



WENDERSON ARAUJO/CMA/DIVULGAÇÃO/JC

Valorização muito além do papel

REPORTAGEM ESPECIAL

Para o investidor do mercado de capitais, o desempenho de uma ação não é o único fator que pesa na hora de escolher em quais empresas irá investir seus recursos na atualidade. A B3, principal local de negociação no Brasil, dispõe de diversos índices que avaliam e monitoram iniciativas das companhias comprometidas com questões sociais, ambientais e de governança.

LEIA MAIS NAS PÁGINAS 6, 7, 8, 9 E 10

REPORTAGEM ESPECIAL

Índices da B3 evidenciam as boas práticas corporativas

» *Empresas comprometidas com questões sociais, ambientais e de governança atraem os investidores*

LOURENÇO FURTADO/DIVULGAÇÃO/JC



Carteiras teóricas da bolsa brasileira avaliam e monitoram iniciativas das empresas com cultura organizacional positiva para acionistas, colaboradores e sociedade, como a SLC Agrícola

Marina Schmidt, de São Paulo
economia@jornaldocomercio.com.br

O investidor brasileiro não está preocupado apenas com o faturamento, a lucratividade, a rentabilidade das ações ou o valor de mercado das companhias nas quais investe. Cada vez mais, ele reconhece que a perpetuidade dos negócios e a capacidade de enfrentar desafios emergentes estão associados à adoção das melhores práticas sociais, ambientais e de governança, a chamada agenda ESG (do inglês, environmental, social and governance – ambiental, social e governança).

Tudo isso porque, na prática, essas iniciativas não são boas somente para as pessoas ou para o meio ambiente, mas potencializam resultados financeiros, constroem o futuro das organizações e acompanham as transformações globais. É nesse contexto que os índices de mercado da B3 ganham relevância - sobretudo, os que traduzem para o investi-

dor a efetividade das boas práticas de gestão. Eles incluem empresas como as gaúchas SLC Agrícola e Lojas Renner, além de nomes como Cielo e Dell, para citar algumas.

Os índices são carteiras de investimento teóricas que reúnem um conjunto de ações de companhias que satisfazem determinados critérios. O mais conhecido deles é o Índice Bovespa (IBOV), relevante por concentrar as ações de companhias listadas na B3 que representam 80% das negociações realizadas no mercado de capitais brasileiro.

Em relação às práticas sustentáveis, o indicador de maior destaque é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), lançado em 2005, sendo o quarto do tipo criado no mundo. Dessa forma, são construídos parâmetros que sinalizam para o mercado as companhias que se destacam em relação a características específicas e que abrangem aspectos que vão das negociações dos ativos no mercado à cultura das organizações.

Para as companhias, esses inde-

xadores validam os compromissos assumidos e servem como reconhecimento em relação à consistência de suas práticas. O investidor, por sua vez, obtém um instrumento a mais para considerar em suas análises com o objetivo de potencializar a rentabilidade de sua carteira de investimentos e de reduzir a exposição ao risco.

Assim, investidores conseguem dar sentido objetivo àquelas boas práticas que, isoladamente, são difíceis de tangibilizar. Análises desse tipo não são novas. Por exemplo, a relação entre ambiente de trabalho e desempenho empresarial não só é presumível como constatada em estudos recorrentes feitos, há mais de 20 anos, pela consultoria Great Place To Work (GPTW), que, anualmente, ranqueia e premia as empresas com

melhores práticas voltadas para a gestão de pessoas. Nessa análise de longo prazo, a performance média de companhias listadas na bolsa de valores consagrada com o selo GPTW é comparada com os resultados médios obtidos pelo mercado, por intermédio do Índice Bovespa.

“Percebemos que as boas empresas para trabalhar têm uma rentabilidade maior e, quando há crise, elas também caem, mas se recuperam mais rápido”, salienta a diretora executiva do GPTW no Rio Grande do Sul, Kelly Bittencourt.

“O que o GPTW avalia, essencialmente, são as relações de confiança, que se refletem em resultados de negócios, em maior engajamento das pessoas, em menos afastamentos por questões de saúde e

em um maior índice de inovação.”

