

KPMG: investimento em venture capital este ano é recorde e alcança R\$ 33,5 bilhões

- 226 startups receberam recursos de fundos de venture capital nos primeiros nove meses do ano, segundo levantamento da KPMG e da ABVCAP
- Aporte médio em startups no terceiro trimestre é 63% superior ao do mesmo período do ano passado
- IPOs de empresas de PE e VC contribuíram fortemente para desinvestimentos de R\$ 4,3 bilhões

Os investimentos de fundos de venture capital em *startups* brasileiras atingiram R\$ 33,5 bilhões nos primeiros nove meses deste ano, um recorde histórico. O volume é três vezes maior que o valor aportado nessas empresas no mesmo período do ano passado. Os dados são de pesquisa trimestral realizada pela KPMG e pela ABVCAP que captura apenas os negócios na modalidade de *private equity* e *venture capital*.

O número de *startups* que receberam aportes também é recorde. Foram 226, ante 147 um ano atrás. Só no terceiro trimestre, 92 startups receberam investimentos, sendo 29 *fintechs* (financeiro) e *insurtechs* (seguros), 11 softwares e 9 *logtechs* (logística). O aporte médio por empresa foi de R\$ 130,7 milhões no terceiro trimestre deste ano, 63% superior ao valor médio registrado no mesmo período de 2020.

“Apesar dos ruídos políticos, da insegurança jurídica e das incertezas econômicas, o Brasil vive a maior onda de empreendedorismo de sua história”, diz Piero Minardi, presidente da ABVCAP. “O capital de longo prazo da indústria de PE e VC tem sido protagonista desse movimento ao apoiar as empresas com recursos financeiros, conhecimento setorial, melhorias na gestão e acesso ao mercado de capitais.”

“O Brasil já é considerado um dos principais polos globais de empreendedores diferenciados com alto potencial de sucesso. E os fundos de *private equity* e *venture capital* são os principais responsáveis pela viabilização de esses negócios florescerem e deslançarem. Saber que existe dinheiro disponível para investimentos de risco em novas empresas estimula o empreendedorismo em todos os cantos do país.” diz o sócio-líder de *private equity* e *venture capital* da KPMG no Brasil, Roberto Haddad. “Além disso, no mundo todo, a pandemia exigiu novas soluções tecnológicas e a expectativa é que essas mudanças vieram para ficar, o que torna as empresas digitais ainda mais atrativas”, finaliza.

Os investimentos dos fundos de *private equity*, segmento da indústria que concentra investimentos em empresas mais maduras, caíram 27% este ano, para R\$ 4,5 bilhões. Já os desinvestimentos dos fundos de *private equity* e *venture capital* atingiram R\$ 16,9 bilhões até setembro deste ano, um aumento de 42%.

Principais números	3º tri 2020	3º tri 2021	Jan-set 2020	Jan - set 2021
Investimentos – R\$ Bi	7,0	13,3	17,2	38,0
Private Equity	1,7	2,2	6,2	4,5
Venture Capital	5,3	11,1	11,0	33,5
Empresas Investidas*	83	88	195	239

Private Equity	17	3	48	13
Venture Capital	66	85	147	226
Desinvestimento - R\$ Bi	7,2	4,3	11,9	16,9

* total de empresas investidas consideradas apenas aquelas com valores divulgados.

KPMG: vacinação contra Covid-19 reforça otimismo dos empresários

Todas (100%) as empresas brasileiras estão mais otimistas com a retomada dos negócios depois do início da vacinação contra a Covid-19. Essa é a principal conclusão da sexta edição da “Pesquisa nacional sobre o impacto da Covid-19 nos negócios”, conduzida pela KPMG em agosto deste ano com 38 empresas brasileiras. A título de comparação, na edição anterior da pesquisa, publicada em abril, 85% estavam otimistas com a retomada dos negócios após o início da vacinação e 15% não estavam.

“A nossa pesquisa evidencia que os empresários brasileiros estão mais confiantes com a retomada e o futuro dos negócios. O avanço da vacinação tem sido determinante para proporcionar mais segurança para os executivos e a sociedade em geral. Ainda assim, todos os aprendizados desse período devem ser mantidos e aperfeiçoados, principalmente os esforços direcionados para redução de custos, ampliação da competitividade, investimentos em inovação, experiência do cliente e geração de negócios”, afirma Jean Paraskevopoulos, sócio-líder de Clientes e Mercados da KPMG no Brasil e na América do Sul.

As empresas participantes da pesquisa também foram questionadas se o início da vacinação alterou o plano de negócios das suas empresas e se prazos e projetos sofreram alterações. As respostas foram as seguintes: não, os prazos e projetos não sofreram alterações (50%); sim, os prazos e projetos sofreram alterações (21,05%); não, mas os prazos e projetos sofreram alterações (18,42%); sim, mas os prazos e projetos não sofreram alterações (10,53%).

Sobre em quanto tempo os respondentes acham que o setor em que as empresas deles atuam voltará a operar normalmente, com a vacinação em andamento, as respostas também evidenciaram otimismo. A ampla maioria (84,21%) estimou que isso ocorrerá de 6 meses a 1 ano. Para 13,16% o prazo é de 2 a 5 anos e para 2,63% não voltará mais a operar normalmente. Questionados se o anúncio feito pelas autoridades de saúde sobre novas cepas do coronavírus em circulação no país vai impactar o plano de retomada dos seus negócios, a maioria dos participantes (86,84%) disseram que não, e que vão manter o mesmo plano de retomada. Para 13,16% a resposta foi sim, e que irão repensar o plano de retomada.

