

22/02/2017 - 05:00

Muito valorizados, remuneração dos conselheiros aumenta 22%

Por **Adriana Fonseca**

A remuneração média dos conselheiros de administração deu um salto no último ano. Levantamento da consultoria de recrutamento Korn Ferry mostra que o incremento foi de 22%, número bem similar ao apontado pela pesquisa realizada anualmente pela Spencer Stuart, outra consultoria de seleção de executivos para cargos da alta gerência. O pacote total de remuneração dos membros de conselho hoje está em R\$ 412 mil por ano, em média, segundo a Korn Ferry. Quem preside o "board" ganha mais: R\$ 1,2 milhão por ano, em média.

Felipe Colesi, da Korn Ferry Hay Group, explica que, com os acontecimentos recentes relacionados à corrupção, ficaram ainda mais evidentes as penalidades às quais os conselheiros estão sujeitos, como perda dos bens pessoais e até cadeia. Diante disso e de um mercado extremamente desafiador, os conselhos têm se cercado de pessoas muito qualificadas. "Profissionais bons e competentes custam caro", resume Colesi.

Leia mais

- [1. Conselheiros no país são homens, brancos e da área financeira](#)
- [2. Empresas de premiados tiveram desempenho acima da média](#)
- [3. "Executivo de Valor" premia 23 presidentes de empresas](#)

Quanto vale

Números da Feira do Empreendedor*

Dados preliminares

Cargo	Valor, em R\$
Presidente do conselho	1,2 milhão ao ano*

O aumento na remuneração também ocorre porque o tempo dedicado pelos membros do "board" às empresas atualmente é maior. Fernando Carneiro, sócio da Spencer Stuart, diz que, no Brasil, um conselheiro participa de 15 reuniões por ano, em média, sendo sete ordinárias e oito extraordinárias. "É o maior número entre todos os países pesquisados", afirma.

Esse estreitamento da relação dos conselheiros com as empresas é consequência de uma necessidade atual de manter uma boa governança, seja para que a companhia possa acessar mercados de capitais, porque queira reduzir custos, fazer melhor análise de riscos ou aprimorar sua gestão.

Para montar seus "boards" com profissionais qualificados, as empresas recorrem principalmente à indicação, seja ela feita pelos próprios membros do conselho, fundos de investimento que têm participação na companhia, controladores ou o próprio CEO. Estima-se que cerca de 80% dos assentos sejam preenchidos dessa forma e apenas 20% fiquem com as consultorias focadas em recrutamento para cargos de alta gerência.

Herbert Steinberg, presidente e fundador da Mesa Corporate Governance, especializada em implementação de governança corporativa em empresas de médio e grande portes, diz que o perfil financeiro continua sendo o mais procurado, seguido por profissionais com grande conhecimento de gestão voltada a mercado e inovação. "Existe uma falta intensa de maior diversidade, seja de gênero ou de perfil, de uma busca por profissionais que entendam mais de disruptura, mas na prática não se vê isso na formação dos conselhos", afirma Steinberg, que trabalha há mais de 15 anos na área.

De qualquer forma, Carneiro, da Spencer Stuart, tem visto que as empresas estão mais abertas para contratar conselheiros sem experiência prévia em conselho, o que dá uma certa renovação aos colegiados. "As empresas têm olhado a composição, e no grupo precisam de pessoas experientes e pessoas com perfis diferentes", ressalta. Ele nota, por exemplo, que os "boards" têm incluído com mais frequência um membro especialista em recursos humanos e também conselheiros - brasileiros ou não - que trabalham no exterior.

Sócio-diretor da consultoria de recrutamento EXEC, André Freire concorda que existe pouco espaço para as empresas de seleção na formação dos conselhos de administração das empresas, mas ele tem visto uma possibilidade maior de atuação das consultorias na formação de conselhos consultivos. No ano passado, a EXEC montou cinco conselhos consultivos. Em janeiro deste ano já foram dois e mais um em fevereiro.

Os conselhos consultivos, segundo ele, normalmente têm entre três e cinco cadeiras e o perfil dos profissionais escolhidos vai depender dos principais desafios estratégicos atuais e futuros da empresa. "Não são, necessariamente, pessoas de cabelo branco, estrelas do mercado. Nesse caso, as empresas querem profissionais que participem de forma mais efetiva e tragam ideias para o dia a dia da gestão da empresa", diz.