Valorizado como um dos principais instrumentos de diagnóstico da cultura organizacional, o GPTW avalia nove dimensões nas empresas, abrangendo as ações adotadas para inspirar funcionários, a comunicação ao falar (de forma transparente) e ao escutar (com sinceridade), o reconhecimento pelo bom trabalho, os programas de desenvolvimento pessoal e profissional, o cuidado com as pessoas, a contratação com foco na cultura da empresa, a celebração das conquistas e o compartilhamento dos resultados.

Quando as práticas nessas diferentes frentes estão muito bem alinhadas, a capacidade de resposta das organizações a uma série de desafios é melhor, configurando uma relação de ganha-ganha. “Para o colaborador, um excelente lugar para trabalhar é uma empresa em que ele confia nas pessoas para quem trabalha, tem orgulho do que faz e desenvolve um bom relacionamento com todos”, finaliza Kelly.

O investidor brasileiro não está preocupado apenas com o faturamento e a rentabilidade das ações ou o valor de mercado das companhias nas quais investe

ISE passa por reformulação

Completando 15 anos, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) está em processo de revisão, com mudanças que serão aplicadas à composição da carteira 2022 do indicador – a formação da carteira para 2021 está em curso e registra participação recorde de empresas interessadas em ingressar no ranking. Os dados em relação ao total de companhias inscritas ainda estão em apuração pela B3, mas o forte movimento já foi constatado.

“Chegamos a um momento em que as questões ESG estão colocadas e que, daqui para a frente, as demandas ainda devem aumentar quando se fala em boas práticas das companhias e das prioridades dos investidores”, dimensiona a superintendente de Sustentabilidade da B3, Gleice Donini, exemplificando que “empresas que já atuavam com foco na agenda ESG, muito provavelmente, estão mais preparadas para o enfrentamento de crise atual”.

O ISE, em si, já é um bom termômetro para identificar o potencial dessas iniciativas e os pontos de melhoria. Para se habilitarem a entrar na carteira, as empresas listadas devem estar dispostas a responder um questionário que avalia sete dimensões relacionadas à sustentabilidade e que possui mais de 300 perguntas. Além disso, precisam enviar evidências de algumas de suas práticas (selecionadas

aleatoriamente) para o conselho gestor da carteira, o Conselho do ISE (CISE).

As empresas selecionadas para a carteira têm seus questionários divulgados no site do ISE, podendo ser acessados por qualquer pessoa interessada. Não são publicadas as respostas dos participantes não selecionados.

Uma vez que passam a integrar o índice, as empresas são monitoradas diariamente em relação às notícias publicadas sobre suas práticas e que possam revelar fatos controversos vinculados às práticas sustentáveis.

Dependendo da situação, a companhia pode ser excluída da carteira. Foi o que aconteceu com a Vale menos de duas semanas após o rompimento da barragem de Brumadinho (MG).

Outra possibilidade que empresas listadas têm (eventualmente disponibilizado para empresas de capital fechado interessadas em usar o ISE como ferramenta de diagnóstico da sustentabilidade) é a participação no processo simulado de seleção da carteira, que, neste ano, está sendo realizado sem custo para as companhias.

“Temos ouvido empresas e investidores a respeito dos índices de sustentabilidade e foi daí que surgiu a proposta de mudança do ISE”, detalha Gleice. A renovação do indicador se desdobra em qua-

tro frentes. A primeira delas é a setorização, para que o questionário consiga refletir a realidade dos diferentes setores.

Outra coisa que está mudando no ISE é a metodologia, com revisão no cálculo da carteira. Além disso, o próprio sistema do índice está sendo repensado, para uniformizar as mudanças e viabilizar o pleno processo de participação das organizações. “E a quarta frente é a de produtos. Como conseguimos entregar outros produtos de dados e de informações que são importantes para os investidores.”

As discussões em relação aos avanços na agenda sustentável já vinham ocorrendo. O documento do CISE que traçou os objetivos estratégicos entre 2016 e 2020, apontava que alguns aspectos importantes eram menos frequentemente percebidos como relevantes.