Considerando o estágio atual e a progressão da vacinação, os respondentes também foram perguntados sobre qual é a expectativa com relação aos resultados do setor em que as empresas deles atuam no segundo semestre de 2021. Os índices também revelaram otimismo: manutenção dos níveis de receita em relação ao primeiro semestre (36,84%), aumento de até 5% nas receitas em relação ao primeiro semestre (21,05%),

aumento entre 7% e 10% em relação ao primeiro semestre (15,79%), aumento acima de 10% em relação ao primeiro semestre (15,79%), aumento entre 5% e 7% em relação ao primeiro semestre (10,53%). Nenhum empresário indicou possibilidade de redução dos níveis de receita em relação ao primeiro semestre.

A sexta edição da “Pesquisa nacional sobre o impacto da Covid-19 nos negócios”, conduzida pela KPMG, teve a participação de 38 empresas de todas as regiões do Brasil atuantes nos seguintes setores: Agronegócio (5,26%), Consumo e Varejo (7,89%), Energia e Recursos Naturais (21,05%), Infraestrutura (5,26%), Mercados Industriais (10,53%), Saúde e Ciências da Vida (2,63%), Serviços Financeiros (15,79%), Tecnologia, Mídia e Telecomunicações (10,53%), e Outros Serviços (21,05%).

O conteúdo está disponível na íntegra no link - <https://home.kpmg/br/pt/home/insights/2021/09/empresarios-retomada-negocios.html>

KPMG: maior controle dos dados e transparência são preocupações atuais dos consumidores

Os consumidores não estão apenas mais preocupados com a proteção de dados. Agora, eles querem ter maior controle de acesso às informações pessoais e transparência na forma como elas são utilizadas pelas empresas, segundo o relatório “Privacidade: o que vem a seguir?” (do inglês, “*Privacy technology: What's next?*”) da KPMG. Ainda de acordo com o conteúdo, violações de dados, problemas de segurança, personalização de serviços *on-line*, táticas de publicidade invasivas e compartilhamento de dados do consumidor são alguns dos transtornos sofridos pelos usuários atualmente.

De acordo com o relatório, os usuários estão atentos sobre a forma como as empresas de hoje estão usando e protegendo dados pessoais dos clientes. Essa demanda crescente tem levado a questão da proteção de dados para o topo da agenda dos conselhos de administração e aos órgãos reguladores. Segundo o material, mais de cem países já publicaram leis de privacidade de dados.

O estudo também aponta que, em resposta ao atual cenário, as organizações estão desenvolvendo sistemas e programas de privacidade. Neste sentido, à medida que a próxima geração da tecnologia se aproxima, três áreas principais ganham destaques: adaptação de processos; gerenciamento e governança de dados pessoais; gerenciamento de riscos e *compliance*.

“As novas tendências do consumidor, de canais de mídia social à grande mudança para compras *on-line* e experiências personalizadas do cliente, estão gerando uma grande demanda por dados. Enquanto isso, tecnologias emergentes como 5G, internet das coisas e inteligência artificial estão prontas para aumentar a conectividade e a circulação de informações. Neste contexto, a privacidade está se tornando parte da infraestrutura crítica das empresas e uma abordagem integrada para o cumprimento da privacidade

em todas as atividades de negócios se torna fundamental”, ressalta o sócio-líder de segurança cibernética da KPMG, Leandro Augusto.

A urgência da proteção de dados no mundo pós-pandemia

**Por Leandro Augusto*

Com a pandemia da covid-19, clientes e funcionários, rapidamente, se acostumaram a usar serviços virtuais em praticamente toda rotina diária. Ao mesmo tempo, líderes de empresas viram a necessidade de ajustar os modelos de negócios, direcionando-os para canais digitais e implementando soluções tecnológicas aceleradas como, por exemplo, a migração para a computação em nuvem.

No entanto, na enxurrada de transformações aceleradas e implementações ágeis, as organizações podem ter provocado vulnerabilidades diante dessa nova exposição em massa, gerando um número crescente de riscos aos negócios. Adicionalmente, desde o início da crise sanitária, houve um crescimento significativo de crimes cibernéticos organizados por grupos de hackers que estão prontos para explorar os potenciais pontos fracos nos sistemas de tecnologia.

A pandemia também trouxe a percepção de que algumas organizações não estão tão seguras. Com isso, os líderes das empresas têm enxergado cada vez mais a questão da proteção de dados dos negócios como demanda prioritária e uma área de investimento. Eles não apenas tratam a segurança cibernética como elemento fundamental para o sucesso futuro, mas também buscam gerar a confiança no cliente, na resiliência cibernética, na proteção de dados confidenciais e na transparência de abordagem.

No passado, era comum as organizações enxergarem as funções de segurança como obstáculos ao progresso. Essa percepção, no entanto, deve ser deixada de lado. Com a jornada digital das empresas ocorrendo mais rápido do que nunca, espera-se que elas desenvolvam uma motivação para adotar a segurança cibernética como facilitador.

Em um ambiente de risco global dinâmico, as organizações devem se certificar de que estão mais bem posicionadas para ter sucesso diante da nova realidade. Há alguns aspectos a serem considerados no investimento à proteção de informação das empresas, tendo em vista a confiança e o crescimento dos negócios. Dois desses tópicos são os seguintes: repensar a cultura com base em uma segurança por design que consiste em uma abordagem pragmática, considerando a segurança como suporte de qualquer nova iniciativa de negócios e proporcionando uma confiabilidade em todos os níveis; tornar a proteção discreta, mas robusta em cada interação de negócios e, com isso, formar uma oportunidade de construir confiança, incorporando os controles de segurança e de privacidade.

