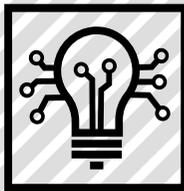




Pesquisa Global com Investidores 2024

Com foco no crescimento, investidores avaliam como as empresas inovam, financiam a transição climática e usam a IA para gerar valor sustentável e consolidar confiança.

Conteúdo

Apresentação	03	
Principais destaques	06	
1. Imperativo da reinvenção	10	
	2. Disrupção digital	15
	3. Adaptação e transição climática	22
	4. Confiança com base na comunicação	29
Contatos	38	



Apresentação



Os investidores estão confiantes no crescimento econômico em 2025, segundo a quarta edição da **Pesquisa Global com Investidores 2024** da PwC. No Brasil, 74% acreditam na expansão da economia, acima da média global de 68%.

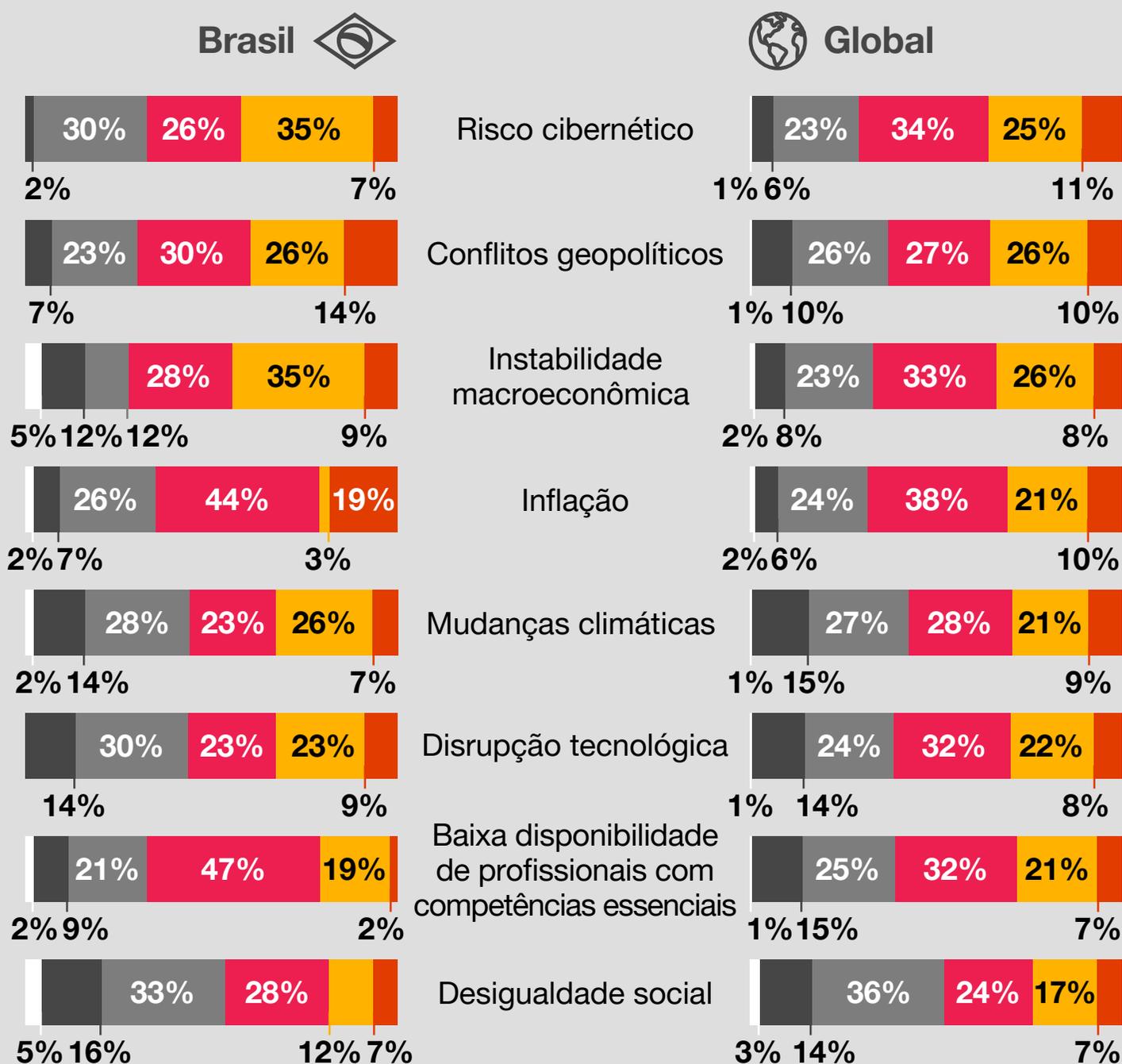
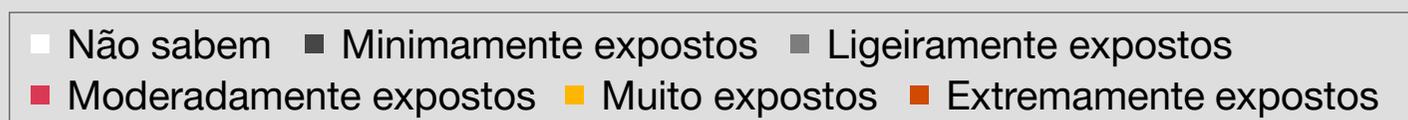
Entre as ameaças para os negócios, 44% dos investidores no Brasil (um terço no mundo) afirmam que a instabilidade macroeconômica é a principal preocupação. Além disso, riscos cibernéticos e conflitos geopolíticos também se destacam entre as principais inquietações entre os brasileiros.

A preocupação com as mudanças climáticas permaneceu estável (cerca de um terço no Brasil e no mundo). Além disso, duas novas questões na pesquisa mostraram que aproximadamente um terço dos investidores enxergam um alto risco de disrupção digital, enquanto 22% no Brasil (28% no mundo) consideram a escassez de profissionais qualificados uma ameaça significativa.

Diante desse cenário dinâmico e desafiador, as empresas precisam demonstrar agilidade e resiliência para mitigar os impactos de múltiplos riscos interconectados e se adaptar às incertezas.

Um cenário de riscos dispersos

Pergunta: em sua opinião, qual será o nível de exposição das empresas do seu portfólio ou sob sua análise às principais ameaças nos próximos 12 meses?



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.

Nesta quarta edição, entrevistamos 345 investidores e analistas de 24 países, abrangendo diferentes classes de ativos e abordagens de investimento, para entender melhor suas expectativas em relação às empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise.

Com base nos resultados da pesquisa e em entrevistas com especialistas em investimento, analisamos suas visões sobre ameaças globais, desafios e oportunidades trazidos pela tecnologia e pela inteligência artificial (IA) generativa, as informações quantitativas e qualitativas que esperam das empresas e o nível de confiança que depositam na gestão.





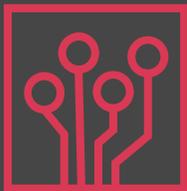
Destques desta edição



Imperativo de reinvenção: inovação e novas formas de conduzir os negócios continuam sendo prioridade para os investidores. No Brasil, quase 80% identificam a mudança tecnológica como o principal fator que impulsiona as empresas a repensar sua maneira de criar, entregar e capturar valor (em comparação com mais de 70% no mundo).

No Brasil, 75% dos investidores (quase dois terços no mundo) consideram muito ou extremamente importante que as empresas inovem em resposta a regulamentações governamentais e quase dois terços tanto no Brasil quanto no mundo em resposta a mudanças nas preferências dos consumidores.

Além disso, quase 60% destacam a necessidade de adaptação diante da instabilidade nas cadeias de suprimentos. Também são fatores relevantes, apontados por pelo menos metade dos investidores, a reação a ações de concorrentes, dinâmicas geopolíticas e mudanças demográficas.



Disrupção digital: a maioria dos investidores permanece otimista em relação ao potencial da IA generativa, especialmente no que diz respeito à escalabilidade, à medição de retorno sobre investimento (ROI), ao impacto na força de trabalho, percepção dos *stakeholders* e a despesas de capital (nesse aspecto, os respondentes tendem duas vezes mais a percebê-la como oportunidade do que como desafio).

Os investidores também indicam que as empresas devem aumentar moderadamente (38% no Brasil e 42% mundo) ou significativamente (42% no Brasil e 31% no mundo) seus investimentos para viabilizar a implantação da IA em larga escala.



Adaptação e transição climática: em meio ao aumento das pressões em alguns países ou territórios em relação aos investimentos das empresas em sustentabilidade, mais de 50% dos investidores no Brasil (50% no mundo) consideram muito ou extremamente importante que elas mudem sua forma de criar, entregar e capturar valor em resposta às mudanças climáticas. Outros 23% no Brasil (26% no mundo) classificam essas mudanças como, pelo menos, moderadamente importantes.