Entre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) traçados pela Organização das Nações Unidas (ONU) que ainda precisavam ganhar mais força nos planos corporativos, estavam os de assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável da água e saneamento para todos, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável e promover a conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

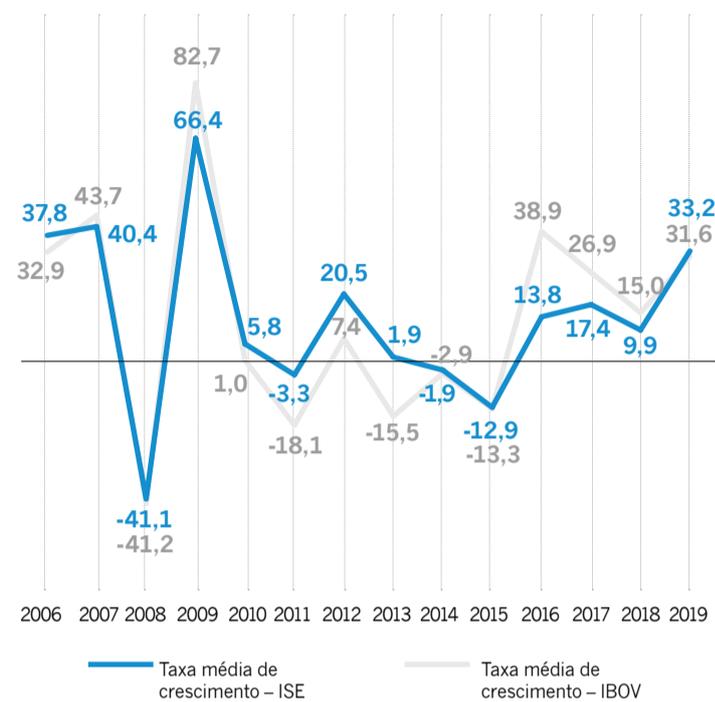
IGO ESTRELA/CNA/DIVULGAÇÃO/JC



Agricultura sustentável é um dos objetivos traçados pela ONU que ainda precisa conquistar mais adeptos

DESEMPENHO ANUAL – ISE X IBOV

FONTE: ISE/B3 | IBOV/B3



Investidores e consumidores demandam práticas ESG

A superintendente de Sustentabilidade da B3, Gleice Donini, ressalta que a atual revisão pela qual o ISE está passando traz oportunidades para aprofundar discussões com o mercado a fim de diversificar os produtos que a bolsa brasileira oferece em relação à família de índices ESG (do inglês, environmental, social and governance – ambiental, social e governança).

Novas temáticas podem surgir desse diálogo e elas estão em linha com as demandas colocadas pela sociedade. Sustentabilidade, por exemplo, não é um conceito novo.

“O ponto agora é que essa questão efetivamente chegou na visão dos investidores, na forma de risco e oportunidade, com maior tradução nesses indicadores ESG para a tomada de decisão”, argumenta Gleice.

“É um movimento em que estamos falando de riscos de perdas financeiras, mas também de oportunidade de negócio.”

Essa é a maior sinalização de transformação sobre a visão de mercado e de negócios. “Quando o investidor e o consumidor demandam práticas ESG, isso promove uma mudança na companhia que vai reverberar positivamente no desenvolvimento da sociedade.”

O Brasil está evoluindo e acompanhando tendências mundiais, que estão conduzindo a transição do capitalismo de shareholders (mais focado nos acionistas) para um capitalismo de stakeholders, que engloba todos os públicos que se conectam com as organizações - acionistas, colaboradores, fornecedores, comunidade local e a sociedade, de forma geral.

Cenário acelera movimento de transformações na gestão

Marina Schmidt, de São Paulo
economia@jornaldocomercio.com.br

A diretora de Vocalização e Influência do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), Valéria Café, avalia que as organizações se voltaram para os pontos mais críticos capazes de afetar a continuidade de seus negócios em 2020, embora todas as questões que entraram no radar neste ano já fossem fundamentais mesmo antes da pandemia. “A mudança que era projetada para acontecer em cinco anos foi antecipada, aconteceu agora”, indica.