Os ataques cibernéticos têm se modernizado cada vez mais e alguns invasores estão reutilizando senhas de usuários roubadas em violações de dados. A autenticação multifator (por exemplo, usar um aplicativo de autenticação ou passar por verificações

de segurança adicionais) pode proteger clientes contra esse tipo de crime. Quando realizada com cautela, essa autenticação pode ser transparente, adaptada aos riscos em torno da transação e inspirar confiança na segurança do serviço. Os ataques de *ransomware* (código malicioso que torna inacessível os dados armazenados em um equipamento e que exige pagamento de resgate para restabelecer o acesso ao usuário) aumentaram à medida que os invasores exploram ambientes de trabalho remotos. Ataques sofisticados deste tipo podem causar desafios de criptografia em grande escala e perda de dados. Portanto, uma estratégia de backup e recuperação de informações é fundamental para organizações.

Em suma, a segurança cibernética tem a possibilidade de apoiar e construir confiança duradoura entre pessoas e organizações. É importante que, as empresas, criem um mundo digital resiliente e transparente, mesmo à frente das ameaças. A combinação de especialização tecnológica, conhecimento de negócios e profissionais criativos permite a formação desse espaço virtual confiável e seguro, superando os novos desafios e adversidades.

***Leandro Augusto é sócio-líder de segurança cibernética da KPMG.**

KPMG participa do 22º congresso anual do IBGC

Como as organizações devem transformar seus negócios hoje para estarem preparadas para o amanhã? Palestrantes nacionais e internacionais estarão reunidos na 22ª edição do Congresso Anual do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) para uma imersão em questões que precisam de atenção hoje e conduzirem as empresas para as melhores práticas no futuro.

“Este evento é uma oportunidade para tratarmos dos temas mais relevantes da atualidade em governança corporativa. Uma estrutura adequada de governança corporativa contribui para as empresas definirem estratégias de negócios com uso eficaz do capital. O objetivo não é apenas direcionar e monitorar a direção executiva, mas aperfeiçoar a estrutura de gestão para assegurar os diferenciais competitivos e a perenidade nos negócios”, afirma Jean Paraskevopoulos, sócio-líder de Clientes e Mercados da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Com o tema central “Se o propósito é o ponto de partida, a governança é o caminho”, o congresso focará em uma agenda positiva de governança, abordando ética e integridade, diversidade e inclusão, ambiental e social, inovação e transformação, transparência e prestação de contas, em um ambiente de troca mútua e compartilhamento de ideias e opiniões.

O congresso acontece de 5 a 7 de outubro. A KPMG é patrocinadora master do evento e estará presente em diversos momentos para falar de temas essenciais. Confira a participação dos sócios da KPMG:

6/10, das 11h às 12h

Sebastian Soares, sócio-líder de Governança Corporativa da KPMG no Brasil, e Nelmara Arbex, sócia-líder de ESG Advisory da KPMG no Brasil, conduzirão o debate “A importância da Governança na Jornada ESG”.

6/10, das 18h30 às 19h30

Oliver Cunningham, founder KPMG & Distrito Leap e chairman do Comitê de Innovation & Enterprise Solutions da KPMG, mediará o debate “Caminhos e trajetórias de startups e grandes empresas”.

6/10, das 18h30 às 19h30

Jubran Coelho, sócio-Líder da área de Private Enterprise da KPMG no Brasil, participará do painel “Corporate Venture Capital nas empresas familiares”.

A programação completa do evento está disponível no link - <https://mktibgc.powerappsportals.com/congresso/>

Ser precede comunicar

** Por Beth Fontanelli*

A comunicação é uma ferramenta eficaz de posicionamento de valores, propósito e confiança. O leitor, com absoluta pertinência, deve estar questionando o porquê de se abordar o tema, se não há novidade alguma nesse clássico postulado. Porém, em um cenário global e nacional de *fake news*, polarização acirrada e crescente exigência de *compliance*, ética e responsabilidade socioambiental, o assunto merece ser revisitado.

Com o grande desenvolvimento de técnicas, conhecimento e novas ferramentas tecnológicas, a comunicação tem a capacidade de criar reputações e difundir valores, bem como estabelecer vínculos e ícones de compartilhamento cultural e de princípios com os públicos. No entanto, se não houver verdades que sustentem tudo isso, a conquista será efêmera. Acreditem: é uma questão de tempo. A distância e as contradições entre o discurso e as efetivas práticas acabarão sendo percebidas na primeira crise ou, paulatinamente, na forma como a empresa se relaciona com clientes, mercado e consumidores e na maneira como aborda os princípios ESG.

Todas as organizações estão sujeitas a crises provocadas por eventuais equívocos. Além disso, na era das *fake news*, há sempre a lamentável possibilidade de injúria, difamação e calúnia, variável, aliás, que deve ser considerada na prevenção e gerenciamento de riscos. É aí que se evidencia o imenso diferencial entre a reputação construída com base em verdades e a forjada artificialmente sobre premissas inconsistentes, inexistentes ou não condizentes com a realidade.

No primeiro caso, a comunicação atende plenamente ao postulado de que é uma ferramenta eficaz de posicionamento de valores, propósito e confiança, proporcionando às empresas sólida credibilidade em seus produtos e serviços e lhes possibilitando a

preservação plena de sua imagem institucional durante e após o enfrentamento de uma crise.

Compliance, lisura, responsabilidade socioambiental e boa governança corporativa são princípios que devem ser levados ao conhecimento da sociedade e de todos os públicos. É justo, lícito e necessário fazê-lo, inclusive porque, no cenário atual em que eles são cada vez mais exigidos, retroalimentam o dinamismo dos negócios, contribuem para o crescimento das empresas, dos investimentos e dos empregos. Contudo, antes de comunicar, é preciso ser!