Além disso, quase 80% dos investidores brasileiros (71% no mundo) concordam que as empresas devem incorporar ESG/sustentabilidade diretamente em sua estratégia corporativa – um nível semelhante ao observado no ano passado.

No Brasil e no mundo, um terço acredita que as empresas devem realizar investimentos para enfrentar questões de ESG/sustentabilidade relevantes para seus negócios, mesmo que isso reduza a lucratividade no curto prazo. Outros 35% concordam parcialmente com essa ideia.



Confiança com base na comunicação:

aproximadamente dois terços dos investidores no Brasil e no mundo confiam que os conselhos de administração tomam decisões estratégicas com foco no longo prazo, alinhadas ao propósito e aos valores da empresa (70% e 66%, respectivamente), garantindo uma gestão eficaz durante crises (74% e 65%, respectivamente) e a proteção dos interesses dos acionistas (quase 60% no Brasil e no mundo). Além disso, quase 90% dos investidores no Brasil e no mundo afirmam que a agilidade de uma empresa para gerenciar crises é um fator determinante em suas decisões de investimento.

Essas **quatro conclusões principais** destacam ações essenciais que as empresas devem considerar para abordar as prioridades dos investidores. A seguir, exploraremos cada uma delas em maior profundidade.



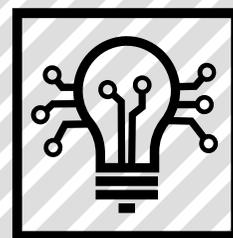


Embora os desafios sejam grandes, a prioridade dos investidores é encontrar saídas à altura da reinvenção dos negócios. No Brasil e no mundo, eles esperam que as organizações sejam capazes de liderar a transformação, mesmo que isso signifique assumir riscos no curto prazo, em meio a um contexto de tensões geopolíticas e comerciais, disrupção digital e mudanças climáticas.”

Lindomar Schmoller,
sócio e líder da indústria de Serviços Financeiros



1. Imperativo da reinvenção



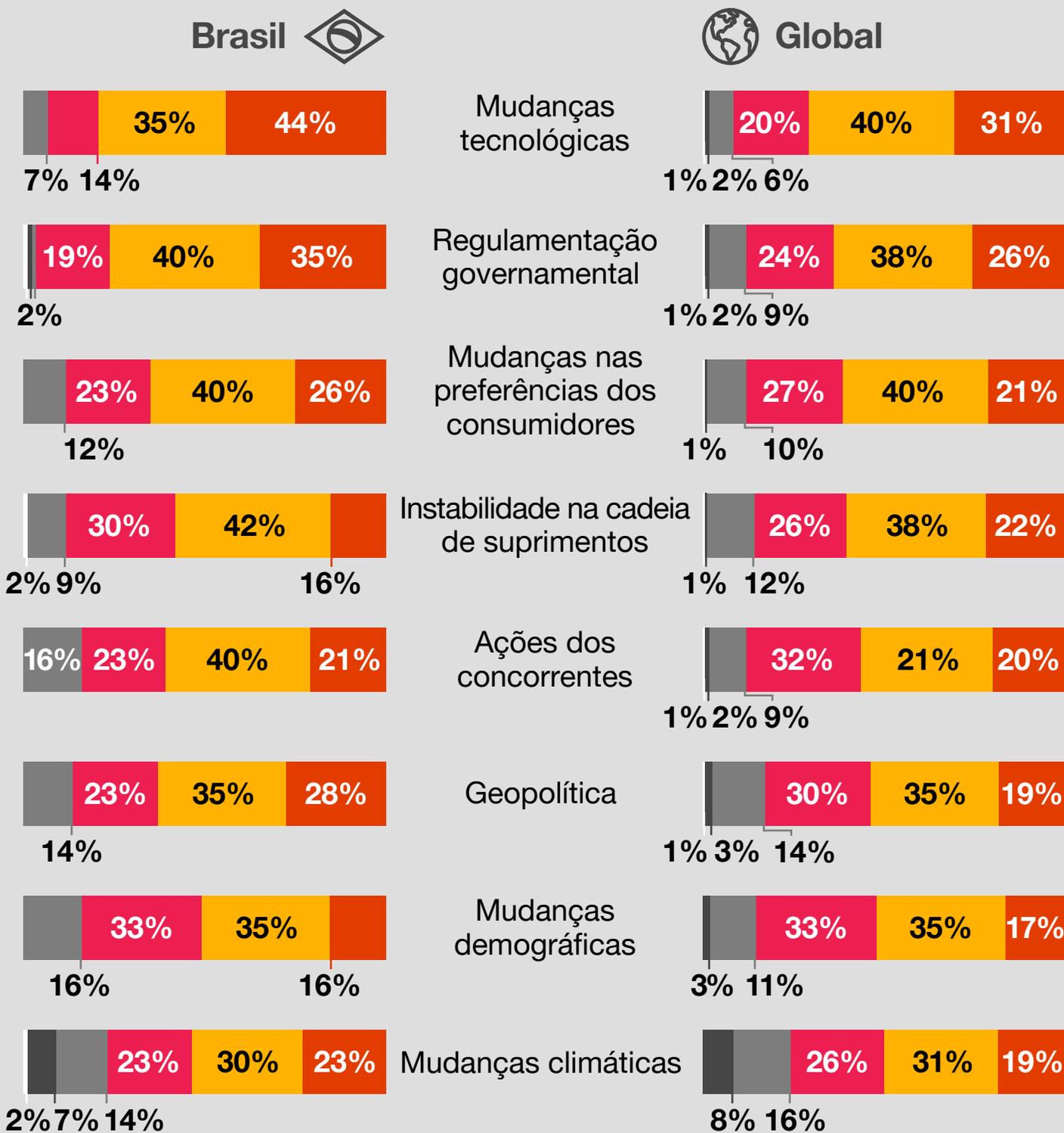
As megatendências continuam moldando o ambiente competitivo e forçando as empresas a se adaptarem continuamente às novas demandas. Mais de 50% dos investidores apontam que é muito ou extremamente importante que as empresas **reinventem seus modelos de negócios** em resposta às oito tendências avaliadas (ver gráfico abaixo).

As mudanças tecnológicas lideram a lista, com quase 80% dos respondentes brasileiros (71% no mundo) destacando que elas são muito ou extremamente importantes. Em seguida, aparecem regulamentações governamentais (75% no Brasil e 64% mundo), preferências dos consumidores (66% no Brasil e 61% no mundo) e geopolítica (63% no Brasil e 54% no mundo).

Os investidores atribuem alta importância à adaptação dos modelos de negócios

Pergunta: para as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise, quão importante é adaptar a forma como criam, entregam e capturam valor em resposta aos fatores a seguir?