Prova dessa transição vem de pesquisas que o próprio IBGC realizou para entender como gestores estavam lidando com os desafios trazidos pela Covid-19. O estudo revela que 90% dos administradores não estavam preparados para enfrentar a pandemia ou um evento com efeitos similares. Em 64% das organizações, gerenciamento de crises

nem mesmo chegava a ser discutido ou, então, era debatido com pouca frequência. Como resultado, quase metade dos gestores não possuíam políticas formais de gerenciamento de crises. E, claro, as empresas estavam, em sua maioria, obsoletas em relação à infraestrutura tecnológica e à segurança cibernética e da informação.

De um momento para o outro, o que estava sendo negligenciado tornou-se questão de sobrevivência. O enfrentamento da crise exigiu avaliação de impacto financeiro, cuidado com as pessoas e melhoria nos processos de comunicação. Conceitos vinculados à governança corporativa passaram a ser aplicados na prática, de forma mais ou menos estruturada.

Os princípios da governança corporativa se traduzem em quatro pilares de grande abrangência: transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. “A em-



Valéria Café defende que as empresas de capital fechado também prestem contas à sociedade

presa tem que ser transparente com todos os seus stakeholders e em todos os momentos, os críticos e não-críticos.” A equidade estabelece que todos devem ser tratados da mesma forma, fortalecendo as práticas voltada à diversidade e à inclusão.

“A empresa aberta tem que prestar contas para os investidores, mas a empresa fechada também deveria prestar contas à sociedade, uma vez que a gente vive um novo capitalismo, o capitalismo de stakeholders, em que se tem um olhar para o outro”,

adiciona Valéria. Por fim, vem a responsabilidade corporativa, que é pensar não só nas pessoas, mas no ambiente como um todo. Valéria pontua que os princípios de governança abordam todas as questões do momento, porque elas são emergenciais.

Lojas Renner: da governança corporativa à responsabilidade socioambiental

Primeira colocada no recém-criado índice S&P/B3 Brasil ESG, indicador lançado em conjunto pela S&P Dow Jones e B3, a Lojas Renner tem percorrido uma trajetória consistente de adoção das melhores práticas ambientais, sociais e de governança, sem perder de vista o valor que precisa gerar para a companhia e para os acionistas. Essa trajetória tem pelo menos 15 anos, conta a diretora de RI da Renner, Paula Picinini.

“Do ponto de vista da responsabilidade social e da governança, nossa história começou em 2005, quando voltamos a estar na Bolsa de Valores com mais relevância.” Até aquele momento, a Renner era apenas subsidiária da JCPenney. “Quando a JCPenney resolveu sair do Brasil e não ter mais operações aqui, voltamos para a Bolsa com 100% das nossas ações negociadas. Fomos a primeira empresa no Brasil a ter capital totalmente pulverizado, sem nenhum acionista controlador”, lembra Paula.

O pioneirismo desafiou a Lojas Renner a provar para o investidor brasileiro que a prática incomum por aqui, mas natural em outros mercados, poderia dar certo. Para

isso, a empresa buscou as melhores práticas de governança que existiam no mundo e adaptou-as ao seu modelo corporativo. “Obviamente isso nos levou sempre a seguir padrões muito altos de governança corporativa.” Assim, a companhia entendeu que era momento de se dedicar às questões de responsabilidade social e ambiental, movimento impulsionado a partir de 2008. “Foi criado o instituto Lojas Renner, depois vieram a construção dos valores corporativos voltados para a sustentabilidade e, mais recentemente, o programa Moda Responsável”, contextualiza Paula.

O Moda Responsável organiza os objetivos e compromissos socioambientais de marca, explica o gerente sênior de sustentabilidade, Eduardo Ferlauto. “O programa possui quatro diretrizes: fornecedores responsáveis; produtos e serviços sustentáveis; gestão ecoeficiente; engajamento de todas as pessoas”, descreve. “Cada um desses pilares tem objetivos claros, que se transformam em ações a serem desenvolvidas junto à cadeia de fornecimento, buscando a redução de problemas e de impactos

em todo sistema de produção dos nossos produtos”, diz Ferlauto.

