



CODIM divulga Pronunciamento de Orientação N° 5 sobre Ato ou Fato Relevante

O CODIM (Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado) divulgou, no dia 27 de novembro de 2008, o Pronunciamento de Orientação N° 5, que propõe a adoção de melhores práticas para as Companhias Abertas, definindo regras claras e objetivas para elaboração de Ato ou Fato Relevante.

O Pronunciamento contou com a apresentação dos relatores Edison Garcia, da AMEC (Associação de Investidores no Mercado de Capitais) e Marcos Sanches, do IBRACON (Instituto dos Auditores Independentes do Brasil), sobre o tema, e com o Coordenador da APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais), Haroldo Levy, que falou sobre o Comitê e os próximos Pronunciamentos.

O pronunciamento objetiva contribuir para a melhor e mais eficiente divulgação das informações aos participantes do mercado de valores mobiliários nacional, assim como evitar a assimetria informacional, a divulgação seletiva ou fracionada e/ou a não-divulgação de

informações relevantes, controlar eventuais “vazamentos” dos Fatos Relevantes, bem como coibir práticas não-equitativas e uso irregular de informações privilegiadas.

O Comitê tem a Coordenação de Geraldo Soares pelo IBRI e Haroldo Levy Neto, pela APIMEC e é uma iniciativa conjunta de entidades representativas do mercado de capitais - ABRASCA (Associação Brasileira das Companhias Abertas), ANBID (Associação Nacional dos Bancos de Investimentos), AMEC (Associação de Investidores no Mercado de Capitais), ANCOR (Associação Nacional das Corretoras de Valores Câmbio e Mercadorias), BM&FBovespa, CFC (Conselho Federal de Contabilidade), IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) e IBRACON (Instituto dos Auditores Independentes do Brasil), tendo ainda como membro observador a CVM (Comissão de Valores Mobiliários).

Acesse o pronunciamento na íntegra. [Clique aqui](#).

[3ª Tarde de Brasil em Latibex ressalta a importância de identificar as oportunidades em momentos de crise](#)

Na terceira edição do evento companhias brasileiras apresentaram seus planos de investimento e as perspectivas para o mercado de capitais

O IBRI – Instituto Brasileiro de Relações com Investidores – e a Bolsa de Madrid promoveram no dia 19 de novembro de 2008, das 16:45 às 19:45, a *3ª Tarde de Brasil em Latibex, em Madrid* (Espanha). O evento fez parte do 10º Foro Latibex, que aconteceu entre os dias 19 e 21 de novembro e ocorreu em um momento de crise de crédito e de liquidez nos mercados financeiros internacionais. Durante o fórum, as companhias abertas brasileiras tiveram a oportunidade de apresentarem seus planos de investimento, oportunidades, assim como responderam aos questionamentos dos investidores sobre os impactos da crise econômica global em suas empresas.

O primeiro painel denominado “O impacto da crise de crédito nas matérias-primas” contou com a apresentação especial de Mauro Arce, Secretário dos Transportes do Estado de São Paulo. Jeffrey Noble, diretor do Bradesco, coordenou o painel que teve a presença dos executivos das companhias Petrobras (Carlos Henrique Dumortout, consultor de negócio); Braskem (Luiz Henrique Valverde, diretor de Relações com Investidores) e Vale (Theo Penedo, gerente de Relações com Investidores). “Não devemos falar em crise, visto que nesses momentos também despontam oportunidades”, destacou Mauro Arce.

Octavio de Barros, diretor de Estudos Econômicos do Bradesco, Luiz Henrique de Castro Carvalho, diretor de Geração e Transporte de Energia da Cemig, Francisco Schmitt, diretor de Relações com Investidores da Grendene, Armando D'Almeida Neto, vice-presidente financeiro da Multiplan e Calman Luis de Moricz, diretor de Relações com Investidores do Panamericano realizaram apresentação durante o segundo painel intitulado “A Capacidade do Consumo Doméstico Brasileiro para Manter o Crescimento” sob a coordenação de Miguel Guiomar, diretor executivo do Banco Espírito Santo Investimentos. Na avaliação de Octavio de Barros, o Brasil será um dos países bem posicionados do mundo no *Day After* da crise. “O Brasil tem elevado nível de reservas cambiais, o compulsório brasileiro é alto e as taxas de juros também, sendo que todos esses fatos podem ser ajustados para se enfrentar a crise”, ressaltou.

As empresas Banco Panamericano, Bradesco, Bradespar, Braskem, Celesc, Grendene, Multiplan, OHL Brasil, Vale, entre outras participaram também de reuniões individuais (*one-on-one*) com investidores e analistas europeus. [Clique aqui](#) e veja mais informações.