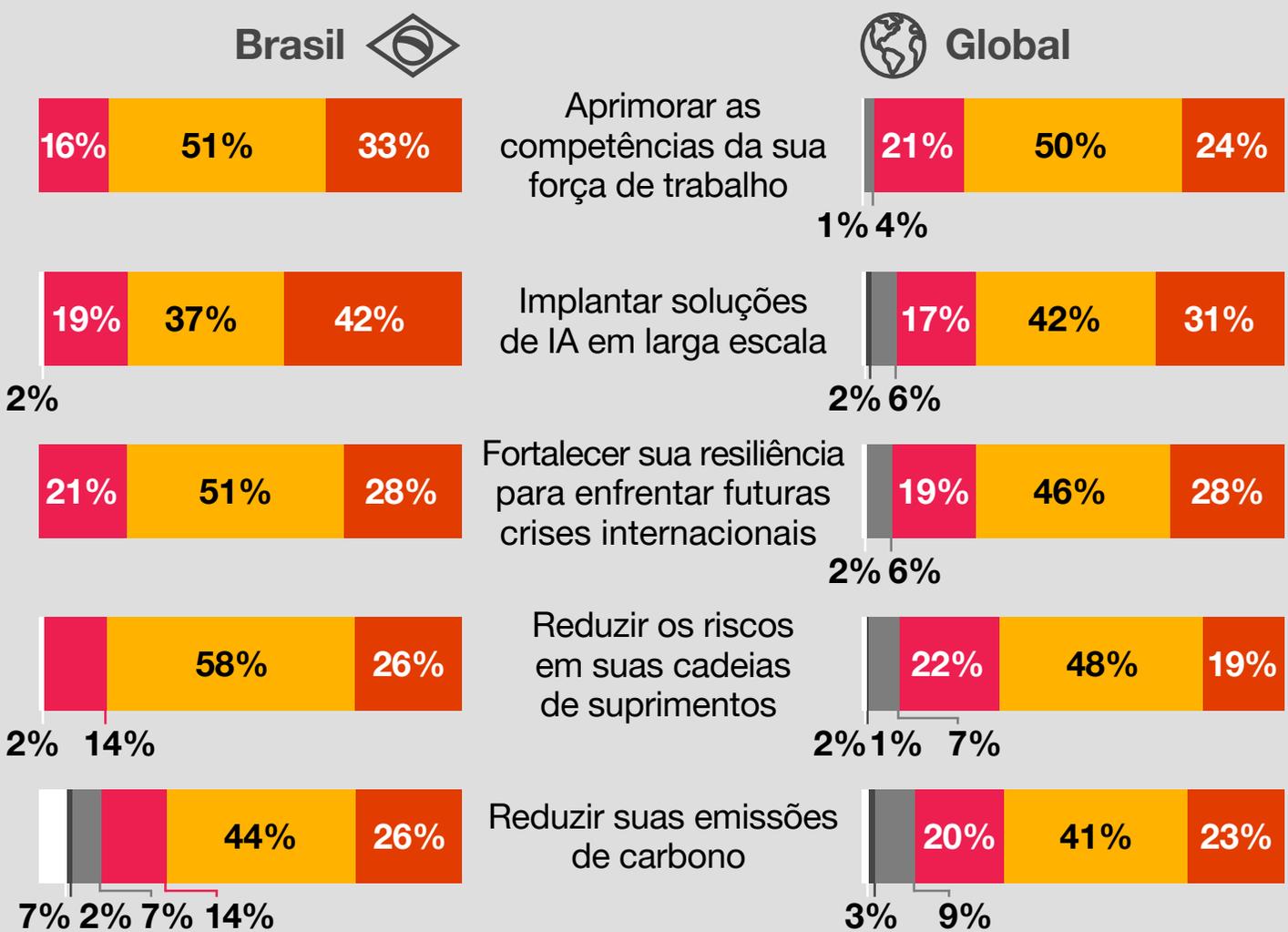
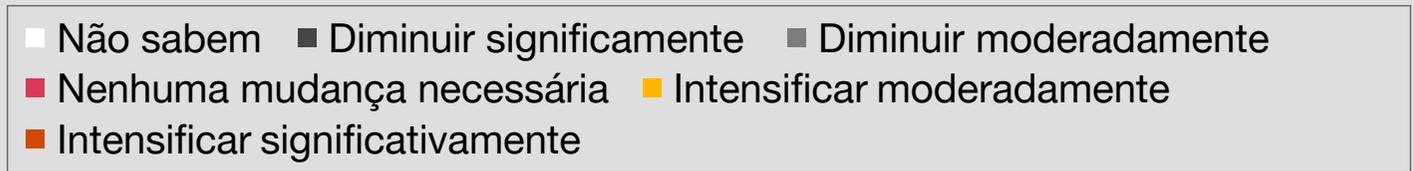
■ Não sabem
 ■ Nada importante
 ■ Pouco importante
 ■ Moderadamente importante
 ■ Muito importante
 ■ Extremamente importante



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.

...e acreditam que as empresas devem intensificar suas ações de adaptação

Pergunta: em que medida as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise devem aumentar ou reduzir suas ações para abordar os seguintes temas?



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.

A abordagem para mudar a forma como uma empresa gera receita, atende clientes ou fornece novos produtos e serviços varia de acordo com a organização. Em nossa pesquisa, cerca de 80% dos investidores brasileiros (quase três quartos no mundo) acreditam que as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise deveriam aumentar moderada ou significativamente seus investimentos em: aprimorar as competências de sua força de trabalho (84% no Brasil e 74% no mundo), fortalecer sua resiliência para futuras crises internacionais (79% no Brasil e 73%) e implantar soluções de IA em larga escala (79% no Brasil e 73% no mundo).



Ideias em ação

Os CEOs e conselhos de administração estão respondendo a diferentes tendências de forma isolada, mesmo quando elas se influenciam mutuamente. Para prosperar nesse cenário de convergência de megatendências, muitos líderes precisarão reestruturar profundamente seus negócios.

Isso exigirá resiliência e flexibilidade para lidar com tendências transversais – como avanços tecnológicos, questões geopolíticas, regulamentações, mudanças demográficas e climáticas – que convergem em torno de três pilares centrais de valor: atender às necessidades e expectativas dos consumidores, otimizar a gestão da cadeia de suprimentos e repensar o relacionamento com outras empresas.



Priorize os consumidores. De acordo com os resultados da pesquisa, 66% dos investidores no Brasil (61% no mundo) consideram muito ou extremamente importante que as empresas repensem seus modelos de negócios em resposta às preferências dos consumidores. As empresas devem se concentrar em identificar novas fontes de valor, desenvolvendo novos produtos e serviços e inovando, criando modelos operacionais ou expandindo sua atuação para novos mercados.



Estabilize sua cadeia de suprimentos. Cadeias de suprimentos estáveis continuam sendo uma prioridade para muitos investidores – no Brasil, 84% (67% no mundo) afirmam que as empresas deveriam aumentar seus investimentos para reduzir riscos e 58% (60% no mundo) destacam que é muito ou extremamente importante que elas repensem seus modelos de negócios para alcançar esse objetivo.

Para fortalecer a **resiliência das cadeias de suprimentos**, as empresas devem, entre outras ações, mudar o foco de medidas de mitigação de riscos de curto prazo para uma ênfase maior na estabilidade de longo prazo. Essa resiliência pode exigir maior diversidade geográfica nas fontes de suprimento e na distribuição. Além disso, as empresas devem adotar a IA e o aprendizado de máquina para aprimorar a agilidade e a capacidade de resposta de suas cadeias de suprimentos.



Explore ecossistemas. Mais da metade dos investidores (61% no Brasil e 56% no mundo) considera muito ou extremamente importante que as empresas repensem seus modelos de negócios em resposta às ações dos concorrentes. Considerando que todas as dimensões de ameaças geram preocupações em níveis quase iguais para os investidores, os CEOs não podem se concentrar apenas em uma ou outra questão.

É essencial adotar uma visão equilibrada ao formular estratégias em relação aos concorrentes, o que, muito provavelmente, exigirá uma reavaliação de sua posição dentro de um **ecossistema empresarial mais amplo**. Essa abordagem pode oferecer acesso a novos clientes e mercados, dados inéditos sobre as necessidades dos consumidores, além de novas habilidades e capacidades complementares.

2. Disrupção digital



No Brasil, 80% dos investidores (66% no mundo) acreditam que a IA generativa aumentará a produtividade das empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise em pelo menos 5% nos próximos 12 meses. No Brasil, 61% acreditam que essa tecnologia também aumentará a receita (63% no mundo) e 54% a lucratividade (62% no mundo) na mesma medida.

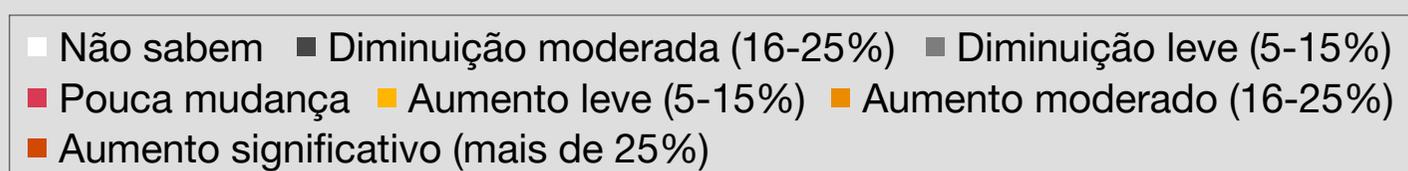
Embora nossos resultados sugiram que os investidores estão enxergando uma oportunidade extraordinária na IA, mesmo no curto prazo, alguns dos entrevistados destacaram que a implementação ainda está em estágios iniciais – e que, por enquanto, a IA pode ser mais eficiente na automação de processos simples e bem definidos.

Além disso, uma parcela dos investidores espera que os ganhos de lucratividade, receita e produtividade venham às custas da força de trabalho. Cerca de 40% dos investidores brasileiros (apenas um terço no mundo) acredita que a IA generativa resultará em uma redução de pessoal de 5% ou mais – apenas 24% no Brasil (33% no mundo) esperam que ela aumente o número de funcionários em 5% ou mais (veja o gráfico abaixo).