Parte dos compromissos de sustentabilidade assumidos pela Renner vão se concretizar em 2021, quando a companhia pretende ter pelo menos 80% dos produtos fabricados com menor impacto; usar 100% de algodão certificado; trabalhar com 100% da cadeia de fornecedores com certificação socioambiental; alcançar 75% do consumo da energia corporativa vindo de fontes renováveis; e reduzir em 20% as emissões absolutas de carbono.

As práticas de responsabilidade socioambiental e de governança têm feito com que a Renner figure entre os índices mais relevantes nessas áreas. Desde 2014, a marca integra a carteira do ISE e está no ICO2 há nove anos. “Tem um índice muito importante, também, que é pré-requisito para participar do S&P/B3 Brasil ESG: o índice internacional Dow Jones, do qual participamos desde 2014”, acrescenta Paula. “Em 2005, a gente nem tinha condições de querer participar de qualquer uma dessas carteiras, depois viramos empresa treineira e tivemos toda uma pre-

paração para chegar onde estamos hoje”, afirma ela. A B3 permite que companhias que não integrem os índices ‘treinem’ por meio de simulados para verificar seus desempenhos naquela carteira.

Participar de todos esses índices é importante para demonstrar ao mercado a melhora da gestão da Lojas Renner. “A cada ano esses índices vão se aprimorando para elevar o nível das empresas como um todo e nós conseguimos nos manter nas carteiras.”

É uma forma de transmitir ao mercado a dimensão das ações realizadas pela companhia. “Estamos falando de iniciativas que não podem ser imediatamente medidas, mas que, para mim, são bastante tangíveis no momento em que eu tenho investidores de longo prazo que estão investidos em Renner há 15 anos e acionistas que acreditam nessa história e nos bons resultados que entregamos continuamente”, argumenta Paula. “O investidor sabe que, no longo prazo, uma empresa com governança e responsabilidade socioambiental vai continuar existindo e entregando resultados que vêm de uma fonte segura.”

LOJAS RENNER S.A. (LREN3)

As ações da Lojas Renner (LREN3) são negociadas na B3 e integram, atualmente, as carteiras de 14 índices da bolsa brasileira:

- Índice Bovespa (IBOV)
- Índice Brasil Amplo (IBRA)
- Índice Brasil 50 (IBXL)
- Índice Brasil 100 (IBXX)
- Índice Carbono Eficiente (ICO2)
- Índice de Consumo (ICON)
- Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT)
- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGCX)
- Índice Governança Corporativa – Novo Mercado (IGNM)
- Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG)
- Índice Valor (IVBX)
- Índice MidLarge Cap (MLCX)
- S&P/B3 Brasil ESG (parceria entre B3 e S&P Dow Jones)

SLC Agrícola promove engajamento das equipes e mira ISE

SLC AGRÍCOLA/DIVULGAÇÃO/JC

Há seis anos, a SLC Agrícola trabalha de forma consistente na reformulação de estratégias com um olhar muito atento para o futuro da organização e do próprio agronegócio brasileiro. “Em 2014, reescrevemos nossa missão e definimos um propósito muito claro: impactar positivamente gerações futuras sendo líder mundial em eficiência no negócio agrícola”, contextualiza o diretor presidente da SLC Agrícola, Aurélio Pavinato.

A sustentabilidade é um dos pilares dessa jornada. “Temos trabalhado muito forte para certificar nossos produtos e nossas fazendas nas ISOS ambiental, social e de saúde e segurança ocupacio-

nal”, sinaliza o executivo. Esse esforço pode culminar a entrada da companhia na carteira do ISE. “Já estamos nos planejando para habilitação no ISE”, revela Pavinato. “Sabemos que a nossa produção é muito sustentável, queremos divulgar isso e, obviamente, estimular demais produtores a praticarem a produção sustentável.”