[Agende-se](#)

[04 de dezembro - IBRI lança o Livro “O Estado da Arte das Relações com Investidores no Brasil”](#)

O IBRI lança, no dia 4 de dezembro de 2008, o livro “O Estado da Arte das Relações com Investidores no Brasil”. O lançamento ocorre, às 19 horas, no Hotel Ceasar Business Paulista, Avenida Paulista, 2.181, São Paulo (SP). A obra – composta por sete capítulos - traz uma visão atual da área e da profissão de Relações com Investidores no Brasil ao mostrar as diversas visões de presidentes e ex-presidentes do Instituto e outros destacados profissionais do mercado. O último capítulo do livro - **As Melhores Práticas de Relações com Investidores** - é dedicado a apresentação de “cases” de sucessos de algumas companhias abertas.

O livro destaca os principais acontecimentos da história do mercado de capitais no Brasil e o funcionamento da área de Relações com Investidores nos últimos 10 anos, tudo sob o ponto de vista dos principais responsáveis pela construção dessa história. Também mostra as perspectivas para a profissão e o processo de comunicação com investidores e públicos estratégicos. O livro contou com o apoio da BMF&Bovespa, Itaú BBA, JP Morgan e PricewaterhouseCoopers.

A obra é a terceira lançada pela atual gestão e está em linha com a missão do IBRI de contribuir para o desenvolvimento de bibliografia no Brasil sobre o tema das Relações com Investidores. A produção do livro contou com a participação da Comissão de 10 anos do IBRI, além dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva.

Reserve a data na Agenda! Informações e inscrições: ibri@ibri.com.br

04 de dezembro – Jantar de Confraternização do IBRI

O IBRI convida seus associados a participarem do Jantar de Confraternização que acontece, no dia 04 de dezembro de 2008, às 20 horas, no Hotel Ceasar Business Paulista, Avenida Paulista, 2.181 (na seqüência da AGO/AGE e do lançamento do Livro “O Estado da Arte das Relações com Investidores no Brasil”). É com grande satisfação que o Conselho e a Diretoria do Instituto unem-se com seus parceiros e amigos para comemorar a finalização de mais esse ciclo. O Jantar conta com o patrocínio da Chorus Call, TheMediaGroup e Valor Econômico. Agende-se! Informações e inscrições: ibri@ibri.com.br

04 de dezembro – Assembléia Geral Ordinária e Extraordinária e Eleição no IBRI

O Instituto realiza Assembléia Geral Ordinária e Extraordinária, no dia 04 de dezembro de 2008, às 14 horas, no Hotel Ceasar Business Paulista, Avenida Paulista, 2.181, São Paulo (SP). Na ocasião, ocorre também eleição para renovação de membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, além de analisar sugestão de mudança em seu Estatuto Social.

A votação eletrônica teve início no dia 19 de novembro de 2008 e encerrará no dia 4 de dezembro de 2008, às 13 horas de Brasília e às 18 horas do mesmo dia para aqueles que preferirem votar no local da Assembléia. O Conselho de Administração terá nove de seus representantes renovados, conforme estabelece o Estatuto Social do Instituto. Para o Conselho Fiscal serão eleitos três novos membros, com as mesmas regras para eleição de membros para o Conselho de Administração. Os novos representantes tomarão posse na primeira reunião - de cada um desses órgãos - subseqüente à eleição.

Igualmente o Instituto está propondo uma alteração estatutária para melhor atender as necessidades atuais do IBRI e do mercado.

Artigo de Geraldo Soares na Revista Consumidor Moderno

O artigo “Comunicação com os Investidores é um Intangível?” do presidente executivo do IBRI, Geraldo Soares, foi publicado na revista Consumidor Moderno do mês de outubro (página 46). O artigo faz parte da matéria PIB Prêmio Intangíveis – A Força dos Intangíveis – e esclarece a importância dos ativos intangíveis de uma companhia aberta no valor de negócio da empresa; assim como a comunicação com o mercado gera valor.

“Mas para os investidores e acionistas perceberem quanto valem os intangíveis de uma companhia é necessário uma comunicação corporativa eficiente, tempestiva, democrática e acessível, repleta de informações claras e objetivas, dados financeiros e não-financeiros, expectativas da administração. E essa comunicação tem de ser constante consistente, tanto em momentos bons para a empresa como, e principalmente, em períodos ruins.”, ressalta Soares no artigo.

Leia o artigo na íntegra ou [Clique aqui](#).

Comunicação com os investidores é um intangível?

