educacao/Iniciativas/PremioImprensa.html

Novos Associados do IBRI

Cynthia Siconetto Lemos (VINCI PARTNERS); Felipe Gabriel Pinheiro Rodrigues (USIMINAS); Flavia Alves Costa (GERDAU); Flávio Rios (CAMIL ALIMENTOS); Gabriel Ervilha (BNDES); Lilian Kaufman (NEOENERGIA); Luiz Augusto Rodrigues e Silva (BRASIL BROKERS PARTICIPAÇÕES S.A.); Manuela Hungerbuhler Lopes (BNDES); Marcelo Siqueira (SUMAQ - COMUNICAÇÃO FINANCEIRA); Mônica dos Santos Monteiro (BNDES); Natália Vasconcelos da Silva (GRUPO FLEURY); Pedro Henrique Almeida Andrade (IBMEC); Renata M. Q. Pires; Sergio Tonidandel Jr (GERDAU); e Thiago Jose Braga Lobato.

ESG é destaque na Revista RI.



Assine já!

e tenha acesso a todas as edições da **Revista RI.**

www.revistaRI.com.br/assinatura

Anitta e o Nubank

Não se pode dizer que a nomeação de Anitta para o Conselho de Administração do Nubank passou em branco. As redes sociais foram turbinadas por debates acadêmicos, comentários racistas, misóginos, defensores e opositores de movimentos sociais, profissionais da área de finanças e profissionais de startups. Uma coisa é certa: o Nubank adotou mais uma vez uma hábil estratégia empresarial ao convidar Larissa de Macedo Machado (Anitta) para o seu Conselho.

por **THOMAS LANZ**

O que chocou alguns foi o fato do Nubank ter inovado convidando para o Conselho uma artista. Em geral, as pessoas acham que para ser conselheiro é preciso principalmente ter um diploma. Gilberto Gil, por exemplo, foi um excelente ministro da Cultura e, no entanto, ele não fez Administração Pública.

Aqui vale a pena destacar alguns pontos. A assembleia de acionistas ou mesmo os sócios de uma empresa convidam em geral pessoas de destaque e senioridade para compor os Conselhos de suas empresas. Querem com isso mostrar aos seus “stakeholders” (sócios, clientes, fornecedores, governo, mundo financeiro, etc) a seriedade e profissionalismo com que conduzem seus negócios e afinidade que procuram ter com seus mercados. No final das contas buscam também a credibilidade de suas organizações junto ao seu público.

O Nubank acertou no alvo. Ao convidar Anitta, trouxe para junto de si, 54 milhões de admiradores da artista. Este público confia na nova conselheira. O Nubank hoje com 40 milhões de usuários quer escalar e buscar mais usuários da faixa C e D, público sobre o qual Anitta entende.

O que se vê hoje em dia, em nível mundial, é conselheiros de administração com fraca visão estratégica. São conselheiros que gostam, em sua maioria, de olhar pelo espelho

“

O Nubank acertou no alvo. Ao convidar Anitta, trouxe para junto de si, 54 milhões de admiradores da artista. Este público confia na nova conselheira. O Nubank hoje com 40 milhões de usuários quer escalar e buscar mais usuários da faixa C e D, público sobre o qual Anitta entende.

”



Um bom Conselho de administração é aquele formado por uma diversidade de talentos. Estes não são obrigados a entender de tudo da empresa. Eles precisam ter, em primeiro lugar, a visão estratégica do mercado, do segmento de atuação, observar os passos dos concorrentes, etc. Não será um enorme desafio para a Anitta adquirir esta sapiência.



retrovisor para acompanhar o desempenho econômico financeiro de suas empresas e são menos dedicados a aspectos de estratégia empresarial. Já o Nubank buscou uma pessoa com forte DNA estratégico, encontrando em Anitta uma *expert* em como se relacionar com o público-alvo. Sua vida profissional, sua carreira de sucesso atestam seu profissionalismo e lhe dão todas as credenciais para a posição que lhe foi conferida.