***Beth Fontanelli é sócia-diretora de Marketing e Comunicação da KPMG no Brasil e na América do Sul.**

Com investimento de R\$ 1 milhão da KPMG, WE Impact abre Chamada para startups lideradas por mulheres

A WE Impact está com inscrições abertas, até o dia 18 de outubro, para uma chamada pública de investimento em startups brasileiras fundadas ou lideradas por mulheres, apoiada pela KPMG. O objetivo da iniciativa é buscar startups *early stage* com modelo de negócios B2B para receberem aportes que, somados, poderão chegar a R\$ 1 milhão. A iniciativa é o primeiro fruto do investimento e apoio institucional da KPMG à empresa, que é a primeira venture builder dedicada a mulheres líderes de startups, anunciado em julho deste ano.

Além do capital, as startups investidas vão receber apoio direto no desenvolvimento de 5 pilares: tecnologia, time, produto, receita e diversidade. Essas empresas também poderão ter conexão com a KPMG por meio de workshops, palestras e conteúdo sobre temas relacionados ao investimento e acesso a toda a WE Impact Network, rede que conta ainda com grandes corporações líderes em tecnologia e outras áreas.

“Além de destinar capital a startups fundadas ou lideradas por mulheres, buscamos gerar valor por meio da conexão direta com o mercado e acesso às nossas especialidades para acelerar o crescimento da startup. Apostando no empreendedorismo feminino, queremos demonstrar como a equidade de gênero no ecossistema de startups colabora para gerar negócios mais lucrativos, resultados mais poderosos e impacto social positivo”, afirma Carolina de Oliveira, sócia-diretora de Private Enterprise da KPMG no Brasil.

A Chamada busca startups que ofereçam um software destinado a solucionar “dores” de outras empresas (B2B), validadas por um MVP completo, com faturamento crescente nos últimos 3 meses, e que atuem em uma das seguintes áreas: ESG, Open Finance, Cyber Security, Legaltech, Taxtech, Martech, RHtech ou Edutech. Entre outubro e novembro, as inscritas passarão por um processo seletivo inicial e, depois, em novembro, as que passarem por essa etapa precisarão participar de um *pitch* ao júri para defenderem seus diferenciais, potencial de inovação e crescimento. O anúncio das investidas deverá ser feito ainda este ano, em dezembro.

"A jornada de uma startup é extremamente tortuosa e queremos construir pontes para que essas mulheres líderes e empreendedoras trilhem um caminho rumo ao sucesso. Acreditamos que a geração de valor por meio do relacionamento vai muito além do investimento financeiro. Fazer parte desse portfólio significa ter também acesso a grandes empresas e especialistas de tecnologia e diversas outras áreas de atuação", afirma Lícia Souza, fundadora e CEO da WE Impact, venture builder que tem como propósito promover a equidade de gênero no ecossistema de startups.

O apoio da KPMG à WE Impact foi uma iniciativa pioneira em todo o mundo, distribuída nas seguintes frentes: o investimento financeiro, e o compartilhamento de conteúdo por meio de participação em workshops e palestras. A atuação conjunta das organizações também tem sido direcionada para que os recursos compartilhados com as startups investidas incluam uma rede exclusiva de profissionais de destaque no mercado e grandes corporações para apoiar o aperfeiçoamento de seus produtos tecnológicos, construção de times e desenvolvimento de *growth mindset*.

Para mais informações e inscrições na "Chamada WE Impact + KPMG", acesse o link - <https://conteudo.weimpact.tech/chamada-kpmg>

Somente 26% das empresas de óleo e gás utilizam tecnologias disponíveis, diz KPMG

Uma pesquisa da KPMG apontou que apenas 26% das companhias de óleo e gás, que participaram do levantamento, aplicam tecnologias disponíveis. Alguns desses recursos são drones, visualização 3D, análise de dados e inteligência artificial utilizados para melhorar a forma como é feita a gestão de ativos, reduzindo o tempo de parada das unidades de processamento e a exposição a riscos. Essas são as principais conclusões do relatório "Nos trilhos da jornada digital" que tem como objetivo mostrar de forma inédita como essa a indústria está lidando, na era pós-pandemia, com temas como a digitalização, uso de novas tecnologias e de dados.

Segundo o estudo, 29% dos entrevistados possuem uma equipe bem preparada para implantação de um processo de automação na indústria contra 48% que consideram não estarem aptos para aplicar esse método. Quase metade dos entrevistados (42%) afirma que as organizações estão prontas para uma mudança na matriz energética, sendo capazes de repor o portfólio de ativos pelos originados de fontes alternativas de energia.

"O relatório mostrou que um percentual pequeno de empresas de óleo e gás utiliza as tecnologias disponíveis. Por isso, a indústria ainda tem muito a fazer com relação ao processo de transformação digital que pode aprimorar a gestão do negócio", afirma o sócio-líder do setor de energia e recursos naturais da KPMG, Anderson Dutra.

Sobre a pesquisa:

O relatório contou com a participação de executivos de mais de 50 companhias dos segmentos de petróleo e gás, metais e mineração e utilidades públicas. Do total dos executivos entrevistados, 59,6% deles estão situados no Rio de Janeiro, 28,8% em São Paulo, 5,7% no Rio Grande do Norte, 3,8% no Rio Grande do Sul e 1,9% no Maranhão. Quanto aos cargos, mais de 65% ocupam alguma posição gerencial (32,6% têm cargo de gerente, gerente sênior ou gerente executivo) ou na diretoria (30,7% são diretores).

Com relação aos segmentos de atuação, exploração e produção em óleo e gás (28,8%), distribuição em óleo e gás (15,3%), serviços no campo de petróleo (15,3%), geração de energia e utilidades públicas (9,6%), comercialização na área de energia e utilidades públicas (9,6%), utilidades públicas (7,6%), transmissão de energia e utilidades públicas (5,7%), refino de óleo e gás (3,8%), mineração (1,9%), siderurgia e metalurgia (1,9%).