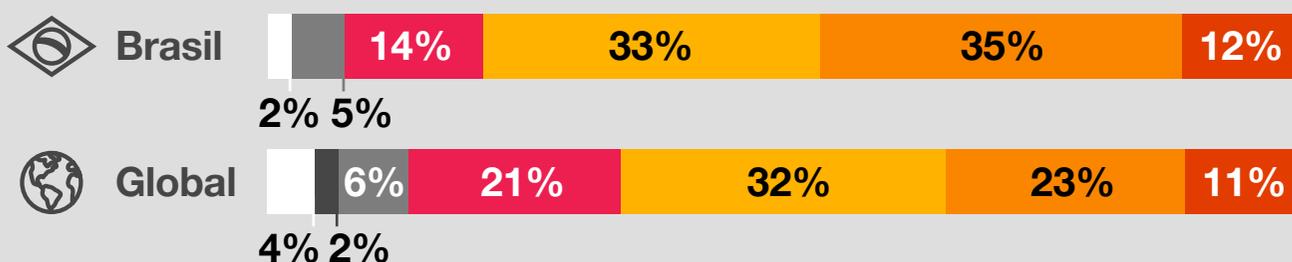
Naturalmente, essas expectativas podem variar entre empresas e setores. Ainda assim, mesmo diante de preocupações sobre o impacto da IA no emprego, chama a atenção que 80% dos investidores brasileiros (66% no mundo) esperem que a IA generativa impulse a produtividade no próximo ano e que uma parcela ainda maior, 84% no Brasil e 74% no mundo, acredite que as empresas nas quais investem promoverão a qualificação de seus trabalhadores.

Os investidores esperam que a IA generativa melhore de forma significativa o desempenho, mas não às custas dos funcionários

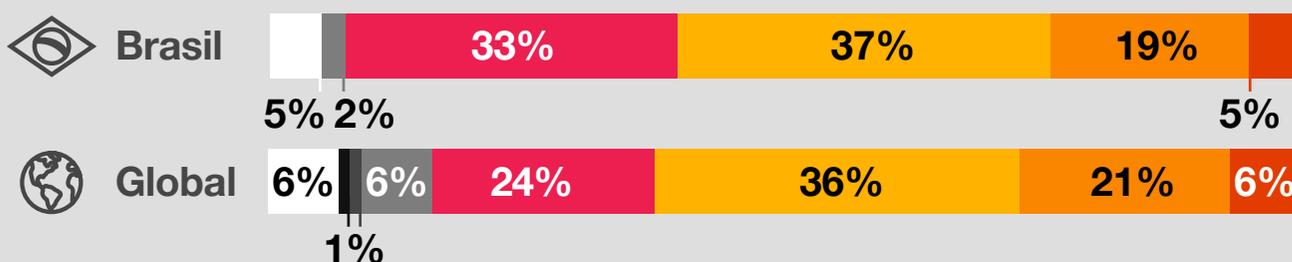
Pergunta: até que ponto você acredita que a IA generativa aumentará ou diminuirá os seguintes aspectos nas empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise nos próximos 12 meses?



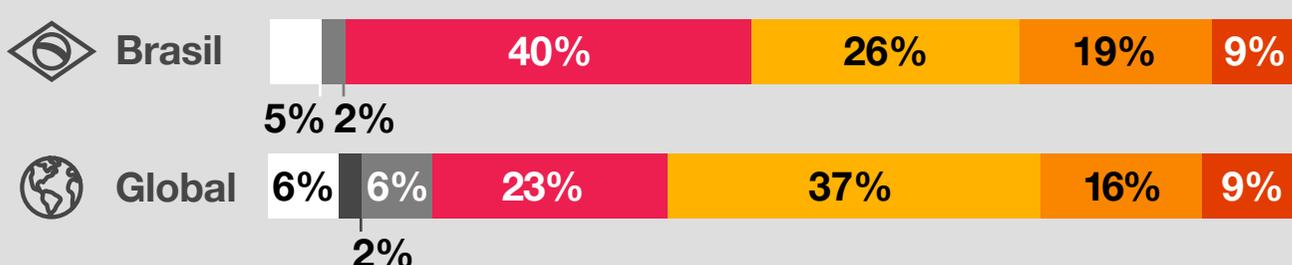
Produtividade



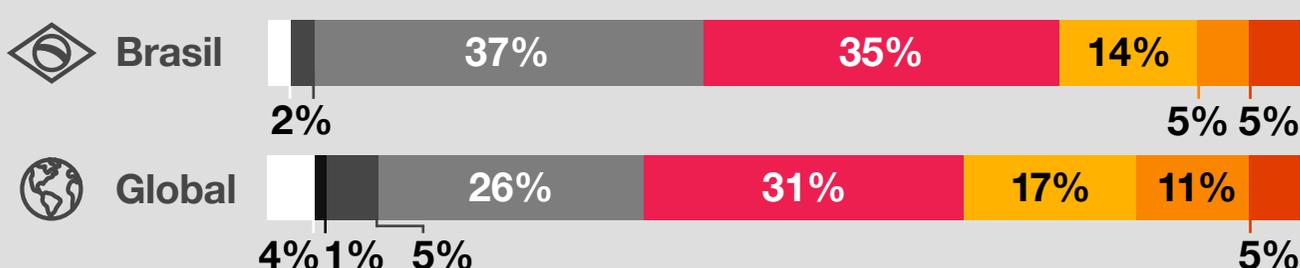
Receita



Lucratividade



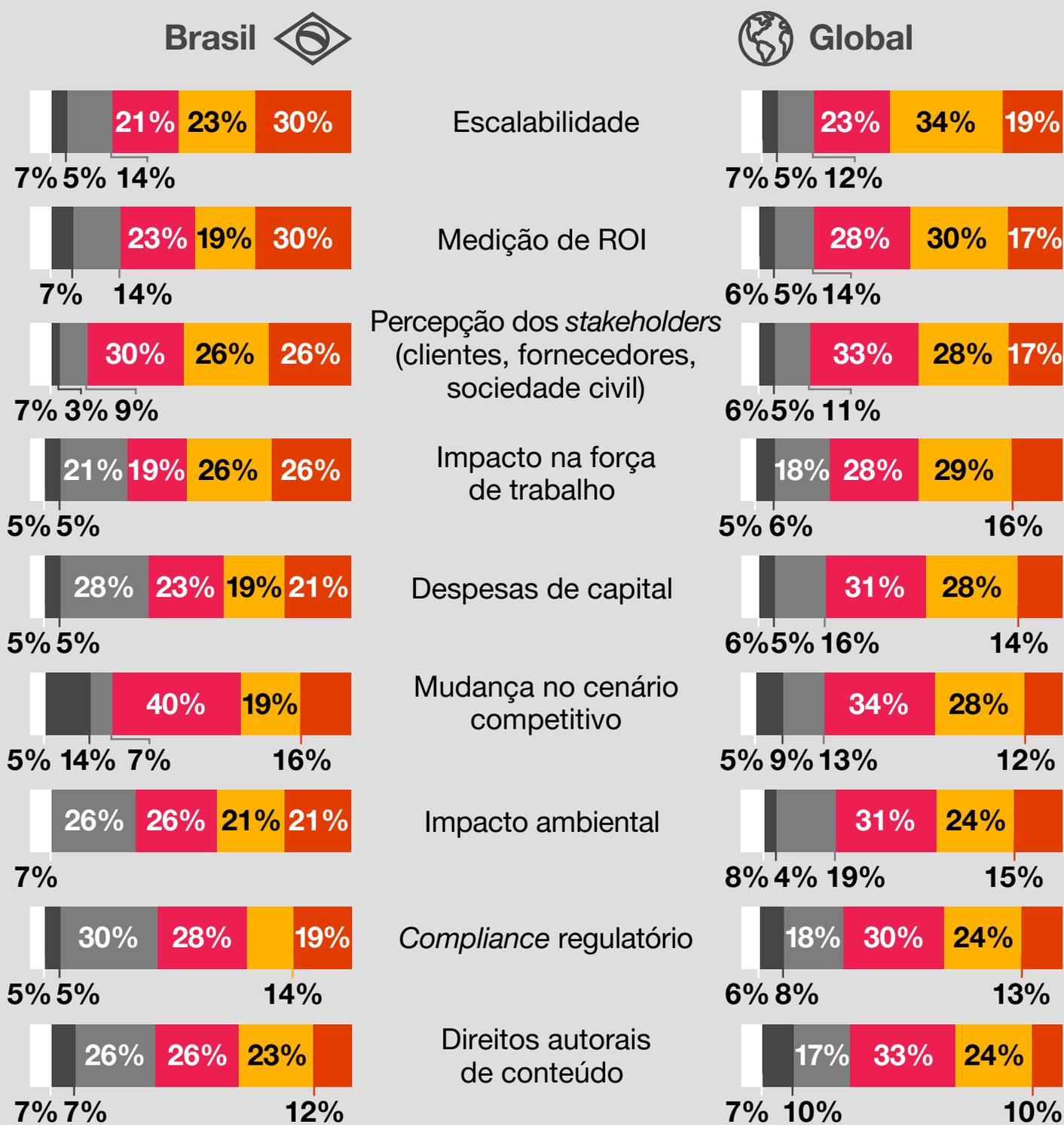
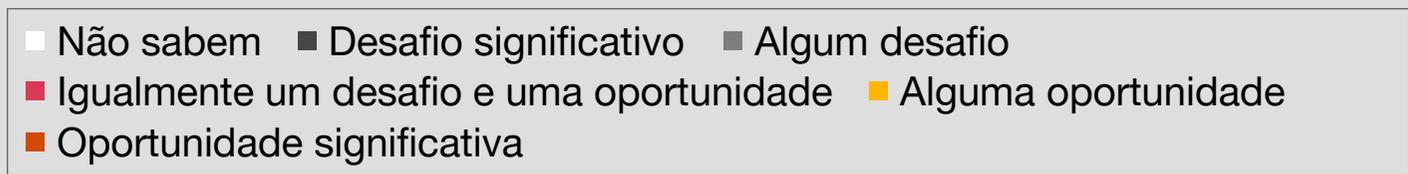
Número de funcionários



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC

Os investidores tendem a perceber a IA como oportunidade, não como desafio

Pergunta: quando as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise estão implementando IA, até que ponto você percebe os seguintes aspectos como desafio, e não como oportunidade?