Outro ponto importante a considerar é que um conselheiro não manda numa empresa. Já um Conselho tem autoridade para tanto. As decisões táticas e estratégicas do Conselho são tomadas na maioria das vezes em colegiado ou, no pior dos casos, por voto. Quantas pessoas não estão pensando que Anitta agora é quem dará as grandes orientações à instituição? Não! Anitta dará ideias e falará como o seu público reage a este ou aquela política corporativa. Com isto poderá agregar muito aos negócios e trazer mais valor ao Nubank. Mas qualquer decisão a ser tomada será a do Conselho e não exclusivamente de Anitta.

Um bom Conselho de administração é aquele formado por uma diversidade de talentos. Estes não são obrigados a entender de tudo da empresa. Eles precisam ter, em primeiro lugar, a visão estratégica do mercado, do segmento de atuação, observar os passos dos concorrentes, etc. Não será um enorme desafio para a Anitta adquirir esta sapiência. Outros conhecimentos da área econômica financeira, estratégia empresarial, etc. virão com o tempo. Talvez o mais importante é que ela é formada pela experiência, sensibilidade e convivência com seu público. Ganha o Nubank em imagem frente a todos os *stakeholders*.

No momento em que assuntos como o ESG (Meio ambiente, Social e Governança) assumem grande relevância no mundo corporativo e na sociedade, ter três mulheres no Conselho é algo exemplar. Ter uma defensora da causa LGBTQ+ é maravilhoso.

Não é difícil prever o crescimento dos negócios e resultados do Nubank a curto prazo. Apesar de seu valor de mercado já ultrapassar US\$ 25 bilhões e estar entre as 5 maiores instituições financeiras do Brasil, ainda é considerada uma *scale-up* com seus 9 anos de vida. Acertaram em cheio os grandes fundos que investiram na instituição.

Recentemente Warren Buffett apostou 500 milhões de dólares no negócio e outros fundos importantes como Sequoia Capital e Tiger Global também. A expansão dos negócios em nível internacional do Nubank e da Anitta correm em paralelo.

Falta um detalhe. Apesar do Nubank ter em seu nome o “bank” (banco), o nome de Anitta não teve que ser aprovado pelo Banco Central pois o Nubank não é um banco. É uma instituição de pagamentos apenas. **RI**



THOMAS LANZ

é conselheiro de administração certificado pelo IBGC, participando de Conselhos tanto de empresas nacionais como estrangeiras. Formado em economia pela PUC - São Paulo e mestre em administração de empresas pelo INSEAD - França. É certificado pelo FFI (Family Firm Institute) de Boston - EUA.
tlanz.consultores@gmail.com

Quando se trata de informação você prefere velocidade ou credibilidade?



O Valor PRO oferece os dois e muito mais.

Com notícias dos bastidores do mercado, ferramentas analíticas e informações completas sobre finanças e negócios, o **Valor PRO** é um serviço de informações em tempo real que une toda a velocidade que o mercado exige à credibilidade do **Valor Econômico**.

SOLICITE UMA DEMONSTRAÇÃO.
valorpro.com.br | 0800-003-1232

Valor^{PRO}

Versátil como o mercado.
Confiável como o Valor.

FINANCIAR NEGÓCIOS DE IMPACTO POSITIVO: ISSO TEM FUTURO.



Até 2025, o Bradesco vai direcionar R\$ 250 bilhões para setores e atividades com benefícios socioambientais por meio de crédito corporativo, assessoria de mercado de capitais e soluções financeiras sustentáveis, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Saiba mais:



4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE	5 IGUALDADE DE GÊNERO	8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO	9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA	10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES	13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU são um apelo global para erradicar a pobreza e promover vida digna para todos!

banco.bradesco @bradesco facebook.com/Bradesco
@Bradesco youtube.com/Bradesco linkedin.com/company/bradesco/
Fone Fácil Bradesco: 4002 0022 / 0800 570 0022.
SAC - Alô Bradesco: 0800 704 8383.
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099.
Ouvidoria: 0800 727 9933.