KPMG: apenas 23% das empresas de energia e recursos naturais utilizam análise de dados como estratégia

Apenas 23% das empresas da área de energia e recursos naturais ouvidas pela KPMG capturam, integram e armazenam dados com a finalidade de obter uma visão ampla de clientes, concorrentes, do próprio setor e de outros. Para cerca de 19% delas, a estratégia de uso de análise de dados é fundamental para administrar os negócios. Essas são as principais conclusões do relatório “Nos trilhos da jornada digital” que tem como objetivo mostrar de forma inédita como essa a indústria está lidando, na era pós pandemia, com temas como a digitalização, uso de novas tecnologias e de dados. O estudo contou com a participação de executivos de mais de 50 companhias dos segmentos de petróleo e gás, metais e mineração e utilidades públicas.

Segundo a pesquisa, 21% dos entrevistados usam técnicas avançadas de modelagem para permitir visões futuras, aprimorando a automação, a medição de desempenho e apoiando a tomada de decisão. Além disso, 17% deles dizem inovar com soluções digitais, automatizando os processos de negócios e tecnologia, com o objetivo de se tornar mais eficaz nas respostas às necessidades dos clientes e partes interessadas. Ao mesmo tempo, outros 17% aproveitam a automação e os dados para gerenciar proativamente a tecnologia.

“Estes resultados demonstram que há um espaço enorme para que a indústria caminhe na direção da geração 4.0. As empresas estão atentas às tendências de boas práticas, embora ainda possam aprofundar alguns processos e procedimentos disruptivos. Cada vez mais, a coleta, o uso e a análise de dados serão fundamentais para entender os clientes, os produtos, os parceiros, ou seja, são essenciais ao delineamento de estratégias. Hoje, as companhias estão começando a valorizá-los a partir dessa perspectiva, mas ainda temos um caminho a trilhar”, analisa o sócio-líder do setor de energia e recursos naturais da KPMG, Anderson Dutra.

Mais atenção aos riscos e aos clientes

Segundo o estudo, 19% das empresas estão levando em conta as avaliações de risco e os impactos ao cliente e às partes interessadas durante o gerenciamento de ativos. A publicação mostrou ainda que outros 23% dos entrevistados afirmam dispor de um conjunto de soluções tradicionais e digitais integradas que dá suporte às necessidades dos clientes. Além disso, 17% dos entrevistados apontaram que pretende inovar com soluções digitais, automatizando os processos de negócios e tecnologia com o objetivo de se tornar mais eficaz nas respostas às necessidades dos clientes e partes interessadas.

“Com relação às questões de risco, o resultado da pesquisa foi fruto de acontecimentos relevantes, como acidentes com barragens, escândalos de corrupção, entre outros e representa uma mudança de comportamento nos últimos cinco anos. Já sobre os clientes, embora os segmentos contemplados tenham pouca relação direta com o consumidor final, as empresas devem empenhar em olhar mais atentamente para temas como inovação e geração de valor. É preciso reconhecer a importância do foco no cliente, colocando-o no centro da estratégia, mas para tanto, é preciso entendê-lo, fazendo com que os dados sejam absolutamente cruciais ao negócio”, finaliza o sócio.

Sobre a pesquisa:

Do total dos executivos entrevistados, 59,6% deles estão situados no Rio de Janeiro, 28,8% em São Paulo, 5,7% no Rio Grande do Norte, 3,8% no Rio Grande do Sul e 1,9% no Maranhão. Quanto aos cargos, mais de 65% ocupam alguma posição gerencial (32,6% têm cargo de gerente, gerente sênior ou gerente executivo) ou na diretoria (30,7% são diretores).

Com relação aos segmentos de atuação, exploração e produção em óleo e gás (28,8%), distribuição em óleo e gás (15,3%), serviços no campo de petróleo (15,3%), geração de energia e utilidades públicas (9,6%), comercialização na área de energia e utilidades públicas (9,6%), utilidades públicas (7,6%), transmissão de energia e utilidades públicas (5,7%), refino de óleo e gás (3,8%), mineração (1,9%), siderurgia e metalurgia (1,9%).

CEOs brasileiros estão otimistas com economia e negócios, diz KPMG

A ampla maioria (82%) dos CEOs brasileiros estão confiantes no crescimento da economia nacional nos próximos três anos, motivados por uma perspectiva de fim da pandemia, devido à vacinação em massa. Além disso, 64% deles confiam no crescimento da economia global e 86% confiam no crescimento do setor em que suas empresas atuam, uma alta de 10% neste quesito comparando com a edição anterior da pesquisa, realizada há um ano. A expectativa de crescimento da companhia é de 88% agora, uma queda de 4% na comparação com a pesquisa anterior. Ainda assim, os executivos que esperam crescimento organizacional nos próximos três anos acreditam em percentuais de expansão de, no mínimo, 2,5% e, no máximo, 10%. Essas são algumas das conclusões da pesquisa “KPMG 2021 CEO Outlook”, conduzida pela KPMG com 1.325 CEOs das principais economias do mundo e 50 CEOs brasileiros de variados setores.

“A crise sanitária impôs um choque de realidade nas lideranças empresariais e nos fez refletir sobre os desafios mais urgentes. Assim, os CEOs estão concentrados em levar adiante as estratégias de mercado que são, de fato, relevantes para as organizações. Todos os líderes consultados parecem ter aprendido ainda mais, com a pandemia, sobre a importância determinante da tecnologia, a necessidade de otimizar operações, a mitigação de riscos, a relevância da experiência do cliente e a valorização do capital humano. É também chegada a hora das empresas investirem mais em ações corporativas direcionadas para o crescimento dos negócios. Na prática, como superar desafios e executar estratégias de mercado que gerem negócios”, afirma Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

A pesquisa também abordou com os entrevistados quais são as principais estratégias para o crescimento dos negócios. Para os brasileiros, o crescimento orgânico (30%) e as alianças estratégicas com terceiros (30%) serão as melhores opções para buscar a expansão dos negócios no próximo triênio. Além disso, metade (50%) dos brasileiros indicaram baixo apetite por fusões e aquisições no próximo triênio. Para atingir os objetivos de crescimento nos próximos três anos, os CEOs brasileiros indicaram diferentes estratégias, principalmente as seguintes: aumentar o investimento em detecção de disrupções e processos de inovação (64%); fazer parceria com provedores de dados terceirizados (58%); e configurar programas aceleradores ou incubadores para empresas iniciantes (56%).