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.

Por fim, cerca de 42% dos investidores brasileiros (36% no mundo) percebem que as empresas estão muito ou extremamente expostas a riscos cibernéticos no próximo ano. Na **edição de 2018 desta pesquisa**, 41% apontaram esses riscos como uma das três principais ameaças enfrentadas pelas empresas.

Apesar de permanecer relativamente estável nos últimos três anos, a cibersegurança voltou a ocupar o topo da lista de ameaças corporativas percebidas pelos investidores, impulsionada pela redução das preocupações com a inflação e a instabilidade macroeconômica.

Entre os fatores não financeiros, a cibersegurança se destaca, estando praticamente empatada em importância com questões como governança corporativa, inovação, competência da administração e gestão de capital humano.



Ideias em ação

O potencial da IA em geral, e da IA generativa em particular, continua a influenciar as áreas de maior interesse para os investidores, seja no modo como as empresas estão aplicando essa tecnologia para impulsionar seus negócios, seja nos riscos associados à possibilidade de ela ser usada contra as próprias empresas.

No entanto, ainda há um ceticismo considerável: como observou um investidor, “é quase impossível para um observador externo entender se o dinheiro [investido em IA] está sendo utilizado de forma eficaz”.

Outros investidores expressaram o desejo de que as empresas apresentem exemplos concretos sobre onde pretendem aplicar a IA e os motivos por trás dessas escolhas, em vez de apenas afirmar que estão investindo fortemente na tecnologia. Para enfrentar essas preocupações, nossa pesquisa e entrevistas identificaram **três oportunidades principais** para as empresas agirem.



Implante a IA para reforçar a cibersegurança. As capacidades extraordinárias da IA representam tanto uma vantagem para a cibersegurança quanto uma ameaça. Em entrevistas com investidores, identificamos uma preocupação crescente com as possíveis consequências negativas do uso de IA para atacar a segurança das empresas.

Como observou um investidor, “com a IA, não é preciso ser um programador especialista para lançar ataques cibernéticos”. E essa preocupação não é exclusiva dos investidores. Na **Pesquisa Global Digital Trust Insights 2025** da PwC, “as quatro ameaças cibernéticas mais preocupantes – ataques à nuvem, operações de *hack-and-leak*, violações de terceiros e ataques a produtos conectados – coincidem com as áreas em que os líderes de segurança se sentem menos preparados”.

Empresas visionárias, no entanto, podem transformar essa ameaça em uma vantagem competitiva, **utilizando a IA para reforçar suas defesas cibernéticas** e, ao mesmo tempo, proteger seus sistemas baseados em IA contra vulnerabilidades.



Invista na sua força de trabalho.

Os investidores estão atentos às empresas que ampliam seus investimentos na capacitação de seus funcionários, reconhecendo que essa estratégia pode ser essencial para alcançar os ganhos de produtividade almejados.

Ao preparar os colaboradores para utilizar a IA de maneira eficiente e implementar estruturas robustas de governança e controle, as empresas podem criar sistemas de IA capazes de gerar insights valiosos, reduzindo significativamente também os riscos de vieses e desinformação.

No Brasil, entre os funcionários que já utilizaram a IA generativa, mais de 80% (70% no mundo) afirmaram, na **Pesquisa Global Hopes and Fears 2024 da PwC**, que essas ferramentas criam oportunidades para adquirir novas habilidades, estimular a criatividade e elevar a qualidade do trabalho.

Esse caminho não apenas permite às empresas colher ganhos de eficiência com a IA, mas também **potencializa o uso da tecnologia** como alavanca para a inovação e o crescimento sustentável.



Priorize a produtividade. As empresas precisam conseguir gerar resultados tangíveis no curto prazo e construir uma base sólida para sustentar inovações de longo prazo. Os investidores esperam ganhos de produtividade nos próximos 12 meses.

Portanto, em áreas nas quais a implementação da IA seja relevante, as empresas devem agir rapidamente para aproveitar oportunidades – como a automação de processos – em vez de aguardar pelas promessas mais ambiciosas da IA no futuro.

Por exemplo, as empresas podem adotar ações imediatas e comunicar de forma clara como estão otimizando recursos, reduzindo emissões e aumentando a produtividade da força de trabalho com soluções tecnológicas já disponíveis.

Simultaneamente, será preciso lançar programas voltados para liberar oportunidades de IA no longo prazo, promovendo melhorias eficientes no desempenho ambiental e gerando benefícios para a sociedade.



3. Adaptação e transição climática



A terceira das quatro principais conclusões que identificamos está relacionada ao clima. No Brasil e no mundo, quase um terço dos investidores classifica as mudanças climáticas como uma das principais ameaças para as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise nos próximos 12 meses.

Esse percentual é aproximadamente igual ao daqueles que apontam inflação, instabilidade macroeconômica e disrupção digital, como principais ameaças. Além disso, 70% dos investidores no Brasil (64% no mundo) indicam que as empresas deveriam aumentar moderada ou significativamente seus investimentos em iniciativas para reduzir emissões de carbono.

A decisão dos investidores de direcionar recursos para empresas que adotam essas medidas provavelmente depende da capacidade da organização de demonstrar o potencial de criação de valor de suas iniciativas climáticas.

Embora tenham expressado um apoio moderado a investimentos que possam reduzir a lucratividade no curto prazo, conforme já mencionado, cerca de três quartos dos respondentes tanto no Brasil quanto no mundo afirmaram que aumentariam moderada ou significativamente seus investimentos em empresas que implementam ações específicas relacionadas ao clima (veja o gráfico abaixo).

Entre essas ações, destacam-se: colaborar com fornecedores e comunidades para desenvolver cadeias de valor sustentáveis (74% no Brasil e 80% no mundo), inovar em produtos e serviços que ajudem os clientes a se adaptar ou mitigar os impactos das mudanças climáticas (77% no Brasil e no mundo), fortalecer a resiliência contra riscos climáticos físicos (62% no Brasil e 73% no mundo) e ampliar o uso de energia renovável (62% no Brasil e 72% no mundo). Segundo um dos investidores entrevistados, “é importante que uma empresa lucrativa também contribua para a sociedade”.

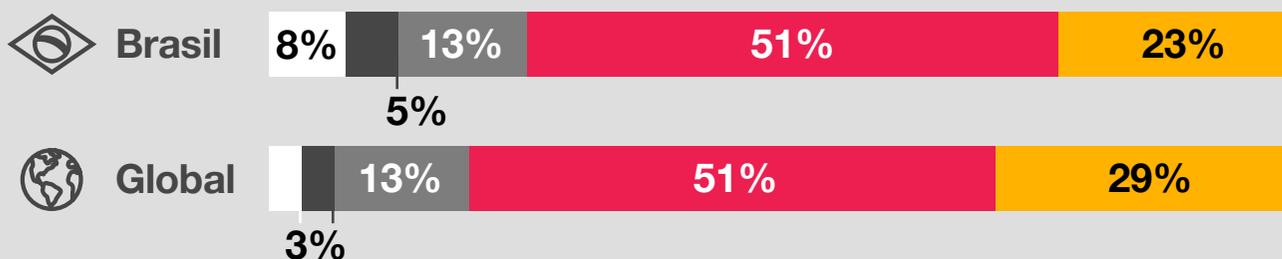


A maioria dos investidores aumentaria seus investimentos em empresas que adotam iniciativas climáticas

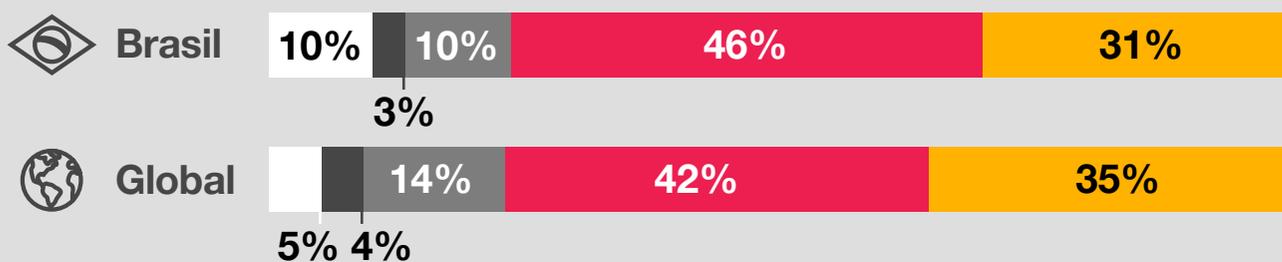
Pergunta: até que ponto você aumentaria seus investimentos em empresas que estão tomando as seguintes ações relacionadas ao clima?