No decorrer dos 75 anos de história da organização, seus valores não mudaram, mas foram simplificados para aumentar o engajamento e a disseminação das boas práticas. “São quatro valores: integridade, paixão pelo que se faz, relações duradouras e resultados sustentáveis”, elenca Pavinato. O propósito e os valores alcançam todas as frentes de atuação da empresa e são fortalecidos continuamente, por meio da definição do planejamento estratégico e da conversão deste em metas.

Para viabilizá-las, a companhia mantém práticas contínuas de valorização das pessoas, priorizando as promoções internas – atualmente, a SLC Agrícola conta com 80% dos cargos de liderança oriundos do próprio quadro de pessoal. O investimento em cursos e treinamentos contribui para o desenvolvimento pessoal. “O normal do mercado é em torno de 30 horas de treinamento por colaborador e nós temos trabalhado com uma média de 70 horas por colaborador ao ano”, compara Pavinato.

“Em cada fazenda, construímos uma sala de inclusão digital,



Déa e Pavinato têm trabalhado para incluir todas as áreas na busca de metas e fortalecer a cultura organizacional

para treinar nossas equipes no uso de tecnologias modernas e digitais. Aproveitamos esse espaço e colocamos a oportunidade para quem não tem o ensino formal (fundamental e médio) para cursarem a distância. Já formamos duas turmas.”

A gerente de RH da SLC Agrícola, Déa Machado, acrescenta que a companhia tem trabalhado forte em relação à agricultura digital. “Levantamos pontos de conhecimento de competências que as pessoas precisariam adquirir para acompanhar as

transformações”, afirma. “Além disso, contamos com uma plataforma EAD com mais de 100 cursos, que passam pela mudança que estamos empreendendo em relação ao mindset mais digital”, continua Déa.

Ao fortalecer a cultura organizacional, o planejamento estratégico e a governança, a SLC Agrícola tem alcançado posições de destaque, especialmente quanto à gestão de pessoas e à transparência. Duas premiações que refletem esse reconhecimento são os prêmios GPTW (conquistado

em 2016, 2017 e 2019) e o Troféu Transparência Anefac (concedido em 2017, 2018 e 2020, valorizando a qualidade das informações entregues nas demonstrações financeiras do grupo), além de uma série de outros prêmios que a companhia vem acumulando.

“Uma empresa não tem sucesso por algumas ações específicas em um determinado ano, mas, sim, pelo conjunto de ações ao longo dos anos que, independentemente do momento de crise ou de euforia dos negócios, geram bons resultados”, avalia Pavinato.

SLC AGRÍCOLA (SLCE3)

As ações da SLC Agrícola (SLCE3) são negociadas na B3 e integram, atualmente, as carteiras de oito índices da bolsa brasileira:

- Índice Brasil Amplo (IBrA)
- Índice de Consumo (ICON)
- Índice Dividendos (IDIV)
- Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT)
- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGCX)
- Índice Governança Corporativa – Novo Mercado (IGNM)
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG)
- Índice Small Cap (SMLL)

Cielo expande atenção às famílias dos colaboradores

Com 98% do pessoal trabalhando de forma remota desde o início da pandemia, a Cielo expandiu esforços em gestão de pessoas também para os familiares dos colaboradores da companhia. “Essas práticas não são recentes. Temos pilares de trabalho que são reconhecimento, desenvolvimento, qualidade de vida, sustentabilidade, diversidade, cultura e engajamento”, pontua o head de Gente, Gestão e Performance da Cielo, Fernando Pinto Lima. A companhia está presente no ranking nacional e setorial do GPTW de 2019, além de integrar uma série de índices na B3.

Durante a pandemia, a Cielo ampliou as práticas de qualidade de vida. “Intensificamos esse suporte em saúde aos colaboradores

e suas famílias, com orientações e indicando de que forma poderíamos ajudar oferecendo apoio psicológico”, registra a head de Qualidade de Vida e Sustentabilidade da Cielo, Angélica Campos. A companhia já fornecia atendimento médico especializado e exames laboratoriais no próprio ambiente de trabalho.