ESG

As preocupações também passam por otimizar a cadeia de suprimentos, aumentar a resiliência cibernética, ajustar custos de capital para lidar com a inflação, atrair e reter talentos e integrar práticas ESG (*Environmental, Social and Governance*). Sobre este tema, 76% dos CEOs brasileiros pretendem garantir que sejam mantidos os ganhos de sustentabilidade obtidos durante o período de crise e mais de 80% modificaram o programa atual de ESG, colocando mais foco no componente social, em razão da pandemia.

“Cada vez mais é fundamental cuidar das pessoas e proteger o meio ambiente, e as organizações estão sendo protagonistas nessa nova ordem. Esta não é só uma questão de retorno financeiro ou de competitividade. A construção de valor das marcas é interessante para os acionistas e questão de sobrevivência para todos, mas também está alinhada com um propósito maior perante a sociedade”, completa Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Tecnologia

Em relação aos riscos para o crescimento, os brasileiros temem tecnologias disruptivas (24%) e falhas das cadeias de suprimentos (22%). No intervalo de um ano houve pouca mudança sobre a importância que os líderes dão para sair na frente em termos de inovação (mudança de 78% para 72%). Houve ligeira queda no número de CEOs que entendem a disrupção tecnológica como oportunidade de mercado e não como ameaça (eram 92% e agora são 84%). A maioria (64%) dos brasileiros continua investindo mais capital na compra de novas tecnologias do que no desenvolvimento das habilidades digitais de colaboradores. Outro dado relevante é que, entre os brasileiros, 82%

afirmaram estar preparados ou muito bem preparados para um futuro ataque cibernético, sendo que, na pesquisa anterior, eram 62%.

Eles também concordam em diversos outros pontos, com médias entre 70% e 80% de resposta indicando ser importante ou muito importante os seguintes aspectos: entender a disrupção como oportunidade e não como ameaça; contar com uma estratégia cibernética forte para gerar confiança nos principais *stakeholders*; ter a segurança da informação como uma função estratégica e vantagem competitiva; estar ciente da importância de proteger o ecossistema dos parceiros e fornecedores, além da própria organização.

Desafios

A pesquisa também destacou como a pandemia impactou fortemente as organizações e como esse processo continuará influenciando as diretrizes organizacionais nos próximos três anos. Para lidar com cenários futuros, 76% dos respondentes brasileiros afirmaram que irão se concentrar em uma cultura e em políticas que promovam um melhor equilíbrio entre vida profissional e pessoal dos funcionários. Além disso, outras ações foram destacadas pelos entrevistados: garantir que uma grande proporção das reuniões de lideranças sênior seja conduzida remotamente (58%); adotar medidas para que a cadeia de suprimentos seja resiliente (50%). Outro aspecto relevante para a maioria (74%) está na urgência de cooperação multilateral com o sistema tributário global.

KPMG 2021 CEO Outlook

A “KPMG 2021 CEO Outlook” ouviu, entre 28 de junho e 30 de julho, 50 CEOs do Brasil, 260 da América do Sul (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Uruguai, Peru e Venezuela) e 1.325 do grupo denominado “*Core Countries*” (Austrália, Canadá, China, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, Espanha, Reino Unido e Estados Unidos). Nos três grupos analisados há representantes de 11 setores-chave da indústria: Gestão de Ativos, Automotivo, Bancário, Consumo e Varejo, Energia, Infraestrutura, Seguros, Ciências da Vida, Manufatura, Tecnologia e Telecomunicações.

Na comparação com a edição da pesquisa conduzida há um ano, a proporção de mulheres participantes está muito mais expressiva agora, com mais que o dobro do percentual do ano anterior. Também há um número maior de CEOs brasileiros na faixa etária entre 50 e 59 anos (78%). O comparativo também aponta percentual de 46% de empresas que registraram receita acima de US\$ 10 bilhões no último ano fiscal, o que é mais que o dobro do estudo anterior. Continua no patamar acima de 50% o total de empresas que registraram crescimento no período, mas cresceu muito mais as que têm estrutura de capital aberto (de 60% para 76%).

O conteúdo está disponível na íntegra no link - www.kpmg.com.br/ceooutlook

KPMG: empresas de mineração ainda não estão dispostas a implementar tecnologias

Uma pesquisa indicou que todos os líderes das empresas de mineração entrevistados pela KPMG não estão dispostos a implementar tecnologias disponíveis como aplicação de drones e visualização 3D. O resultado do estudo apontou também que a modernização da indústria ainda não é uma realidade e que as possibilidades associadas às transformações tecnológicas disponíveis não são plenamente compreendidas por essas organizações.

O relatório “Nos trilhos da jornada digital” tem como objetivo mostrar de forma inédita como essa a indústria está lidando, na era pós-pandemia, com temas como a digitalização, uso de novas tecnologias e de dados.

O estudo analisou que as principais finalidades dessas tecnologias para o setor de mineração são as seguintes: ampliar a coleta de dados, o entendimento dos riscos e as oportunidades nos principais processos; e proporcionar melhor definição das estratégias nas diferentes etapas do negócio, incluindo exploração mineral, desenvolvimento e operação das minas.