■ Não sabem
■ Sem aumento
■ Aumento leve
■ Aumento moderado
■ Aumento significativo

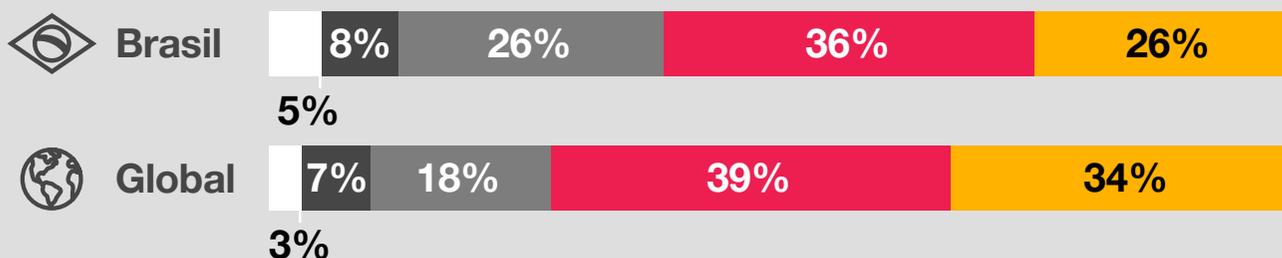
Colaboram com fornecedores e comunidades para desenvolver cadeias de valor sustentáveis



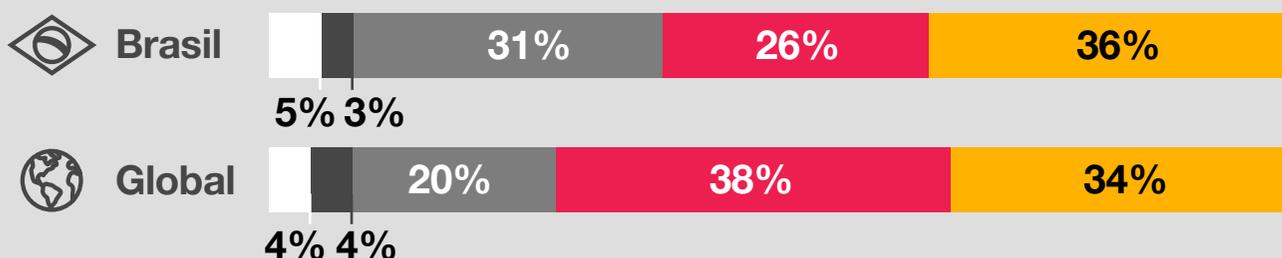
Inovam em produtos ou serviços que ajudem os clientes a se adaptar e/ou mitigar os impactos das mudanças climáticas



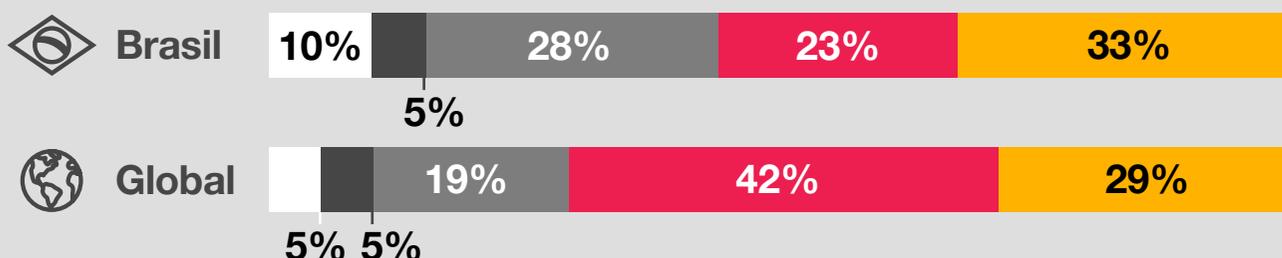
Fortalecem a resiliência contra riscos climáticos físicos



Ampliam o uso de energia renovável



Aproveitam oportunidades que gerem eficiências operacionais relacionadas ao clima



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.



Ideias em ação

Com a evolução contínua das **exigências de divulgação** relacionadas ao clima, muitas empresas enfrentam o desafio de comunicar de forma clara aos investidores o que é realmente relevante para seus negócios. Como destacou um investidor entrevistado, “se uma empresa está construindo uma organização sólida, com divulgações e monitoramento eficiente, posso avaliar essas iniciativas de forma positiva, como parte da estratégia corporativa principal”.



Reforce o compromisso com a transparência. Embora os investidores demonstrem um nível alto de confiança nos conselhos de administração para tomarem decisões de longo prazo, 44% dos entrevistados no Brasil e no mundo concordam, muito ou extremamente, que os relatórios corporativos sobre desempenho de sustentabilidade (por exemplo, questões ambientais e sociais) contêm alegações sem fundamentação.

Esse resultado mostra pouca mudança em relação aos últimos dois anos e sugere que as empresas ainda têm muito a fazer para conquistar a confiança dos investidores em suas divulgações de sustentabilidade.

De modo ideal, como destacou um investidor, é fundamental que as empresas “forneçam informações suficientes para que os usuários possam formar suas próprias opiniões sobre o desempenho financeiro e a posição financeira”. Além disso, os respondentes concordam que todas as métricas de sustentabilidade relevantes deveriam ser auditadas, e não apenas uma seleção limitada definida pelas empresas.

No Brasil, 68% dos investidores (76% no mundo) afirmam confiar mais nas informações de sustentabilidade relatadas pelas empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise quando essas informações passam por um processo de auditoria.

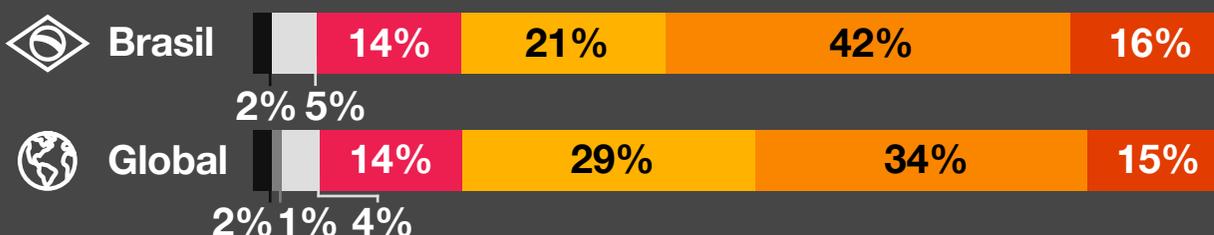
Além disso, quase três quartos no Brasil e no mundo concordam em algum nível que divulgações narrativas, métricas de sustentabilidade e indicadores-chave de desempenho (KPIs) deveriam ser auditados com o mesmo rigor aplicado às demonstrações financeiras (veja o gráfico abaixo).

A maioria dos investidores concorda que os relatórios de sustentabilidade deveriam ter o mesmo nível de auditoria que os relatórios financeiros

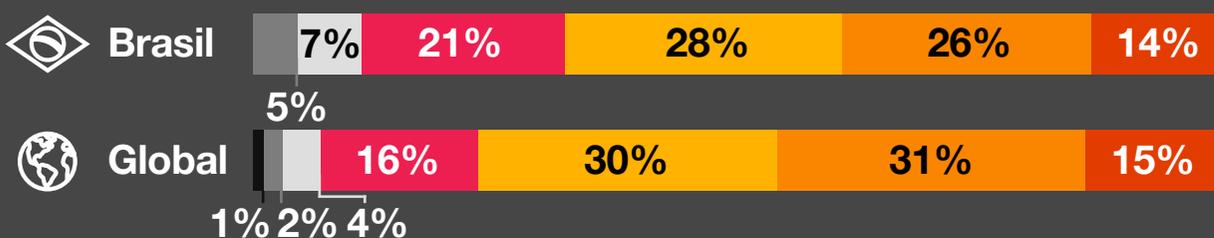
Pergunta: indique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações.