A head de Gestão de Serviços da Cielo, Luciane Pizeli, revela que a companhia tem sido cada vez mais ágil em identificar as necessidades dos colaboradores para promover ações adequadas, otimizando, assim, os investimentos da organização. “Nossas decisões estão baseadas em dados, tanto no RH quanto de forma geral.”

Esse processo foi agilizado com

um novo indicador implantado pela organização, o Employee Net Promoter Score (eNPS), sistema que pontua a satisfação dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho continuamente. “Começamos neste ano e alcançamos um resultado de 65 pontos, que é muito bom, pois a média do mercado é 51”, comemora Lima.

Angélica destaca que, neste ano tão conturbado, a Cielo só tem conseguido responder com agilidade às demandas de mercado e em gestão às pessoas porque se estruturou para o que muitos estão chamando de “o novo normal”. “Existe uma consistência da Cielo em relação à transformação digital há mais de três anos. Quando chegou a pandemia, já acreditávamos

na importância da flexibilidade, de o colaborador poder trabalhar de onde ele está.”

O engajamento das equipes foi fundamental para a Cielo que, mesmo impactada pela interrupção das atividades do varejo, desenvolveu, em tempo recorde, uma solução inovadora para viabilizar pagamento via auxílio emergencial nas máquinas da marca. “O colaborador, ao se conectar com a estratégia corporativa, enxerga ali um sentido. É o propósito pessoal conectado com o propósito organizacional que gera uma entrega diferenciada e potencializa os resultados”, enfatiza Lima.

CIELO S.A. (CIEL3)

Ações da Cielo (CIEL3) são negociadas na B3 e integram as carteiras de 14 índices da bolsa

- Índice Bovespa (IBOV)
- Índice Brasil Amplo (IBrA)
- Índice Brasil 50 (IBXL)
- Índice Brasil 100 (IBXX)
- Índice Carbono Eficiente (ICO2)
- Índice Dividendos (IDIV)
- Índice Financeiro (IFNC)
- Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT);
- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGCX);
- Índice Governança Corporativa – Novo Mercado (IGNM)
- Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISEE)
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG)
- Índice Valor (IVBX)
- Índice MidLarge Cap (MLCX)

Dell: diferencial de mercado são as pessoas

Marina Schmidt *, de São Paulo
economia@jornaldocomercio.com.br

Em 2019, as iniciativas voltadas para o ambiente de trabalho colocaram a Dell em destaque nos rankings GPTW. A multinacional de tecnologia assumiu a primeira posição entre as melhores empresas (de grande porte) para se trabalhar no Rio Grande do Sul e alcançou a mesma colocação entre as grandes empresas de tecnologia. No ranking nacional, a marca aparece em quinto lugar.

“A Dell, desde sua fundação, tem uma cultura de valorização e respeito às pessoas”, resume a diretora de Recursos Humanos da Dell Technologies no Brasil, Fernanda Kessler. “A empresa entende que seus profissionais representam o seu verdadeiro diferencial no mercado e, portanto, busca criar um

ambiente de respeito, confiança e motivação para os profissionais.”

Essa visão está conectada aos propósitos da companhia, que renovou o seu compromisso para a próxima década de impulsionar o impacto social por meio da tecnologia e inovação. Uma das metas que a Dell pretende alcançar até 2030 é chegar a 50% da força de trabalho feminino global e 40% de participação das mulheres em cargos de liderança, ideal que está alinhado à promoção da diversidade e da inclusão.

A cultura inclusiva faz parte do dia a dia da Dell desde os cargos de liderança, instruídos a fomentar a colaboração e inclusão. Além disso, a companhia tem oito grupos formados por profissionais Dell, que se voltam para questões de igualdade de gênero; igualdade racial; respeito à diversidade sexual; inclusão de pessoas com deficiência; apoio às novas formas de trabalho e à realização profissional para jovens da geração Y; promoção do impacto positivo no meio ambiente; construção de um ambiente de trabalho colaborativo; e multiculturalidade (conexão entre diferentes origens, costumes e etnias).

