

# Protagonismo feminino no universo financeiro ganha espaço com bons resultados.



**Paula Tashima**

Capital Markets Latin-America South Leader at EY BRAZIL



**Stania Moraes**

CFO of Ciena BRAZIL



**Alessandra Segatelli**

Director of Controllershship at Natura & Co BRAZIL



**Glaucia Piccolo**

CFO at Microsoft BRAZIL

Insights extraídos do evento

**MSA**  
COMMUNITY

*O desafio é ampliar a presença feminina em diferentes áreas das companhias e formar novas gerações de líderes aptas a lidar com mudanças e adversidades no mundo dos negócios, bem como a apoiar e desenvolver as equipes atuais e das novas gerações, estes foram as principais conclusões do evento promovido pelo M&A Community*

Em um cenário de amplos desafios e alta complexidade, marcado pelo fim da pandemia, com fortes impactos na economia e no modelo tradicional de trabalho, e pelo início de uma guerra entre Rússia e Ucrânia, a M&A Community reuniu as líderes de finanças da Ciena, E&Y e Natura para discutir liderança feminina, desafios e oportunidades de planejamento financeiro e dos conselhos de administração para 2022.

No evento, que ocorreu no dia 12/4, mediado por [Paula Tashima](#), líder do Mercado de Capitais da Ernest & Young na América Latina e da iniciativa Professional Women Network, o primeiro tema abordado foi a importância dada hoje à adoção de práticas ESG (Environment, Social and Governance) nas companhias, bem como os desafios para sua implementação diante dos altos custos e, muitas vezes, necessidade de mudança da cultura empresarial.

“No conselho de administração da Natura uma das grandes preocupações hoje e sempre é relativa a obter bons resultados com garantia de sustentabilidade, mesmo diante da guerra na Europa e da recessão econômica gerada pela pandemia, o que é totalmente convergente com a necessidade de adoção de ESG”, afirmou [Alessandra Segatelli](#), diretora de Controladoria da Natura & Co e fundadora do W-CFO.

Stania Moraes, CFO da [Ciena](#) e membro do Conselho de Administração de Furnas, além de também fundadora do W-CFO, acrescentou que as empresas nas quais atua ainda estão focadas em gerir os problemas na cadeia de suprimentos provocados pela pandemia, cujos impactos em diversos setores, especialmente telecomunicações e automotivo, devem se estender pelos próximos 18 ou 24 meses. O lado bom da atual crise de abastecimento, segundo ela, é que os investidores estrangeiros começaram a olhar com mais atenção para a América Latina, devido a sua riqueza em recursos naturais e hídricos, que permite à região produzir energia limpa e fornecer matérias-primas necessárias, que atendem às questões de sustentabilidade a médio e longo prazos.

A líder do Mercado de Capitais da E&Y, Paula Tashima, acrescentou que a área financeira ainda é muito masculina, mas as mulheres vêm trazendo um novo olhar em termos de inovação, acolhimento e sustentabilidade. “Todo mundo fala de ESG, mas muitas pessoas não sabem em profundidade o que significa, ESG é uma obrigação das companhias com relação à sociedade e ao futuro. É algo a que todos devemos nos atentar no dia a dia”, destacou Paula.

Stania acrescentou que as líderes devem ter este compromisso e ser exemplos, para que as diretorias e conselhos de administração se identifiquem e constatem que é possível implementar as boas práticas de ESG. “Hoje, finalmente, podemos ser nós mesmas em cargos de liderança e isto nos dá a oportunidade de ajudar a colocar o ESG realmente em pauta. Para isto, não se pode parar de estudar nunca, pois é preciso sempre buscar ampliar os horizontes e estar atualizada, por exemplo, no caso da governança, que é um desafio constante e exige conhecimento do que acontece aqui e no exterior para ser cada vez mais efetiva, bem como buscar sempre bons mentores, ou seja, cercar-se de pessoas que possam orientar e ajudar você a se aperfeiçoar”, explicou a executiva da Ciena.

A adoção de políticas de ESG nas empresas nacionais vem evoluindo ano a ano e as empresas têm dedicado bastante tempo e atenção para melhorar suas práticas principalmente relativas à sustentabilidade, com ações para reduzir as emissões de carbono, economizar e reaproveitar a água e uso de energia renovável, e a governança, com normas rígidas de compliance.