■ Discordo totalmente
 ■ Discordo
 ■ Discordo em partes
 ■ Neutro
■ Concordo em parte
 ■ Concordo
 ■ Concordo totalmente

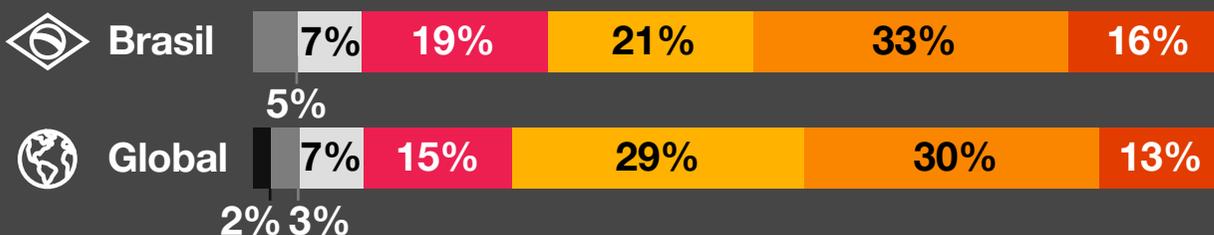
Os relatórios de asseguração devem refletir com precisão o progresso que a empresa fez em relação aos compromissos que estabeleceu (ex.: compromissos de emissões líquidas zero)



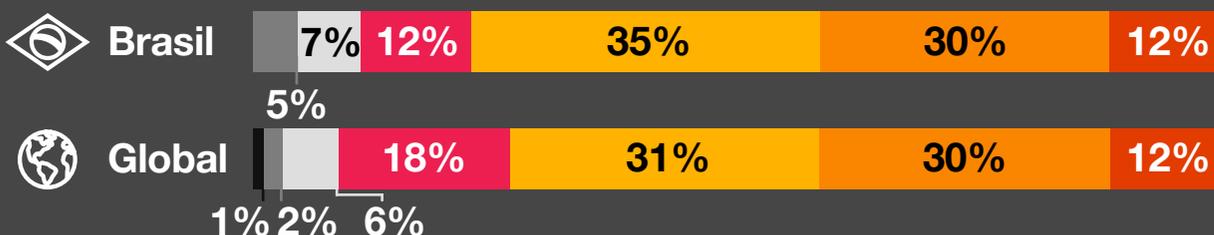
Confio mais nas informações de sustentabilidade divulgadas pelas empresas que fazem parte do meu portfólio ou estão sob minha análise quando elas passam por um processo de auditoria



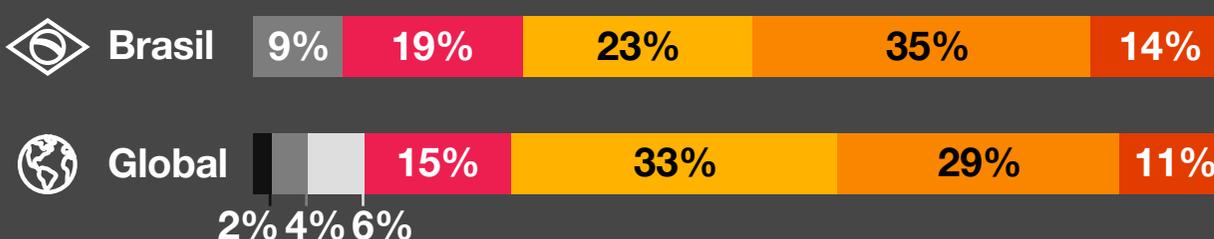
As empresas deveriam ser obrigadas a obter asseguração sobre todas as informações materiais de sustentabilidade, e não apenas sobre um subconjunto que elas escolhem



Os relatórios de asseguração sobre sustentabilidade deveriam conter o mesmo nível de detalhamento fornecido em um relatório de auditoria financeira detalhado



As divulgações narrativas das empresas, métricas de sustentabilidade e indicadores-chave de desempenho (KPIs) deveriam ter o mesmo nível de asseguração de uma demonstração financeira (ou seja, asseguração razoável)



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.



Refine seu plano de transição. Embora algumas regulamentações não exijam que as empresas elaborem um plano de transição para emissões líquidas zero, aquelas que o fizerem precisarão divulgá-lo, enquanto as que não o fizerem deverão explicar o motivo.

Como um plano de transição é uma descrição personalizada de aspectos como **governança, metas, ações e recursos** necessários para atingir o compromisso de emissões líquidas zero, os investidores podem ter dificuldade em avaliar o que realmente representa um plano bem estruturado. Além disso, eles buscarão métricas quantificadas, e não apenas uma narrativa descritiva.

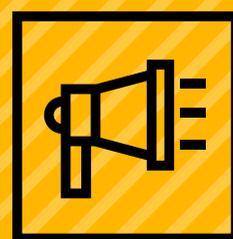
Quase 80% dos investidores brasileiros (72% no mundo) disseram que consideram a governança um aspecto muito ou extremamente importante do plano de transição de uma empresa para emissões líquidas zero.

Além disso, 60% dos investidores brasileiros (67% no mundo) afirmam o mesmo sobre as despesas de capital ou operacionais associadas. Ainda, mais da metade considera que a ambição de uma empresa em relação ao compromisso de emissões líquidas zero e o plano para alcançá-lo são aspectos muito ou extremamente importantes.

Em resumo: para demonstrar a credibilidade e o valor de seu compromisso com emissões líquidas zero, as empresas devem priorizar a divulgação aos investidores de como esperam cumprir esse compromisso, além de fornecer informações sobre despesas de capital e operacionais relacionadas. Isso pode ser ainda mais importante do que o próprio compromisso de emissões líquidas zero.