Geraldo Soares (*)

Vemos constantemente empresas adquirirem outras por um valor acima do seu valor contábil. Por quê? No jargão utilizado no meio financeiro, a diferença entre o valor econômico obtido pelo fluxo de caixa descontado em relação ao valor patrimonial da empresa adquirida pode ser denominada como intangível. Em outras palavras, estima-se qual o fluxo de caixa que a empresa terá nos próximos dez ou 20 anos com base nos ativos que ela possui hoje e o potencial de aumento desses ativos - como perfil dos clientes, valor da marca, qualidade da administração, setor de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), reputação, dentre outros intangíveis. Esses ativos possibilitam estimar o potencial fluxo de caixa futuro de uma companhia, ou seja, as receitas que ela pode gerar no futuro.

Essa metodologia serve tanto para uma empresa adquirir outra, como para precificar o valor de uma ação em Bolsa de Valores. Os investidores analisam tanto os ativos tangíveis (basicamente contábeis) como os intangíveis para estimar o valor de mercado de uma companhia. Você já deve ter ouvido alguém dizer que uma companhia vale três vezes o seu valor patrimonial. Isso significa que os investidores daquela empresa acreditam que o potencial

fluxo de caixa (como dividendos ou lucro líquido) seja muito superior ao que está refletido contabilmente. A diferença de duas vezes representa, para o mercado, os ativos tangíveis e intangíveis gerando fluxos de caixa nos próximos anos.

E é muito importante o valor de mercado de uma empresa em potenciais negócios. Suponha que duas empresas que tenham o mesmo valor patrimonial (contábil), mas que os valores de mercado sejam totalmente diferentes. Uma empresa vale exatamente o seu valor patrimonial e outra vale três vezes o seu valor patrimonial. Qual das duas empresas comprará outras de seu setor somente com troca de ações e pagando mais barato? Portanto, valor de mercado é um diferencial competitivo importante.

Mas para os investidores e acionistas perceberem quanto valem os intangíveis de uma empresa é necessário uma comunicação corporativa eficiente, tempestiva, democrática e acessível, repleta de informações claras e objetivas, dados financeiros e não-financeiros, expectativas da administração. E essa comunicação tem que ser constante e consistente, tanto em momentos bons para a empresa como, e principalmente, em períodos ruins.

As principais companhias abertas brasileiras realizam apresentações públicas com agentes do mercado de capitais (no Brasil e no exterior), divulgam *releases*, fazem teleconferências trimestrais, *chats* com investidores pessoas físicas, reuniões com analistas e investidores, enfim possuem uma agenda de relacionamento completa e ágil, com o objetivo de gerar esclarecimentos sobre a operação, os negócios e expectativas da empresa.

Quanto maior o relacionamento com os investidores e acionistas, melhor eles podem precificar o valor de uma empresa. Portanto, comunicação com o mercado gera valor! E é mensurável na cotação das ações em Bolsas de Valores.

Cada companhia aberta está em um determinado momento de seu desenvolvimento. A forma como se comunica com o mercado deve refletir sua identidade empresarial. Uma comunicação criativa, que surpreenda o mercado, é fundamental para a empresa criar valor para seus acionistas. A comunicação torna-se, assim, um ativo intangível e relevante na construção da imagem de uma companhia aberta.

(*) Geraldo Soares é Presidente Executivo do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores); Coordenador do CODIM (Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado); Conselheiro de Administração do INI (Instituto Nacional de Investidores) e Superintendente de Relações com Investidores do Banco Itaú Holding Financeira S.A.

[IBRI apóia eventos do mercado](#)

O 2º Sul em Ações – evento em que as empresas abertas da região sul do país se apresentam, assim como acontece nas reuniões APIMEC - aconteceu no dia 26 de novembro, no Campus da Universidade Positivo. O evento foi oportunidade para que os Investidores, analistas e profissionais do mercado de capitais e demais interessados pudessem conhecer seis grandes empresas do Sul do país listadas na Bovespa. A 2ª edição do Sul em Ações, ofereceu a chance de discutir e esclarecer suas dúvidas sobre o mercado de ações, além de ter acesso ao panorama estrutural e financeiro de empresas que valorizam seu capital e investimentos. Mais informações [clique aqui](#).

O seminário "Pontos de Atenção para o Encerramento das Demonstrações Contábeis de 2008", promovido pela ANEFAC (Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade), no dia 11 de dezembro de 2008, das 08:00 às 12:30, no Capcana Eventos – Alameda Santos, 484, Paraíso, São Paulo (SP). Informações e inscrições pelo telefone: (11) 2808-3200 com Stefani ou pelo e-mail: ou eventos@anefac.com.br.