“É interessante observar que, há 10 anos, ninguém sabia como implementar um bom sistema de governança e os custos eram extremamente elevados. Hoje, a maioria das empresas já têm boas práticas como parte de sua cultura. Agora, o foco é a sustentabilidade e muitas estão procurando formas de mensurar melhor os resultados. Porém, no Brasil uma questão fundamental a ser tratada é a social, que requer mais investimentos e esforços”, defende Stania. O problema é que nem todas as empresas têm capital suficiente para aplicar no pilar social. “Penso que uma forma de começar é ampliar a diversidade em seus quadros, oferecendo equidade de oportunidades e benefícios”, completou Alessandra.

Para as participantes, outro ponto a ser enfrentado é melhorar a qualidade e a profundidade dos dados coletados e oferecidos aos acionistas e à sociedade. “As empresas brasileiras com capital aberto estão bem avançadas na elaboração de relatórios de ESG realmente consistentes. Mas muitas empresas ainda não têm condições de investir na produção deste documento devido aos custos muito elevado e, principalmente, à dificuldade de tornar as boas práticas sociais, sustentáveis e de governança parte real de suas culturas”, alerta Alessandra.

## Liderança feminina

Na conversa, as líderes de finanças chamam atenção para o fato de as mulheres ainda não terem representatividade suficiente na área, apesar da presença feminina ter se ampliado, e acreditam que as líderes do segmento têm muito a contribuir para que a participação aumente nos próximos anos, em especial em cargos de gestão e liderança estratégica.

“[Uma pesquisa recente da McKinsey](#) sobre o futuro do trabalho apontou uma crise de talentos e um preço alto a se pagar em termos de saúde mental – com altos índices de ansiedade e de burnout – e constatou que as mulheres conseguem lidar melhor com este ambiente difícil, apoiando suas equipes e as outras lideranças, porque têm uma visão mais holística do bem-estar com um todo. Isto reforça a importância das empresas continuarem investindo em diversidade e de nós, como líderes, fomentarmos a maior presença feminina”, comentou Alessandra.

A CFO da Ciena complementou dizendo que as mulheres na direção de áreas financeiras aumentam o lucro das empresas, ou seja, a diversidade traz bons resultados para as empresas. Porém, dentro de conselhos de administração, por exemplo, atualmente as mulheres são apenas 14%, um aumento de 3% em relação a 2020, algo extremamente tímido diante da necessidade de diversidade existente.

“Eu atuo no conselho de Furnas, no qual há sete conselheiros - três mulheres -, e percebo que é um palco relevante para mostrar a efetividade da nossa presença nestas organizações”, disse Stania ao reforçar que isso comprova que as empresas estão mais comprometidas com a diversidade. No entanto, as mulheres na área financeira são apenas 15% do total e ainda há necessidade de maior empoderamento para que este número cresça e as leve à gestão.

Uma forma de incrementar a presença feminina em diferentes áreas é a existência de cotas de diversidade. “Mas a cota reservada às mulheres é apenas um dos caminhos de ingresso no mercado, não pode ser o único. Nós temos de ter a meta de garantir a diversidade dentro do nosso time e de enraizar esta questão na cultura da companhia”, salienta Alessandra.

O curioso deste cenário é que outra pesquisa recente da E&Y mostra que as companhias em seus boards compostos por pelo menos 30% de mulheres, aumentam em até 15% suas margens brutas. Ou seja, investir em diversidade é um bom negócio para empresas de todos os setores, com impactos positivos comprovados nos balanços financeiros. “Como diz a [Rachel Maia](#), diversidade é convidar a pessoa para a festa e inclusive é chamá-la para dançar. Por isto, devemos tomar mais iniciativas que tragam as mulheres para liderança”, comentou Stania.

Para Paula, a missão das líderes é desenvolver os novos talentos femininos e dar-lhes o apoio necessário para que abram seus caminhos. Isso significa oferecer igualmente oportunidades a pessoas de todos as raças e gêneros, ou seja, literalmente fomentar a diversidade nas empresas, tendo sempre em mente que o objetivo são os bons resultados nos negócios.