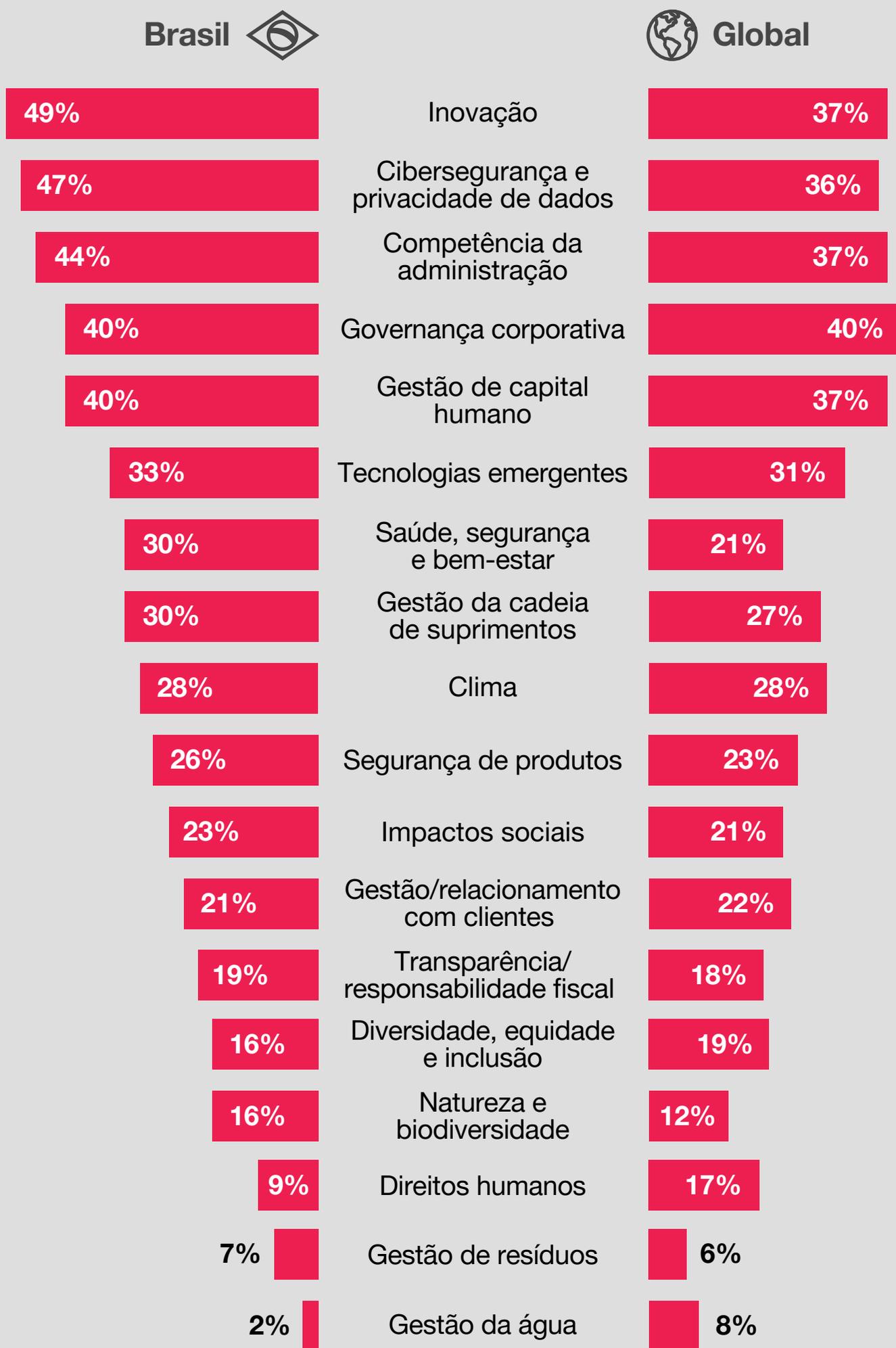
4. Confiança com base na comunicação



Os investidores reúnem e avaliam informações sobre uma ampla gama de tópicos além do desempenho financeiro de uma empresa. Entre esses tópicos, os brasileiros apontam a inovação como o mais importante para suas avaliações, seguido por cibersegurança, competência da administração, governança corporativa e gestão de capital humano. No mundo, a maior preocupação dos investidores é a governança corporativa, seguida pela inovação.

Os investidores se preocupam com diversas medidas não financeiras ao avaliar empresas

Pergunta: excluindo o desempenho financeiro, quais dos seguintes fatores são mais importantes quando você avalia as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise?



Obs.: as porcentagens mostradas nos gráficos podem não somar exatamente 100% devido ao arredondamento.
 Fonte: Pesquisa Global com Investidores 2024 da PwC.

A crescente dificuldade de filtrar tantas fontes de informação, agravada por ambiguidades, meias-verdades e, em alguns casos, informações enganosas, pode gerar incertezas sobre em quem confiar. Como observou um investidor, à medida que mais informações são exigidas das empresas, o verdadeiro desafio para os investidores será saber se o que foi divulgado é realmente verificável e preciso.

O uso de IA tem apresentado resultados variados até agora: 28% dos investidores brasileiros (um terço no mundo) afirmam que ele aumentou significativamente a capacidade de analisar informações divulgadas pelas empresas, enquanto, no Brasil, 37% (outro terço globalmente) relata um aumento moderado nessa capacidade.



Em alguns casos, os investidores parecem confiar mais em dados qualitativos do que em dados quantitativos para tomar decisões de investimento. Sobre a competência da administração, por exemplo, apenas 44% afirmam que têm (muito ou extremamente) informações quantitativas suficientes para embasar suas decisões, enquanto 66% dizem o mesmo sobre informações qualitativas.

Da mesma forma, em relação à inovação, apenas 43% dos investidores relatam ter informações quantitativas suficientes para orientar suas decisões, enquanto 57% afirmam ter informações qualitativas adequadas.



Ideias em ação

A comunicação com investidores é uma tarefa desafiadora, especialmente considerando que eles representam um público altamente exigente. Como observou um deles, “às vezes, vemos as empresas fazendo as coisas certas, mas as comunicando de forma ineficaz. Outras vezes, vemos empresas que não estão fazendo as coisas certas, mas que se comunicam muito bem. O que raramente acontece é uma empresa fazer a coisa certa e comunicar isso de maneira eficaz”. A pesquisa oferece insights sobre como as empresas podem melhorar sua comunicação.



Saiba onde seus investidores buscam informações. A maioria dos investidores tende a confiar em informações direcionadas a eles, principalmente aquelas provenientes das próprias empresas. Grande parte dos investidores relata recorrer a várias fontes, como comunicações voltadas para investidores, diálogo direto com a empresa, divulgações e avaliações de materialidade e relatórios de analistas.

Em comparação com 2023, uma proporção menor de investidores (61% no Brasil e 55% no mundo) afirma depender muito ou extremamente de demonstrações financeiras e notas explicativas – no ano anterior, esse percentual era de 66%.

Apenas cerca de um terço afirma o mesmo em relação às mídias sociais tanto no Brasil quanto no mundo. Para cumprir regulamentações como a **Diretiva de Relatórios de Sustentabilidade Corporativa (CSRD)**, por exemplo, as empresas precisarão divulgar informações quantitativas e qualitativas sobre temas relevantes.

Além disso, as empresas precisarão estar preparadas para atender diretamente às solicitações de informações de investidores-chave. E muitos já o fazem: quase 50% dos participantes brasileiros (46% no mundo) afirmam se envolver regularmente com as empresas que fazem parte do seu portfólio ou estão sob sua análise. Já no Brasil 37% (30% no mundo) indicam que esse engajamento ocorre quando têm um interesse ou uma preocupação específica.



Assuma um controle mais amplo da comunicação. Os melhores gestores monitoram cuidadosamente todas as formas de comunicar as ações e o desempenho da empresa, garantindo informações coerentes e verificáveis em narrativas qualitativas, divulgações à imprensa, demonstrações financeiras e relatórios regulatórios.

No Brasil, 52% dos investidores (quase dois terços no mundo) indicam que a confiança geral na gestão da empresa aumenta sua confiança nas divulgações de sustentabilidade. No entanto, dois terços dos investidores no Brasil e no mundo também baseiam sua confiança na coerência e comparabilidade dos dados ao longo do tempo.

Isso ressalta a importância de as empresas explicarem claramente possíveis discrepâncias em relação a divulgações anteriores, especialmente ao aprimorar relatórios em resposta a mudanças regulatórias ou maior disponibilidade de dados.

Além disso, é essencial adotar uma abordagem mais ampla ao identificar quais informações devem passar por auditoria independente. De fato, 68% dos investidores brasileiros (mais de 75% no mundo) afirmam que a auditoria aumenta sua confiança. Conquistada com esforço hoje, a confiança poderá se deteriorar facilmente se os investidores identificarem discrepâncias no futuro.



Eduque investidores-chave sobre os requisitos de divulgação. As empresas precisarão incluir explicações em linguagem clara sobre as exigências regulatórias em suas comunicações para garantir que os investidores consigam avaliar adequadamente suas divulgações.

No momento da pesquisa, mais da metade dos investidores indicaram estar, no máximo, moderadamente familiarizados com os requisitos de relatórios da Diretiva de Relatórios de Sustentabilidade Corporativa (CSRD), das Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS), da Diretiva sobre Devida Diligência em Sustentabilidade Corporativa (CSDDD) ou do Regulamento de Inteligência Artificial da União Europeia.

Entre as diversas ameaças que os investidores brasileiros preveem para as empresas no próximo ano, a instabilidade macroeconômica e a inflação se destacam como as maiores preocupações, seguidas por riscos cibernéticos, conflitos geopolíticos, mudanças climáticas e disrupção digital,

Essas transformações levarão as organizações a reavaliar suas relações com *stakeholders*, ecossistemas de negócios e o clima. Com a entrada em vigor de novos requisitos regulatórios, os investidores também estão exigindo mais transparência sobre o desempenho das empresas.



Para se manterem competitivas no mercado, as organizações precisam adotar práticas que coloquem a agenda climática no centro de suas estratégias. Demonstrar capacidade de adaptação a essa mudança de prioridades pode abrir caminho para ganhos significativos, como maior eficiência operacional, crescimento da receita e redução de custos, mesmo diante dos desafios atuais.”

Maurício Colombari,
sócio de ESG

Metodologia

Em setembro de 2024, realizamos uma pesquisa com 345 investidores e analistas em 24 países e territórios, além de entrevistas aprofundadas com 14 especialistas em investimentos. Os respondentes eram predominantemente investidores institucionais, incluindo gestores de portfólio (21%), analistas (21%) e diretores de investimento (23%), sendo que 52% tinham mais de dez anos de experiência no setor.

Seus investimentos abrangem uma ampla gama de classes de ativos, abordagens e horizontes de tempo. Os ativos sob gestão em suas organizações variavam de menos de US\$ 500 milhões a mais de US\$ 1 trilhão – 53% dos respondentes atuavam em organizações com ativos sob gestão acima de US\$ 10 bilhões.



Contatos



Lindomar Schmoller

Sócio e Líder da indústria
de Serviços Financeiros

lindomar.schmoller@pwc.com



Maurício Colombari

Sócio e Líder de ESG

mauricio.colombari@pwc.com



Acesse o site:

www.pwc.com.br

Siga a PwC nas redes sociais



Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2025 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.