Quando iniciativas voltadas à construção de um ambiente de respeito e confiança são amparadas por diretrizes claras para a gestão de pessoas, os resultados de todas as ações tornam-se mais efetivos, demonstra Fernanda. “A filosofia de pessoas da Dell é baseada em três pilares: Achievement (Realização), que envolve os objetivos



Companhia estimula novas formas de atuação fora dos parques fabris, que gerem engajamento e produtividade das equipes



Fernanda diz que foco é na saúde e segurança dos trabalhadores

profissionais do ponto de vista de resultados; Balance, cujo objetivo é o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal; e Connection (Conexões), relacionado à construção de relações fortes para que os profissionais possam se desenvolver.”

Todos os pontos convergiram para direcionar a atuação da companhia durante a pandemia. “Em momentos difíceis como este que estamos vivendo, o nosso foco permanece no cuidado com a saúde e a segurança dos colaboradores e de seus familiares; em apoiar nossos clientes e parceiros para que eles se adaptem a tempos difíceis; e em fornecer recursos tecnológicos e compartilhar nossa experiência para ajudar a combater a pandemia em todo o mundo.”

O posicionamento da Dell, neste cenário, é o de “estimular ainda mais novas formas de trabalho,

que gerem mais engajamento e produtividade dos colaboradores e uma melhor experiência para os clientes”, revela Fernanda. No Brasil, a companhia adotou políticas de home office em 2011, modelo que tem se intensificado e que será reforçado no pós-crise. Antes da pandemia, 65% dos colaboradores da Dell no mundo já haviam aderido às políticas de trabalho flexível por meio do home office. “Essa flexibilidade sempre foi um importante diferencial da companhia.”

Quando a crise se instalou por aqui, a empresa conseguiu viabilizar, em pouco mais de dois dias, que três mil colaboradores passassem a trabalhar integralmente de forma remota, sem interromper ou impactar o atendimento a clientes e parceiros. “E mantendo ou até superando os níveis de satisfação dos nossos clientes”, frisa Fernanda.

DELL
TECHNOLOGIES INC
(D1EL34)

As transações da Dell Technologies Inc (D1EL34) na B3 ocorrem por meio de certificados de depósito conhecidos como BDRs (Brazilian Depositary Receipts), que são emitidos e negociados no Brasil, com lastro em valores mobiliários de emissão de companhias estrangeiras.

Bolsa atualiza reposicionamento de sustentabilidade

Mudanças como as que estão sendo promovidas no ISE não são pontuais; elas revelam transformações mais amplas. A própria B3 está revendo seu plano macro de sustentabilidade. Gleice Donini, superintendente de sustentabilidade da B3, descreve que esse processo faz parte de uma agenda estratégica para a instituição. A B3 quer estar alinhada às boas práticas, pois, como companhia listada, também recebe a demanda de investidores e de

outros stakeholders para avançar nesse sentido. “Precisamos acompanhar as tendências de mercado.”

O segundo pilar “é a visão da bolsa de valores como um indutor do mercado”. O sentido é o de fazer com que a B3 gere cada vez mais oportunidade para as companhias brasileiras se desenvolverem e aumentarem a sua atratividade e o acesso ao capital por meio de práticas sustentáveis.

Há, ainda, outros dois pilares que

estão conectados e dizem respeito aos produtos e serviços ofertados pela B3. “Como conseguimos fortalecer o portfólio de produtos ESG atual (por exemplo, os índices ISE e ICO2), olhando novas perspectivas de negócios de impacto e mercado de carbono.”

Todos esses pontos partem de um fator inquestionável de motivação: as demandas dos próprios investidores – nesse aspecto, o reposicionamento está ainda mais alinhado com a

entrada de público cada vez mais jovem no mercado de ações, a geração millenium, e que prioriza as boas práticas. “A mudança pela qual estamos passando está conectada à nossa estratégia de ter uma família de índices ESG. Entendendo as diferentes estratégias dos investidores, queremos trazer assim diversificação para o portfólio”, indica Gleice.



B3/DIVULGAÇÃO/JC