Com este objetivo, a Ciena, por exemplo, desenvolve um programa de incentivo junto às escolas de diferentes comunidades para informar às jovens que estão no segundo grau sobre oportunidades de carreira nas áreas de engenharia, tecnologia e telecomunicações. “A ideia é formarmos uma base dentro das comunidades, com um projeto de longo prazo, no qual atuamos para motivar a formação de novas profissionais”, contou Stania. É uma iniciativa relevante porque as meninas precisam ter mais modelos femininos de atuação em diferentes carreiras, para que vislumbrem horizontes mais amplos e se multipliquem os exemplos em líderes em empresas de todos os setores

A palestrantes afirmam também que é necessário identificar nas organizações as mulheres que têm perfil de liderança e ajudá-las a desenvolver soft skills, características necessárias a boa gestão, como saber lidar com as emoções no dia a dia das empresas, ter flexibilidade para as mudanças constantes no cotidiano empresarial, saber fazer própria gestão de tempo e de suas equipes, bem como ter habilidade para se comunicar com diferentes perfis profissionais e com o mercado. “O mercado já sabe que as mulheres são boas executivas e executoras. O problema é que ainda somos pouco vistas como líderes e ser líder exige outras habilidades. A boa notícia é que elas podem ser ensinadas e nós, na E&Y, por exemplo, já temos um programa específico e estamos fazendo isto, assim como outras empresas”, acrescentou Paula.

O ponto importante destacado é incentivar as profissionais a criar e manter boas redes de relacionamentos profissionais, ou seja, a terem contatos constantes com pessoas para trocar conhecimentos e experiências, assim como para as ajudar a construir e consolidar uma boa reputação no mercado. “Network é saber se relacionar com pessoas que são referência dentro e fora da empresa, que precisam e podem ser ouvidas em momentos de decisão, capazes de avaliar as mais variadas e complexas situações e aconselhar. É preciso ter coragem de buscar mentoria, porque faz parte da trajetória correr riscos e aceitar desafios para crescer e é mais fácil quando se tem apoio”, enfatizou Alessandra.

Outro aspecto a ser trabalhado pelas mulheres que desejam crescer dentro das companhias foi a necessidade de transmitir conhecimento e delegar funções com eficiência. “Precisa saber delegar, mas delegar bem. Só faz isto quem é hands on. Porém, é preciso ter cuidado, porque quando a mulher é boa demais no que faz, a empresa pode decidir mantê-la em determinada posição por achar difícil substituí-la. Meu conselho é formem suas equipes e mostrem que outras pessoas do time são capazes de fazer igual ou melhor do que você para viabilizar o seu crescimento. Se desapegue de funções para ser mais estratégica e crescer”, disse Paula. É preciso saber equilibrar o operacional e o estratégico.

As líderes foram também consensuais ao afirmar que precisa existir mais sororidade, com as mulheres se apoiando e incentivando o crescimento das demais. Ou seja, motivando investimentos em educação e atualização constante, fomentando a possibilidade das jovens, em começo carreira, galgarem posições melhores até chegarem às lideranças. “Felizmente, hoje já existem nas universidades, grupos de mulheres de diferentes áreas de atuação que se organizam para trocar ideias e se ajudar e isto é muito benéfico para o mercado corporativo como um todo. As mulheres devem participar mais de fóruns e comitês de inovação, liderança e empreendedorismo”, destacou Paula.

Outra iniciativa comentada no evento foi a criação há alguns anos do W-CFO, que objetiva desenvolver as profissionais de finanças e promover o intercâmbio de ideias por meio de mentorias, realizadas com base em metodologias próprias. “Na mentoria do W-CFO, nós procuramos casar a necessidade da mulher que quer liderar com uma mentora que já viveu a situação ou trabalha em uma área similar, pois assim o processo é mais efetivo”, informou Alessandra. A adesão ao W-CFO é simples e pode ser feita por meio do preenchimento de um formulário no website (<https://wcfobrazil.com.br/>), que posteriormente é avaliado de acordo com critérios específicos da instituição.

#### **Sobre M&A Community**

**M&A Community** es una organización independiente que organiza eventos para conectar a ejecutivos, empresas públicas y privadas, inversores, abogados especialistas, consultores y asesores de fusiones y adquisiciones a nivel mundial. El principal objetivo de la comunidad es servir como canal de comunicación, generación de contenidos e intercambio de experiencias.

Los miembros de la comunidad M&A aprovechan la comunicación a través de redes tradicionales y virtuales, además del networking constante a través de eventos exclusivos. El patrocinador principal de los eventos es iDeals Solutions..

Contacto:

Lina.giraldo@mnacommunity.com

Esther.deona@mnacommunity.com

#### **Contatos para a imprensa: INK Comunicação**

Clezia Martins Gomes /

clezia.gomes@inkcomunicacao.com.br / (11) 99112-6942

Bruno Faria / bruno.faria@inkcomunicacao.com.br/ (11)

95659-4619

Guilherme Bento / guilherme.bento@inkcomunicacao.com.br

Gabriel Chilio Jordão /

gabriel.jordao@inkcomunicacao.com.br