“Apesar de o percentual de líderes de mineração participantes da pesquisa ser um número pequeno, os dados nos deram indícios de como a indústria vem lidando com o tema. Acreditamos que a transformação digital das empresas de mineração do Brasil ainda esteja em uma fase inicial”, analisa o sócio-líder do setor de energia e recursos naturais da KPMG, Anderson Dutra.

Sobre a pesquisa:

O relatório contou com a participação de executivos de mais de 50 companhias dos segmentos de petróleo e gás, metais e mineração e utilidades públicas. Do total dos executivos entrevistados, 59,6% deles estão situados no Rio de Janeiro, 28,8% em São Paulo, 5,7% no Rio Grande do Norte, 3,8% no Rio Grande do Sul e 1,9% no Maranhão. Quanto aos cargos, mais de 65% ocupam alguma posição gerencial (32,6% têm cargo de gerente, gerente sênior ou gerente executivo) ou na diretoria (30,7% são diretores).

Com relação aos segmentos de atuação, exploração e produção em óleo e gás (28,8%), distribuição em óleo e gás (15,3%), serviços no campo de petróleo (15,3%), geração de energia e utilidades públicas (9,6%), comercialização na área de energia e utilidades públicas (9,6%), utilidades públicas (7,6%), transmissão de energia e utilidades públicas (5,7%), refino de óleo e gás (3,8%), mineração (1,9%), siderurgia e metalurgia (1,9%).

KPMG: líderes de utilidades públicas afirmam que iniciativas ambientais ainda não são reconhecidas

Um relatório elaborado pela KPMG apontou que 90% dos entrevistados afirmaram que os esforços dedicados à redução do impacto ambiental, à melhoria social das comunidades do entorno e à gestão transparente ainda não são reconhecidos pelo mercado. Essa é uma das principais conclusões do relatório “Nos trilhos da jornada digital” que tem como objetivo mostrar de forma inédita como essa a indústria está

lidando, na era pós-pandemia, com temas como a digitalização, uso de novas tecnologias e de dados.

“O estudo indicou que as organizações têm dificuldade para estabelecer uma comunicação clara sobre essas ações como parte de estratégias de negócios. Isso pode ser considerado um desafio para a indústria a curto prazo”, afirma o sócio-líder do setor de energia e recursos naturais da KPMG, Anderson Dutra.

A pesquisa mostrou também que 10% das empresas de utilidades públicas consideram que os processos estão aptos ao atendimento das questões regulatórias e à identificação dos riscos decorrentes da abertura do mercado livre de energia. Esse mesmo percentual também acredita que as empresas conseguem reconhecer todas as oportunidades geradas a partir da transição energética, mesmo já tendo ampliado unidades de negócio.

Sobre a pesquisa:

O relatório contou com a participação de executivos de mais de 50 companhias dos segmentos de petróleo e gás, metais e mineração e utilidades públicas. Do total dos executivos entrevistados, 59,6% deles estão situados no Rio de Janeiro, 28,8% em São Paulo, 5,7% no Rio Grande do Norte, 3,8% no Rio Grande do Sul e 1,9% no Maranhão. Quanto aos cargos, mais de 65% ocupam alguma posição gerencial (32,6% têm cargo de gerente, gerente sênior ou gerente executivo) ou na diretoria (30,7% são diretores).

Com relação aos segmentos de atuação, exploração e produção em óleo e gás (28,8%), distribuição em óleo e gás (15,3%), serviços no campo de petróleo (15,3%), geração de energia e utilidades públicas (9,6%), comercialização na área de energia e utilidades públicas (9,6%), utilidades públicas (7,6%), transmissão de energia e utilidades públicas (5,7%), refino de óleo e gás (3,8%), mineração (1,9%), siderurgia e metalurgia (1,9%).

KPMG homenageia profissionais de saúde em projeção hoje no Cristo Redentor

Em homenagem aos profissionais de saúde que estão atuando no atendimento aos pacientes da covid-19 e em prol da ciência, vacina, agricultura, alimentação e logística, a KPMG – uma das quatro maiores empresas de auditoria e consultoria do mundo – faz hoje, **dia 15 de outubro**, uma projeção no monumento ao Cristo Redentor. Nos braços do monumento, será apresentada a frase “nossos heróis”.

A iniciativa quer chamar atenção para discussões que ganharam destaque nas empresas durante a pandemia, como a importância das iniciativas ESG, sigla em inglês para meio ambiente, social e governança. Para isso, serão exibidas imagens que traduziram e mostraram essas discussões.

“Desde agosto deste ano, a KPMG tem apoiado o Santuário no desenvolvimento de um programa de integridade, um dos pilares centrais das iniciativas de ESG. Tudo isso no momento que o Cristo Redentor completa 90 anos, de braços abertos para o mundo e

reiterando o compromisso com as boas práticas de governança”, comenta o sócio-líder de governança, riscos e *compliance* da KPMG no Rio de Janeiro, Rafael Weksler.

“Sendo a ética um princípio que não pode ter fim, pretendemos estabelecer uma cultura em conformidade com os principais valores presentes na Igreja Católica, em interface com o mundo corporativo, igualmente denso de valores. Por isso, a parceria do Santuário Cristo Redentor com a KPMG no desenvolvimento de um programa de integridade para o Santuário torna-se uma realidade paradigmática para os tempos atuais e inspiradora para a continuidade de uma sociedade que precisa encontrar, na transparência e na equidade, pilares fundamentais para o positivo e justo desenvolvimento”, destaca o reitor do Santuário Cristo Redentor, Padre Omar.

A projeção será na cor azul que representa a identidade visual da empresa com a campanha “Celebre o Azul”. Serão exibidas ainda as palavras que representam os valores da empresa como “*integrity, excellence, courage, together, for better*” (“integridade, excelência, coragem, juntos, para o melhor”).

“Este ano, a homenagem da KPMG não poderia deixar de ser para os profissionais de saúde que estão atuando no combate à pandemia. Além disso, queremos chamar atenção para as questões mais urgentes, como a ambiental e social, e que estão impactando e transformando não só o Brasil, mas o mundo todo”, afirma o sócio-líder do escritório da KPMG no Rio de Janeiro, Luis Claudio de Araújo.

Incentivos fiscais do ICMS e o comprometimento dos lucros

**Por Marcos Grigoletto*

Visando movimentar a economia de determinada região ou área de mercado, o setor público concede contrapartidas através de incentivos fiscais como o ICMS, um tributo de competência Estadual, mas de perfil nacional. Mais conhecido pela sigla do que pelo nome, o imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e prestação de serviços pode garantir benefícios fiscais concedidos pelos Estados e pelo Distrito Federal através de diferentes instrumentos, como créditos presumidos ou outorgados, isenções, reduções de base de cálculo, diferimentos e até incentivos de natureza financeira-fiscal, por exemplo.

Em 2017, a publicação da Lei Complementar nº 160/17 transpareceu colocar um ponto final nas discussões acerca da natureza dos benefícios de ICMS concedidos pelos Estados e Distrito Federal. A medida provocou inúmeros impactos positivos, em empresas dos mais diversos segmentos, ao estabelecer que tais créditos teriam natureza de investimento, sendo vedada a exigência de outros requisitos ou condições não previstas em artigo da referida lei. Por outro lado, a caracterização dos incentivos como subvenções para investimento somente seria possível desde que os atos normativos e concessivos dos referidos benefícios fossem publicados e depositados pelos Estados e pelo Distrito Federal no Conselho Nacional de Política Fazendária (CONFAZ).

Nesse contexto, a exigência de vínculos comprobatórios entre o benefício concedido e a aplicação dos recursos em ativos imobilizados, como vinha entendendo a jurisprudência administrativa recente, passaria a deixar de ser um requisito exigível. Dessa maneira, dada a interpretação de que a referida vinculação, bem como qualquer outra exigência, não será utilizada para caracterizar o incentivo de ICMS como subvenção para investimento ou para custeio, a não tributação de tais valores pelo imposto sobre a renda das pessoas jurídicas (IRPJ) e contribuição social sobre lucro líquido (CSLL) dependeria apenas da comprovação de que os valores referentes aos benefícios fiscais do ICMS de cada ano tenham sido mantidos em reserva de lucros e, não tenham sido distribuídos aos sócios. Ou seja, caso tenham sido capitalizados, estes recursos não devem ser posteriormente restituídos aos acionistas, como dispõe o artigo 30 da Lei 12.973/14.

Portanto, a partir de 2017, várias empresas passaram a revisar o tema em busca de eventuais indébitos tributários, reavaliando todos os benefícios estaduais de ICMS computados nos últimos cinco anos desde a publicação da Lei Complementar nº 160/17. O novo padrão observado entre as companhias indicou ainda a reapuração dos tributos de IRPJ e CSLL, considerando as exclusões dos valores de incentivos fiscais estaduais do ICMS das bases de cálculo do lucro real, anual ou trimestral, registrando os valores dos créditos tributários nas demonstrações financeiras e fiscais.

Parafraseando a máxima eternizada por Tom Jobim, o Brasil não é mesmo para principiantes. Em dezembro passado, os contribuintes foram surpreendidos pelas autoridades fiscais com uma nova determinação da Receita Federal, que novamente trouxe à tona a discussão – dessa vez através da Solução de Consulta COSIT 145/2020. O órgão reformou as decisões anteriores e restringiu o escopo e aplicação do tratamento fiscal das subvenções para investimento, para os fins de cálculo do IRPJ e da CSLL, para aqueles benefícios fiscais que tenham sido concedidos como estímulos à implantação ou expansão de empreendimentos econômicos. Isso trouxe insegurança jurídica aos contribuintes, que, mais uma vez, precisaram se adaptar ao tema para revisar suas estratégias fiscais e medidas para fins dos registros contábeis, para dizer o mínimo.

A proibição de distribuição de lucro nos termos da lei complementar nº 160/17 exige ainda mais cautela das empresas que se beneficiaram com a exclusão dos incentivos fiscais do ICMS na tributação do IRPJ e da CSLL. É preciso especial atenção ao resultado contábil futuro, que deve se manter comprometido para a constituição da conta de reserva de incentivos fiscais no patrimônio líquido, destinado aos registros de subvenções para investimentos.

Em outras palavras, caso os valores dos incentivos fiscais sejam superiores ao lucro apurado, e na hipótese de que essa tendência seja mantida, os sócios nunca serão remunerados com lucros, devendo-se observar que haverá ainda um estoque de reserva de incentivos fiscais a ser constituído em anos subsequentes. Com isso, na melhor das hipóteses, os acionistas apenas serão remunerados quando os lucros apurados superarem o valor dos incentivos fiscais concedidos pelos Governos Estaduais ou Distrito Federal.

A discussão sobre esse assunto ainda requer uma análise criteriosa, detalhada e sempre constante. Seja para fins de *compliance*, observando e mitigando todo e quaisquer riscos inerentes a eventuais erros durante o processo, seja para identificar a melhor estratégia para cada companhia, é fundamental manter o foco sobre esse tema, dadas as circunstâncias do sistema tributário brasileiro. Cabe lembrar que, em caso excepcionais e através de meio judiciais, as empresas podem solicitar a dispensa dos cumprimentos legais que estabelecem o controle dos saldos de incentivos fiscais estaduais em conta de patrimônio líquido, como subvenções para investimentos.

Definitivamente, não somos um país para principiantes. Nem para amadores.

***Marcos Grigoletto é sócio da área de tributos da KPMG.**